

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

أ.د/أمال حسن الغزاوي (*)

د./خلود عبدالله ملياني (**)

مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً ومؤثراً في توجهات الأفراد واتجاهاتهم وصياغة مواقفهم وسلوكياتهم من خلال الأخبار والمعلومات التي تزودهم بها. إلا أن ثورة المعلومات والتقدم الهائل لتكنولوجيا الاتصال أدت إلى اتساع نطاق مفهوم وسائل الإعلام، وظهر ما يعرف بوسائل الإعلام الجديد والتي تعتمد على تقنية الانترنت والتداخل والتكامل بين شبكات المعلومات والحاسبات.

ولقد أدى انطلاق الانترنت وظهور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وما نتج عنه من أشكال ووسائط اتصالية عديدة إلى خلق نمط جديد من القائمين بالاتصال لا يحتاج أن يكون عضواً في المؤسسات الإعلامية الحكومية أو المستقلة بل أضحي أي فرد قادراً على الإرسال وعلى استخدام الوسائط على اختلافها للمشاركة في صناعة الأخبار وتشكيل الرأي العام. لذا فإن التحديات الأوسع المصاحبة للإعلام الجديد لم تعد تقتصر على الجوانب التكنولوجية وتقدمها في وسائل الإعلام الحديثة، وإنما تشمل أيضاً تحديات كتابة ونشر المحتوى الرقمي عبر تلك الوسائل بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي أصبح العالم أمام فيضان إعلامي غير مسبوق. إلا أن هذه الوسائل قد تحولت في العصر الحالي إلى أدوات تستخدمها التنظيمات الإرهابية والمنترفة لتغذية الكراهية واختلاق الصراعات للنيل من استقرار الوطن وتماسكه خاصة مع غياب ما يعرف بالأمن الإعلامي الناتج عن غياب خطة إستراتيجية إعلامية تعمل على توظيف وسائل الإعلام في تحصين المجتمع قيمياً ودينياً ضد الفكر المتطرف وجرائم الإرهاب، وأصبح ذلك من أكثر التحديات التي تواجه الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية والتربوية معاً، لأن النخبة هي القوة المؤثرة التي يمثلها مجموعة من القيادات التي تمثل صفوة المجتمع¹.

أولاً: مشكلة الدراسة:

مما لا شك فيه أن الثورة الإعلامية أو التكنولوجيا المعاصرة في وسائل الاتصال التي يشهدها العالم قد قلبت المشهد الإعلامي وأضحت وسائل الإعلام تؤدي دوراً محورياً في حياة الفرد والمجتمع، إلا أن الواقع الاتصالي الجديد التي يشهدها العالم العربي في مختلف الميادين واحتمالاته المستقبلية أوجدت تحديات مهمة وخطيرة، ووضع على المؤسسات الإعلامية مسؤولية مواجهتها والتعامل معها في

(*) أستاذ بقسم الاتصال بكلية الاتصال والإعلام. جامعة الملك عبد العزيز.

(**) أستاذ مساعد بقسم الاتصال بكلية الاتصال والإعلام. جامعة الملك عبد العزيز.

الحاضر والمستقبل، وخاصة مع تزايد فوضى الإعلام في المنطقة بشكل ملحوظ بعد ما يعرف بثورة الربيع العربي وضبابية المشهد الإعلامي في ظل تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع الفيسبوك الذي أسهم بقوة في تحريك الاحتجاجات والتحفيز على التغيير وشكل أداة ضغط نفسية على النخبة الحاكمة.²

وتتمثل أهم التحديات التي تواجه المنطقة العربية فيما يتعلق بخطر الاستغلال السيئ ووسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد، الأول: هو التحدي الفكري لنمو بعض المذاهب المتطرفة، والثاني: هو التحدي العملي في ظل استخدام الجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام. لذا فإن وسائل الإعلام أصبحت مطالبة بوضع استراتيجيات إعلامية واضحة تراعي الأمن الإعلامي والأبعاد الأمنية في كل مخرجات الإعلام وتنظم استخدام وسائل الإعلام بمقتضى القوانين والأنظمة، وهو ماتسعى هذه الدراسة لتحقيقه.

وقد أكد العديد من الباحثين على دور وسائل الإعلام التقليدي والجديد في إدارة العديد من الصراعات الدولية والأحداث والهجمات الإرهابية، من خلال تقديم تصورات بشأن الأطراف المشاركة فيها، وإضفاء الشرعية على بعضها، وتجريد البعض الآخر من الشرعية، وإبراز قضايا هامشية، وتجاهل قضايا أخرى أكثر أهمية مثل حرب فيتنام وغزو العراق للكويت، والصراع في كورواتيا، والحرب في كوسفو، والحرب بين البوسنة والهرسك، وأحداث 11 سبتمبر³، والحملة العسكرية الأمريكية على أفغانستان⁴، وأزمة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وما أعقبها من غزو أمريكا للعراق⁵، والغزو الإسرائيلي للبنان والصراع العربي الإسرائيلي⁶. وحديثاً ثورات الربيع العربي وما يعقبها من وجود الأطراف المتصارعة داخلياً وخارجياً.

وتحاول الدراسة الحالية إلقاء الضوء على فئة النخبة باعتبارها الفئة الأكثر قدرة على تقييم تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، وتناولها لأحداث العنف والإنفلات الأمني وأحداث الإرهاب السياسي والهجمات المسلحة التي تستهدف أمن واستقرار المجتمع العربي.

وفى ضوء ما سبق **تحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في:** رصد وتحليل وتفسير اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية وأرائهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب. وكذلك التعرف على مدى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد في استقاء معلوماتهم نحو تلك القضايا، والتأثيرات والتحديات المختلفة التي تواجه تطبيق مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد.

ثانياً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة لعدة اعتبارات من أهمها:

1- انتشار الأعمال الإرهابية على مستوى العالم الغربي والعربي نتيجة لانتشار الأفكار التخريبية المتطرفة التي تهدف إلى تغيير أفكار وعقول الجمهور بإصدار فتاوى مجهولة المصدر بتكفير العلماء وأصحاب الرأي من خلال نشر الأفكار الخاطئة والمجهولة المصدر خاصة من خلال وسائل الإعلام الجديد.

- 2- ندرة الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية التي تناولت الأمن الإعلامي حيث كان أغلبها يركز على الإعلام الأمني والأمن الفكري، مما سيعطي نتائج هذه الدراسة أهمية علي الجانبين النظري والتطبيقي، ويساهم في بلورة دور الإعلام الجديد في معالجة القضايا المتعلقة بالتطرف والإرهاب.
- 3- أهمية دراسة آراء النخبة كأحد أبرز قطاعات المجتمع المنوط بهاصياغة وتشكيل الرأي العام وتأثيرها المزدوج في وسائل الإعلام من جهة وفي الجمهور من جهة أخرى، وقدرتهم علي التأثير الايجابي كنخب مثقفة، ومتعلمة ذات تأثير قوي علي الأغلبية.
- 4- الحاجة إلى وضع رؤية إستراتيجية متوازنة لكيفية تطبيق وتعميم مفهوم الأمن الإعلامي على كل النخب ذات العلاقة من خلال تفعيل المفهوم وتحويله إلى واقع ملموس.
- 5- تواكب هذه الدراسة رؤى وتصورات مقترحة لعدد من المؤتمرات التي عقدت خلال هذا العام وتدعو إلى تجديد الخطاب الديني والإعلامي لتقديم رسالة سامية تواجه التيارات الفكرية المتطرفة التي تدعم التطرف والإرهاب⁷.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على اتجاه النخبة- عينة الدراسة- وأرائهم تجاه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي، ووجهة نظرهم في دور الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب.
- 2- التعرف على أساليب استخدام النخبة المصرية والسعودية- عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديد ومعدل التعرض وكذلك مدى اعتمادهم على تلك الوسائل كمصادر أساسية للحصول على المعلومات والآراء.
- 3- التعرف على آراء النخبة -عينة الدراسة- لطبيعة الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام نحو تغطية الأحداث الجارية.
- 4- التعرف علي نوع النخبة واتجاهاتهم نحو تناول الإعلام الجديد للقضايا المتعلقة بالتطرف والإرهاب ومدى مراعاة أبعاد الإعلام الأمني.
- 5- التوصل إلى آراء ومقترحات بناءة تساهم وتعزز تعميم مفهوم الأمن الإعلامي.
- 6- إمداد صانع القرار – المخطط الإعلامي – بنتائج تفيد في التوصل لرؤية مستقبلية تؤدي إلى تفعيل دور الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

يشتمل الإطار النظري للدراسة علي النظريات التي استعانت بها الباحثتان وكذلك المصطلحات والتعريفات الإجرائية للدراسة .

(أ) **نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام:** وتشير النظرية إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام؛ رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور ثم النظام الاجتماعي، فالأفراد مثل النظم

الاجتماعية ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام؛ لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض هذه الأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية⁸.

وكما يوحي إسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، مثل الصحف والمجلات والراديو والسينما والتلفزيون، ومن الأهداف الرئيسية لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل أحياناً أثراً قوياً ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما⁹.

وبناءً عليه؛ فإن الاعتماد على وسائل الإعلام يرتبط بدرجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله. وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع: حيث تفترض النظرية زيادة هذا الاعتماد في حالات الصراع والأزمات حيث لا تتوفر للأفراد وسائل ومصادر مباشرة أو شخصية في هذه الحالات.

- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، فضلاً عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع¹⁰.

ويقوم مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات:

- وجود علاقة تبادلية ثلاثية بين وسائل الإعلام والمجتمع، هذه العلاقة هي التي تحدد بصورة مباشرة كثيراً من التأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام في الناس وفي المجتمع.

- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من

- معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته ، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام.
- كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تطرح من قبل أي وسيلة إعلامية، تزداد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة.
- يزداد اعتماد الجمهور على معلومات الوسائل الإعلامية في المجتمعات التي تتطور فيها الأنظمة المنتمية إليها هذه الوسائل، بالإضافة إلى زيادة مستوى الصراع الاجتماعي.
- تختلف درجة اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية؛ وفقاً لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية¹¹.
- ويرى **ملفين ديفليز وساندرا بول روكيتش** أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:
- **الفهم:** ويتمثل ذلك في التعلم والحصول على الخبرات ، ومعرفة أشياء عن البيئة المحيطة وتفسيراتها.
- **التوجيه:** ويشمل التوجيه الذاتي مثل: اتخاذ القرارات المناسبة، وتوجيه العمل والسلوك، ويشمل أيضاً التوجيه التفاعلي مثل كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الصعبة.
- **التسلية:** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء، والتسلية الاجتماعية كالذهاب للسينما أو الاستماع إلى الموسيقى، أو مشاهدة التلفزيون بمصاحبة الأسرة أو الأصدقاء¹².
- ويرصد " ديليفر وروكيتش " Deflure and Rockeach** مجموعة من الآثار التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي يمكن حصرها فيما يلي :
- **الآثار المعرفية: Cognitive Effects:** وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم .
- **الآثار الوجدانية Affective Effects:** وتشمل آثار وسائل الإعلام في العواطف والمشاعر وقياس هذه الآثار، ومنها : الفتور العاطفي، الخوف، القلق، الاغتراب .

- الآثار السلوكية **Behavioral Effects**: وهي تنشيط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة تعرضه للوسيلة الإعلامية، وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وقد يكون سلوك الفرد يتسم بالخمول والسلبية وعدم الرغبة في المشاركة¹³.

ويذكر "محمود إسماعيل"¹⁴ أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وفي المجال السياسي أظهرت نتائج دراسة الباحث "أندرو" (Andrew 2009م)¹⁵ أن وسائل الإعلام الأمريكية تهتم أكثر بمحتوى العلاقات الخارجية، وأنها مازالت تلعب دوراً رئيسياً في فهم الجمهور للمعلومات عن المرشحين وأهدافهم كما تؤثر على قراراتهم الانتخابية.

(ب) **نظرية المجال العام**: حدد "هابرماس" مفهوم المجال من خلال مجموعة متنوعة من الطرق، وأشار أن المجال العام بأنه مجتمع افتراضياً وخيالياً لا يوجد بالضرورة في أي مساحة معروفة أو محددة في الفضاء فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي.

وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة. ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال هذه النظرية، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، حيث ينظر للإنترنت في نظرية المجال العام كمحيط سياسي له دور في تحقيق الديمقراطية¹⁶.
وتؤكد نظرية المجال العام على فرضيات أساسية هي:

1. عدم انفصال الفرد عن الجماعة: فذلك الفرد في المجال العام غير منفصل عن الجماعة التي يستطيع الاندماج معها عبر شبكة الانترنت ، فالفرد العقلاني المستقل هو أصل فكرة المجال العام، حيث انتقل الحوار من الساحات المادية للنقاش إلي ساحات الفضاء المعلوماتي عبر غرف الدردشة Chat ومواقع المنتديات Forums والمدونات Blogs والمجتمعات الافتراضية في مواقع الشبكات الاجتماعية Social Networks، وبالتالي غياب العزلة التي كان يفرضها الاتجاه السائد علي الأقلية الصامتة في السبعينات.

2. فرضية تشتت الخطاب: فالخطاب أقدم على تغيير ساحات النقاش حول المجال العام ويتميز بقدر من التجزيء وأحياناً التشتت ويمكن أن يعتمد على مقولات وأطروحات لا ترتبط ببعضها البعض لتعبر بشكل واضح عن فكر ما بعد الحداثة الذي يعلي من قيمة الفرد في مواجهة المؤسسة.

3. تعتبر الوسائل الإعلامية الجديدة وأدوات الاتصال والتفاعل علي شبكة الانترنت مصدراً أساسياً من مصادر الكشف عن القضايا ووجهات النظر المختلفة وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدي ذلك إلي ارتفاع مستوي المشاركة واتساع دائرة التعبير عن الرأي العام.

ويؤكد صحة هذا الفرض زيادة المشاركة في التدوين والمدونات ، تطور الويب 2 ومواقع الشبكات الاجتماعية ورغم الاتفاق أن هناك مزايا ومخاطر من استخدام تلك الشبكات الاجتماعية إلا أنها وسيلة ومنبراً لتبادل الآراء والأفكار¹⁷.

- أيضاً استخدمت هذه الدراسة **نظرية التهيئة المعرفية** حيث يسبق إعادة تشكيل المعرفة واستثارة التوقعات الاجتماعية جهود من القائمين بالاتصال في سبيل إقناع الجمهور بالرسائل الإعلامية بتوجيه الاهتمام Priming أو الاستثارة المرتبطة بالمراحل الأولية في بناء الرسائل الإقناعية أو نشر الأفكار المستحدثة ثم جذب الانتباه Attention وإثارة الاهتمام Interest وصولاً إلى مرحلة التبني واتخاذ الأحكام نحو القضايا أو الأفكار المطروحة، وما يميز هذه النظرية إمكانية استخدامها من قبل القائمين بالاتصال لتوجيه اهتمام الجمهور نحو موضوع معين خلال مراحل التهيئة أو الاستثارة والإعداد لاستقبال المعلومات لتأهيل المتلقي بعد ذلك للارتقاء بمستوي التهيئة في الاستقبال لزيادة الميل نحو قضية معين أو فكرة ، لذلك فإن فروض النظرية ترتبط أغلبها بعنصر ألمدي الزمني ومستوي الميل والمعرفة ومستوي وكثافة التعرض كمتغيرات يتم من خلالها اختبار تأثير هذه النظرية وربطها بالنظريات السابقة¹⁸.

و تمثل المصدقية credibility إحدى القضايا المهمة في بحوث الاتصال الجماهيري بوجه عام وقد تزايد الاهتمام بها بعد ظهور وانتشار وسائل الإعلام الجديدة وتزايد اعتماد الناس عليها كوسيلة للإعلام والحصول على المعلومات فبعد ظهور الإنترنت أثار الباحثون تساؤلات عن دقة وموثوقية وكفاية المعلومات التي تقدمها صفحات الويب، خاصة أنها تتيح للأشخاص الظهور عليها بغير هويتهم

الحقيقية كما إن السرعة الكبيرة في النشر قد تدفع حتى المؤسسات الإخبارية الكبيرة إلى نشر معلومات والتحقق من صحتها. وتزيد أزمة المصادقية على الإنترنت بسبب تلاشي الفوارق بين المحتوى التحريري والمحتوى الإعلاني¹⁹.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

الأمن الإعلامي: إن مصطلح الأمن الإعلامي مصطلح حديث نسبياً ظهر نتيجة تأثيرات العولمة وما ترتب عليها من تحول العالم إلى قرية كونية، نتيجة لتطور وسائل الاتصال والإعلام، ودخول حضارات وثقافات جديدة على المجتمع العربي والتي أكدت على أن دور وسائل الإعلام يجب ألا يقتصر على إلقاء الضوء على ما تقوم به الأجهزة الأمنية من جهود في ترسيخ الأمن المجتمعي ولكن الأهم هو تنمية وعيهم وإيمانهم وقناعتهم بأبعاد مسؤوليتهم المجتمعية النابعة من قيمهم فضلاً عن نشر الحقائق بدقة وسرعة تمنع انتشار الشائعات وتضمن استقرار الوطن والمجتمع.

وقد عرفت الباحثان الأمن الإعلامي بأنه إيقاف أو منع التجاوزات الإعلامية لجميع وسائل الإعلام بشقيها- التقليدي والجديد - من خلال تطبيق استراتيجيات إعلامية تهدف إلى مراعاة الأبعاد الأمنية في كل مخرجات الإعلام عبر وسائله المختلفة للمساهمة في أمن الوطن واستقراره وذلك من خلال تضافر كل الجهود المجتمعية وخاصة للمؤسسات الإعلامية والتربوية.

النخبة: تمثل النخبة على اختلاف أنواعها مجتمع الدراسة، والنخبة فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسؤولية في المجتمع.

تعرف **النخبة** "بأنها جماعة من الأشخاص يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين " ويستخدم المصطلح بالتحديد للإشارة إلى النفوذ الذي تمارسه هذه الجماعة²⁰، وتستخدم كلمة النخبة والصفوة للدلالة على نفس الشيء والجمع نخب وهم المنتخبون من الناس في مجال معين²¹، ويرجع الاقتصار على النخبة لأن طبيعة الدراسة تتطلب وجود فكر عميق ورؤية نقدية ربما لا تتاح للفئات العامة من الجمهور.

الإعلام الجديد: يعد الإعلام الجديد من أبرز سمات الثورة المعلوماتية حيث ساهمت التطورات المتلاحقة على شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام أطلقوا عليه الإعلام الجديد والإعلام البديل الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها²²، كما ساهم الإعلام الجديد - في الوقت الراهن- في جذب الانتباه وتفجير العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام مما أرغم بعض الحكومات على اتخاذ القرارات أو التراجع عن بعضها لتفادي الصخب الجماهيري الواسع.

كما أتاح الإعلام الجديد تفعيل فكرة ديمقراطية الاتصال من خلال إتاحة الفرصة للمستخدم لخلق محتوى ونشره وتوزيعه بالشكل الذي يترأى له وظهر مفهوم إعلام المواطن أو صحافة المواطن ، خاصة وان الاتصال من خلال الإعلام الجديد يتخذ شكل الاتصال الشبكي أكثر من الاتصال الأفقي أو الرأسى²³.

خامسا: الدراسات السابقة:

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي التعرف على المتغيرات النظرية والمنهجية المتعلقة بموضوع الدراسة والعلاقات فيما بينها بما يؤدي إلى إثرائها، ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد واجهت الباحثتان صعوبة في ندرة الدراسات العربية والأجنبية في مجال الأمن الإعلامي نظرا لحدثة المصطلح لذا تم تقسيم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة إلى المحورين التاليين:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالإعلام الجديد لتكوين المجال العام:

- دراسة أحمد رفاعي (2014)²⁴ استهدفت التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول علي معلومات عن القضايا السياسية حيث أجريت الدراسة علي عينة عمدية من الشباب قوامها 366 مفردة من الشباب وباستخدام منهج المسح وأظهرت النتائج ان أهم دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الحصول علي المعلومات والتعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي القضايا السياسية.

- دراسة شيماء العزب (2014)²⁵ استهدفت الدراسة التعرف عليآليات تشكيل وتكوين الرأيالعام نحو القضايا السياسية في مصر من خلال التعرض لمواقع الفيسبوك باستخدام منهج المسح علي عينة قوامها 407 مبحوث توصلت النتائج إلي أن نصف أفراد عينة الدراسة تعتقد أن موقع الفيسبوكيقوم بدور مساعد في تشكيل آراء الآخرين حول القضايا السياسية.

- دراسة لمياء العنزي (2013)²⁶ استهدفت التعرف علي دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الجامعي السعودي من خلال الوقوف علي أنماط استخدامهم لهذه الوسائل ، حيث أجريت الدراسة علي عينة قوامها 600 مفردة من طلاب وطالبات جامعة سعود وأظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة لديهم اهتمام متوسط بالقضايا السياسية،وأظهرت النتائج أنأهم دوافع الشباب السعودي في استخدام وسائل الإعلام الجديد المشاركة وتبادل الرايمع الآخرين.

- دراسة دانيالهلبرنDaniel Halpern(2013)²⁷والتي استهدفت التعرف علي دور وسائلالإعلام الجديد في تعزيز المشاركة بالمعلومات والأخبار ، حيث أجريت دراسة تجريبية علي عينة قوامها 151 طالبا ممن يقومون بالتعليق علي حسابات البيت الأبيض والوكالة الفيدرالية في اليوتيوب والفيسبوك وأظهرت النتائج أن مشاركة الشباب في تلك المواقع زاد من مستوي المداولات والمناقشات بينهم وان فعالية النقاشات في الفيس بوك أعلي من النقاشات علي اليوتيوب في التأثير في الرأي والمجال عام.

- دراسة عبد الله مبارك (2012)²⁸ والتي استهدفت التعرف علي دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي في تونس ومصر باستخدام المنهج الوصفي والتحليلي علي عينة عشوائية من 342 مفردة من الصحفيين الأردنيين وا

ظهرت النتائج دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر وقدرتها على التأثير في الرأي العام بالتهينة والتحريض.

- دراسة كالنجو واديوكيمي Kalyango&Adu-Kumi (2012)²⁹ استهدفت التعرف على مدي تأثير وسائل الإعلام الرقمية على التعبئة السياسية في دول شرق آسيا وغرب أفريقيا باستخدام منهج المسح بإجراء استبيان علي 450 مفردة وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ساعدت المستخدمين على البقاء علي تواصل مع صانعي القرار السياسي.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بمعالجة الإعلام لقضايا التطرف والإرهاب.

-دراسة تحسين شراذقة (2016)³⁰ والتي استهدفت التعرف إلى دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، وذلك من خلال تبصير الرأي العام العربي بأن الإرهاب يستهدف ترويع الأمنيين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتكوين رأي عام مناهض للغلو والتطرف بصوره المختلفة. وتكونت عينة الدراسة من عينة قصدية مؤلفة من 25 عضو هيئة تدريس. وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات وفقاً الأكاديمية نحو دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، أعضاء هيئة التدريس لمتغير المرتبة.

-دراسة عبدالله العساف (2016)³¹ والتي هدفت إلى تقصي تأثيرات الإعلام الجديد على معارف الجمهور السعودي واتجاهاته نحو قضايا الإرهاب. وقد أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من مواطني مدينة الرياض. وقد توصلت وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها اعتماد المبحوثون السعوديون على الإعلام الجديد في متابعة الأحداث اليومية لسرعتها في تغطية الأحداث. كما توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أكثر وسائل الإعلام تأثيراً على تداول المعلومات خلال الأحداث الإرهابية.

- دراسة مجدي الداغر (2016)³² والتي استهدفت التعرف على دور وسائل وأدوات الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الانترنت والتوعية بخطورته. وذلك بالتطبيق على ثلاث جامعات وعلى عينة بلغت 420 مفردة. 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.

- دراسة هيام طه (2015)³³ والتي استهدفت إلى التعرف على درجة تقييم تغطية الفضائيات لقضايا التطرف الديني من منظور قادة الرأي وقياس الفروق في اتجاهات قادة الرأي نحو معالجة قضايا التطرف الديني في الفضائيات باختلاف

المتغيرات (النوع الاجتماعي، التحصيل العلمي، القناة الفضائية). وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمةً أدوات الاستبيان والمقابلات على عينة بلغت 150 مفردة من مجموعة من قادة الرأي في الأردن وهم: السياسيين (الوزراء والنواب، ورؤساء الأحزاب، محللين سياسيين)، الأكاديميين (أساتذة الإعلام والعلوم السياسية في الجامعات)، الإعلاميين (مدراء تحرير، في الصحف والفضائيات، نقبيصحفيين، رئيسهئة الإعلام المرئي والمسموع). وتوصلت الدراسة إلى أن تقييمتغطيةالفضائياتلقضايا التطرف من حيث سمات وطبيعة وأثار التغطيةالإعلامية في الرأي العام مرتبة تنازلياً ، حيث جاء بالمرتبة الأولى طبيعة التغطية الفضائية وبالمرتبة الثانية سمات التغطية الفضائية والمرتبة الثالثة أثار التغطية الفضائية، وأن قادة الرأي يتابعون القنوات الفضائية المحلية والعربية والأجنبية فيما يتعلق بقضايا التطرف بشكل متقطع بنسبة بلغت 7.46 % وأن معدل متابعة قادة الرأي ك للبرامج الخاصة بقضايا البرامج المتعلقة بالتطرف الدينياليومية بنسبة بلغت 3.31 % فيما كانت معدل المتابعة الأسبوعية بمعدل 7.68 % .

- دراسة إيمان الشرقاوي (2014)³⁴ 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 امنية على هذا الاعلام من جهة أخرى. وذلك من خال التطبيق على عينة قواها 119 مفردة من المنتمين لوزارات الداخلية والمواقع الامنية الأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية بين التسهيلات التي توفرها الامكانات الاتصالية لوسائل الاعلام الجديد واستغلال الجماعات الارهابية لهذه الامكانات في تحقق اهدافها المادية والمعنوية من خلال اشكال جديدة من الممارسات الإرهابية.

- دراسة Abraham K. Kisang (2014)³⁵ والتي هدفت إلى التعرف على كيفية تناول الصحفيين في وسائل الإعلام الكينية ظاهرة الإرهاب وكيف يمكن لوسائل الإعلام أن تحارب قضايا الإرهاب من خلال طريقة المعالجة الإعلامية لهذه القضايا. وذلك من خلال تحليل المضمون لقناتي تلفزيون كينية. وتوصلت الدراسة إلى أن على الرغم من أن وسائل الإعلام تخصص مساحات محدودة للقضايا الإرهابية إلا أن السياسة التحريرية لوسائل الإعلام في تناول الأحداث الإرهابية تفتقر إلى المنهجية الواضحة في التصدي لظاهرة الإرهاب.

- دراسة Martin Mutua (2013)³⁶ والتي هدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في التأثير على الحرب ضد الإرهاب في كينيا بالتطبيق على عينة من رؤساء الصحف والصحفيين في عدد من المؤسسات الإعلامية الكينية باستخدام المنهج الكمي والمنهج العيني. وتوصلت الدراسة إلى أن تزايد ظاهرة الإرهاب في كينيا يرجع أساساً إلى هيمنة وسائل الإعلام الغربية التي تهيمن على وسائل الإعلام المحلية. كما

تسعى الحكومة إلى التفاهم والتعاون مع وسائل الإعلام في الجهود المبذولة للحد من الضرر الإرهابي في المجتمع وفي معاقبة والقبض على الإرهابيين. دراسة Al-Khalifa, K. M (2012)³⁷ 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 أي 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.

- دراسة سلطان بن منيخر (2008)³⁸ والتي سعت إلى التعرف على دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب. حيث أجريت الدراسة على عينة عمرية بواقع 2448 خبير من جريدتي عكاظ والرياض لمدة 6 شهور. كما تم اختيار عينة من نشرات الأخبار اليومية (النشرة الرئيسية) لمدة 3 شهور في التلفزيون السعودي. وتوصلت الدراسة إلى أن القالب الخبري احتل المرتبة الأولى في الفنون الصحفية بنسبة فارقة 94.9% وهذا يوضح الاهتمام بمعالجة قضايا الإرهاب مازالت تحتاج إلى طرح القضية من خلال معالجات أكثر تحليلاً مثل قضايا الرأي والحوار وكتاب الأعمدة الصحفية. كما خلصت الدراسة إلى أن الصحافة الوسيلة الإعلامية هي الأكثر تأثيراً من وجهة نظر الجمهور فيما يتعلق بقضايا الإرهاب وذلك بنسبة 78.3% ثم التلفزيون بنسبة 21.7%.

سادساً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

أ- تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أكثر وسائل الإعلام الجديد التي تعتمد عليها النخبة عينة الدراسة كمصدر لمعلوماتهم وأخبارهم؟
- 2- ما مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد يوميا؟
- 3- ما الأوقات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة وسائل الإعلام الجديد بصفة يومية؟
- 4- ما درجة اعتماد النخبة عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديد في التعرف على القضايا والأحداث الإرهابية؟
- 5- ما أسباب اعتماد عينة الدراسة على تلك الوسائل كمصدر للمعلومات والأخبار؟
- 6- ما أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام في الوقت الراهن وتؤثر على الأمن الوطني من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 7- ما معنى مفهوم "الأمن الإعلامي" من وجه نظر النخبة عينة الدراسة؟

- 8- ما مدي موافقة عينة الدراسة على ضرورة تعميم مفهوم الأمن الإعلامي بين النخبة والمتخصصين؟
- 9- ما مدي موافقة عينة الدراسة على أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يساهم في مواجهة التطرف والإرهاب؟
- 10- ما التأثيرات المختلفة لتعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" بين النخبة والمتخصصين في مواجهة التطرف والإرهاب؟
- 11- ما أهم النتائج التي سوف تتحقق من تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" بين النخبة والمتخصصين لمواجهة التطرف والإرهاب من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 12- ما أهم التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد من وجهة نظر عينة الدراسة ومدي موافقتهم عليها؟
- 13- ما أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور "الأمن الإعلامي" في التصدي للتطرف والإرهاب من وجهة نظر عينة الدراسة؟

ب: فروض الدراسة:

في إطار مشكلة البحثية ووفقاً لمدخل نظرية الاعتماد، ونظرية التهيئة المعرفية تم صياغة الفروض العلمية التي تسعى الدراسة إلى اختبارها على النحو التالي:

الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب.

الفرض الثاني :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمجرافية.

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمجرافية.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد.

الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد

الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوي أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ- نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تعنى بدراسة النخبة (الأكاديمية، الإعلامية) للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنهم من خلال منهج المسح الإعلامي لمسح عينة من النخب في مجتمع الدراسة، كما استخدم المنهج المقارن³⁹ لاستنباط المقارنة بين آراء النخب الإعلامية والنخب الأكاديمية.

ب- مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع هذه الدراسة في عينة من النخب (الأكاديمية والإعلامية) في المملكة العربية السعودية وجمهورية مصر العربية من الذكور والإناث موطن الباحثان ، واختلاف الظروف الاجتماعية والسياسية في البلدين مما قد يؤدي إلى اختلاف نتائج المبحوثين وإثرائها. ويرجع اختيار النخبة لأن بعض الدراسات أشارت إلي أن الاحتكام للجمهور العام ليس دقيقاً في تقويم المصادقية ويتطلب اقتصارها علي النخبة أو الصفة⁴⁰.

واعتمدت الباحثان في سحب العينة على عينة الحصص Quota Sample⁴¹ حيث تعمدتا إلى اختيار أفراد العينة من الجماعات أو الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر.

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	العينة	
50	75	المصري	الجنسية
50	75	السعودي	
66	99	الذكور	النوع
34	51	الإناث	
64	96	أكاديمية	نوع النخبة
36	54	إعلامية	
51.3	77	من 30 إلى أقل من 40 عام	السن
41.3	62	من 40 إلى أقل من 50 عام	
7.2	11	من 50 عام فأكثر	
100	150=ن	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق ان إجمالي العينة بلغ 150 مفردة بواقع 75 مفردة من المملكة العربية السعودية، و75 مفردة من جمهورية مصر العربية، وبلغ نسبة الذكور 66% مقابل 34% من الإناث، وان نسبة الأكاديمين 64% مقابل 36% من الاعلاميين كما كانت اعلي نسبة لمن تتراوح اعمارهم ما بين 30-40 عاما بنسبة 51.3% من الجنسين.

د- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة علي صحيفة الاستبيان باعتبارها وسيلة علمية تستخدم لسير أغوار المبحوثين ومعرفة معلوماتهم واتجاهاتهم وأرائهم في موضوع ما، بالإضافة لدراسة شخصياتهم وفقاً لعدة متغيرات مثل النوع والسن والحالة التعليمية ومحل الإقامة وتم تصميم استمارة الاستبيان الميدانية وذلك في ضوء المشكلة والهدف من الدراسة⁴²، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها ونظراً لاتساع نطاق عينة الدراسة جغرافياً فقد تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً وإرساله عبر البريد الإلكتروني وتطبيقات الأجهزة الذكية بالرجوع إلى المتخصصين في ذلك واشتملت الاستمارة علي 17 سؤالاً لجمع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة. وتم تقسيم استمارة الاستبيان إلى 4 محاور كالتالي:

- المحور الأول: لقياس طبيعة استخدام النخبة للإعلام الجديد.
- المحور الثاني: يتعلق بمفهوم "الأمن الإعلامي" ودوره في مواجهة التطرف والإرهاب
- المحور الثالث: للتعرف علي تحديات تطبيق الأمن الإعلامي في إطار الإعلام الجديد.
- المحور الرابع: للتعرف علي اقتراحات المبحوثين لوضع استراتيجيات لتطوير الأداء الإعلامي.

وقد تم إعداد الاستمارة خلال شهر أكتوبر 2016م من خلال الرجوع إلي التراث العلمي من الدراسات العربية والأجنبية حول المواضيع المتعلقة بموضوع الدراسة وللتأكد من صدق البيانات ثم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين (***) للتأكد من صلاحيتها للتطبيق وقد تم إجراء بعض التعديلات بناء علي مقترحاتهم وفي ضوء توجهاتهم تم تعديل بعض فئات الاستمارة

وللتأكد من ثبات التحليل أجرنا الباحثان اختبار الثبات علي عينة عشوائية ممثلة 10% من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، حيث بلغ معامل الثبات الكلي 89%، مما يعني صلاحية الاستمارة للتطبيق وقد تم تطبيقها خلال شهر نوفمبر 2016م.

هـ- المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم تحليل البيانات بعد الانتهاء من جمعها وإدخالها بعد ترميزها وتم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" Statistical package of the social science SPSS وذلك باستخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات الإحصائية البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا2 Qui Square test ، ومعامل ارتباط بيرسون Person Correlation لقياس العلاقة الخطية بين متغيرين.
- الاختبارات البعدية (LSD) Least Significance Difference لإجراء مقارنة بين كل مجموعتين من المجموعات التي أثبت اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One way ANOVAs) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينها.
- اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

النتائج العامة للدراسة:

1- أكثر وسائل الإعلام- التقليدية والجديدة- التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار:

جدول (2)

أكثر وسائل الإعلام- التقليدية والجديدة- التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية

الدالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1.305	%80.70	121	%73.30	55	%88.00	66	المواقع
0.01	3.049	%76.00	114	%65.30	49	%86.70	65	الفيسبوك
غير دالة	1.260	%75.30	113	%80.00	60	%70.70	53	تويتر
غير دالة	1.321	%71.30	107	%66.70	50	%76.00	57	الصحف
غير دالة	1.368	%65.30	98	%70.70	53	%60.00	45	اليوتيوب
0.05	2.267	%58.00	87	%52.00	39	%64.00	48	الانستجرام
غير دالة	1.484	%53.30	80	%58.70	44	%48.00	36	الصحف
غير دالة	1.635	%42.00	63	%48.00	36	%36.00	27	مواقع
غير دالة	1.736	%34.70	52	%29.30	22	%40.00	30	الفتوات
غير دالة	1.407	%26.70	40	%24.00	18	%29.30	22	الإذاعة
غير دالة	1.235	%21.30	32	%18.70	14	%24.00	18	المدونات
غير دالة	0.751	%18.00	27	%16.00	12	%20.00	15	سناپ شات
			150		75		75	جملة من

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر وسائل الإعلام- التقليدية والجديدة- التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية، حيث جاء في الترتيب الأول المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة بلغت 80.70%، موزعة بين 88% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 73.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.305 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثاني الفيسبوك بنسبة بلغت 76%، موزعة بين 86.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 65.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، كما ثبت إن الفارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.49 وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

وجاء في الترتيب الثالث تويتر بنسبة بلغت 75.30%، موزعة بين 70.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 80% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.260 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الرابع الصحف الإلكترونية بنسبة بلغت 71.30%، موزعة بين 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 66.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.321 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الخامس اليوتيوب بنسبة بلغت 65.30%، موزعة بين 60% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 70.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.38 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، ويتضح من هذه البيانات مدي تزايد الاقبال والمتابعة للنخب الإعلامية علي الإعلام الجديد كالمواقع الإلكترونية والفيسبوك وتويتر في استقاء معلوماتهم.

2- درجات متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديدة:

جدول (3) درجات متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديدة وفقاً للجنسية

العينة		النخبة المصرية		النخبة السعودية		الإجمالي	
درجات المتابعة		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		55	73.30%	57	76.00%	112	74.70%
أحياناً		20	26.70%	18	24.00%	38	25.30%
الإجمالي		75	100	75	100	150	100

قيمة ك²=0141 درجة الحرية =1 مستوى المعنوية=0.707 الدلالة =غير دالة
يتضح من الجدول السابق: أن الاغلبية من عينة الدراسة بنسبة 74.70% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الجديدة بصفة دائمة، بينما يتابعها أحياناً نسبة 25.30% منهم أحياناً بينما لم يذكر أحد من عينة الدراسة بعدم المتابعة إذ بلغت النسبة صفر . وبحساب قيمة ك² بلغت (0.141) عند درجة حرية = (1) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجات متابعتهم وسائل الإعلام الجديدة.

3- متوسط عدد ساعات متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديدة يومياً:
جدول (4) متوسط عدد ساعات متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديدة يومياً
وفقاً للجنسية

الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة متوسط عدد الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	
%18.70	28	%6.70	5	%30.70	23	أقل من ساعة
%36.00	54	%29.30	22	%42.70	32	من ساعة لأقل من 3 ساعات
%14.00	21	%13.30	10	%14.70	11	من 3 ساعات لأقل من 5 ساعات
%22.70	34	%38.70	29	%6.70	5	خمس ساعات فأكثر
%8.70	13	%12.00	9	%5.30	4	طوال اليوم
100	150	100	75	100	75	الإجمالي

قيمة كا²=32.335 درجة الحرية=4 مستوى المغنوية=0.000 الدلالة=0.001
يتضح من الجدول السابق: أن 36% من عينة الدراسة يتابعونها (من ساعة لأقل من 3 ساعات) بينما 18.70% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الجديدة (أقل من ساعة)، ويتابعها 14% منهم (من 3 ساعات لأقل من 5 ساعات)، ويتابعها 22.70% منهم (خمس ساعات فأكثر)، ويتابعها 8.70% منهم (طوال اليوم). وبحساب قيمة كا² بلغت (32.335) عند درجة حرية = (2) ، وهي قيمة دالة إحصائياً، عند مستوى دلالة (0.001)، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ومتوسط عدد ساعات متابعتهم وسائل الإعلام الجديدة يومياً.

4- درجات اعتماد المبحوثين علي وسائل الإعلام الجديد في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف:

جدول (5) درجات اعتماد المبحوثين علي وسائل الإعلام الجديد في معرفة الأحداث الإرهابية وفقاً للجنسية

الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة درجات الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	
%62.70	94	%65.30	49	%60.00	45	اعتمد عليها بدرجة كبيرة.
%27.30	41	%22.70	17	%32.00	24	اعتمد عليها بدرجة متوسطة
%10.00	15	%12.00	9	%8.00	6	اعتمد عليها بدرجة منخفضة
100	150	100	75	100	75	الإجمالي

قيمة كا²=1.965 درجة الحرية=2 مستوى المغنوية=0.374 الدلالة=غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 62.70% من المبحوثين يعتمدون علي وسائل الإعلام الجديدة في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف (بدرجة كبيرة)، ويعتمد عليها 27.30% منهم (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يعتمد عليها 10% فقط (بدرجة منخفضة). وبحساب قيمة كاسبلغت (1.965) عند درجة حرية = (2) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، عند مستوي دلالة (0.05)، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجات اعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديدة في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف. وهذه النتيجة جاءت متوافقة مع دراسة (الداغر.2016) التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة وسائل الاتصال التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن ظاهرة الإرهاب.

5- درجات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف:

جدول (6) درجات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات حول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف وفقاً للجنسية

العينة		النخبة المصرية		النخبة السعودية		الإجمالي	
درجات الثقة		ك	%	ك	%	ك	%
أثق فيها بدرجة كبيرة.		1	1.30%	11	14.70%	12	8.00%
أثق فيها بدرجة متوسطة		56	74.70%	27	36.00%	83	55.30%
أثق فيها بدرجة منخفضة.		18	24.00%	37	49.30%	55	36.70%
الإجمالي		75	100	75	100	150	100

قيمة كاسبلغت = 25.029 درجة الحرية = 2 مستوي المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001

يتضح من الجدول السابق: أن 8% من المبحوثين يثقون في وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات حول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف (بدرجة كبيرة) وهي نسبة ضئيلة توضح مدي ايمان النخب - عينة الدراسة- بأن ماينشر علي وسائل الإعلام الجديد غير موثوق فيه، بينما أظهرت النتائج ان 55.30% من عينة الدراسة يثق بدرجة متوسطة فيما تتناقله وسائل الإعلام من أخبار (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يثق فيها 36.70% منهم (بدرجة منخفضة). وبحساب قيمة كاسبلغت (25.029) عند درجة حرية = (2) ، وهي قيمة دالة إحصائياً، عند مستوي دلالة (0.001)، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجات ثقتهم في وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف، مما يتطلب العودة غالباً للإعلام التقليدي للتأكد من مصداقية المادة المنشورة وهو ماتؤكدته نتائج العديد من الدراسات السابقة (امال الغزاوي ودينا عرابي 2012م)⁴³.

6- درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين:
جدول (7) درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للجنسية

العينة		النخبة المصرية		النخبة السعودية		الإجمالي	
درجات الخطورة		ك	%	ك	%	ك	%
خطيرة بدرجة كبيرة.		56	%74.70	59	%78.70	115	%76.70
خطيرة بدرجة متوسطة		18	%24.00	15	%20.00	33	%22.00
خطيرة بدرجة منخفضة.		1	%1.30	1	%1.30	2	%1.30
الإجمالي		75	100	75	100	150	100

قيمة $\chi^2 = 0.351$ درجة الحرية = 2 مستوى المغنوية = 0.839 الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن الغالبية من المبحوثين بنسبة 76.70% يرون أن وسائل الإعلام الجديدة تتناول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي أنها (خطيرة بدرجة كبيرة)، بينما يري 22% منهم أنها (خطيرة بدرجة متوسطة)، وتتدني نسبة من يري أنها (خطيرة بدرجة منخفضة) بنسبة 1.30% .

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.351) عند درجة حرية = (2) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، عند مستوي دلالة (0.05)، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة من وجهة نظرهم، خاصة مع مايشهده العالم أجمع من انتشار الاعمال الارهابية والتطرف علي كل المستويات.

7- أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار:
جدول (8) أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة
		ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	1.407	119	%79.30	56	%74.70	63	%84.00	لأنها تتمتع بدرجة عالية من الحرية في التعبير عن الرأي.
غير دالة	1.005	119	%79.30	57	%76.00	62	%82.70	لأنها تركز على القضايا التي تهم المواطنين بشكل عام
غير دالة	1.430	106	%70.70	57	%76.00	49	%65.30	لسرعتها وأنيتها في الحصول على المعلومة.
غير دالة	0.533	105	%70.00	51	%68.00	54	%72.00	لكونها تتيح للمواطنين فرصة المشاركة وصنع المحتوى "صحافة المواطن".
غير دالة	0.816	81	%54.00	38	%50.70	43	%57.30	لأنها تناقش القضايا بمصداقية وتتمتع بالأمانة في نقل المعلومات.

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

غير دالة	0.490	%54.00	81	%52.00	39	%56.00	42	لأنها تعرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأحداث
غير دالة	1.957	%46.70	70	%38.70	29	%54.70	41	لأنها تسهم في تكوين خلفية ثقافية ومعرفية جديدة.
غير دالة	0.654	%45.30	68	%42.70	32	%48.00	36	لأنها تقدم المعلومات وحقائق حول الأحداث والوقائع المختلفة على نحو موثوق.
غير دالة	0.170	%35.30	53	%36.00	27	%34.70	26	لأنها تراعي الصدق والموضوعية في عرض المعلومات والأخبار.
			150		75		75	جملة من سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية، حيث جاء في الترتيب الأول "لأنها تتمتع بدرجة عالية من الحرية في التعبير عن الرأي" بنسبة بلغت 79.30%، موزعة بين 84% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 74.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.407 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء أيضاً في نفس الترتيب الأول "لأنها تركز على القضايا التي تهم المواطنين بشكل عام" بنسبة بلغت 79.30%، موزعة بين 82.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.005 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الثاني أيضاً "لسرعتها وأنيتها في الحصول على المعلومة" بنسبة بلغت 70.70%، موزعة بين 65.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.430 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بثقة 95%. وجاء في الترتيب الثالث لكونها تتيح للمواطنين فرصة المشاركة وصنع المحتوى "صحافة المواطن بنسبة بلغت 70%، موزعة بين 72% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 68% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

بلغت قيمة Z المحسوبة 0533 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

بينما جاء في الترتيب الخامس " لأنها تسهم في تكوين خلفية ثقافية ومعرفية جديدة" بنسبة بلغت 46.70%، موزعة بين 54.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 38.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.957 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

8- أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام الجديد في الوقت الراهن وتؤثر على الأمن الوطني من وجهة المبحوثين: جدول (9) أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام الجديد في الوقت الراهن وتؤثر على الأمن الوطني من وجهة المبحوثين وفقاً للجنسية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0.795	78.70%	118	81.30%	61	76.00%	57	القضايا السياسية كالحروب والصراعات
غير دالة	1.699	75.30%	113	81.30%	61	69.30%	52	القضايا الاقتصادية كغلاء الأسعار والأزمات الاقتصادية
غير دالة	0.331	58.70%	88	57.30%	43	60.00%	45	القضايا المتعلقة بالأمن الوطني كالإرهاب
0.05	2.951	56.00%	84	44.00%	33	68.00%	51	القضايا الدينية كالتطرف الديني
غير دالة	0.328	44.00%	66	42.70%	32	45.30%	34	القضايا الاجتماعية كالعنف الأسري والطلاق
		150		75		75		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام الجديد في الوقت الراهن وتؤثر على الأمن الوطني من وجهة المبحوثين وفقاً للجنسية، حيث جاء في الترتيب الأول "القضايا السياسية كالحروب والصراعات" بنسبة بلغت 78.70%، موزعة بين 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 81.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان،

حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.795 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. مما يشير أن الصراعات الدولية والحروب الخارجية والداخلية من أكثر القضايا التي تؤثر على الرأي العام. وجاء في الترتيب الثاني القضايا الاقتصادية كغلاء الأسعار بنسبة بلغت 75.30%، موزعة بين 69.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 81.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.699 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث القضايا المتعلقة بالأمن الوطني بنسبة بلغت 58.70%، موزعة بين 60% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 57.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.331 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الرابع القضايا الدينية كالتطرف الديني بنسبة بلغت 56%، موزعة بين 68% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 44% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، وثبت إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.951 وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وتعد قضية التطرف الديني من أكثر القضايا الملحة في الوقت الراهن لأنه مرتبط بالعديد من القضايا، فالمغالاة في الخطاب الديني يولد التطرف والعنف والإرهاب الذي يعاني منه العالم العربي والغربي معاً لذا يطالب الجميع بتغيير الخطاب الديني وخاصة بين المراهقين والشباب.

وجاء في الترتيب الخامس القضايا الاجتماعية كالعنف الأسري بنسبة بلغت 44%، موزعة بين 45.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة المصرية في مقابل 42.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة السعودية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.328 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، ويتعدد أنواع العنف الأسري ما بين عنف لفظي وجسدي واقتصادي وجنسي ويقع أغلب هذا العنف على المرأة بصفة خاصة وهو ما يسعى الإعلام إلى الإقلال من حجمه من خلال الحملات التوعوية التي تنظمها الهيئات الرسمية والاهلية في الدولة.

9- مفهوم الأمن الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (10) مفهوم الأمن الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للجنسية

المفهوم		العينة		النخبة المصرية		النخبة السعودية		الإجمالي	
				%	ك	%	ك	%	ك
المصادقية في تناول الاخبار		84.00	63	76.00	57	80.00	120	80.00	120
التوعية من مخاطر التطرف وحماية أفراد الوطن		73.33	55	80.00	60	76.67	115	76.67	115
تحقيق أمن الوطن والمجتمع من خلال وسائل الإعلام		54.67	41	60.00	45	57.33	86	57.33	86
ضبط الفوضى الإعلامية		41.33	31	54.67	41	48.00	72	48.00	72
الإجمالي		100	75	100	75	100	150	100	150

تباينت آراء النخب الإعلامية - عينة الدراسة - حول مفهوم الأمن الإعلامي وهو ما يوضحه الجدول السابق: إذ أشار أغلب المبحوثين بنسبة 80% أن مفهوم الأمن الإعلامي يعني: "المصادقية في تناول الاخبار"، بينما يراه 76.67% منهم أنه "التوعية من مخاطر التطرف وحماية أفراد الوطن"، وأشار 57.33% منهم أنه "تحقيق أمن الوطن والمجتمع من خلال وسائل الإعلام"، ويراه 48% منهم أنه "ضبط الفوضى الإعلامية"، وتوضح النتائج السابقة مدى المام الإعلاميين بأهمية المصادقية وضبط فوضى المشهد الإعلامي مما يعني ضرورة وضع مزيداً من الضوابط على الإعلاميين أنفسهم ووضع مزيداً من المواثيق المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديد.

10- درجة أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية

وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (11) درجة أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية

وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة من وجهة نظر المبحوثين وفقاً

للجنسية

درجات الأهمية		العينة		النخبة المصرية		النخبة السعودية		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مهمة بدرجة كبيرة.		40.00%	30	37.30%	28	38.70%	58	38.70%	58
مهمة بدرجة متوسطة		60.00%	45	62.70%	47	61.30%	92	61.30%	92
الإجمالي		100	75	100	75	100	150	100	150

قيمة $\chi^2 = 0.112$ درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.737 الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 38.70% من المبحوثين يرون أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة (بدرجة كبيرة)، بينما يري 61.30% منهم انه مهم (بدرجة متوسطة). وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.112) عند درجة حرية = (1)، وهي قيمة غير دالة

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

إحصائياً، عند مستوي دلالة (0.05)، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجة أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة من وجهة نظرهم.

11- درجة موافقة المبحوثين علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن

أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب:

جدول (12) درجة موافقة المبحوثين علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي"

يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً للجنسية

الإجمالي		النخبة السعودية		النخبة المصرية		العينة درجات الموافقة
%	ك	%	ك	%	ك	
30.00%	45	29.30%	22	30.70%	23	أوافق بشدة
52.70%	79	38.70%	29	66.70%	50	أوافق إلي حد ما
17.30%	26	32.00%	24	2.70%	2	لا أوافق
100	150	100	75	100	75	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 24.220$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001

يتضح من الجدول السابق: أن 30% من المبحوثين يبدون موافقتهم الشديدة علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب ويبدون 52.30% منهم موافقتهم إلي حد ما ، وفي المقابل يبدون 17.30% عدم موافقتهم علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب. وبحساب قيمة χ^2 بلغت (24.220) عند درجة حرية = (2) ، وهي قيمة دالة إحصائياً ، عند مستوي دلالة (0.001)، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (النخبة المصرية والنخبة السعودية) ودرجة موافقتهم علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب.

12- استجابات المبحوثين حول التأثيرات المختلفة لتعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" بين النخبة والمتخصصين لمواجهة التطرف والإرهاب:
جدول (13) استجابات المبحوثين حول التأثيرات المختلفة لتعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" بين النخبة والمتخصصين لمواجهة التطرف والإرهاب

المتوسط	الاستجابة			عبارات المقياس
	موافق	محايد	معارض	
2.63	107 %71.30	31 %20.70	12 %8.00	ك % يحقق الأمن الوطني مما يحافظ علي أمن البلاد واستقرارها
2.60	94 %62.70	52 %34.70	4 %2.70	ك % يضبط عمل وسائل الإعلام في نقل الأخبار والمعلومات
2.60	103 %68.70	35 %23.30	12 %8.00	ك % يدعم الشعور بالانتماء والمواطنة ويحافظ على الهوية الوطنية
2.59	101 %67.30	37 %24.70	12 %8.00	ك % مراعاة الصدق والموضوعية والمهنية في كل الرسائل والمضامين الإعلامية
2.57	100 %66.70	36 %24.00	14 %9.30	ك % يحصن المجتمع من الانحرافات المجتمعية نتيجة الفهم الخاطي للأحداث
2.56	90 %60.00	54 %36.00	6 %4.00	ك % يعمل على تحسين الصورة الذهنية للمسؤولين والأجهزة المختصة كمصدر للمعلومات
2.56	93 %62.00	48 %32.00	9 %6.00	ك % يوفر أدوات إعلامية تساعد على مواجهة كافة أشكال الخطاب الإعلامي المضاد
2.56	87 %58.00	60 %40.00	3 %2.00	ك % يحد من أشكال التبعية الإعلامية وتحصين الوسط الإعلامي من عمليات الغزو الثقافي والاختراقات الإعلامية الغربية
2.54	94 %62.70	43 %28.70	13 %8.70	ك % إيجاد إعلامي ملتزم ومسئول يبحث عن الحقيقة ويحارب الفساد بشفاافية
2.48	91 %60.70	41 %27.30	18 %12.00	ك % يخلق إعلام هادف ومتوازن وموضوعي ينبع من رحم قيم وتقاليد وعادات وهوية المجتمع
2.44	88 %58.70	41 %27.30	21 %14.00	ك % يخلق إعلاماً هادفاً حراً ومسئولاً لا ينحاز لحاكم ولا يتأثر بسطوة المال وإنما ينحاز لخدمة قضايا الجماهير الوطنية
150				جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: أن (تحقيق الأمن الوطني مما يحافظ علي أمن البلاد واستقرارها) جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول التأثيرات المختلفة لتعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" بين النخبة والمتخصصين لمواجهة التطرف والإرهاب بمتوسط 2.63، ثم (يضبط عمل وسائل الإعلام في نقل الأخبار والمعلومات، ويدعم الشعور بالانتماء والمواطنة ويحافظ على الهوية الوطنية) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.60، و(مراعاة الصدق والموضوعية والمهنية في كل الرسائل والمضامين الإعلامية) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.59، ثم (يحصن المجتمع من الانحرافات المجتمعية نتيجة الفهم الخاطي للأحداث) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.57، ثم (يعمل على تحسين الصورة الذهنية للمسؤولين والأجهزة المختصة كمصدر للمعلومات، و يوفر أدوات إعلامية تساعد على مواجهة كافة أشكال الخطاب الإعلامي المضاد، و يحد من أشكال التبعية الإعلامية وتحصين الوسط الإعلامي من عمليات الغزو الثقافي والاختراقات) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.56.

13- استجابات المبحوثين حول مهنية تناول وسائل الإعلام الجديد للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية:

جدول (14)

استجابات المبحوثين حول مهنية تناول وسائل الإعلام الجديد للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية

الاستجابة	عبارات المقياس	معارض	محايد	موافق	المتوسط
2.84	ك التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية غالبًا ما تتسم بالارتجال وعدم التخطيط.	7	10	133	2.84
	%	%4.70	%6.70	%88.70	
2.77	ك تركيز الخطاب الإعلامي على الأداء الأمني دون تفعيل مواز لدور مؤسسات المجتمع الدينية والثقافية والتعليمية في مواجهته الإرهاب.	6	22	122	2.77
	%	%4.00	%14.70	%81.30	
2.69	ك يتعمد الإعلام الجديد المبالغة والتهويل في تغطية الأحداث الإرهابية ولا يركز على إبراز الآثار السلبية الناجمة عنها	14	19	117	2.69
	%	%9.30	%12.70	%78.00	
2.67	ك التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد للقضايا الإرهابية غالبًا ما تتسم بالسطحية وعدم التحليل والتفسير	13	23	114	2.67
	%	%8.70	%15.30	%76.00	
2.60	ك غلبة السبق الإعلامي على دقته ما ينشر من أخبار بشأن بعض حوادث الإرهاب	17	26	107	2.60
	%	%11.30	%17.30	%71.30	
2.57	ك عدم المنهجية والحرفية عند تناول الأحداث المتعلقة بالتطرف والإرهاب.	20	25	105	2.57
	%	%13.30	%16.70	%70.00	
2.53	ك يميل الإعلام الجديد عند تغطيته للأحداث الإرهابية إلى بث الخوف والرعب في نفوس الأفراد وتعميق اليأس من القدرة في السيطرة على الإرهاب	14	42	94	2.53
	%	%9.30	%28.00	%62.70	
2.38	ك التعامل مع الأحداث والقضايا الإرهابية على أنها عدوان على أمن واستقرار الدولة والمواطن	38	17	95	2.38
	%	%25.30	%11.30	%63.30	
2.29	ك معالجة جوانب الأحداث الإرهابية بوطنية ساعدت على خلق رأي عام مساند للدولة في مواجهة التطرف والإرهاب	38	30	82	2.29
	%	%25.30	%20.00	%54.70	
2.23	ك تقديم وقائع وبيانات صحيحة ودقيقة عن الجوانب المختلفة للأحداث الإرهابية.	34	48	68	2.23
	%	%22.70	%32.00	%45.30	
2.16	ك تقديم تفسير وتحليل شامل وعميق للجوانب المختلفة للأحداث الإرهابية.	37	52	61	2.16
	%	%24.70	%34.70	%40.70	
2.14	ك عرض الأحداث الإرهابية بطريقة علمية تهدف إلى خلق فرد ومجتمع واعٍ ومحصن ضد التأثير بالفكر الإرهابي.	44	41	65	2.14
	%	%29.30	%27.30	%43.30	
2.05	ك تقديم رسالة إعلامية مضمونها الأمل في المستقبل وحتمية الانتصار على الإرهابيين لرفع الروح المعنوية للمواطنين	52	38	60	2.05
	%	%34.70	%25.30	%40.00	
	جملة من سنلوا	150			

يتضح من الجدول السابق: أن (التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية غالبًا ما تتسم بالارتجال وعدم التخطيط) جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول مهنية تناول وسائل الإعلام الجديدة للأخبار المتعلقة بالأحداث

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

الإرهابية بمتوسط 2.84، ثم (تركيز الخطاب الإعلامي على الأداء الأمني دون تفعيل موازٍ لدور مؤسسات المجتمع الدينية والثقافية والتعليمية في مواجهه الإرهاب) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.77، (ويتعمد الإعلام الجديد المبالغة والتهويل في تغطية الأحداث الإرهابية ولا يركز على إبراز الآثار السلبية الناجمة عنها) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.69، ثم (التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد للقضايا الإرهابية غالباً ما تتسم بالسطحية وعدم التحليل والتفسير) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.67، ثم (غلبة السبق الإعلامي على دقه ما ينشر من أخبار بشأن بعض حوادث الإرهاب) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.60.

14- استجابات المبحوثين حول أهم التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد

جدول (15)

استجابات المبحوثين حول أهم التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد

المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
				عبارات المقياس	ك
2.90	137 %91.30	11 %7.30	2 %1.30	ك	غياب القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف المهنية التي تضبط الأداء الإعلامي للإعلام الجديد.
2.85	131 %87.30	16 %10.70	3 %2.00	ك	الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام الجديد، ويسمح إلى أي فرد أن يطلق على نفسه مواطناً صحفياً.
2.83	128 %85.30	19 %12.70	3 %2.00	ك	افتقاد الإعلام الجديد لوجود كيانات إعلامية مهنية واضحة محددة المعالم.
2.83	125 %83.30	24 %16.00	1 %0.70	ك	غياب المصادقية والموضوعية في نقل المحتوى الإعلامي.
2.81	127 %84.70	18 %12.00	5 %3.30	ك	غياب مفهوم حارس البوابة وظهور ما يعرف بصحافة المواطن
2.81	131 %87.30	10 %6.70	9 %6.00	ك	أساءه البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد.
2.79	122 %81.30	24 %16.00	4 %2.70	ك	إن صحافة المواطن في الإعلام الجديد تُعطي قيمة الفردية والموهبة الصحفية على قيمة التخصص في المؤسسة الإعلامية
150				جملة من سنلوا	

يتضح من الجدول السابق: أن (غياب القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف المهنية التي تضبط الأداء الإعلامي للإعلام الجديد) جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول أهم التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد بمتوسط 2.90، ثم (الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام الجديد، ويسمح إلى أي فرد أن يطلق على نفسه مواطناً صحفياً) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.85، و(افتقاد الإعلام الجديد لوجود كيانات

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

إعلامية مهنية واضحة محددة المعالم، وغياب المصادقية والموضوعية في نقل المحتوى الإعلامي) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.83 وهو ما أكدته دراسة العساف أن ليس كل ما ينشر على الإعلام الجديد صحيحاً وأنه يحتاج إلى التحقق ولا يمكن تصديقه إجمالاً ثم (غياب مفهوم حارس البوابة وظهور ما يعرف بصحافة المواطن، وإساءة البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.81، ثم (إن صحافة المواطن في الإعلام الجديد تُعطي قيمة الفردية والمهنية الصحفية على قيمة التخصص في المؤسسة) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.79.

15- استجابات المبحوثين حول أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور "الأمن الإعلامي" في التصدي للتطرف والإرهاب:

جدول (16)

استجابات المبحوثين حول أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور "الأمن الإعلامي" في التصدي للتطرف والإرهاب

المتوسط	الاستجابة			عبارات المقياس
	موافق	محايد	معارض	
2.93	141 %94.00	7 %4.70	2 %1.30	ك % تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة القيم المتعلقة بالحفاظ على الأمن والأمان.
2.92	139 %92.70	10 %6.70	1 %0.70	ك % وضع موائيق شرف إعلامية توضح كافة المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية للعاملين في الإعلام
2.91	140 %93.30	7 %4.70	3 %2.00	ك % تفعيل دور التربية الإعلامية التي تهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم والمشاركة فيها بصورة فعالة.
2.91	141 %94.00	5 %3.30	4 %2.70	ك % وضع استراتيجيات إعلامية واضحة لمواجهة ترويج الغرب لقيم إعلامية لا تتوافق مع المجتمع العربية.
2.90	140 %93.30	5 %3.30	5 %3.30	ك % دعم ومساندة الخطاب الإسلامي المعتدل الذي يعكس قيم التسامح والوسطية.
2.88	136 %90.70	10 %6.70	4 %2.70	ك % تنظيم حملات إعلامية منتتالية في وسائل الإعلام المختلف للتوعية بأهمية مواجهة التطرف والإرهاب.
2.88	133 %88.70	16 %10.70	1 %0.70	ك % استخدام ما يعرف بالإعلام المضاد، الذي يقوم على أساس تقديم رسائل إعلامية تقوم على أساس استقاء معلومات صحيحة ودقيقة والاستعانة بالخبراء والمختصين، والاعتماد على مصادر موثوقة.
2.87	135 %90.00	10 %6.70	5 %3.30	ك % تحديث المواقع الإعلامية الرسمية للجهات المختصة عى شبكة الانترنت بحيث تقدم المعلومات الصحيحة أولاً بأول.
2.87	134 %89.30	12 %8.00	4 %2.70	ك % تقديم برامج إعلامية توعوية بصفة مستمرة تتناول قضايا الإرهاب والأحداث الجارية بشكل صريح وبدون تعميم.
2.85	135 %90.00	8 %5.30	7 %4.70	ك % سن القوانين والتشريعات التي تضبط أداء وسائل الإعلام ومعالجة حالات الانفلات الإعلامي.
2.83	132 %88.00	10 %6.70	8 %5.30	ك % إجراء البحوث والدراسات لتفعيل دور "الأمن الإعلامي" في معالجة المواد الإعلامية في جميع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
2.82	129 %86.00	15 %10.00	6 %4.00	ك % إقامة الدورات التدريبية للعاملين في وسائل الإعلام الجديدة والأكاديميين لتعميم مفهوم الأمن الإعلامي خاصة بين النخبة والمتخصصين.
2.82	127 %84.70	19 %12.70	4 %2.70	ك % دعم مبدأ الدعاية السياسية القائمة على مكافحة الإرهاب والتطرف.
	150			جملة من سلولا

يتضح من الجدول السابق: أن (تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة القيم المتعلقة بالحفاظ على الأمن والأمان) جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور "الأمن الإعلامي" في التصدي للتطرف والإرهاب بمتوسط 2.93، ثم (وضع موثيق شرف إعلامية توضح كافة المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية للعاملين في الإعلام) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.92، و(تفعيل دور التربية الإعلامية التي تهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم والمشاركة فيها بصورة فعالة، ووضع استراتيجيات إعلامية واضحة لمواجهة ترويج الغرب لقيم إعلامية لا تتوافق مع المجتمع العربية) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.91، ثم (دعم ومساندة الخطاب الإسلامي المعتدل الذي يعكس قيم التسامح والوسطية) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.90، ثم (تنظيم حملات إعلامية منتالية في وسائل الإعلام المختلف للتوعية بأهمية مواجهة التطرف والإرهاب، واستخدام ما يعرف بالإعلام المضاد، الذي يقوم على أساس تقديم رسائل إعلامية تقوم على أساس استقاء معلومات صحيحة ودقيقة والاستعانة بالخبراء والمختصين، والاعتماد على مصادر موثوقة) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.88.

(أ) نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب.

جدول (17)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب

اتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
0.395**	0.001	درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0.395)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001). وبذلك ثبت صحة الفرض الأول القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب

الفرض الثاني :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمغرافية.

1. الفروق تبعاً للجنسية:

جدول (18)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
النخبة المصرية	75	1.4800	0.64431	0.121	غير دالة
النخبة السعودية	75	1.4667	0.70391		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية ، حيث بلغت قيمة "ت" (0.121) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

الفروق تبعاً لنوع النخبة:

جدول (19)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لنوع النخبة

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
النخبة الأكاديمية	75	1.4933	0.68524	0.363	غير دالة
النخبة الإعلامية	75	1.4533	0.66360		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لنوع النخبة ، حيث بلغت قيمة "ت" (0.363) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

2. الفروق تبعاً للنوع:

جدول (20)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتداع علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الذكور	99	1.5354	0.71875	1.582	غير دالة
الإناث	51	1.3529	0.55941		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتداع علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (1.582) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

3. الفروق تبعاً للسن:

جدول (21)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتداع علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	5.166	2	2.583	6.102	0.01
داخل المجموعات	62.227	147	423.		
المجموع	67.393	149			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي ": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتداع علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن، حيث بلغت قيمة "ف" (6.102) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01). ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين وفقاً للسن، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (22) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتقاد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن

المجموعات	من 30-40 سنة	من 40-50 سنة	50 سنة فأكثر
من 30-40 سنة	-	-	-
من 40-50 سنة	0.13	-	-
50 سنة فأكثر	*0.72	*0.59	-

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل

المراحل العمرية المختلفة للمبحوثين، حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D :

- هناك اختلافاً بين المبحوثين في المرحلة العمرية (من 30-40 سنة) والمبحوثين في المرحلة العمرية (50 سنة فأكثر) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.72، لصالح المبحوثين في المرحلة العمرية (من 30-40 سنة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
 - هناك اختلافاً بين المبحوثين في المرحلة العمرية (من 40-50 سنة) والمبحوثين في المرحلة العمرية (50 سنة فأكثر) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.59، لصالح المبحوثين في المرحلة العمرية (من 40-50 سنة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الثاني جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإعتقاد علي وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمجرافية، حيث ثبت وجود فروق تبعاً للسن.

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمجرافية.

1. الفروق تبعاً للجنسية:

جدول (23)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية

الدالة	قيمة (ت)	ع	م	العدد	العينة	ابعاد المقياس
0.05	2.383	6.03094	49.3733	75	النخبة المصرية	مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف
		6.89044	46.8533	75	النخبة السعودية	
0.01	2.831	4.04560	29.2267	75	النخبة المصرية	التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد
		3.91233	31.0667	75	النخبة السعودية	
غير دالة	1.293	6.72899	56.3333	75	النخبة المصرية	الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"
		6.66190	57.7467	75	النخبة السعودية	
غير دالة	0.336	12.90855	134.9333	75	النخبة المصرية	المقياس ككل
		13.84307	135.6667	75	النخبة السعودية	

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة "ت" (0.336) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

وتشير النتائج التفصيلية إلي:

- وجود فروق بين دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس البعد الخاص بـ (مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف) علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.383) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05) لصالح النخبة المصرية.
- وجود فروق بين دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس البعد الخاص بـ (التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد) علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.831) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01) لصالح النخبة السعودية.

2. الفروق تبعاً لنوع النخبة:

جدول (24)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لنوع النخبة

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	النخبة الأكاديمية	75	47.6000	6.53473	0.956	غير دالة
	النخبة الإعلامية	75	48.6267	6.62055		
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	النخبة الأكاديمية	75	29.7600	4.46560	1.164	غير دالة
	النخبة الإعلامية	75	30.5333	3.62549		
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	النخبة الأكاديمية	75	55.9333	7.77441	2.041	0.05
	النخبة الإعلامية	75	58.1467	5.26768		
المقياس ككل	النخبة الأكاديمية	75	133.2933	15.15842	1.857	غير دالة
	النخبة الإعلامية	75	137.3067	10.98152		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لنوع النخبة ، حيث بلغت قيمة "ت" (1.857) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

وتشير النتائج التفصيلية إلى:

- وجود فروق بين دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس البعد الخاص بـ (الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي) علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للجنسية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.041) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01) لصالح النخبة السعودية.

3. الفروق تبعاً للنوع:

جدول (25)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للنوع

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمه (ت)	الدلالة
مهنية تناول لأخبار واحداث الإرهاب والتطرف	الذكور	99	47.7778	6.54740	0.870	غير دالة
	الإناث	51	48.7647	6.64707		
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	الذكور	99	30.2626	4.15659	0.485	غير دالة
	الإناث	51	29.9216	3.93367		
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	الذكور	99	57.2626	6.92170	0565	غير دالة
	الإناث	51	56.6078	6.32480		
المقياس ككل	الذكور	99	135.3030	13.67737	0.004	غير دالة
	الإناث	51	135.2941	12.80515		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (0.004) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

4. الفروق تبعاً للسن:

جدول (26) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
مهنية تناول لأخبار واحداث الإرهاب والتطرف	بين المجموعات	289.252	2	144.626	3.455	0.05
	داخل المجموعات	6153.822	147	41.863		
	المجموع	6443.073	149			
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	بين المجموعات	15.610	2	7.805	0.467	غير دالة
	داخل المجموعات	2455.163	147	16.702		
	المجموع	2470.773	149			
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	بين المجموعات	160.798	2	80.399	1.805	غير دالة
	داخل المجموعات	6548.962	147	44.551		
	المجموع	6709.760	149			
المقياس ككل	بين المجموعات	356.461	2	178.231	1.001	غير دالة
	داخل المجموعات	26175.039	147	178.061		
	المجموع	26531.500	149			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي ": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن، حيث بلغت قيمة "ف" (1.250) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05). وتشير النتائج التفصيلية إلي:

- وجود فروق بين دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس البعد الخاص بـ (مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف) علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن، حيث بلغت قيمة "ف" (3.455) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05) لصالح النخبة السعودية. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين وفقاً للسن، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .
- جدول (27) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً للسن

ابعاد المقياس	المجموعات	من 30-40 سنة	من 40-50 سنة	50 سنة فأكثر
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	من 30-40 سنة	-	-	-
	من 40-50 سنة	2.65*	-	-
	50 سنة فأكثر	0.94	3.60	-

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل المراحل العمرية المختلفة للباحثين، حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D وجود اختلافاً بين الباحثين في المرحلة العمرية (من 30-40 سنة) والباحثين في المرحلة العمرية (50 سنة فأكثر) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 2.65، لصالح الباحثين في المرحلة العمرية (من 30-40 سنة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 ، بينما لم يظهر المقياس فروقا للمتوسطات لعينة الدراسة الذين تتراوح اعمارهم 50 عاماً فأكثر.

وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمتغيراتهم الديمغرافية.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد.

جدول (28)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	بين المجموعات	440.228	2	220.114	5.390	0.01
	داخل المجموعات	6002.846	147	40.836		
	المجموع	6443.073	149			
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	بين المجموعات	491.395	2	245.697	18.247	0.001
	داخل المجموعات	1979.379	147	13.465		
	المجموع	2470.773	149			
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	بين المجموعات	877.476	2	438.738	11.058	0.001
	داخل المجموعات	5832.284	147	39.675		
	المجموع	6709.760	149			
المقياس ككل	بين المجموعات	4596.455	2	2298.227	15.402	0.001
	داخل المجموعات	21935.045	147	149.218		
	المجموع	26531.500	149			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي ": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة "ف" ، قيماً دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001). ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين وفقاً لدرجة الإعتماذ علي وسائل الإعلام الجديد ، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (29) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد

أبعاد المقياس	المجموعات	أعتمد بدرجة كبيرة	أعتمد بدرجة متوسطة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	أعتمد بدرجة كبيرة	-	-
	أعتمد بدرجة متوسطة	*3.91	-
	أعتمد بدرجة منخفضة	1.68	2.22
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	أعتمد بدرجة كبيرة	-	-
	أعتمد بدرجة متوسطة	*3.81	-
	أعتمد بدرجة منخفضة	*3.54	0.26
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	أعتمد بدرجة كبيرة	-	-
	أعتمد بدرجة متوسطة	*3.14	-
	أعتمد بدرجة منخفضة	**7.59	*4.44
المقياس ككل	أعتمد بدرجة كبيرة	-	-
	أعتمد بدرجة متوسطة	*10.87	-
	أعتمد بدرجة منخفضة	1.94	*12.81

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل درجات الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديد المختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة لمهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف:

• أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الباحثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والباحثين ذوي درجات اعتماد (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 3.91 لصالح الباحثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للتحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد:

• أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الباحثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والباحثين ذوي درجات اعتماد (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 3.81 لصالح الباحثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

- هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 3.54 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
- بالنسبة لاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي":**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 3.14 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .
 - هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 7.59 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.001 .
 - هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (المتوسطة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 7.59 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المتوسطة وهو فرق دال عند مستوى 0.01 .
- بالنسبة للمقياس ككل:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (كبيرة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 10.87 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المرتفعة وهو فرق دال عند مستوى 0.001 .
 - هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي درجات اعتماد (المتوسطة) والمبحوثين ذوي درجات اعتماد (منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 12.81 لصالح المبحوثين ذوي درجات الاعتماد المتوسطة وهو فرق دال عند مستوى 0.001 .
- وبذلك ثبت صحة الفرض الرابع القائل:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجات اعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد.

الفرض الخامس:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد.

جدول (30)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	بين المجموعات	69.892	2	34.946	0.806	غير دالة
	داخل المجموعات	6373.182	147	43.355		
	المجموع	6443.073	149			
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	بين المجموعات	216.340	2	108.170	7.053	0.001
	داخل المجموعات	2254.433	147	15.336		
	المجموع	2470.773	149			
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	بين المجموعات	215.642	2	107.821	2.441	غير دالة
	داخل المجموعات	6494.118	147	44.178		
	المجموع	6709.760	149			
المقياس ككل	بين المجموعات	744.307	2	372.154	2.121	غير دالة
	داخل المجموعات	25787.193	147	175.423		
	المجموع	26531.500	149			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي " : إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد ، حيث بلغت قيمة "ف" (2.121) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

وتشير النتائج التفصيلية إلي:

- وجود فروق بين دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس البعد الخاص بـ (التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد) علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة "ف" (7.053) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين وفقاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (31)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد

أبعاد المقياس	المجموعات	أثق فيها بدرجة مرتفعة	أثق فيها بدرجة متوسطة
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	أثق فيها بدرجة مرتفعة	-	-
	أثق فيها بدرجة متوسطة	*2.76	-
	أثق فيها بدرجة منخفضة	0.43	*2.32

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل المراحل العمرية المختلفة للمبحوثين، حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D:

- وجود اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستويات الثقة (المرتفعة) والمبحوثين ذوي مستويات الثقة (المتوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 2.76، لصالح المبحوثين ذوي مستويات الثقة (المرتفعة) وهو فرق دال عند مستوى 0.01 .
- وجود اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستويات الثقة (المتوسطة) والمبحوثين ذوي مستويات الثقة (المنخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 2.32، لصالح المبحوثين ذوي مستويات الثقة (المتوسطة) وهو فرق دال عند مستوى 0.01 .

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الخامس جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوي الثقة في وسائل الإعلام الجديد.

الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوي أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديد.

جدول (32)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوي أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	مهمة بدرجة كبيرة	58	47.1897	6.16571	1.370	غير دالة
	مهمة بدرجة متوسطة	92	48.6957	6.79000		
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام	مهمة بدرجة كبيرة	58	30.4138	3.38228	0.637	غير دالة
	مهمة بدرجة متوسطة	92	29.9783	4.46224		
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور	مهمة بدرجة كبيرة	58	55.7586	6.62878	1.872	غير دالة
	مهمة بدرجة متوسطة	92	57.8478	6.67114		
المقياس ككل	مهمة بدرجة كبيرة	58	133.3621	11.91888	1.417	غير دالة
	مهمة بدرجة متوسطة	92	136.5217	14.09503		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لمستوى أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة "ت" (1.417) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05). وبذلك ثبت عدم صحة الفرض السادس القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لمستوى أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديد.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تناولها وسائل الإعلام الجديدة.

جدول (33)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة

أبعاد المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
مهنية التناول لأخبار وأحداث الإرهاب والتطرف	بين المجموعات	18.482	2	9.241	0.211	غير دالة
	داخل المجموعات	6424.592	147	43.705		
	المجموع	6443.073	149			
التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد	بين المجموعات	149.497	2	74.749	4.734	0.01
	داخل المجموعات	2321.276	147	15.791		
	المجموع	2470.773	149			
الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"	بين المجموعات	859.149	2	429.575	10.793	0.001
	داخل المجموعات	5850.611	147	39.800		
	المجموع	6709.760	149			
المقياس ككل	بين المجموعات	1939.798	2	969.899	5.798	0.01
	داخل المجموعات	24591.702	147	167.290		
	المجموع	26531.500	149			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي ": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة ، حيث بلغت قيمة "ف" (5.798) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01). ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين وفقاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (34)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة

خطورة بدرجة متوسطة	خطورة بدرجة كبيرة	المجموعات	أبعاد المقياس
-	-	خطورة بدرجة كبيرة	التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد
-	*2.4	خطورة بدرجة متوسطة	
1.72	0.68	خطورة بدرجة منخفضة	
-	-	خطورة بدرجة كبيرة	الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن الإعلامي"
-	*5.20	خطورة بدرجة متوسطة	
5.12	*10.32	خطورة بدرجة منخفضة	
-	-	خطورة بدرجة كبيرة	المقياس ككل
-	*8.04	خطورة بدرجة متوسطة	
5.71	13.75	خطورة بدرجة منخفضة	

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل درجات الخطورة المختلفة التي يراها المبحوثين في تناول وسائل الإعلام الجديد لقضايا التطرف والإرهاب، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

بالنسبة للتحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد:

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) والمبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 2.4 لصالح المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة لاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد دور "الأمن

الإعلامي":

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) والمبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث

الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 5.20 لصالح المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

● أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) والمبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 10.32 لصالح المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

بالنسبة للمقياس ككل:

● أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) والمبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 8.04 لصالح المبحوثين الذين يروا أن درجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة (كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى 0.05 .

وبذلك ثبت صحة الفرض السابع القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وفقاً لدرجة خطورة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي المجتمع كما تتناولها وسائل الإعلام الجديدة.

خاتمة الدراسة:

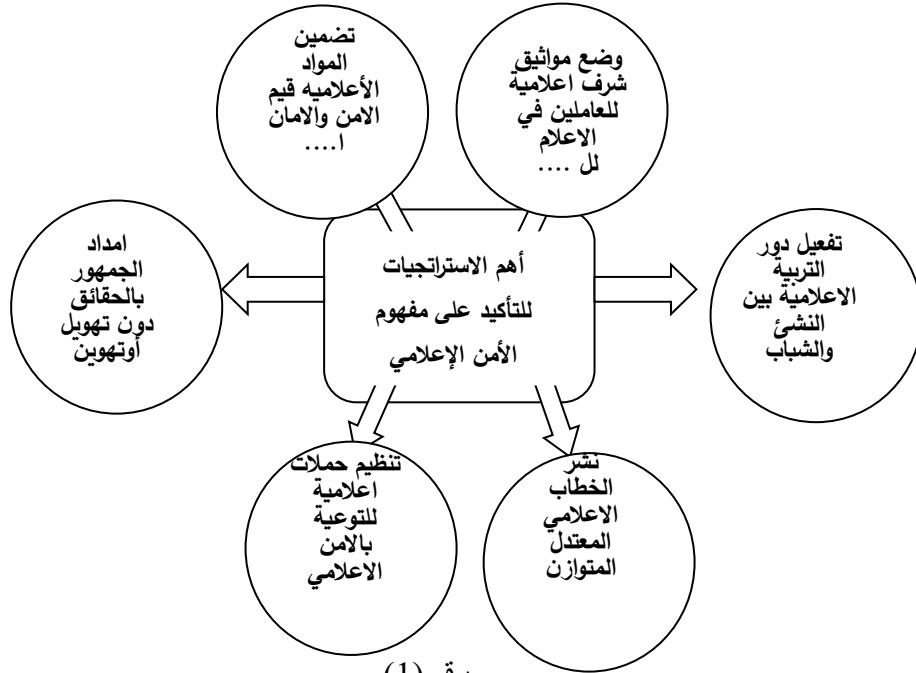
خلصت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها:

1. تمثلت أهم وسائل الإعلام- التقليدية والجديدة- التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً للجنسية في المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة بلغت 80.70%، يليها في الترتيب الثاني الفيسبوك بنسبة بلغت 76%، ثم تويتر بنسبة بلغت 75.30%، فالصحف الإلكترونية بنسبة بلغت 71.30%، وجاء في الترتيب الخامس اليوتيوب بنسبة بلغت 65.30% وتراجع الاعلام التقليدي من فضائيات وصحف ورقية.
2. يتابع 74.70% من المبحوثين وسائل الإعلام الجديدة بصفة دائمة، بينما يتابعها 25.30% منهم أحياناً بنسبة 18.70%، واتضح أن 36% من عينة الدراسة يتابعونها (من ساعة لأقل من 3 ساعات)، من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الجديدة (أقل من ساعة)، بينما 14% منهم يتابعونها (من 3

- ساعات لأقل من 5 ساعات)، ويتابعها 22.70% منهم (خمس ساعات فأكثر)، ويتابعها 8.70% منهم (طوال اليوم).
3. يعتمد 62.70% من المبحوثين علي وسائل الإعلام الجديدة في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف (بدرجة كبيرة)، ويعتمد عليها 27.30% منهم (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يعتمد عليها 10% فقط (بدرجة منخفضة).
4. رغم المتابعة الجيدة للإعلام الجديد من عينة الدراسة إلا أن 8% فقط من المبحوثين يتقون في وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات حول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف (بدرجة كبيرة)، ويثق فيها 55.30% منهم (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يثق فيها 36.70% منهم (بدرجة منخفضة).
5. يري 76.70% من المبحوثين أن وسائل الإعلام الجديدة تتناول الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف علي أنها (خطيرة بدرجة كبيرة)، ويري 22% منهم أنها (خطيرة بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يري 1.30% منهم أنها (خطيرة بدرجة منخفضة).
6. تمثلت أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام الجديدة في الوقت الراهن وتؤثر على الأمن الوطني من وجهة المبحوثين وفقاً للجنسية، في الترتيب الأول القضايا السياسية كالحروب بنسبة بلغت 78.70%، وجاء في الترتيب الثاني القضايا الاقتصادية كغلاء الأسعار بنسبة بلغت 75.30%، وجاء في الترتيب الثالث القضايا المتعلقة بالأمن الوطني بنسبة بلغت 58.70%، وجاء في الترتيب الرابع القضايا الدينية كالتطرف الديني بنسبة بلغت 56%، وجاء في الترتيب الخامس القضايا الاجتماعية كالعنف الأسري بنسبة بلغت 44%.
7. يري 80% من المبحوثين أن مفهوم الأمن الإعلامي يمكن أن يكون (المصدقية في تناول الاخبار)، ويراه 76.67% منهم أنه (التوعية من مخاطر التطرف وحماية افراد الوطن)، ويراه 57.33% منهم أنه (تحقيق أمن الوطن والمجتمع من خلال وسائل الاعلام)، ويراه 48% منهم أنه (ضبط الفوضى الاعلامية).
8. يري 38.70% من المبحوثين أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديدة (بدرجة كبيرة)، ويري 61.30% منهم (بدرجة متوسطة).
9. يبدي 30% من المبحوثين موافقتهم الشديدة علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب ويبدي 52.30% منهم موافقتهم إلي حد ما ، وفي المقابل يبدي 17.30% عدم

- موافقتهم علي أن تعميم مفهوم "الأمن الإعلامي" يمكن أن يسهم في مواجهة التطرف والإرهاب.
10. تمثلت أهم التحديات التي تواجه تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين في (غياب القوانين والتشريعات وموثيق الشرف المهنية التي تضبط الأداء الإعلامي للإعلام الجديد) في المقدمة بمتوسط 2.90، ثم (الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام الجديد، ويسمح إلى أي فرد أن يطلق على نفسه) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.85، و(افتقاد الإعلام الجديد لوجود كيانات إعلامية مهنية واضحة محددة المعالم، وغياب المصداقية والموضوعية في نقل المحتوى الإعلامي) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.83، ثم (غياب مفهوم حارس البوابة وظهور ما يعرف بصحافة المواطن، وإساءة البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.81، ثم (إن صحافة المواطن في الإعلام الجديد تُعلي قيمة الفردية والموهبة الصحفية على قيمة التخصص في المؤسسة) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.79.
11. تمثلت أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور "الأمن الإعلامي" في التصدي للتطرف والإرهاب من وجهة نظر المبحوثين في (تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة القيم المتعلقة بالحفاظ على الأمن والأمان) في المقدمة بمتوسط 2.93، ثم (وضع موثيق شرف إعلامية توضح كافة المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية للعاملين في الإعلام) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.92، و(تفعيل دور التربية الإعلامية التي تهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم والمشاركة فيها بصورة فعالة، ووضع استراتيجيات إعلامية واضحة لمواجهة ترويج الغرب لقيم التسامح والوسطية) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.90، ثم (تنظيم حملات إعلامية متتالية في وسائل الإعلام المختلف للتوعية بأهمية مواجهة التطرف والإرهاب، واستخدام ما يعرف بالإعلام المضاد، الذي يقوم على أساس تقديم رسائل إعلامية تقوم على أساس استقاء معلومات صحيحة ودقيقة والاستعانة بالخبراء والمختصين، والاعتماد على مصادر موثوقة) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.88.
12. ثبت وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين درجات اعتماد النخبة عينة الدراسة علي وسائل الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب.

13. ثبت وجود فروق بين متوسطات درجات النخبة عينة الدراسة علي مقياس الإتجاهات نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب تبعاً لدرجات إعتمادهم علي وسائل الإعلام الجديد.
استراتيجيات تعميم مفهوم الامن الاعلامي



رقم (1)

أن الحرب الفكرية التي تقودها الدول العربية ضد الإرهاب والتطرف لا تقل ضراوة عن المواجهات الميدانية بالجبهات العسكرية، لذا يجب أن يدرك العالم أنها تقدم ثمناً باهظاً لمحاربتها للإرهاب وهو ما يؤكد أنه لا يوجد إعلام دون سياسة إعلامية ترشده وتقومه وتصل به إلى بر الأمان يقف عليها خبراء الإعلام والمتخصصين في كل دولة بهدف تطبيق مفاهيم "الأمن الإعلامي" لمنع الإنحرافات الإعلامية وتحقيق الهدف المأمول والمنشود منه، وتحصين المجتمع ضد الشائعات والصراعات الطائفية والافكار المتطرفة التي تؤدي الي الارهاب ، وإذا كانت القنوات الإعلامية تختلف في تحليلها ورؤيتها ومضمونها في تناول القضايا والموضوعات المختلفة حسب السياسات الإعلامية التي توجهها، فإنه لا بد لكافة القنوات الإعلامية- وخاصة وسائل الاعلام الجديد- أن تعمل وفقا لمواثيق الشرف الإعلامي المختلفة؛ لتحافظ من خلالهما على المعايير الإعلامية الصحيحة التي يجب اتباعها حفاظاً على الامن والاستقرار الاجتماعي داخل المجتمعات وخارجها.

هوامش الدراسة:

- 1-Baran,Stanley(2010).J.&Davis,Dennis.Mass Communication Theory :Foundations Ferment and future .(6th ed.) (Boston,Am:wadsworth) P.169
- 2- اليحياوي، يحيى (2012). الفيسبوك والانتفاضات العربية. متاح علي الرابط التالي: [http:// hespress.com/writers/59773.html](http://hespress.com/writers/59773.html)
- 3-Geyer, Steven (2004): Der Deutsche online Journalismusam 11. September Die Terroranschlage als Schlusselfereignis fur das Junge Nachrichtenmedium, Verlag Reinhard Fischer, P. 7
- 4-Albrecht, Ulrich, Becker, Jorg: Medien Zwischen Krieg und Frieden, (2002)Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft fur Friedens und Konfliktforschung (AFK), Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, P. 13
- 5-Paul, Gerhard(2005):Der Bilder Krieg Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der "Operation Irakische Freiheit", Wallstein Verlag, P. 111
- 6- سليم ، حنان (2007) دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحو أحداث الحرب على لبنان، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر بكلية الإعلام بعنوان: "الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو) ص 288-339
- 7-<http://akhbar.akhbarelyom.com/newdetails.aspx>
http://www.masrawy.com/News/News_Egypt/details/2016/8/25
- 8- مصطفى ، هويدا (2008) دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (تونس: جامعة الدول العربية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد 63).
- 9- مكاي، حسن و السيد، ليلي (1997) **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (القاهرة : عالم الكتاب)، ص 232 – 233 .
- 10- المدني، أسامه (2009) اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية: دراسة ميدانية (الرياض: كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى)، متاح:<http://uqu.edu.sa/page/ar/158190>.
- 11- إبراهيم ، عبدالله (2009) اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشئون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة: كلية الآداب، جامعة الزقازيق).
- 12- ملفين ديليفر ، روكيتش ، ساندرابول (1993) ، **نظريات وسائل الإعلام** ، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع).
- 13- Defleur M, Ball Rockeach S (1992), **Theories of Mass Communication**, 4th ed, New York: Longman, pp 242 – 244
- 14- إسماعيل. محمود (2003) **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**. (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع)

- 15- Kennis, Andrew (2009) Theorizing and Historicizing the Media Dependence Model, **Conference Papers, Annual Meeting of International Communication Association**, 2009,p1-45
- 16- عبد القوي، محمود حمدي (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 17- عبد الحميد، محمد (1998) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 18- محمد عبد الحميد. نفس المرجع السابق. ص 465-467.
- 19- محمد نصر، حسني (2015). " اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد" في: **مؤتمر وسائل الاتصال الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية**". (الرياض : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ص 34
- 20- غيث، محمد عاطف (1996). **قاموس علم الاجتماع**. (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية) ص 154
- 21- جمال، نجلاء (2006). " دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والشبكات المتحققة لهم". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام . قسم العلاقات العامة والإعلان) ص 165
- 22- علم الدين، محمود (2014). **الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل**. ط1 (القاهرة: عالم الكتب) ص 54.
- 23- إلهامي، حسام و حماد، أحمد و عبدالمجيد، مها (2013). **مناهج البحث في الإعلام الجديد**. (القاهرة: الوابل الصيب) ص 96-97.
- 24- رفاعي، أحمد (2014). "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة :جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة . قسم الإعلام وثقافة الطفل).
- 25- العزب، شيماء (2014). " مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الإعلام) 2014م.
- 26- العنزي، لمياء (2013). "دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب". رسالة ماجستير غير منشورة. (الرياض:جامعة الملك سعود. عمادة . كلية الآداب .قسم الإعلام) 2013م.
- 27-Daniel Helporn(2013). "Toward a network Public Sphere :How social media triggers civic engagement through news consumption and political discussion .**PHD of Philosophy**. Graduated Program in Communication ,information and library studies .The State University of New Jersey.
- 28- مبارك، عبدالله (2012). " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير غير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام).
- 29-Kalyango&Adu-Kumi (2012) Impact of social media on political mobilization in East and West Africa.**6th annual forum Saudi Association for media and communication**. King Saud University ,Rayed 15-16 April.

- 30 شردافة، تحسين (2016) دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف. ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي المحكم تحت عنوان: دور الشريعة والقانون والإعلام في مكافحة الإرهاب. الأردن.
- 31 العساف، عبدالله (2016) الإعلام الجديد وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا الإرهاب، دراسة مسحية على عينة من أفراد الجمهور السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 16 نوفمبر.
- 32 الداغر، مجدي (2016) دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو الإرهاب عبي شبكة الانترنت: دراسة. مجلة كلية الآداب والعلوم لاجتماعية. الكويت العدد 36.
- 33 طه، هيام (2015) تقييم تغطية الفضائيات لقضايا التطرف الديني من منظور قادة الرأي في الأردن رسالة ماجستير غير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام).
- 34 الشرفاوي، ايمان (2014) جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، الرياض.
- 35Kisang (2014) Reporting terrorism among Kenyan media: Should journalists be cautious?.Journal of Media and Communication Studies, Vol. 6(5), pp. 78-84.
- 36Mutua (2013) The Role of the Media in influencing the war against Terrorism. A project submitted to the Institute of Diplomacy and International Studies in Partial Fulfillment for the Requirement of Master of Arts Degree in International Studies
- 37Al-Khalifa(2012) *Politics, terrorism and the news media: a case study of Saudi Arabia (2006-2007)*. Doctorate Thesis (Doctorate). Bournemouth University.
- 38 بن منيخر، سلطان (2008) دور وسائل الاصال في تشكيل معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الارهاب دراسة مسحية" رسالة ماجستير). القاهرة: قسم العلاقات العامة والاعلان كلية الاعلام جامعة القاهرة.
- 39- إسماعيل، محمود (2011) *مناهج البحث الإعلامي*. (القاهرة: دار الفكر العربي) ص 98-100.
- 40- عصفور، جابر (2006). *القدوة والمسؤولية في المجتمع*. اعداد: محمد أنور 9 القاهرة: الهيئة العامة للكتاب) ص 177.
- 41- عبد العزيز- بركات (2011). *أسس ومناهج البحث الإعلامي*.. (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع) ص 139.
- 42- Newman, Lawrence – Basics of social research(2007). **Qualitative and Quantitative Approaches'** (USA: Pearson) P. 197.
- 43- الغزاوي، أمال وعرابي، دينا (2012) بحث منشور بعنوان " دور وسائل في إدارة الكوارث الطبيعية دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تشكيل معارف الشباب نحو كارثة سيول جدة. في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الاعلام. جامعة القاهرة. يناير. ص 410.
- *** أسماء السادة محكمي أداة الدراسة مرتبين أبجدياً وحسب الدرجة العلمية:
أ.د ثريا البدوي : أستاذ الإعلام . قسم العلاقات العامة والإعلان . كلية الإعلام . جامعة القاهرة .
أ.د محمد بسيوني : أستاذ الإعلام . قسم الصحافة . كلية الإعلام . جامعة القاهرة .

اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور "الأمن الإعلامي" في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد

- أ.د. محمد غريب: أستاذ الإعلام. كلية الآداب. قسم الإعلام. جامعة أم القرى.
د. دينا عرابي: أستاذة الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
د. لمياء محمود: رئيس شبكات صوت العرب بالاذاعة المصرية.
د. ممدوح عبدالله مكاي: مدرس الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
د. نور الدين ميلادي: أستاذ الإعلام الجماهيري. كلية الآداب. قسم الإعلام. جامعة قطر.