

# مجلة

## جامعة العلاقات العامة

### الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي = ٢٠١٦ = ١.٣٣

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة - العدد الثالث عشر - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

- التقرير الإحصائي للمجلة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ ص ٩ ...
- معامل التأثير العربي - تقرير ٢٠١٦ ص ٢١ ...
- الانشار العالمي على منصات المعلومات الرقمية الدولية (Indexed) ص ٢٧ ...

#### ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسئولية العامة

أ.د/ رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣)  
نور الهدى بزقاو عوض بوزقاو (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٣٥

#### البحوث العربية:

- فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي : دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤  
د/ محمد عبد حسن العامری (جامعة بغداد)  
علي صادق داود (جامعة بغداد) ... ص ٣٩
- تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول العربية - دراسة ميدانية  
د/ أحمد سالم عيسوي (جامعة أم القرى) ... ص ٩٣
- عندما يصبح الإعلام شريكاً في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية  
د/ ثريا محمد السنوسي (جامعة الغربى بدبي) ... ص ١٥١
- تعرض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرف فكريًاً وعلاقته بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية:  
دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث  
د/ غادة مصطفى البطريق (جامعة الزقازيق) ... ص ١٧٥
- موقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرائي للجمهور المصري - دراسة ميدانية  
د/ لبنى مسعود عبد العظيم (جامعة سيناء) ... ص ٢٠٩
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية  
د/ أيمن محمد إبراهيم بريك (جامعة الأزهر) ... ص ٢٥٣
- تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية  
عواطف حسن حيدر اليافعي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٩٣

#### ملخصات الرسائل الجامعية:

- حدود الحرية والمسؤولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية  
نوال محمد علي المهدى الشريف (جامعة الزيتونة - ليبيا) ... ص ٣٣٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة EPRA @ ٢٠١٦

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)





## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثالث عشر - السنة الرابعة - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معرض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء  
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة  
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة  
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطى

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والآلسن  
جامعة مصر الدولية

د/ ثريا محمد السنوسى

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام  
جامعة الغربى

د/ محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام  
جامعة بغداد

د/ السيد عبد الرحمن على

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام  
جامعة سيناء

صبرى محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

أحمد على بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

## المراحلات

### الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقى

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jprr@epra.org.eg

## الم الهيئة العلمية

### أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

### أ.د مني سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د ياس خضرير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عثمان للعلوم والتكنولوجيا

### أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د محمد معرض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

### أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طايع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د شريف درويش مصطفى اللبناني

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

### أ.د حسن علي محمد محمد على

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

### أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبية

### أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

### أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والآلسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

### أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

### أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

### أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعائية، كلية الصحفة، جامعة ميرزا أولوغ بيك القومية الأوزبكية

### أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشرعيات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

### أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطى من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**  
Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jprr@epra.org.eg](mailto:jprr@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg) - [www.jprr.epra.org.eg](http://www.jprr.epra.org.eg)

الهاتف : (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20-818

# **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**

## **Journal of Public Relations Research Middle East**

### **التعريف بالمجلة:**

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن مهرجانات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يتلزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### **قواعد النشر:**

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية - الإنجليزية - الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكادémie المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكادémie نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه ويراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic . والعناوين الرئيسية والفرعية Bold .
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا طلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرًا فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب . \$٤٥٠ .

- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ \$ ١٣٠ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$ ٥.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% ملن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% ملن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبّر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإيميل المعتمد من الجمعية jprr@epra.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

## الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنا عشر عدداً متتابعاً تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية العربية بمعدل = ١.٣٣ ، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

وفي العدد الثالث عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثاً ورؤى علمية لأساتذة المساعدين والمدرسين، وطلبة الدراسات العليا في مرحلة الدكتوراه. ففي البداية نجد بحث مشترك للأستاذ الدكتور رضوان بو جمعة والباحثة نور الهدى زقاو معرض بوزقاو - جامعة الجزائر ٣ - من (الجزائر)، بعنوان: "الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسئولية العامة".

كما تضمن العدد بحوثاً مشتركة مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مشارك منهم: د/ محمد عبد حسن العامري والباحث علي صادق - جامعة بغداد - من (العراق) وللذان قدما بحثهما عن: "فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي : دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤ م ."

كما قدم: د/ أحمد سالم عيسوي - جامعة أم القرى- من (مصر) دراسة ميدانية عن: "تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول .".

بينما قدمت كل من: د/ ثريا محمد السنوسي - جامعة الغربى بدبي- من (تونس) ، دراسة عن: " عندما يصبح الإعلام شريكاً في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية .".

وقدمت د/ غادة مصطفى البطريق - جامعة الزقازيق - من (مصر) دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث عن: " تعرض الشباب العربي للموقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية".

أما د/ لبني مسعود عبد العظيم - جامعة سيناء- من (مصر) قدمت مشاركة بحثية عن: "موقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرائى للجمهور المصرى- دراسة ميدانية". بينما قدم د/ أيمن محمد إبراهيم بريث - جامعة الأزهر - من (مصر) بحثاً بعنوان: "دور م الواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية".

وقدمت عواطف حسن حيدر اليافعي - جامعة صنعاء - من (اليمن) بحثاً لاستكمال متطلبات مناقشة درجة الدكتوراة بعنوان: "تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية .".

وأخيراً من جامعة الزيتونة في (ليبيا) - قدمت الباحثة نوال علي المهدى الشريف ملخص رسالة دكتوراه بعنوان: "حدود الحرية والمسؤولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقى للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرآ ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

**رئيس تحرير المجلة**

**أ.د/ علي عجوة**



## أفاده

تفيد أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا بأن الجمعية المصرية للعلاقات العامة

Egyptian Public Relations Association

مسجلة ضمن الجمعيات العلمية التى ترعاها أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا .







## التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ - أكتوبر ٢٠١٦)



## التقرير الإحصائي

من أكتوبر ٢٠١٣ إلى سبتمبر ٢٠١٦

- ١٠ -

## التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ - أكتوبر ٢٠١٦)

تلزم الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجماعات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) وأعضائها بميثاق الشرف الأخلاقي الذي وضعه مؤسساها، وفي إطار الشفافية التي تنتهجها دائماً الجمعية المصرية للعلاقات العامة والكيانات التابعة لها وحرصاً من هيئة تحرير أول دورية علمية محكمة في العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط؛ نستعرض في الصفحات التالية - لجميع الأساتذة والباحثين والهيئات العلمية في مختلف دول العالم - التقرير الإحصائي الأول عن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى نهاية العدد الثاني عشر من المجلة سبتمبر ٢٠١٦.

حيث أوضح التقرير عدة نتائج أهمها:

١. صدر من المجلة بانتظام (١٢) عدد منذ بداية إصدارها في أكتوبر من العام ٢٠١٣ وحتى كتابة التقرير الإحصائي لتستمر في الصدور في عامها الرابع.
٢. معدل انتشار المجلة على مستوى العالم بالجامعات والهيئات العلمية في (٤٥) جامعة وهيئة علمية من (١٤) دولة مكان عمل المشاركين بالنشر في المجلة.
٣. عدد البحوث المنشورة باللغة العربية (٧٨) والفرنسية (٥) والإنجليزية (٤).
٤. عدد البحوث المشتركة التي اشترك فيها أكثر من باحث (١٠) أبحاث.
٥. عدد المشاركين بالنشر في المجلة من الذكور (٧٠) ومن الإناث (٤٦).
٦. توزيع البحوث المنشورة وفقاً للدرجات العلمية للمشاركين بالنشر: (٢٢ أستاذ "بروفيسور" - ١٦ أستاذ مشارك - ٥٦ أستاذ مساعد - ٩ مدرس مساعد - ١ باحث).
٧. عدد (١٦) جنسية من دول العالم شاركوا بالنشر في المجلة نشروا أبحاثهم وملخصات رسائلهم العلمية كذلك عروض الكتب.

وتوضح الجداول والأشكال التالية التحليل الإحصائي للمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ على النحو التالي:

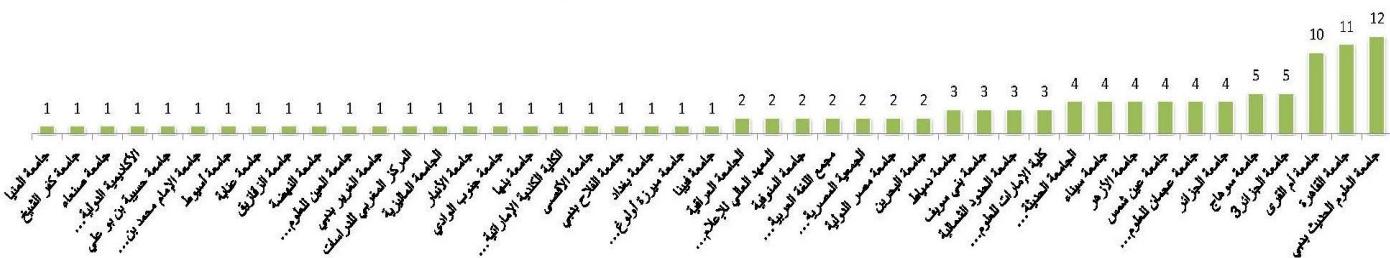
جدول رقم (١)

يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقاً لعدد المشاركين بالنشر

مسلسل	اسم الجامعة	الدولة	عدد الباحثين
١	جامعة العلوم الحديث بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١٢
٢	جامعة القاهرة	مصر	١١
٣	جامعة أم القرى	السعودية	١٠
٤	جامعة الجزائر	الجزائر	٥
٥	جامعة سوهاج	مصر	٥
٦	جامعة الجزائر	الجزائر	٤
٧	جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا	الإمارات العربية المتحدة	٤
٨	جامعة عين شمس	مصر	٤
٩	جامعة الأزهر	مصر	٤
١٠	جامعة سيناء	مصر	٤
١١	جامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI	مصر	٤
١٢	كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا بأبو ظبي	الإمارات العربية المتحدة	٣
١٣	جامعة الحدود الشمالية	السعودية	٣
١٤	جامعة بنى سويف	مصر	٣
١٥	جامعة دمياط	مصر	٣
١٦	جامعة البحرين	البحرين	٢
١٧	جامعة مصر الدولية	مصر	٢
١٨	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مصر	٢
١٩	مجمع اللغة العربية بالقاهرة	مصر	٢
٢٠	جامعة المنوفية	مصر	٢
٢١	المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بـ ٦ أكتوبر	مصر	٢
٢٢	الجامعة العراقية	العراق	٢
٢٣	جامعة فيينا	النمسا	١
٢٤	جامعة ميرزا أولوغ بيك القومية	أوزبكستان	١
٢٥	جامعة بغداد	العراق	١
٢٦	جامعة الفلاح بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٢٧	جامعة الأقصى	فلسطين	١
٢٨	الكلية الكندية الإماراتية بأبو ظبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٢٩	جامعة بنها	مصر	١
٣٠	جامعة جنوب الوادي	مصر	١
٣١	جامعة الأنبار	العراق	١
٣٢	الجامعة الماليزية للتكنولوجيا UTM	مالزريا	١
٣٣	المركز المغربي للدراسات والأبحاث في وسائل الإعلام والاتصال	المغرب	١
٣٤	جامعة الغرب بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٣٥	جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا بالعين	الإمارات العربية المتحدة	١
٣٦	جامعة النهضة	مصر	١
٣٧	جامعة الزقازيق	مصر	١
٣٨	جامعة عذابة	الجزائر	١
٣٩	جامعة أسطباط	مصر	١
٤٠	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	السعودية	١
٤١	جامعة حسيبة بن بو على	الجزائر	١
٤٢	الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	مصر	١
٤٣	جامعة صنعاء	اليمن	١
٤٤	جامعة كفر الشيخ	مصر	١
٤٥	جامعة المنيا	مصر	١

الوزن النسبي لمعدل انتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى العالم وفقاً لعدد المشاركين بالنشر

#### ■ عدد البحوث + ملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب

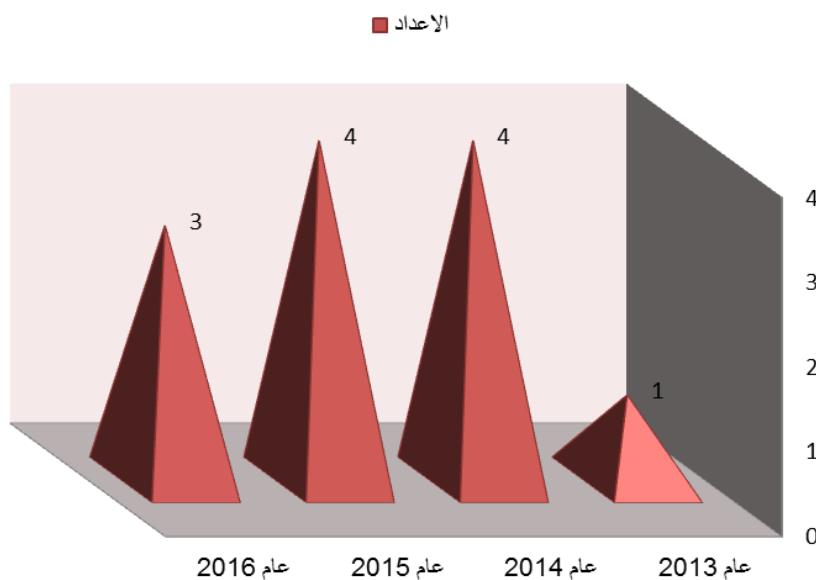


## دول (٢)

يوضح توزيع الأعداد المنشورة من المجلة في الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦

السنة	التاريخ	العدد
٢٠١٤	أكتوبر / ديسمبر	الأول
	يناير / مارس	الثاني
	أبريل / يونيو	الثالث
	يوليو / سبتمبر	الرابع
	أكتوبر / ديسمبر	الخامس
٢٠١٥	يناير / مارس	السادس
	أبريل / يونيو	السابع
	يوليو / سبتمبر	الثامن
	أكتوبر / ديسمبر	التاسع
	يناير / مارس	العاشر
٢٠١٦	أبريل / يونيو	الحادي عشر
	يوليو / سبتمبر	الثاني عشر
عدد السنوات	إجمالي الأعداد	
٤	١٢	

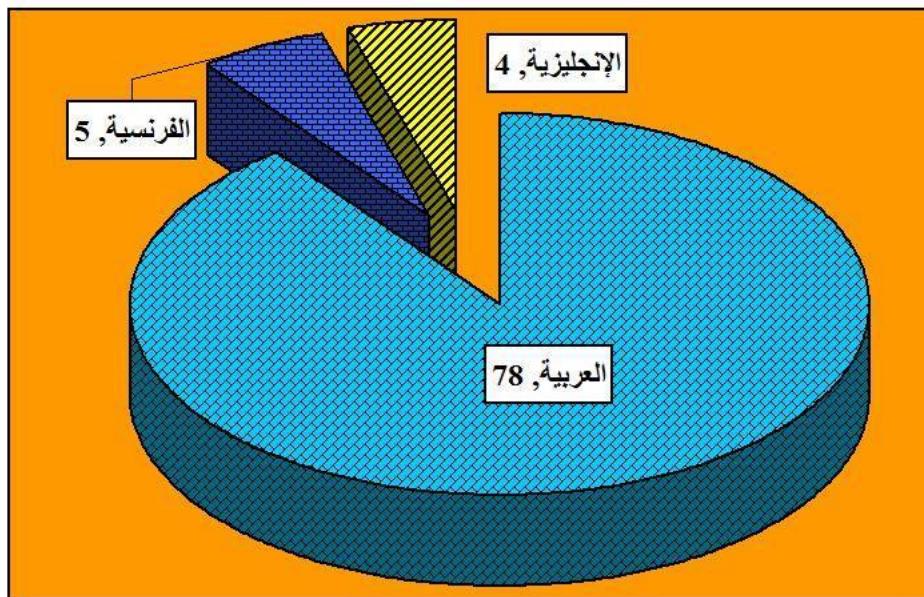
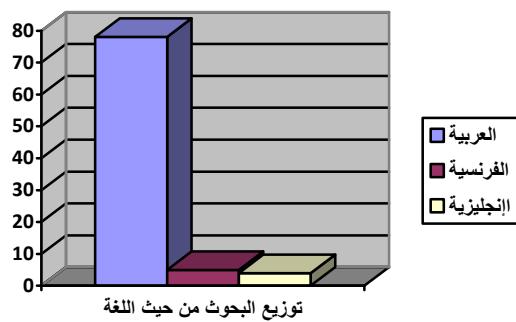
## توزيع أعداد المجلة 12 المنشورة على السنوات



جدول (٣)

يوضح توزيع بحوث المجلة وفقاً لغة النشر

اللغة	عدد البحوث
العربية	٧٨
الفرنسية	٥
الإنجليزية	٤



جدول (٤)

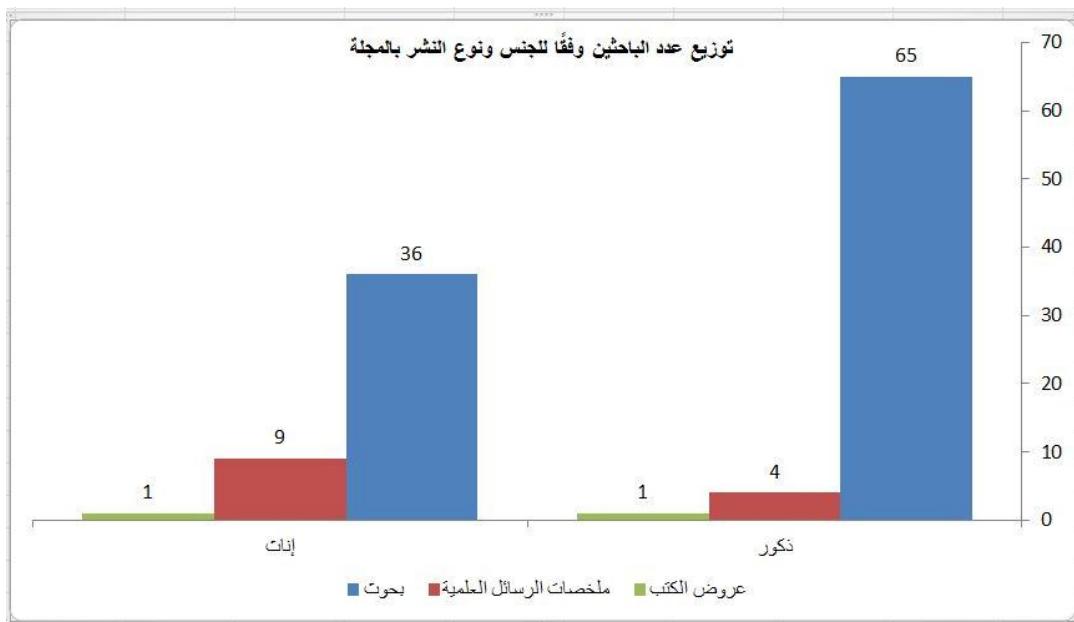
يوضح توزيع البحوث المشتركة لأكثر من باحث حسب كل عدد من المجلة

عدد المجلة	عدد البحوث المشتركة
الأول	----
الثاني	١
الثالث	١
الرابع	١
الخامس	١
ال السادس	١
السابع	---
الثامن	---
التاسع	---
العاشر	١
الحادي عشر	١
الثاني عشر	٣
المجموع	١٠ أبحاث مشتركة

جدول (٥)

توزيع عدد الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة وطبقاً لنوع

عروض الكتب	ملخصات الرسائل العلمية	بحوث	النشر	النوع
			ذكر	
١	٤	٦٥		ذكر
١	٩	٣٦		إناث

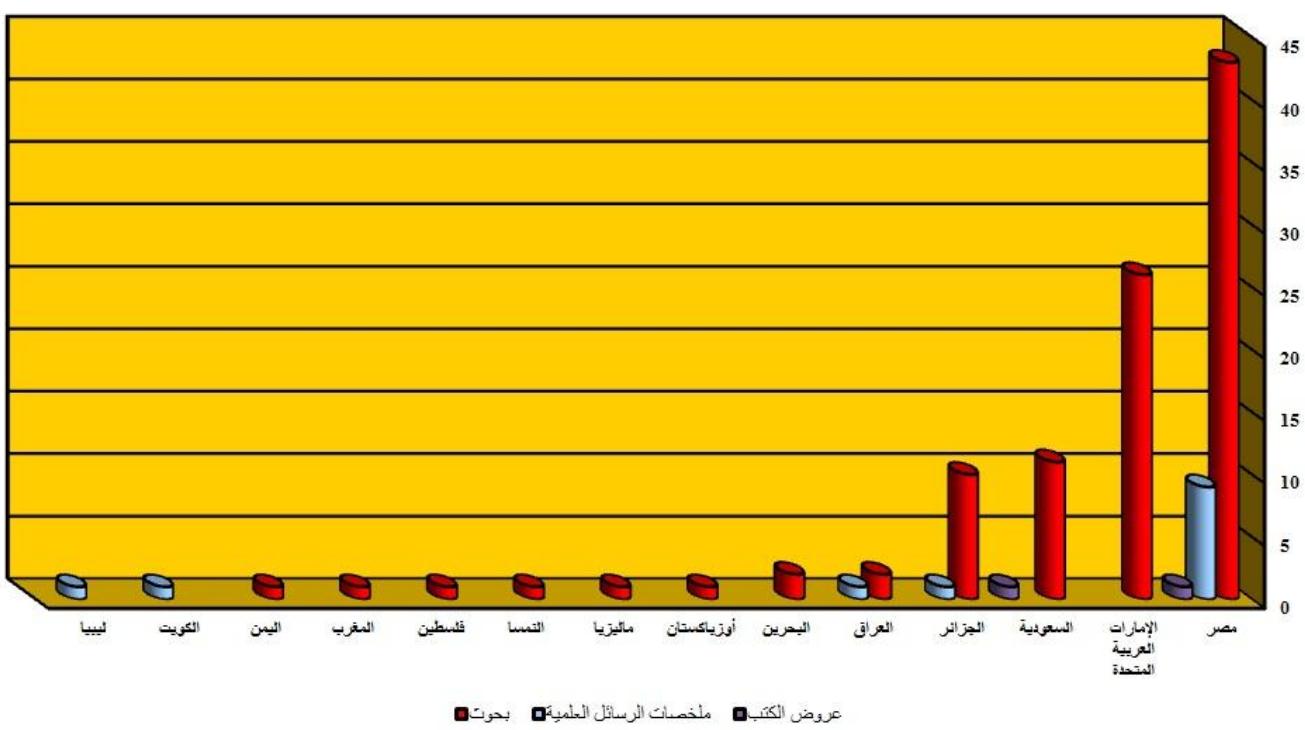


جدول (٦)

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات الرسائل العلمية	عروض الكتب
١	مصر	٤٣	٩	١
٢	الإمارات العربية المتحدة	٢٦		
٣	السعودية	١١		١
٤	الجزائر	١٠		١
٥	العراق	٢		١
٦	البحرين	٢		
٧	أوزبكستان	١		
٨	ماليزيا	١		
٩	النمسا	١		
١٠	فلسطين	١		
١١	المغرب	١		
١٢	اليمن	١		
١٣	الكويت		١	
١٤	ليبيا		١	٢
	إجمالي	٩٠	١٣	٢

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة



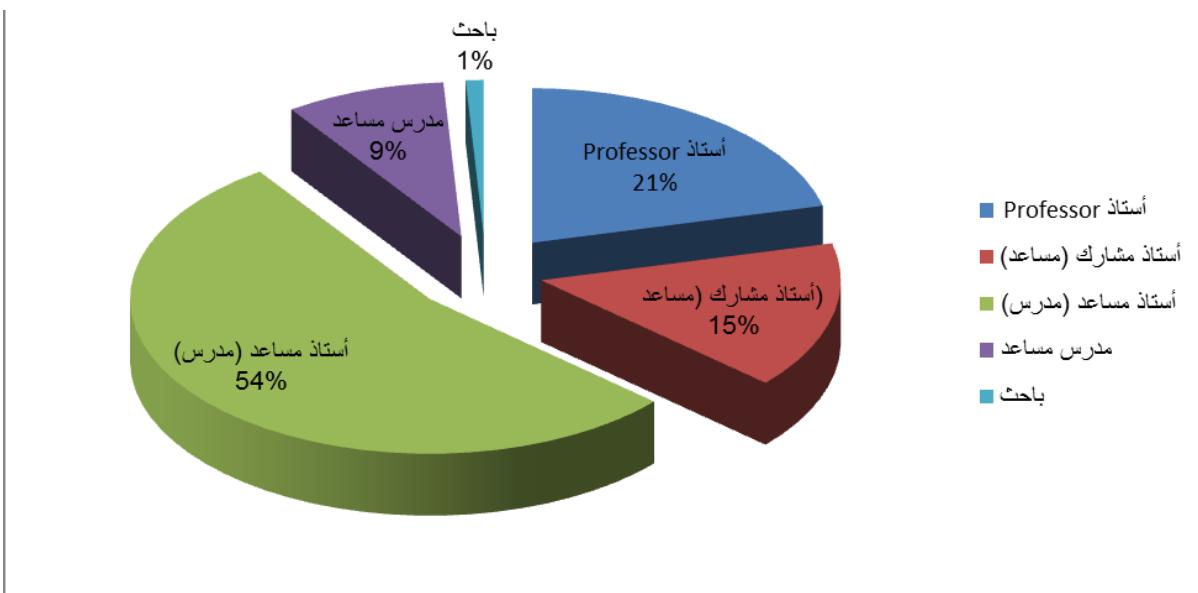
عروض الكتب ■ ملخصات الرسائل العلمية ■ بحوث ■ عروض الكتب

(جدول ٢)

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية

عدد البحوث	الدرجة العلمية
٢٢	أستاذ Professor
١٦	أستاذ مشارك (مساعد) Associate Professor
٥٦	أستاذ مساعد (مدرس) Assistant Professor
٩	مدرس مساعد Lecturer
١	باحث Researcher

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية



جدول (٨)

ترتيب جنسات الباحثين وفقاً لدرجاتهم العلمية وأبحاثهم المنشورة بالمجلة

باحث Researcher	مدرس مساعد Lecture	أستاذ مساعد Assistant Professor	أستاذ مشارك Associate Professor	أستاذ Professor	الدولة	مسلسل
٣	٣٧		١٣	١٢	مصر	١
٣	٢		١	٥	الجزائر	٢
١	٣			٢	العراق	٣
١	٥				السعودية	٤
	٢		١		تونس	٥
	٣				السودان	٦
	٢				كندا	٧
				١	النمسا	٨
				١	باكستان	٩
				١	سوريا	١٠
			١		فلسطين	١١
		١			المغرب	١٢
		١			ليبيا	١٣
١					الإمارات	١٤
		١			اليمن	١٥
١	٩	٥٦	١٦	٢٢	الإجمالي	

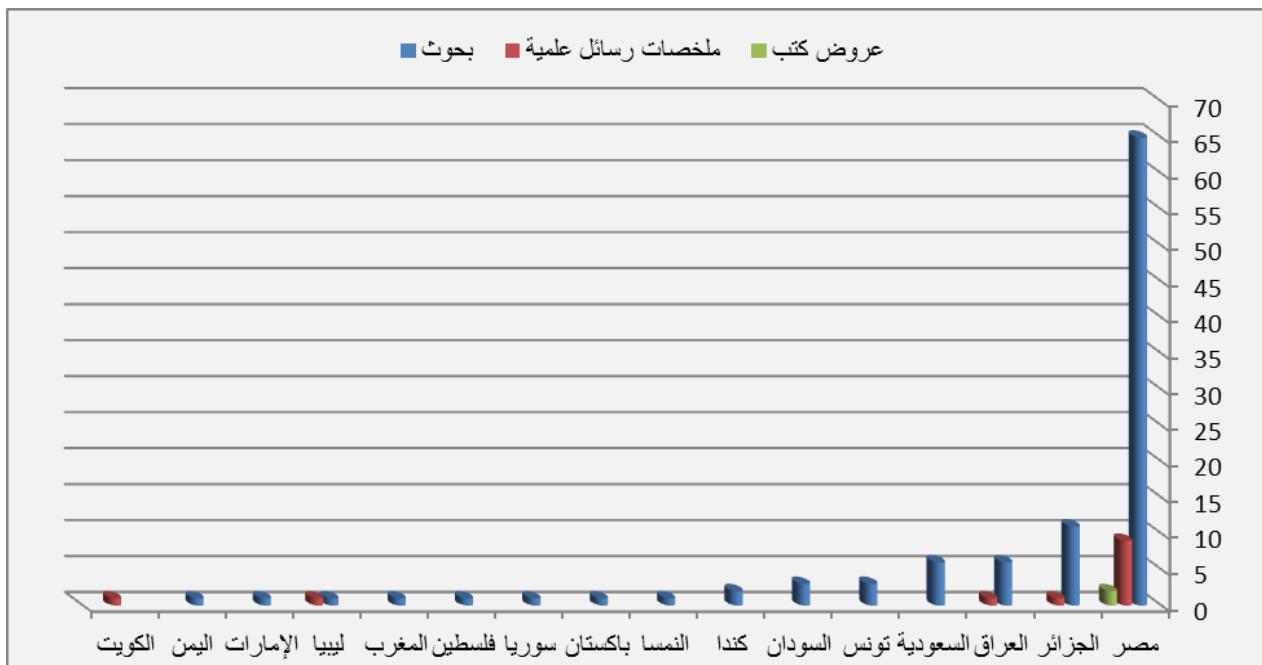
ملحوظة: أحد المشاركون في النشر بالمجلة يحمل الجنسية الكندية بجانب جنسيته التونسية.

جدول (٩)

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً لتكرار المشاركة ونوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات رسائل علمية	عروض كتب
١	مصر	٦٥	٩	٢
٢	الجزائر	١١	١	
٣	العراق	٦	١	
٤	السعودية	٦		
٥	تونس	٣		
٦	السودان	٣		
٧	كندا	٢		
٨	النمسا	١		
٩	باكستان	١		
١٠	سوريا	١		
١١	فلسطين	١		
١٢	المغرب	١		
١٣	ليبيا	١		١
١٤	الإمارات	١		
١٥	اليمن	١		
١٦	الكويت			١

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً للمشاركة في الأبحاث المنشورة وملخصات الرسائل وعروض الكتب



مع أطيب الأمنيات لجميع الأساتذة والباحثين في مختلف دول العالم ..

هيئة تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ،،

القاهرة، ١٧ نوفمبر ٢٠١٦





معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

Arab Impact Factor 2016

[www.arabimpactfactor.com](http://www.arabimpactfactor.com)



اتحاد الجامعات العربية





## معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

حصلت "مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط" على أول معامل تأثير عربي (AIF) Arab Impact Factor لدوريات (الإعلام) العلمية العربية المحكمة على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط في تقرير عام ٢٠١٦ بمعامل تأثير قوي =  $1.33 \cdot 100\%$ ، لتتفrd المجلة بالتميز العلمي، وتحتل المرتبة (١٣) من ضمن (٥٣) دورية علمية محكمة في جميع التخصصات العلمية والأولى في تخصص (الإعلام) التي حصلت على معامل التأثير العربي في تقرير عام ٢٠١٦ ضمن مشروع التصنيف العربي التابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

"معامل التأثير العربي" هو مشروع للدكتور محمود عبد العاطي أستاذ ورئيس قسم الرياضيات بجامعة زويل للعلوم والتكنولوجيا يتم تنفيذه تحت إشراف اتحاد الجامعات العربية والمؤسسة الأمريكية "دار نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing" وبالتعاون مع بعض أبرز المؤسسات العلمية والبحثية الرصينة في العالم العربي وخارجها، خدمة للمجتمع العلمي العربي ومؤسساته وباحثيه. ويهدف إلى تعريف الباحثين العرب بأبرز المجالات العلمية في تخصصاتهم الموضوعية، وفقاً لمعامل التأثير؛ بما يتيح الفرصة لهم للنشر في تلك المجالات البارزة. بالإضافة إلى تقييم أداء الباحثين والجامعات والمؤسسات البحثية والتخصصات الموضوعية وللأداء العلمي في المجتمعات العلمية على العموم.

ويوفر "Arab Impact Factor" تقييماً كميّاً ونوعياً لمدى جودة ورصانة المجالات العربية المتخصصة في جميع مجالات المعرفة البشرية، وذلك بهدف رصد النشاط العلمي العربي في أبرز فنواته التي تعد القناة الأساسية في الاتصال العلمي بين الباحثين منذ ما يقرب من ٣٥٠ عاماً وهي المجالات العلمية.

ومن الجدير بالذكر أن معامل التأثير هو مقياس لأهمية المجالات العلمية المحكمة ضمن مجال تخصصها البحثي، ويعكس معامل التأثير مدى إشارة الأبحاث الجديدة إلى الأبحاث التي نُشرت سابقاً في تلك المجلة والاستشهاد بها؛ ومعدل انتشار المجلة على مستوى العالم، من حيث جنسيات المشاركين في النشر بها، وأماكن عمل الباحثين بالجامعات والمؤسسات العلمية المختلفة، وبذلك تعد المجلة التي تحظى بمعامل التأثير المرتفع أكثر أهمية وأكثر اعتماداً عليها في المجتمع العلمي المتخصص، أكثر من غيرها.

شهادة رقم (40-2016)

# معامل التأثير العربي

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط  
ISSN: 2314-8721

قد حصلت على معامل التأثير العربي لعام 2016 وقدره 1.33

الاستاذ الدكتور محمد عبد العطاء



مدير مشروع معامل التأثير العربي  
٢٧ نوفمبر ٢٠١٦



[www.arabimpactfactor.com](http://www.arabimpactfactor.com)





**تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية**

**Indexed**



# تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية Indexed

يهتم مؤسس المجلة وإدارة تحريرها بتصنيفها ونشرها ضمن مختلف قواعد المعلومات الرقمية الدولية لتكون مفهرسة ومصنفة Indexed ضمن قواعد البيانات الدولية، وتتفيداً لمعايير التقييم الموضوعية التي وضعتها لجنة قطاع الإعلام ولجنة الترقيات العلمية بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر، ويوضح ذلك في المادة (٤٠) من قواعد التشكيل والإجراءات المنظمة لعمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين والمعتمدة بقرار وزير في ٢٨ فبراير ٢٠١٣، كذلك المادة رقم: (١٨) ضمن القواعد التي تم إقرارها من المجلس الأعلى للجامعات في الجلسة رقم: ٦٤٦ للدورة الثانية عشر ٢٠١٦ - ٢٠١٩ بتاريخ ٤ إبريل ٢٠١٦ والتي تشترط لإعطاء درجة تقييم أعلى للدوريات العلمية المحكمة؛ تصنيفها في أكثر من منصة إلكترونية لقواعد البيانات الرقمية.

## مادة (٤٠):

(أ) يتعين على اللجنة العلمية أن تقوم بتقييم المجلات والدوريات العلمية التي قام المتقدم بالنشر فيها وكذلك المؤتمرات العالمية والمحلية التي ساهم فيها ولها في سبيل ذلك أن تستعين بآى معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات ولها أن تطلب من الوحدة عمل استطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حده و مدى انتشارها كما يمكنها الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي لتقدير الدوريات المحلية من ناحية و مدى مطابقتها للمعايير العلمية.

(ب) يتعين على اللجنة العلمية ترتيب المجلات والدوريات العالمية طبقاً لما يتواافق لديها من معلومات عن ما يلي:

- (معامل التأثير و مدى انتشار المجلة أو الدورية - متخصصة أو عامة - محكمة - مصنفة - الناشر دولي أو محلى - السمعة في التخصص).
- كما يكون للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً وإضافة مجلات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل علارة على ما تقوم بتقييمه بناء على طلب الأقسام العلمية.
- ويتعين على اللجان العلمية عند تقييمها للمجلات والدوريات والمؤتمرات أن تتلزم بالمعايير الموضحة بالجدول الآتي:

٢٠	٤٣	٦٥	٧	٨	٩	١٠	الدرجة	
							الصفة	معامل تأثير / IF
IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	واحد أو أقل	تعدد الدرجة حسب التخصص	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة
غير متخصصة	غير متخصصة	غير متخصصة أو عامة	غير متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة	متخصصة	متخصصة
غير محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة
غير مصنفة	غير مصنفة	غير مصنفة	غير مصنفة	مصنفة في مصدر واحد	مصنفة في مصادرين أو أكثر	مصنفة في مصادرتين أو أكثر	مصنفة في ٣ مصادر أو أكثر	مصنفة في ٣ مصادر أو أكثر
ليس لها	ليس لها	ليس لها	ليس لها	ليست لها	ليست لها	ليست لها	ليست لها	ليست لها
كلية ، قسم علمي	كلية ، قسم علمي	قومية أو هيئة علمي	جامعة أو مركز علمي	جامعة علمية أو جامعية	علمي ذو تأثير محدود	علمي ذو تأثير قوي	علمي ذو تأثير قوي	الناشر
محليا فقط	محليا فقط	إقليميا	إقليميا	إقليميا	عاليا	عاليا	عاليا	السمعة في التخصص

**قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين**  
**الدورة الثانية عشر 2016 – 2019**

- تحكم البحث يتضمن العديد من العناصر، ويضع المحكم التقديرات التي يراها لهذه العناصر في كل بحث، وبعد ذلك تقييمًا للبحث نفسه دون أي اعتبار لمكان النشر أو دور المتقدم فيه، أي أن التحكيم يتم على مضمون البحث في تخصص المتقدم.
- وتحسب تقديرات الأبحاث بناء على الدرجات الحاصل عليها البحث من 100 درجة، على النحو التالي: بحث ضعيف ( أقل من 60)، بحث مقبول (60 - 69)، بحث جيد (70 - 79)، بحث جيد جدا (80 فأكثر)، وعلى المحكم أن يضمن تقريره الفردي حيثيات تقييم كل بحث.
- أما ما يتعلق بمكان النشر، فإنه يعد من صميم أعمال اللجنة العلمية ذاتها، التي تقترن تقييم المجالات والدوريات والمؤتمرات، وذلك في إطار مجموعة من المعايير والصوابط. ويتم مراجعة ذلك من قبل "اللجنة التخصصية"، ويعتمد من "اللجنة العليا" ،
- كذلك يتبع على اللجنة تحديد دور المتقدم في الأبحاث المشتركة بناء على معايير محددة لذلك.
- لا يعاد تقييم الأبحاث التي سبق تقييمها من اللجنة العلمية في الدورة الحالية أو أي من الدورات السابقة في ذات التخصص، ولكن يحدد دور المتقدم ويقيم مكان النشر لو لم يسبق تقييمه.
- لا يتم إعادة تقييم البحث المنشور في مجلة علمية حصلت على درجة تقييم من اللجنة العلمية بين 9 – 10 نقاط، ويحصل البحث على 15 نقطة إذا نشر في مجلة/دورية علمية حصلت على 10 نقاط، و 13.5 نقطة إذا حصلت المجلة العلمية المنشور بها على 9 نقاط، وتحسب أي باحث من المشاركون في هذا البحث على كامل النقاط بغض النظر عن عدد المشاركون حتى لو كانوا في التخصص نفسه.
- تحصل براءات الاختراع المسجلة دوليا على 20 نقطة، والبراءات المسجلة محليا على 15 نقطة، إذا لم يشتمل منها أبحاث أخذت في الاعتبار من خلال أعمال المتقدم، وتحسب له الأعلى في عدد النقاط فقط.
- البحث الحاصل على تقييم (ضعف) لا يسجل له نقاط ويستبعد من التقييم.

**مادة (18): تقييم المجالات والدوريات العلمية والمؤتمرات**

- \* تستعين اللجنة العلمية بآلية معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بمركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية التابع للمجلس الأعلى الجامعات، ولها أن تطلب من الوحدة القيام باستطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها، وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حدة، كذلك يمكن الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي، لتقييم الدوريات المحلية من ناحية التحرير ومدى مطابقتها للمعايير العالمية.
- \* يتبع على اللجنة العلمية ترتيب المجالات والدوريات العلمية طبقاً لما يتوافر لديها من معلومات عالمي: معامل التأثير (إن وجد) – متخصصة/عامة – محكمة – مصنفة – الناشر دولي/محلي – السمعة في التخصص.
- \* للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً، وإضافة مجالات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل، وللأقسام العلمية الحق في أن تطلب من اللجنة المتخصصة تقييم مجالات ودوريات ومؤتمرات لم تقيّم من قبل. ويستعمل، كلما أمكن بما لدى المكتبة الرقمية بالجامعة على أعلى مجلس الأعلى للجامعات، من بيانات ومعلومات تقييم وترتيب المجالات والدوريات العالمية والمحليّة.

**قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين  
الدورة الثانية عشر 2016 - 2019**

- \* يعرض تقييم اللجنة العلمية لأماكن النشر على "اللجنة التخصصية" المعنية لمراجعته، ويعتمد من "اللجنة العليا" لاعتماده.
- \* وعلى كل لجنة من اللجان العلمية، تحديد نقاط لكل مجلة أو دورية علمية أو مؤتمر وكذلك مراجعتها سنويًا، ويمكن الاسترشاد بما يلي:

نوع المجلة / الدورية أو المؤتمر	عدد النقاط
1. مجلة دولية متخصصة ذات معامل تأثير قوى ومحكمة ومصنفة في عدة مصادر وتنشر من خلال دار نشر عالمية لها نقل دولي.	10 - 9
2. مجلة دولية متخصصة أو غير متخصصة لها معامل تأثير معتدل ومحكمة ومصنفة وتنشر من خلال دار نشر عالمية ذات نقل معقول.	8
3. مجلة محلية متخصصة ومحكمة ولها محكم خارجي ومصنفة والناثر جامعة أو هيئة قومية ذات سمعة إقليمية ومطبعة جيدة في التخصص.	7
4. مجلة محلية متخصصة محكمة داخليا ومصنفة والناثر كلية أو قسم علمي ولها سمعة محلية جيدة.	5
5. مجلة محلية غير متخصصة والناثر كلية وغير مصنفة ولها سمعة محلية متواضعة.	2
6. مجلة غير مصنفة وغير محكمة وليس لها سمعة محلية واضحة.	1
7. مؤتمر دولي متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	8
8. مؤتمر دولي متخصص (القى البحث والتحكيم على الملخص)	6
9. مؤتمر محلي متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	5
10. مؤتمر محلي متخصص (القى البحث، التحكيم على ملخص البحث)	3
11. مؤتمر محلي غير متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	2
12. مؤتمر محلي غير متخصص (القى البحث، التحكيم على ملخص البحث)	1

\* يجب ملاحظة ما يلي أثناء تقييم أماكن النشر:

- عند تغيير نقاط المجلة أو الدورية العلمية أو المؤتمر، لا يسرى هذا التعديل على كافة الأبحاث التي نشرت حتى تاريخ آخر بحث قيمته اللجنة نشر بهذه المجالات.
- تضع اللجان للمحلات والدوريات الدولية التي تخصها، حداً أدنى لمعامل تأثير المجالات التي سيتم تقدير نقاطها من 9 إلى 10 نقاط.
- يعرف المؤتمر الدولي بالمؤتمر المتخصص ذو السمعة الجيدة والذي يتم عقده بشكل دوري، ويشارك في أعماله بالنشر والحضور باحثون من جهات علمية متغيرة.

#### مادة (19): تحديد مشاركة الباحث في الأبحاث المشتركة

- \* قد يرفق المتقدم، إقراراً موقعاً من كل المشتركين في البحث، عن دور كل منهم، يعتمد من عميد الكلية، ويعتبر وثيقة تعتمد بها اللجنة لهذا المتقدم ولمن شاركه في البحث لو تقدم بهذا البحث عند تقدمه، ويكون على اللجنة تقييم الدور الذي قام به المؤلف في البحث.

وبالفعل قام مؤسس المجلة بالتعاقد على نشر المجلة إلكترونياً على منصات قواعد البيانات الرقمية الدولية بالإضافة إلى نشرها في موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت [www.jprr.epra.org.eg](http://www.jprr.epra.org.eg) ومن ضمن قواعد المعلومات الرقمية التي قامت بتصنيف وفهرسة المجلة ومنتشرة على منصاتها الإلكترونية:

- قاعدة المعلومات الرقمية الدولية EBSCO ومقرها: (الولايات المتحدة الأمريكية)
- قاعدة معلومات العلوم الإنسانية بدار المنظومة ومقرها: (المملكة العربية السعودية)



الرواد في قواعد المعلومات العربية



[www.jprr.epra.org.eg](http://www.jprr.epra.org.eg)



INFORMATION  
SERVICES



December 22, 2016

Mari Bergeron  
EBSCO Information Services  
10 Estes Street  
Ipswich MA 01938 USA

Prof, Dr. Hatem Mohamed Atef,  
Chairman of Egyptian Public Relation Association  
Ahmed El-Zayat St, Ben Elsayat.  
Dokki, Giza  
Egypt

Dear Professor Hatem

It is our pleasure to confirm that *Journal of Public Relations Research Middle East* has been licensed for indexing in EBSCOhost.

EBSCO is the leading provider of databases to thousands of universities, business schools, medical institutions, schools and other libraries worldwide. Indexed content is available only through institutional subscription. Libraries in nearly every country subscribe to one or more EBSCO databases, and in more than 70 countries, all libraries subscribe. EBSCO hosts both peer reviewed and non-peer reviewed titles on our databases. The content serves educational needs of the researchers around the world as well the economic interest of the US.

You are welcome to announce your partnership with EBSCO on your website or in the front matter of your journal as soon as you like

Thank you for contributing your content to our databases.

Sincerely,

Mari Bergeron  
Director of International Content Licensing Manager  
EBSCO Information Services  
[mbergeron@ebsco.com](mailto:mbergeron@ebsco.com)



[www.mandumah.com](http://www.mandumah.com)

بسم الله الرحمن الرحيم

الرقم: م/ع 895

سعادة الأستاذ الدكتور / رئيس مجلس ادارة مجلة بحوث العلاقات العامة  
المحترم  
الشرق الاوسط

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تفيد نحن شركة دار المنظومة لتقنية المعلومات بأن مجلة بحوث العلاقات العامة  
الشرق الاوسط مفهرسة ومتحدة بالتصنف الكامل ضمن قواعد معلومات شركة  
دار المنظومة

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،،

مدير التسويق  
أ/ صلاح عبد الرحمن إبراهيم



**تعرض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وعلاقته  
بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية  
دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث**

إعداد

**د/ غادة مصطفى البطريقي<sup>(\*)</sup>**

---

<sup>(\*)</sup> حاصلة على الدكتوراة في الإعلام من كلية الآداب جامعة الزقازيق.



## تعرض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًاً وعلاقته

### بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث

د/ غادة مصطفى البطريقي

Ghada\_elbatrik@yahoo.com

جامعة الزقازيق

#### ملخص:

لقد سُخّرت الجماعات الإرهابية الشبكة الرقمية لأغراضها الدعائية، فمنذ شرع تنظيم القاعدة قبل نحو عقد من الزمن في بث بياناته عبر الانترنت، حتى يَرَ في السنوات الخمس الأخيرة، نشاط "رقمي" فعال للجماعات المتطرفة، لتسويق بياناتها وصور فعالياتها عبر موقع التواصل الاجتماعي، لاسيما "فيسبوك" و"تويتر"، في سعيها لتعزيز إستراتيجية لا تهدف إلى نشر ثقافتها المتطرفة وـ"التكفيرية"، فحسب، بل إلى شن حرب نفسية، للتأثير في الخصوم، والسعى إلى استقطاب الشباب، للتطوع في صفوفها والقتال في البلدان التي تحارب فيها مثل أفغانستان والعراق وسوريا واليمن ودول أخرى.

ومما يزيد الأمر خطورة هو قدرة التنظيمات الإرهابية في استغلال وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي التي تصبح ليس فقط حاملة لأيديولوجيتها، وإنما منصة لـ"السلطة والقوة" التي يجعل هذا الخطاب "مُهِمًّا" وسائداً، ثم مُوجّهاً وراسماً لأولويات المستخدمين وما يجب التفكير فيه، وهو ما يُعبّر عنه بـ"أيديولوجيا الوسيلة" التي ترتكز على منح تقنيات الاتصال سلطة معيارية لتكون العامل الأول في تنظيم المجتمع وإعطائه معناه، وقد لا يتضح البعد الأيديولوجي للوسيلة في جانب الاستعمال، لكن يظهر جلياً في جانب توظيف المستجد التكنولوجي لأغراض لا يغدو عنصر الاستعمال في خضمّها إلا تجلّياً من تجلّيات تلك الأغراض، وهو ما تلخصه مقوله عالم الاتصال ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة.

انطلاقاً مما سبق، يتضح أنَّ هذا الزخم في انتشار المواقع الإلكترونية المتطرفة على مستوى العالم عموماً، والعالم العربي خصوصاً من جانب، وخطورة المضمون المقدم من جانب التنظيم الإرهابي من جانب آخر أدى إلى نشوء جدل كبير حول ما مدى متابعة الشباب العربي لهذه النوعية من المواقع الإلكترونية المتطرفة؟ وما تأثيرها على توجيه العقل العربي واقتناعهم بأفكارهم المتطرفة وما تدعوه إليه من فكر تكفي리 لكل المجتمع؟ وما مدى إدراك الجمهور العربي لتأثير هذه المواقع الإلكترونية المتطرفة على انفسهم وعلى الآخرين وذلك في إطار نظرية الشخص الثالث؟.

وتعتمد الدراسة على نظرية تأثير الشخص الثالث، وتتناول مشكلة الدراسة في قياس تعرض الجمهور العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًاً وعلاقته بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية، وذلك في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث.

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة من الشباب العربي موزعين على ثلات جامعات في ثلات دول عربية مختلفة وهم كالتالي جامعة القاهرة في جمهورية مصر العربية، وجامعة الإمام محمد بن سعود في المملكة العربية السعودية والجامعة الخليجية في البحرين، وتم تطبيق البحث على ٣٠٠ مفردة بواقع ١٠٠ مفردة لكل دولة عربية. وتم سحب العينة بطريقة عمديه Purposive Sample وهي من العينات غير الاحتمالية Non-Probability Sample ، والتي لا تعتمد على الخطوات الحسابية في اختيار مفرداتها، ولجأت الباحثة إلى العينة العمديه حتى تتمكن من توفير شرط التعرض للموقع الإلكتروني المتطرف فكريًا وذلك لاختبار فرضية الشخص الثالث.

وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام استبيان مفتوحة، عن طريق المقابلة الشخصية للمبحوثين، وقد تم تعاون الباحثة مع مجموعة من الباحثين الأكاديميين والمتخصصين في مجال الإعلام. ودللت نتائج الدراسة على:

- أن الشباب العربي بشكل عام يتعرضون بدرجة كبيرة للموقع الإلكتروني المتطرف فكريًا، حيث أشارت النتائج أن نسبة ٧٩% يتعرضون لهذه المواقع وذلك بين المتابعة المنتظمة وغير منتظمة، وفي المجمل تعتبر الباحثة أن هذه النسبة مرتفعة جدا وأن هذه التنظيمات استطاعت استقطاب الشباب العربي بشكل عام، ومن الذكور الإناث على حد سواء، كما استطاعت استقطاب كل الشباب العربي على اختلاف خلفياتهم الثقافية والدينية.

- من النتائج الهامة والخطيرة التي يجب التوقف عنها هو أن الشباب العربي أفكاره مشوهة اتجاه هذه التنظيمات الإرهابية، وأنه لم يبلور فكر ورؤيه واضحة واتجاه محدد نحو هذه التنظيمات الفكرية المتطرفة، وهو يدل على نجاح هذه التنظيمات التي استطاعت أن تشوّه فكره مما يسهل عملية الانسياق، لأن في حالة ضبابية الرؤية والتشوّش العقلي يسهل عملية الانصياع وراء أي أفكار.

- أشارت المعاملات الإحصائية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراكمهم لتأثير سلوك أقرب صديق لديهم، وهذه النتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث.

#### **مقدمة:**

إن الجماعات المتطرفة كانت من أوائل الجماعات الفكرية التي دخلت العالم الإلكتروني حتى قبل أن تظهر شبكة الانترنت بسنوات .ومما تشير إليه المصادر الغربية أن « Tom Metzger » أحد أشهر المتطرفين الأمريكيين العنصريين( اليمين المتطرف ) ومؤسس "مجموعة المقاومة الأريانية البيضاء " White Aryan Resistance والذي كان من أوائل من أسس مجموعة بريدية الكترونية ليتواصل مع أتباعه وبين أفكاره عام ١٩٨٥م، وربما غاب عن بعض الباحثين أن المجموعات البريدية الإلكترونية كانت الأكثر توظيفاً من قبل الجماعات العرقية المتطرفة قبل ظهور الانترنت التجاري، وربما ظلت على هذا النمط حتى ما بعد منتصف التسعينيات. وقد عُرفت جماعات كثيرة شبكات المعلومات ما قبل

الإنترنت مثل: مجموعة المتطرف الأمريكي دان جانون Dan Gannon الذي يعد بحسب المصادر الغربية أول من أنشأ موقعاً متطرفاً يبيث من خلاله أفكاره العنصرية عن نقاء العرق الأبيض في شهر ديسمبر، ١٩٩١، وتلي ذلك عدة مجموعات اشتهر منها بعد ذلك مجموعة جبهة العاصفة Storm front الأمريكية المسيحية المتطرفة بقيادة Don Black التي أنشأت أول موقع متكمال عن التطرف وثقافة الكراهية في مارس سنة ١٩٩٥. ومن العجيب أن اليهود كانوا من أوائل ضحايا المواقع الأمريكية المتطرفة بوصفهم مصاصي دماء ومخرب أمريكا. وقد تعاقب ظهور مواقع تابعة لجماعات متطرفة من الولايات المتحدة وأوروبا وبشكل خاص بريطانيا واستراليا ثم بقية دول العالم. وفي كل هذه المراحل كانت شبكة الانترنت في عمق دائرة ترويج ثقافة التطرف والعنف ومعبرة عن أفكار المتطرفين<sup>١</sup>.

فلقد سخرت الجماعات الإرهابية الشبكة الرقمية لأغراضها الدعائية، فمنذ شرع تنظيم القاعدة قبل نحو عقد من الزمن في بث بياناته عبر الانترنت، حتى بَرَزَ في السنوات الخمس الأخيرة، نشاط "رقمي" فعال للجماعات المتطرفة، لتسويق بياناتها وصور فعالياتها عبر موقع التواصل الاجتماعي، لاسيما "فيسبوك" و"تويتر"، في سعيها لتعزيز إستراتيجية لا تهدف إلى نشر ثقافتها المتطرفة وـ"التكفيرية"، فحسب، بل إلى شن حرب نفسية، للتأثير في الخصوم، والسعى إلى استقطاب الشباب، للتطوع في صفوفها والقتال في البلدان التي تحارب فيها مثل أفغانستان والعراق وسوريا واليمن ودول أخرى<sup>٢</sup>.

وتتجلى خطورة هذه التنظيمات الإرهابية لأنها تعتمد على الدعاية العاطفية كركيزة أساسية وجوهرية لتحقيق أهدافها المخططة والتي تتمثل في عقيدة تكفيرية هدفها تفتت العالم العربي وتقسيمه إلى دوليات معتمدة على تمويل دولي وأجناد خارجية.

لذلك نستطيع أن نفهم الحرب الإلكترونية التي تخوضها دول التحالف بقيادة الولايات المتحدة في مواجهة التنظيمات الإرهابية بالموازاة مع المعركة على الأرض لوقف التدفق الإعلامي النشط الذي يقوم به على شبكات التواصل الاجتماعي ومحاصرته رقمياً بعد أن حَوَّلَ هذا الوسيط الخارجي "منصة حاملة لأيديولوجيتها (أيديولوجيا الوسيلة)"، وبات بعض دول التحالف يطالب بالضغط على هذه الشبكات (توتير، فيسبوك) للتعاون مع وكالاتها الاستخباراتية لمراقبة أنشطة التنظيمات الجهادية ومتابعتها<sup>٣</sup>، ومنع تنظيم الدولة من الهيمنة على المجال الإلكتروني بخطابه الأيديولوجي الذي يهدف إلى "تطبيع" المستخدمين مع منظومته القيمية، ثم استئصال المتعاطفين وتجنيد المقاتلين..إلخ. ومحاولة منع التنظيم من تحويل شبكات التواصل الاجتماعي إلى عنوان لهويته الإلكترونية<sup>٤</sup>.

ولقد اشارت صحيفة "اندبندنت" البريطانية، إلى أن وزارة الخارجية انفقت نحو ١٧٣ مليون جنيه استرليني في عام ٢٠١٣ تمويل عاجل لحصر النشاط في وسائل الإعلام الاجتماعية" لردع المقيمين في المملكة المتحدة من السفر للقتال في سوريا والعراق ومناطق أخرى، بعدما وافقت وحدة الخزانة الخاصة، بصورة استثنائية، على المشروع، رغم أن كلفته كانت خارج حدود إنفاق القطاع العام.<sup>٥</sup>

ومما يزيد الأمر خطورة هو قدرة التنظيمات الإرهابية في استغلال وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي التي تصبح ليس فقط حاملة لأيديولوجيتها، وإنما منصة لـ"السلطة والقوة" التي يجعل هذا الخطاب "مُهِمَّاً" وسائلًا، ثم مُوجَّهًا وراسِمًا لأولياء المستخدمين وما يجب التفكير فيه؛ وهو ما يُعبَّر عنه بـ"أيديولوجيا الوسيلة" التي ترتكز على منح تقنيات الاتصال سلطة معيارية لتكون العامل الأول في تنظيم المجتمع

وإعطائه معناه، وقد لا يتضح البعد الأيديولوجي للوسيلة في جانب الاستعمال، لكن يظهر جلياً في جانب توظيف المستجد التكنولوجي لأغراض لا يغدو عنصر الاستعمال في خضمّها إلا تجلّياً من تجلّيات تلك الأغراض، وهو ما تلخصه مقوله عالم الاتصال ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة.<sup>٦</sup>

وبذلك تصبح هذه الوسائل في ذاتها عالمة دالّة على التنظيم، كعنوان الصفحة الشخصية؛ حيث يسعى تنظيم الدولة لأن تكون شبكات التواصل الاجتماعي عنوان هويته الإلكتروني، مُهيمناً عليها لـ"تطبيع" المستخدمين مع أيديولوجيتها، وـ"تسهيل" منظومتها القيمية، التي أصبحت تثير انتقادات حتى في صفوف الجماعات الجهادية التي يشترك معها في المنطقات العقائدية، وهذا يتيح له إعطاء معنى لممارساته داخل المجتمعات لانتزاع السلطة.<sup>٧</sup>

وهو ما أشار إليه المفكّر الفرنسي **Jan Baudrillard**، حيث أكد على دور وسائل الاتصال الحديثة في تغيير مجري البشر، وأنّ العالم الحقيقي لم يُعُد موجوداً، حيث تم تغييره بما يتم به عبر وسائل الإعلام الحديثة من خلال الصوت والصورة إلى أن أصبحت هذه المؤثرات تتغلّب وتهيمن على الأفكار والاتجاهات والسلوكيات المختلفة للجماهير العريضة؛ مما يجعلها تحكم في توجهات تلك الجماهير بما يتوافق مع مصالحها واتجاهاتها المختلفة.<sup>٨</sup>

ومن ثم، يمكن القول بأنّ مثل هذه الحركات والتنظيمات والجماعات الإرهابية بلورت صراعات وتبدلات وتحولات ذات أبعاد داخلية وإقليمية ودولية، مرتكزة على دعامتين رئيسيتين: الأولى هي آلياتها العسكرية وضرりاتها الإرهابية، والثانية مضمونها الإعلامية الهائلة التي تتفق عليها بسخاء لكي تروج لهذه الأعمال الإرهابية مستغلة بذلك الموقع الإلكتروني، والتي استطاعت من خلالها بثّ أحداث العنف التي تتجهها تلك التنظيمات بكفاءة ومهنية عالية الدقة والجودة، محمّلة برسالة باللغة الشدة والعنف إلى العالم أجمع عنوانها "أنهم قوة لا يستهان بها، وأنّ على العالم أجمع أن يحدّر قوتهم المفرطة وتنظيمهم المقنن ووحدتهم التي لا عوج فيها".

فلقد أبرز حادث إعدام الطيار الأردني معاذ الكساسبة حرقاً والسرد البصري لمكونات ساحة الإعدام والأطر العامة والخاصة لتلك العملية دور الإعلام الجديد، وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، الحامل لأيديولوجيا تنظيم الدولة في نشر رسالته الإعلامية؛ باعتباره أداة لا تقلّ أهميته عن العمليات العسكرية التي يخوضها في جبهات القتال المتعددة، حيث يستثمر التنظيم هذا الإعلام ليس فقط في نشر أيديولوجيته(منظومته القيمية والفكرية ورؤيته السياسية للصراع)، بل في الدعاية وال الحرب النفسية لمواجهة خصومه. وهو ما يؤكّد أيضاً حقيقة مفادها أن تنظيم الدولة يحاول إنشاء منظومة إعلامية خاصة به مرتبطة بموقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد لخدمة أهدافه، وهو ما يبدو أكثر أهمية بالنسبة إليه في المرحلة الراهنة لما تتيحه هذه الوسائل من إمكانات اتصالية في نشر رسالته الإعلامية.<sup>٩</sup>

لذا نستطيع القول أن تنظيم الدولة حول موقع التواصل الاجتماعي إلى وسيلة للاختراق الأيديولوجي، الذي يستهدف فضلاً عن اختراق المؤسسات السيادية، اختراق المنظومة الثقافية والقيمية الموروثة للأفراد والشعوب ومن ثم نشر النسق القيمي للتنظيم؛ واستعماله المستخدمين إلى صفوفه، وهو ما تسمح به هذه المواقع انطلاقاً من فضائها المفتوح الذي يتميز بالتفاعلية والمشاركة والافتتاح والترابط ومشاعر الحرية، بل والسلطة والقدرة؛ وهذا ما يفسر كلام روبيرت هانيغان رئيس القيادة العامة للاتصالات

البريطانية الذي يتولى مراقبة المعلومات عبر شبكة الإنترنت، عندما أوضح أن شبكة الإنترنت وشركات التكنولوجيا أصبحت بالنسبة لتنظيم الدولة "مركز مراقبة وقيادة"، وهو ما أشار إليه أيضًا ريتشارد بارت الرئيس السابق لشبكة مكافحة الإرهاب في الاستخبارات البريطانية مُبيّنًا أن التنظيم أوكل مهمة الدعاية إلى هذا الوسيط الخارجي.<sup>١٠</sup>

انطلاقاً مما سبق، يتضح أنَّ هذا الزخم في انتشار المواقع الإلكترونية المتطرفة على مستوى العالم عموماً، والعالم العربي خصوصاً من جانب، وخطورة المضمون المقدم من جانب التنظيم الإهاري من جانب آخر أدى إلى نشوء جدل كبير حول ما مدى متابعة الشباب العربي لهذه النوعية من المواقع الإلكترونية المتطرفة؟ وما تأثيرها على توجية العقل العربي واقتناعهم بأفكارهم المتطرفة وما تدعو إليه من فكر تكفيري لكل المجتمع؟ وما مدى إدراك الجمهور العربي لتأثير هذه المواقع الإلكترونية المتطرفة على انفسهم وعلى الآخرين وذلك في إطار نظرية الشخص الثالث؟.

### المدخل النظري : نظرية تأثير الشخص الثالث

تعود جذور نظرية تأثير الشخص الثالث Third person effect إلى عالم الاجتماع الألماني فيليب دافيسون Philip Davison عام ١٩٨٣.<sup>١١</sup>

وعرف دافيسون تأثير الشخص الثالث بأنه ما يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قوي على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على الذات، وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى سلوك لاحق مبني على هذا التصور.<sup>١٢</sup>

حيث يفترض دافيسون أن أفراد الجمهور يدركون أن التأثير الأعظم للرسائل الإعلامية لا يقع عليهم أنفسهم "الشخص الأول" First Person ولا على أقرانهم الذين يشبهونهم "الشخص الثاني" Second Person وإنما يقع على الآخرين الأبعد من حيث المسافة الاجتماعية أو الذين يختلفون عنهم "الشخص الثالث" Third Person.<sup>١٣</sup>

وهناك بعض العوامل التي تكمن وراء التباين في التأثير المدرك للرسائل الإعلامية على الذات والآخرين، وأن هذا التباين يرتكز على عاملين أساسين هما: القليل من قيمة تأثيرات الرسائل الإعلامية على الذات، المبالغة في تقدير تأثيرات الرسائل الإعلامية على الآخرين.<sup>١٤</sup>

### فرضيات نظرية تأثير الشخص الثالث:

وتقوم نظرية تأثير الشخص الثالث على افتراضين أساسين هما:

- **الفرض الإدراكي Perceptual hypothesis:** ويرى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم قدر التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في مواقف وسلوكيات الآخرين بحيث ينسب الأفراد تأثير أعظم لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بتأثيرها على أنفسهم.<sup>١٥</sup>

وقد أكد برولف على أن خمس عشرة دراسة على الأقل من ست عشرة من الدراسات التي أجريت على نظرية تأثير الشخص الثالث قد دعمت الفرض الإدراكي وأن غالبية هذه الدراسات قد أجريت على تصورات الأفراد للتأثيرات الضارة للمحتوى الإعلامي مثل المواد الإباحية والعنف في وسائل الإعلام والتي تعتبر مضامين غير مرغوبة اجتماعياً.<sup>١٦</sup>

- **الفرض السلوكي Behavioral hypothesis:** ويرى أن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية وأنهم يتأثرون بدرجة أكبر من الذات سوف يؤثر على سلوك هؤلاء الذين يتوقعون حدوث رد فعل من قبل الآخرين، ويتبناً بأن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر عرضة للخطر يدعم الرأي القائل بفرض رقابة وقيود على وسائل الإعلام.<sup>١٧</sup>

#### **العوامل المؤثرة في إدراك تأثير الشخص الثالث:**

- **العوامل الديموغرافية للجمهور Demographic Correlates:** تمثل بعض المتغيرات الديموغرافية للجمهور كالعمر والمستوى التعليمي انعكاساً مباشراً لبعض العوامل الإدراكية التي تمارس بالفعل تأثيراتها على التصورات التي يكونها الأفراد بشأن تأثيرات وسائل الإعلام على الآخرين وعلى أنفسهم.<sup>١٨</sup>
- **المرغوبية الاجتماعية للرسالة Social Desirability:** وهي أحد العوامل التي يعتمد عليها تأثير الشخص الثالث، وظهر الناس على أنهم أكثر استعداداً للاعتراف بالتأثير بالرسائل المرغوبة اجتماعياً بدرجة أكبر من الرسائل غير المرغوبية اجتماعياً.<sup>١٩</sup>
- **النتيجة الطبيعية للمسافة الاجتماعية Social Distance Corollary:** تشير المسافة الاجتماعية إلى التشابه أو الاختلاف المدرك بين الذات والآخر المقارن، فكلما زاد الاختلاف المدرك بين الذات والآخر المقارن بعدت المسافة الاجتماعية وبالتالي زاد التأثير المدرك للرسالة الإعلامية على الآخرين حيث إنهم سيكونون في هذه الحالة أقل تشابهاً مع الذات.
- **كثافة التعرض Exposure:** يفترض الأفراد أن التعرض يساوي التأثير، وبالتالي فالأفراد الذين يتم إدراكهم على أنهم أكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية هم الذين يُدركون على أنهم يتأثرون بدرجة أكبر.
- **الاندماج أو الاستغراق Ego Involvement:** تحديد الهوية الشخصية من خلال الانتماء إلى جماعة اجتماعية معينة يظهر أيضاً ليعزز من تأثير الشخص الثالث.<sup>٢٠</sup>
- **مستوى المعرفة (مستوى الخبرة) Expertise:** أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين تزداد عندما يعتقد المبحوثون أنهم على علم ودرأية بالقضية موضوع البحث، فقد وجد تيدج وآخرون في عام ١٩٩١ أن الفجوة الإدراكية تزداد وتنسخ لدى الأكثر تعليماً، فالأكثر تعليماً قد يعتبرون أنفسهم جماعة الصفو Elite group بسبب تعليمهم، ومن ثم فإنهم يعتقدون أنهم أقل تأثراً بوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين.<sup>٢١</sup>
- **إدراك الجمهور لتحيز المصدر perceived source bias:** يظهر الأفراد تناقضاً كبيراً بين مدركاتهم لتأثيرات الرسائل الإعلامية على الآخرين وتآثيراتها عليهم بينما يتذمرون أن هناك تحيزاً سلبياً لمصدر الرسالة.<sup>٢٢</sup>

**الدراسات السابقة :** ولقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين كالتالي:

- **المحور الأول: الدراسات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي والتنظيمات الإرهابية**
  - كشفت دراسة إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي (٤٢٠١٤)<sup>٢٣</sup> جدية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية وتوصلت لنتيجة مفاداتها أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أهم وسائل التواصل التي تعتمد عليها الجماعات الإرهابية في تحقيق التواصل مع أعضاءها الفعليين

- وتجنيد أعضاء جدد. وإن هناك علاقة طردية بين التسهيلات التي تتيحها الإمكانيات الاتصالية لوسائل الإعلام الجديد واستغلال الجماعات الإرهابية لهذه الإمكانيات في تحقيق اهدافها المادية.
- بينما سعت دراسة السيد عبداً لمولى، وأحمد نصحي (٢٠١٤)<sup>٤</sup> إلى التعرف على انعكاسات شبكة التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، وانتهت الدراسة بتقديم تصور مقتضي لتوظيف شبكة التواصل الاجتماعي في تفعيل الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين.
- وتناولت دراسة أسماء الجيوشي(٢٠١٥)<sup>٥</sup> دور التنظيمات الإرهابية لموقع التواصل الاجتماعي في إقناع الأفراد بأفكارها وجاءت النتائج لتأكد أن المواقع الإلكترونية للتنظيمات الإرهابية قدمت مواد دعائية تسمح بتحقيق الرعب والخوف للجماعات المستهدفة وتسعى للحصول على تأييد الرأي العام العالمي من خلال شرح وجهة نظرهم وأوجه الظلم الواقع عليهم والتأكيد على قدرتهم على النصر في المعركة.
- بينما تعمقت دراسة محمد الراجي(٢٠١٥)<sup>٦</sup> في أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامي، والتي أكدت على نتيجة مفاداتها أنه تم اختيار شبكات التواصل الاجتماعي الوسيط الحامل لأيديولوجيا التنظيم، والعنوان الدال على كينونته.
- ورصدت دراسة عبد الله الحمود(٢٠١٥)<sup>٧</sup> توظيف وسائل الاتصال الحديثة في الوقاية من الفكر التكفيري، وأكّدت الدراسة على ضرورة الاستمرار في رصد وتصحيح المفاهيم المغلوطة في قضايا الفكر بشكل عام، ومناقشة الجمهور عبر إعمال الفكر والتحليل العقلي حول مدى صحة المناهج والأفكار المتطرفة.

#### المotor الثاني : الدراسات التي تناولت نظرية تأثير الشخص الثالث:

- سعت جاءت دراسة شابين ١٩٩٩ م Chapin<sup>٨</sup>: للتعرف على تأثير الشخص الثالث والمخاطر الجنسية لدى الأقلية من الشباب المعرضين للخطر من خلال الحملات الإعلانية وتوصلت الدراسة إلى أن (٥٥%) من المبحوثين أدركوا تأثير الشخص الثالث فيما يتعلق بحملات التوعية للأمان الجنسي في التليفزيون أي أنهم اعتقادوا أنهم أقل تأثراً من أقرانهم برسائل التوعية الجنسية وكانوا أقل تفاؤلاً فيما يتعلق بفرض إصابتهم بمرض الإيدز.
- وكشفت دراسة هوفنير وآخرون ١٩٩٩ م Hoffner & others<sup>٩</sup>: حول دور التأثير المدرك للشخص الثالث وتكرار التعرض للأخبار في دعم الرقابة على العنف التليفزيوني، وجاءت الدراسة لتأكد أنه توجد علاقة ارتباط إيجابية بين التأثير المدرك للشخص الثالث والرغبة في فرض رقابة على العنف التليفزيوني.
- وأكدت دراسة هينريكسن وفلورا ١٩٩٩ م Henriksen & Flora<sup>١٠</sup>: حول إدراك تأثير الشخص الثالث والأطفال حول التأثير المدرك لإعلانات التدخين والإعلانات المحدّنة منه " أن الأطفال يدركون تأثيراً أكبر للإعلانات التي تدعى إلى تدخين السجائر على الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها عليهم.

- وتوصلت دراسة يون وأخرون ٢٠٠٠ م <sup>٣١</sup>: Youn & others حول فرض الرقابة على إعلانات القمار وتأثير الشخص الثالث إلى أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بكلتاً الشكلين من المقامرة (اليانصيب والقمار في الكازينوهات) من الذات سواء كان هؤلاء الآخرون مراهقين أم أطفالاً، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية بين إدراك تأثير الشخص الثالث والرغبة في فرض رقابة على إعلانات اليانصيب والقمار في الكازينوهات.
- وناقشت دراسة ليون ٢٠٠٠ م <sup>٣٢</sup>: Leone وضع حدود على المحتوى القبيح للأفلام، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي أن غالبية المبحوثين يرون أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بمحتوى العنف والجنس في الأفلام بدرجة أكبر من تأثيرها على أنفسهم، وأن غالبية المبحوثين يعتقدون أن الإناث أكثر تأثراً بمحتوى العنف والجنس التلفزيوني من الذكور.
- بينما جاءت دراسة وو وكو ٢٠٠١ م <sup>٣٣</sup>: Wu & Koo لرصد التأثيرات المدركة للمحتوى الإباحي على الإنترنط دراسة في تأثير الشخص الثالث في سنغافورة "ونوصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين أن المواد الإباحية على الإنترنط لها تأثير عظيم على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها عليهم أنفسهم وهو ما يعني دعم الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث .
- وناقشت دراسة ويلنات وأخرون ٢٠٠٢ م <sup>٣٤</sup>: Willnat & Others إدراك تأثير الإعلام الأجنبي في آسيا وأوروبا وتأثير الشخص الثالث والإعلام الإمبريالي، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم إدراك العنف المقدم في الإعلام الأمريكي على أن له أثراً سلبياً على كل من الذات والآخرين بين كل المبحوثين.
- وجاءت دراسة لو ووي ٢٠٠٢ م <sup>٣٥</sup>: Lo & Wei التي تناولت المحتوى الإباحي على الإنترنط لتأكد أن المبحوثين من الإناث يميلون إلى الاعتقاد بوجود تأثيرات سلبية كبيرة للمحتوى الإباحي على الإنترنط على الآخرين من الذكور بدرجة أكبر من تأثيراتها على الإناث كما كانوا أكثر ميلاً لفرض قيود على المحتوى الإباحي على الإنترنط.
- وتوصلت دراسة أيمن منصور ندا ٢٠٠٢ م <sup>٣٦</sup>: " إلى نتيجة هامة وهي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مساحة الفجوة الإدراكيه ودرجة تأييد المبحوثين لفرض رقابة على المواقع الجنسية على الإنترنط.
- ورصدت دراسة عزة عبد العظيم ٢٠٠٤ م <sup>٣٧</sup>: إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية وذلك على طلاب جامعة الإمارات، وتوصلت الدراسة إلى انه توجد علاقة ارتباط عكسية دالة إحصائياً بين التعرض للقنوات الغنائية العربية وإدراك المبحوثين لتأثيرها الضار على قيمهم وسلوكياتهم، وقد يرجع ذلك طبقاً لفرض دافيسون إلى أن المبحوثين يعتقدون أنهم محميون من أي احتمالات للتأثير السلبي للقنوات الفضائية عليهم.
- وأكدت دراسة نائلة إبراهيم عمارة ٢٠٠٥ م <sup>٣٨</sup>: " إلى وجود فروق بين إدراك تأثير الشخص الأول وتأثير الشخص الثالث بأغاني الفيديو كليب. ولكن لم تثبت الدراسة وجود علاقة ارتباطيه بين المكون الإدراكي والمكون السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث.

- كما جاءت دراسة عزة مصطفى الكحكي ٢٠٠٧ م<sup>٣٩</sup>: لتوّك صحّة فرضية تأثير الشخص الثالث حيث وُجّدت فروق دالة إحصائياً بين إدراك العينة لتأثير الشخص الأول وتأثير الشخص الثالث.
- وتناولت درسة مصطفى صابر النمر (٢٠١١):<sup>٤٠</sup> تعرّض المراهقين للدراما الأجنبية وعلاقتها بالانحرافات السلوكية وتوصلت الدراسة إلى أن المراهقين يعتقدون بتأثير سلوكهم الشخصي بدرجة ضعيفة بمشاهدة بعض السلوكيات مثل التدخين والعنف مقارنة بتأثير الآخرين.

### **مشكلة الدراسة:**

تبليّر مشكلة الدراسة في أن هناك اتجاهات نظرية حديثة تشير إلى أن الأفراد ينظرون إلى المضمّين السلبية لوسائل الإعلام باعتبارها أكثر تأثيراً على الآخرين منها على أنفسهم، فقد أشار Davison في فرضيته إلى أنه "يميل الأفراد إلى المبالغة في إدراك وتقدير تأثير المواد الإعلامية على اتجاهات الآخرين وسلوكهم وهم في ذلك يتوقّعون أن تأثيرات هذه المواد تكون أكبر على الآخرين من على أنفسهم، مما يجعلهم يتذمّرون إجراءً سلوكياً لواقعية الآخرين من هذه التأثيرات السلبية" لذا تبليّر مشكلة البحث الحالي في قياس تعرّض الجمهور العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية، وذلك في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث.

### **تساؤلات الدراسة : يمكن استعراض ابرز التساؤلات على النحو التالي:**

١. ما درجة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟
٢. ما ابرز شبكات التواصل الاجتماعي التي تابعها الشباب العربي لمتابعة أفكار التنظيمات الإرهابية؟
٣. ما هي ابرز موقع التنظيمات الإرهابية التي تابعها الشباب العربي على الموقع الإلكتروني؟
٤. ما مدى افتتاح الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريّاً؟
٥. ما دوافع تعرّض الشباب العربي لمتابعة الموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟
٦. ما اتجاهات الشباب العربي نحو الأفكار والمعتقدات التنظيمات الإرهابية؟
٧. ما مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير سلوكهم الشخصي بالمضمون المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟
٨. ما مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير سلوك الأصدقاء والأقارب بالمضمون المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟
٩. ما مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة بالمضمون المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟
١٠. ما مدى تأييد الشباب العربي لفرض رقابة على الموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً؟

### **أهمية الدراسة:**

١. تعد هذه الدراسة من أولى الدراسات التي اهتمت برصد تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريّاً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية وذلك في ضوء نظرية الشخص الثالث، وهو ما اوضحته الدراسات السابقة، حيث بالاطلاع على التراث العلمي تبيّن ان

عدد قليل من الدراسات من تناول هذا الموضوع وفي سياقات بحثية مختلفة، وقد تكون في حدود أوراق بحثية ، لذا فإن هذا المجال يعتبر مجال خصب للدراسة والبحث.

٢. تتعلق أهمية الدراسة من خطورة المنطق الدعائي التي تتبّه المنظمات الإرهابية على المواقع الإلكترونية بهدف تجنيد الشباب أكثر الفئات استهدافاً من قبل الجماعات الإرهابية، وذلك لأنهم الأكثر تعرضاً لوسائل التواصل الاجتماعي والأقل خبرة ومعرفة والأكثر تأثراً بالمغريات المادية.

٣. عقد مقارنة بين ثلات دول عربية وهم (مصر - السعودية - البحرين) من الشباب الجامعي، حيث أن كل مجتمع من عينة الدراسة يمتاز بخصوصية، فالمجتمع المصري يمثل المجتمع الوسط، والمجتمع السعودي يمثل المجتمع المحافظ، والمجتمع البحريني يمثل المجتمع المنفتح، وهو يساعد الباحثة على رسم صورة واضحة للجمهور العربي من الشباب للتعرف على ادراكهم نحو هذه المنظمات الإرهابية باختلاف بيئاتهم وهو ما يثير البحث.

#### **أهداف الدراسة :**

١- تسعى الدراسة إلى التعرف على درجة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا.

٢- الوقوف على أكثر موقع التواصل الاجتماعي الذي يتعرض لها الشباب العربي للأفكار الصادرة عن التنظيمات الإرهابية.

٣- التعرف على دوافع تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا.

٤- تحديد اتجاهات الشباب العربي نحو الأفكار والمعتقدات التنظيمات الإرهابية التي تتبّه المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا.

٥- التعرف على مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير سلوكهم الشخصي بالمضمون المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا.

٦- التعرف على مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير الأقارب والأصدقاء بالمضمون المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا.

٧- التعرف على مدى اعتقاد الشباب العربي بتأثير الآخرين بالمضمون المقدم بالموقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا.

٨- تحديد مدى تأييد الشباب العربي لفرض رقابة على المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا.

#### **فروض الدراسة : تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية:**

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب العربي لتأثير المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وذلك باختلاف المسافة الاجتماعية بين الذات والأخر المقارن (التأثير على السلوك الشخصي للمبحوث، والتأثير على سلوك أقرب صديق للمبحوث، والتأثير على سلوك الآخرين بصفة عامة).

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة بين درجة تعرّض المبحوثين للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وإدراكهم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكهم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب العربي نحو المواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا والاتجاه نحو هذه المواقع.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة المواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا والاتجاه نحو هذه المواقع.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب العربي للمواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليها.

#### الإجراءات المنهجية للدراسة:

**منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey وداخل إطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

**مجتمع الدراسة:** يعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث سواء كانت الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم التعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه لجمع البيانات<sup>٤</sup>، ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الشباب العربي مما تعرضوا بالفعل للمواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا.

**عينة الدراسة:** تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب العربي موزعين على ثلاثة جامعات في ثلاثة دول عربية مختلفة وهم كالتالي جامعة القاهرة في جمهورية مصر العربية، وجامعة الإمام محمد بن سعود في المملكة العربية السعودية والجامعة الخليجية في البحرين، وتم تطبيق البحث على ٣٠٠ مفردة بواقع ١٠٠ مفردة لكل دولة عربية .وتم سحب العينة بطريقة عمديه Purposive Sample وهي من العينات غير الاحتمالية Non-Probability Sample ،والتي لا تعتمد على الخطوات الحسابية في اختيار مفرداتها، ولجأت الباحثة إلى العينة العمديه حتى تتمكن من توفير شرط التعرض للمواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا وذلك لاختبار فرضية الشخص الثالث.

**أدوات جمع البيانات:** تم جمع بيانات الدراسة باستخدام استمار استبيان مفتوحة، عن طريق المقابلة الشخصية للمبحوثين، وقد تم تعاون الباحثة مع مجموعة من الباحثين الأكاديميين والمتخصصين في مجال الإعلام<sup>٤</sup>، ولقد قامت الباحثة بتصميم الاستمار لقياس متغيرات الدراسة التالية:

- متغير التعرض : تم قياسها من خلال سؤاله عن مدى تعرضه للمواقع الالكترونية المتطرفة فكريًا.
- دوافع التعرض : تم قياسها من خلال ١٠ عبارة (٥ عبارات) للدوافع الطقوسية بإجمالي درجات ١٥ درجة و(٥ عبارات) أخرى للدوافع النفعية للمشاهدة بإجمالي ١٥ درجة.
- ولقياس الاتجاهات نحو هذه المواقع تم تصميم (١٢) عبارة وتم تقسيمهم لعبارات ايجابية وسلبية ومحايدة، وبناء على مقياس ليكرت تم تقسيم الاتجاهات إلى خمس فئات (موافق بدرجة كبيرة جدا - بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة - بدرجة ضعيفة جداً).

- درجة الاعتقاد في تأثيره الشخص الأول First Person Effect : وتم قياسها من خلال سؤالاً مباشراً للمبحوث " هل لمثل هذه المواقع تأثير ضار عليك شخصياً " لتكون إجابته بطريقة ليكرت الخامسة " كبير جدا - كبير - متوسط - ضعيف - ضعيف جدا ."
- درجة الاعتقاد في تأثير الأصدقاء والأقارب وتم قياسها من خلال سؤالاً مباشراً للمبحوث " هل لمثل هذه المواقع تأثير ضار على الأقارب والأصدقاء " لتكون إجابته بطريقة ليكرت الخامسة " كبير جدا - كبير - متوسط - ضعيف - ضعيف جدا ."
- درجة الاعتقاد في تأثير الآخرين Third Person Effect : وتم بسؤال المبحوثين " هل ترى لهذه المواقع الإلكترونية المتطرفة تأثير ضار على الآخرين؟ ". وكانت إجابته بطريقة ليكرت أيضاً " كبير جدا - كبير - متوسط - ضعيف - ضعيف جدا ."

### **إجراءات الصدق Validity والثبات :**

- **صدق التحليل Validity:** ويقصد به مدى صلاحية أسلوب القياس ومدى قدرته على توفير المعلومات المطلوبة للقياس<sup>٤٣</sup> ، ومن ذلك فيمكن القول بأنَّ أسلوب القياس هو أسلوب يقيس ما يفترض قياسه بالفعل<sup>٤٤</sup> . ولقياس صدق التحليل قامت الباحثة بإعداد الاستماراة بدقة وضبطها وترتيب الأسئلة الواردة بها ترتيباً دقيقاً، ثم تم عرضها على مجموعة من المحكمين<sup>٤٥</sup> ، الذين أشاروا بصلاحية الاستماراة، وأنها تقيس ما يفترض قياسه.
- **اختبار ثبات التحليل Reliability** الثبات يقصد به الوصول إلى النتائج نفسها عن الظواهر موضع التحليل في حالة إعادة التحليل مرة أخرى<sup>٤٦</sup> ، وتسعى عملية الثبات هذه للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق فيما يتعلق بدرجة الاتساق بين المحللين، وضرورة وصولهم إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل ووحداته نفسها على المضمون نفسه<sup>٤٧</sup> . ولقياس ثبات التحليل استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest على ١٠٪ من إجمال العينة الأصلية، وقد بلغت قيمة معامل الثبات ٩٣٪، وهي قيمة عالية تشير إلى فاعلية المقاييس وصدقه.

### **المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسوب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحرمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS " وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

(٤٥) تم عرض استماراة الاستبيان على السادة المحكمين وذلك حسب الترتيب الأبجدي لأسمائهم:

- أ.د/ اعتماد خلف معد. أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفلة - جامعة عين شمس.
- أ.د/ إسماعيل عبد الباري . أستاذ الاجتماع بكلية الآداب - جامعة الزقازيق.
- أ.د/ محمد مغوض أستاذ الإعلام المتفرغ - جامعة عين شمس
- أ.د/ محمود إسماعيل أستاذ الإعلام - جامعة عين شمس
- أ.د/ صابر عسران أستاذ الإعلام جامعة القاهرة
- د/ مصطفى النمر مدرس الإعلام جامعة الزقازيق
- أ.د/ محمد علي غريب. أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب - جامعة الزقازيق.
- أ.د/ نسمة البطريق أستاذ الإعلام المتفرغ - كلية الإعلام جامعة القاهرة

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الاختبارات البعدية ( Post Hoc Tests ) بطريقة اختبار توكي Tukey HSD لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات التثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- تحليل تباين أحادي الاتجاه .ANOVA
- اختبار شافيفي Chaffee لحساب دالة ومصدر الفروق بين المجموعات.
- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
- اختبار Independent T-Test لدالة الفروق بين متوسطات مجموعتين مستقلتين ، مجموعتين مزدوجتين ، حساب المتوسطات (M) والانحرافات المعيارية (SD) للمتغيرات المختلفة.

### **النتائج العامة للدراسة:**

سوف تعرض الباحثة نتائج الدراسة في محورين كالتالي:

- المحور الأول : النتائج العامة للدراسة

- المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة

#### **المحور الأول : النتائج العامة للدراسة**

##### **١- درجة تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وفقاً لنوع :**

الجدول رقم (١)  
يوضح درجة تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وفقاً لمتغير النوع

الدالة	قيمة كا	الإجمالي		الإناث		الذكور		نوع درجة التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة ..... ٠٠٠٠١	١٩.٥١	١٦	٤٨	١٣	١٧	١٨	٣١	دائماً
		٦٣	١٩٠	٥٣.٥	٦٨	٧٠.٩	١٢٢	أحياناً
		٢١	٦٢	٣٣.٥	٤٣	١١.١	١٩	نادراً
		١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٢٨	١٠٠	١٧٢	الجملة

تشير نتائج الدراسة بشكل عام إلى أن نسبة عالية تصل إلى (٦٣%) من المبحوثين تعرضت بالفعل للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا أحياناً أي بشكل غير منظم، ونادرًا ما يشاهدها (٢١%) أي يشاهدونها بشكل عابر، في حين يتعرض لها بشكل منتظم (١٦%) من المبحوثين.

وعن درجة التعرض للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وعلاقته بالنوع تشير نتائج الدراسة إلى إن الذكور أكثر تعرضاً من الإناث للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا، حيث كانت كا = ١٩.٥١ وهي

دالة عند مستوى دلالة .٠٠٠٠١ ، ولعل هذه النتيجة ترجع في رأي الباحثة إلى أن موضوعات القتل وسفك الدماء والانتهاكات الوحشية لا تستطيع كل النساء متابعتها نظراً لطبيعتهم وأن مثل هذه المواقف قد تسبب لهم اذى نفسى بالغ التأثير، أما الذكور فيكون اكثراً قوة وصلابة فلديهم قوة نفسية أكبر للتعرض لمثل هذه المواقف المتطرفة، وعلى الرغم من أن الذكور أكثر تعرضاً، ولكن أشارت النتائج أن كل من الذكور والإإناث بشكل عام يتم التعرض لها ومشاهدتها وبنسبة مرتفعة، وهو ما يعكس أن هذه المواقف استطاعت أن تجذب الشباب العربي من الجنسين.

#### ١-أ) درجة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وفقاً للجنسية:

الجدول رقم (٢)  
يوضح درجة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وفقاً لمتغير الجنسية

الدالة	قيمة كا	البحرين		السعودية		مصر		الدولة درجة التعرض
		ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	٤.٣٧٤	٢٠	٢٠	١٦	١٦	١٤	١٤	دائماً
		٦٤	٦٤	٥٥	٥٥	٧٥	٧٥	أحياناً
		١٦	١٦	٢٩	٢٩	١١	١١	نادراً
		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر الجنسيات التي تتبع وتشاهد هذه المواقع الإلكترونية المتطرفة بنسبة عالية "دائماً" هي البحرين وذلك بنسبة ٢٠% تلاها المملكة العربية السعودية وذلك بنسبة ١٦%， بينما تحل مصر المركز الثالث والأخير وذلك نسبة ١٤%، بينما احتلت مصر الترتيب الأول في المشاهدة الغير منتظمة أحياناً وذلك بنسبة ٧٥% تلاها البحرين وبنسبة ٦٤% ثم أخيراً المملكة وبنسبة ٥٥%. وكانت قيمة كا = ٤.٣٧٤ وهي غير دالة عند مستوى دلالة .٠٠٠٥ مما يوضح أن متغير الجنسية ليس متغيراً فعالاً في تحديد كثافة التعرض. وإن هذه المواقف استطاعت استقطاب كل الشباب العربي على اختلاف خلفياتهم الثقافية والدينية.

## ٢- موقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها الشباب العربي لمتابعة أخبار التنظيمات الإرهابية

الجدول رقم (٣)

يوضح موقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها الشباب العربي لمتابعة أخبار التنظيمات الإرهابية

موقع التواصل الاجتماعي	التكرار ن = ٣٠٠	النسبة المئوية %
يوتيوب	٢٦٧	٨٩
الفيس بوك	١٢٧	٤٢
تويتر	٤٥	١٥
انستجرام	١١	٣.٦
الواتس	٣٦	١٢

تشير نتائج الجدول السابق أن اليوتيوب تصدر أبرز موقع التواصل الاجتماعي التي تعرض لها الشباب العربي لمتابعة أخبار التنظيمات الإرهابية وذلك بنسبة ٨٩% ثم الفيس بوك وبنسبة ٤٢% ثم موقع تويتر وبنسبة ١٥% بينما جاء الواتس في المركز الرابع وبنسبة ١٢% ثم أخيراً الانستجرام وبنسبة ٣.٦%.

ولعل هذا ما أشار إليه Moisés Naím والذي أوضح تفوق مقاطع يوتيوب من حيث التأثير ورقة الاتساع على شبكات CNN, BBC وغيرها من المضخات الإعلامية الضخمة وتفوقها على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى وقدرة التنظيمات على استغلالها لإيصال رسائلها الإعلامية المنهجية.<sup>٤٨</sup>

وهو ما أكدته دراسة إيمان الشرقاوي<sup>٤٩</sup>، حيث اجمع ١٠٠% من إجمالي عينة الدراسة من المنتدين إلى المؤسسات الأمنية والباحثين والأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي على أن الفيس بوك هو أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الجماعات الإرهابية خاصة فيما يتعلق بأهدافها التنظيمية، بينما موقع اليوتيوب هو الأكثر استخداماً من قبلهم فيما يتعلق بتحقيق الأهداف الدعائية.

لذا يتضح أن استخدام الجماعات الإرهابية لموقع youtube للترويج عن أفكارها ومعتقداتها؛ بهدف تحقيق أحد هدفين رئيسيين: الأول هو زيادة القاعدة الجماهيرية لمؤيديها ومحاولة التأثير عليهم وإقناعهم بمناهجهم ومبادئهم؛ ومن ثم الاندماج والانضمام إلى صفوفهم كمقاتلين، والثاني هو تهديد الآخر المناهض لنظرتهم الفكرية وترهيبه عن طريق ممارسة الأعمال الإرهابية ضده وابتکار واستعراض أبشع طرق العنف والقتل والتعذيب والتنكيل بالضحية.

**٣- المواقع المتطرفة التي يتابعها الشباب العربي**

الجدول رقم (٤)

يوضح المواقع المتطرفة التي تعرض لها الشباب العربي

النسبة المئوية %	التكرار ن = ٣٠٠	أكثر المواقع المتطرفة متابعة
٨٩	٢٦٧	داعش
٤٢	١٢٧	تنظيم القاعدة
١٥	٤٥	جبهة النصرة

أشارت نتائج الدراسة عن أكثر المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا التي تابعها عينة الدراسة من الشباب العربي كان في المركز الأول هي المواقع التي كانت صادرة عن داعش وذلك بنسبة ٨٩% تلاها القاعدة وبنسبة ٤٢% ثم أخيراً جبهة النصرة وبنسبة ١٥%.

**٤- درجة اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية وفقاً النوع**

الجدول رقم (٥)

يوضح درجة اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية وفقاً لمتغير النوع

الدالة	قيمة كا	الإجمالي		الإناث		الذكور		نوع درجة اقتناع
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة	٨٠.٣٨١	١٦.٦	٥٠	١١.٧	١٥	٢٠.٣	٣٥	مُوافق
		٥٤.٣	١٦٣	٥٨.٥	٧٥	٥١	٨٨	محايد
		٢٩.١	٨٧	٢٩.٨	٣٨	٢٨.٧	٤٩	غير موافق
		١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٢٨	١٠٠	١٧٢	الجملة

أوضحت نتائج الدراسة بشكل عام حول مدى اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريًا، أن الشباب العربي بشكل عام محايد وذلك بنسبة ٥٤.٣% تلاه غير موافق وبنسبة ٢٩.١% ثم موافق وبنسبة ١٦.٦% ، وهذه نسب من وجهة نظر الباحثة تشير إلى مؤشرات خطيرة، فإن مجرد أن موقف الشباب محايد من هذه التنظيمات والأفكار الإرهابية وبنسبة مرتفعة تصل إلى ما يزيد من نصف العينة هذا يدل أن هذا الشباب تأثر بمثل هذه المواقع وبمضمونها، وإن هذه التنظيمات حققوا الغرض من مثل هذه المواقع في محاولة إقناع الشباب بأفكارهم المتطرفة، ومن الهمام التوبيه أنه من وجهة نظر الباحثة أن هناك بعض الأفراد قد يخفوا مدى اقتناعهم بأفكار هذه التنظيمات خشية أن يصيّبهم الضرر أو المسائلة إذا أشاروا بتأييدهم لمثل هذه الأفكار، لذلك فإن هذه النتيجة تحتمل أن تكون أكثر من ذلك أيضاً، وهنا يتضح أن هذه الجماعات استطاعت وبجدارة إجاده استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت الوسيط الحامل لأيديولوجيا التنظيم، في محاولة منها لبلورة كتلة أيديولوجية من جمهور مناصر المواقف والاتجاهات والسلوكيات وصولاً إلى قوَّةٍ وتأييده وعي المستخدمين باتجاه النظام القيمي للتنظيم وممارساته الاجتماعية والسياسية؛ مما ينتج عنه في النهاية خطاب مؤيدة له.

وعن مدى اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريًا وعلاقته بال النوع تشير نتائج الدراسة إلى أن إن الذكور أكثر اقتناعاً من الإناث بأفكار التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريًا ، حيث كانت قيمة كا = ٢١ = ٨.٣٨١ وهي دالة عند مستوى دلالة .٠٠٠٥

#### ٤-(أ) درجة اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية وفقاً للجنسية

الجدول رقم (٦)

يوضح درجة اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية وفقاً لمتغير الجنسية

الدلة	قيمة كا	البحرين		السعودية		مصر		الدولة	درجة التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك		
دالة .٠٠٠٥	٤.٤١٠	٤٣	٤٣	٢٢	٢٢	٣٤	٣٤	موفق	
		٢٢	٢٢	٥٩	٥٩	٥١	٥١	محايد	
		٣٥	٣٥	١٩	١٩	١٥	١٥	غير موفق	
		١٠٠	١٠٠			١٠٠	١٠٠	الجملة	

أكّدت نتائج الجدول السابق أن أكثر الجنسيات التي تقنّع بأفكار التنظيمات الإرهابية جاءت البحرين في المركز الأول وبنسبة %٤٣ ثم مصر وبنسبة %٣٤ ثم المملكة العربية السعودية وبنسبة %٢٢، كا = ٤.٤١٠ \* وهي دالة عند مستوى دلالة .٠٠٠٥.٥.

#### ٥- الموضوعات التي تعرض لها الشباب العربي بالموقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا

الجدول رقم (٧)

الموضوعات التي تعرض لها الشباب العربي بالموقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا

النسبة المئوية %	النكرار ن = ٣٠٠	اكثر الموضوعات
١٠٠	٣٠٠	تنفيذ أحكام الاعدام والقتل وسفك الدماء
٧٠	٢١٠	محاولات الانقاذ والترويج لأفكارهم
٥٩	١٧٧	عرض لقصص حياتهم الشخصية
٣١.٦	٩٥	كيفية اعداد وتربية ابناء التنظيم

أشارت نتائج الدراسة أن أكثر الموضوعات والقضايا التي تعرض لها المبحوثين من الشباب العربي عبر المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا جاء موضوع تنفيذ أحكام الإعدام والقتل وسفك الدماء في مقدمة الموضوعات وذلك بنسبة ١٠٠ %، تلاها محاولة الإنقاذ والترويج لأفكارهم وذلك بنسبة ٧٠ % ثم عرض لقصص حياتهم الشخصية وذلك بنسبة ٥٩ % ثم أخيراً كيفية إعداد تربية أبناء التنظيم وذلك بنسبة ٣١.٦ %.

## ٦- دوافع تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا

الجدول رقم (٨)

دوافع الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا

الاتجاه	المتوسط المرجح	درجة ضعيفة جداً		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة كبيرة جداً		درجة كبيرة جداً		درجة المواجهة دوافع المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ضعيف	٢.٥٦	٢٣.٦	٧١	٢٩	٨٧	٢١	٦٤	١١	٣٣	١٥	٤٥	التسلية والترفيه عن النفس
ضعيف	٢.٣٣	٦٣	١٩١	٢٥	٧٦	٧	٢٢	٣.٦	١١	-	-	أخفيف الإحساس بالتوتر
ضعيف	٢.٧٢	٣٦.٦	١١٠	٢٢.٦	٦٨	١٥	٤٥	١٤	٤٢	١١.٦	٣٥	التخلص من الشعور بالملل
ضعيف	٢.١١	٨٢	٢٤٦	١٠.٦	٣٢	٥	١٥	٢.٣	٧	-	-	نسيان الهموم و المشكلات
ضعيف	٢.١٣	٥٤	١٦٤	٢١	٦٥	٩.٣	٢٨	٨.٣	٢٥	٦	١١	لاستغفال من أوقات فراغي
متوسطة	٣.٣٩	١	٥	٢٠	٦١	١٥	٤٥	٣٧	١١١	٢٦	٧١	لأنها تقدم قصص مليئة بالاثارة والتشويق
كبيرة	٣.٦٩	٨	٢٤	٣.٦	١١	١٧	٥٣	١٤.٦	٤٤	٥٦	١٦٨	لジョدة الإخراج وحسن استخدام عناصر الإبهار
ضعيف	٢.٣٤	٣٣	١٠٠	٢٧	٨٢	١١.٦	٣٥	٩.٣	٢٨	١٨	٥٥	لأنها تتناول موضوعات مهمة و مفيدة
كبيرة	٣.٧٧	-	-	٥.٦	١٧	٢٥.٣	٧٦	٢٩	٨٨	٣٩	١١٩	لأنها تتناول موضوعات مثيرة للجدل
كبيرة	٣.٤٣	-	-	١١.٣	١٨	٥	١٥	١٥	٤٥	٧٤	٢٢١	التعرف على أفكار التنظيم وحياتهم الشخصية

أشارت نتائج الدراسة أن الدوافع النفعة جاءت في مقدمة دوافع التعرض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة وهي نسبة مرتفعة جداً ومنطقية في ذات الوقت، حيث جاءت عبارات للتعرف على أفكار التنظيم وحياتهم الشخصية وذلك بنسبة ٧٤٪، ثم لجودة الإخراج وحسن استخدام عناصر الإبهار وذلك بنسبة ٥٦٪ ثم لأنها تتناول موضوعات مثيرة للجدل وبنسبة ٣٩٪، بينما تراجعت الدوافع الطقوسية والتي جاءت جميع اتجاهات المبحوثين نحوها ضعيفة، وقد ترجع الباحثة لأن هذه المضامين الدموية والمفزعة لا يمكن أن يتعرض لها المستخدم من أجل التسلية أو الترفيه أو الشعور بالملل أو بسبب أوقات الفراغ، حيث تعتقد الباحثة انه يتم اختيار هذه الموقع بطريقة عمدية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أسماء الجيوشي ٥٠ والتي أكدت على أن الدوافع النفعة تتصدر مقدمة الدوافع في التعرض لموقع التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريًا.

## ٧ - الفروق بين الجنسين في دوافع مشاهدة المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا:

الجدول رقم (٩)

يوضح الفروق بين الجنسين في دوافع مشاهدة للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا

الدالة	ت	إناث ن = ١٢٨		ذكور ن = ١٧٢		النوع
		ع	م	ع	م	
غير دالة	١.٤٣٠-	٩.٢	٣٨.٩	١٠.٧	٤١.٧	دوافع متابعة المواقع المتطرفة فكريًا

أوضحت نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإإناث في دوافع التعرض للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى .٠٠٠٥

## - اتجاهات المبحوثين نحو أفكار التنظيمات الإرهابية

الجدول رقم (١٠)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو أفكار التنظيمات الإرهابية

الاتجاه	المتوسط المرجح	ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		كبيرة جداً		كبيرة جداً		درجة الموافقة العبرة
		%	كـ	%	كـ	%	كـ	%	كـ	%	كـ	
ضعيفة	٢.٥٦	٣٣	١٠٠	٢٧	٧٠	٢٢	٦٦	٦	١٩	١٥	٤٥	التنظيمات المسلحة هي تنظيمات لحماية المجتمع
ضعيف	٢.٣١	٥٤	١٦٤	٢٩	٨٨	-	-	١٢.٣	٣٧	٣.٦	١١	التنظيمات المسلحة لتطبيق شرع الله
متوسطه	٣.٧٢	٣٣	١٠٠	٧	٢٣	٢١	٦٥	١١.٦	٣٥	٢٥.٦	٧٧	التنظيمات المسلحة لتحقيق الزعامة والخلافة الإسلامية
متوسط	٣.٢٤	٢٤	٧٤	٢٢	٦٦	١٧	٥١	١٨	٥٤	١٨.٣	٥٥	التنظيمات المسلحة لممارسة الفساد والاستعمار
متوسط	٣.١٢	٣٣	١٠٠	٦.٣	٢٢	١٠.٦	٣٢	١١.٣	٣٤	٣٧	١١٢	التنظيمات المسلحة أعمالها جرامية وإرهابية
كبير	٣.٧٩	٧	٢١		١٥	٢٦	٨٧	٣٣	٩٩	٢٦	٧٨	التنظيمات المسلحة هي جماعات خارجة عن القانون
كبيرة	٣.٦٩	٢٢	٦٦	١١.٦	٣٥	١٢	٤١	١٤	٤٤	٣٨	١١٤	التنظيمات الإرهابية تسفك الدماء بدون وجه حق
متوسط	٣.٤٤	٣٣	١٠٠	١٧.٣	٥٢	١١.٦	٣٥	٩.٣	٢٨	٢٨	٨٥	التنظيمات الإرهابية تسبى النساء وتعذّلهم جوازي
كبيرة	٣.٨٧	٨	٢٤	٢٢	٦٦	٧	٢٣	١٨	٥٤	٤٤	١٣٣	التنظيمات المسلحة تحمل أفكار إيجابية وسلبية
كبيرة	٣.٤٣	٢١	٦٤	١٤.٦	٤٤	١١.٦	٣٥	٢٦	٨٠	٢٥.٦	٧٧	التنظيمات المسلحة من الصعب الحكم عليها لأنها خارجة عن القانون
كبيرة	٣.٦٧	١٥.٣	٤٦	٢٣	٧٠	١٢.٦	٣٨	١٩	٥٧	٢٦.٧	٨٩	التنظيمات المسلحة لديها أفكار ومعتقدات قد تكون جديرة بالاحترام تسعى لتطبيقها
كبيرة	٣.٢٢	١٢	٤١	١٨	٥٥	٩	٣٣	٣١	٩٤	٢٥.٦	٧٧	لا تستطيع الجزم بأن أفكار التنظيمات المسلحة خاطئة

أشارت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب العربي نحو أفكار التنظيمات الإرهابية جاء بشكل محايد فهو لا يستطيع الحكم عليها بشكل قاطع لذا جاءت عبارات مثل التنظيمات الإرهابية قد تحمل أفكار إيجابية وسلبية، والتنظيمات المسلحة من الصعب الحكم عليها لأنها خارجة عن القانون، وإنها لديها معتقدات قد تكون جديرة بالاحترام والتقدير تسعى لتطبيقها، ولا تستطيع الجزم بأن أفكار التنظيمات المسلحة خاطئة، كل هذه العبارات جاءت اتجاهات الشباب العربي نحوها بشكل كبير، بينما جاء

اتجاهاته بشكل متوسط للعبارات التالية التنظيمات المسلحة لتحقيق الزعامة والخلافة الإسلامية ولمحاربة الفساد والاستعمار، بينما جاءت العبارات الرافضة للجماعات الإرهابية مابين اتجاه ضعيف إلى متوسط، وهذه المؤشرات خطيرة فهي تعكس أن الشباب العربي ليس لديه رؤية واضحة نحو أفكار هذه التنظيمات الإرهابية، فهو بالرغم من أنه لا ينتمي إليها وليس عضو فيها ولا يحمل أفكارها ولكنه يحمل اتجاه محايد نحوها وهو يدق ناقوس الخطر ويدفعنا إلى الخوف على شبابنا العربية لأن صورة التنظيمات الإرهابية غير واضحة، وقد يقع في براثن هذه الجماعات بكل سهولة ويسر وخاصة في ظل ارتفاع التعرض لمثل هذه المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا.

#### **٩- مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة فكريًا عليه شخصياً**

الجدول رقم (١١)

يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة عليه شخصياً

قيمة كا	%	ك	نوع	
			درجة التأثير الشخصي	النوع
٤٤١٠	-	-		كبير جدا
	-	-		كبير
	١٢.٣	٣٧		متوسط
	٥٩	١٧٧		ضعيف
	٢٨.٧	٨٦		ضعيف جدا
	١٠٠	٣٠٠		الجملة

أشارت نتائج الدراسة حول مدى تأثير الشباب العربي بمثل هذه المواقع الإلكترونية المتطرفة جاءت النتائج لتشير أن التأثير ضعيف وذلك بنسبة ٥٥٪ تلاها التأثر بشكل ضعيف جداً وبنسبة ٢٨.٧٪، ثم متوسط وذلك بنسبة ١٢.٣٪، ولم تذكر أي نتيجة تذكر لأي من الفئات الأخرى،  $Ka = 4.410$

\* وهي دالة عند مستوى دلالة .٠٠٥

**١٠ - مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة فكريًا على الأصدقاء والأقارب**

الجدول رقم (١٢)

يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة على الأصدقاء والأقارب

نوع	درجة التأثير على الأصدقاء والآقارب	%	ك	قيمة كا
كبير جدا	-			
	١٧	٥.٦		
	١٤٤	٤٨		
	٧٥	٢٥		
	٦٤	٢١.٤		
	٣٠٠	١٠٠		الجملة

جاءت نتائج الدراسة لتشير أن الشباب العربي يؤكّد أن تأثير المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا على الأصدقاء والأقارب يكون بدرجة متوسطة وذلك بنسبة ٣٧٪ ثم بدرجة ضعيفة وبنسبة ٢٩٪ ثم ضعيفة جداً وبنسبة ٢٥٪ ، كانت كا = ٤٠.٣٤٠ وهي دالة عند مستوى .٠٠٠٠١

**١١ - مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة فكريًا على الآخرين**

الجدول رقم (١٣)

يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير المواقع المتطرفة على الآخرين

نوع	درجة التأثير على الآخرين	%	ك	قيمة كا
كبير جدا	-			
	٧٤	٢٤.٦		
	١٠٤	٣٤.٧		
	٦٥	٢١.٦		
	٤٤	١٤.٦		
	١٣	٤.٣		
الجملة		٣٠٠	١٠٠	

أوضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتقدون بدرجة كبيرة بتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة بمتابعة المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وذلك بنسبة ٣٤.٧٪ ثم بدرجة كبيرة جداً وبنسبة ٢٤.٦٪ ثم بدرجة متوسطة وبنسبة ٢١.٦٪ ، وكانت كا = ٥٠٠٥ وهي دالة عند مستوى .٠٠٠٥

## ١٢ - مدى اعتقاد المبحوث بضرورة فرض رقابة

الجدول رقم (١٤)

يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بضرورة فرض رقابة

قيمة كا	%	ك	مدى الموافقة على ضرورة فرض رقابة	
			كبير جدا	كبير
٢٧٠٥	٤١.٣	١٢٤		
	٥٥.٣	١٦٦		
	٣.٤	١٠		متوسط
	-	-		ضعيف
	-	-		ضعيف جدا
	١٠٠	٣٠٠		الجملة

أوضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتقدون بضرورة فرض رقابة وذلك بدرجة كبيرة وذلك بنسبة ٥٥.٣ % ثم بدرجة كبيرة جدا وبنسبة ٤١.٣ % ثم بدرجة متوسطة وبنسبة ٣.٤ %، وكانت كا = ٢٧.٠٥ وهي دالة عند مستوى .٠٠٠١

### المحور الثاني : نتائج اختبار الفروض :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب العربي لتأثير الواقع الإلكتروني المتطرفه فكريًا وذلك باختلاف المسافة الاجتماعية بين الذات والأخر المقارن (التأثير على السلوك الشخصي للمبحوث، والتأثير على سلوك أقرب صديق للمبحوث، والتأثير على سلوك الآخرين بصفة عامة).

الجدول رقم (١٥)

تحليل التباين لدلالة الفروق في إدراك الشباب العربي

لتاثير الواقع الإلكتروني المتطرفه فكريًا باختلاف المسافة الاجتماعية بين الذات والأخر المقارن

الف	متوسط	متوسط	مجموع الدرجات	الفروق
*** ٥٥٠.٧٤	٢٠٢٨٩.٥	٤	.٤٤١١٧٩	بين المجموعات
	٤٢.٩	٣٩٤	٥٠٥٦٨.٧	داخل
		٣٩٦	٩٢٦٤٧.٧	مجموع

(\*\*\*) تعني دالة عند مستوى .٠٠٠١

يتضح من بيانات وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف نوع التأثير المدرک للواقع الإلكتروني المتطرفه فكريًا على السلوك الشخصي وعلى سلوك أقرب صديق وعلى سلوك الآخرين بصفة عامة حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى .٠٠٠٠١

## الجدول رقم (١٦)

اختبار توكي Tukey HSD للمقارنات بين مستويات القرب من الشخص في إدراك مدى التأثير المدرك للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا

سلوك الآخرين	سلوك أقرب صديق	السلوك
* ١١.٦٥٠-	.٠٤٤٥٠	السلوك الشخصي (١١.٧)
* ١٣.٥٧٠-		سلوك أقرب صديق (١١.٢)
		سلوك الآخرين (٢٦.٨)

(\*) تعني دالة عند مستوى ٠٠٥

يتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراكمهم لتأثير سلوك أقرب صديق لديهم، وهذه النتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث حيث أشارت النظرية إلى أن أفراد الجمهور يميلون إلى نفي تأثير سلوك أقرب صديق بالمضمون السلبي المقدم بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا، على اعتبار أن أقرب صديق يعد امتداداً للذات التي يميل أفراد الجمهور في الوقت نفسه إلى نفي وقوع اثر سلبي عليها من جراء التعرض للرسالة الإعلامية ذات المضمون السلبي وذلك بداع الشعور باحترام وتقدير الذات.

- كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراكمهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا لصالح تأثير الآخرين بدرجة أكبر من إدراكمهم لتأثير سلوكهم الشخصي وهذه النتيجة تؤكد على صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث والذي ينص على أن أفراد الجمهور يميلون إلى تضخيم الأثر المدرك للمضمون السلبي المقدم في وسائل الإعلام على الآخرين وفي نفس الوقت التقليل من الأثر المدرك للمضمون السلبي المقدم في وسائل الإعلام على أنفسهم وذلك بحكم قناعتهم الذاتية بأنهم أكثر ذكاءً من الآخرين الغير محسنين أمام التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.

- وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوك أقرب صديق لديهم وإدراكمهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة لصالح تأثير الآخرين بدرجة أكبر من إدراكمهم لتأثير اقرب صديق لديهم ،وتؤكد هذه النتيجة ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث من أن أفراد الجمهور يميلون إلى إدراك تأثير الآخرين بالمضمون السلبي المقدم في وسائل الإعلام بدرجة أكبر كلما بعثت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخر المقارن.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة بين درجة تعرض المبحوثين للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وإدراكمهم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكمهم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكمهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.

الجدول رقم (١٧)  
العلاقة بين متغيرات الدراسة وكثافة التعرض

المتغير	كثافة التعرض
إدراك تأثير السلوك الشخصي	* * .٢٢١
إدراك تأثير سلوك أقرب صديق	* * .٥٥١
إدراك تأثير سلوك الآخرين	* * .٦١١

(\*) تعني دالة عند مستوى ٠٠٠١

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى ٠٠٠١ بين كثافة تعرض الشباب العربي للموقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وكلًاً من إدراكيهم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكيهم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكيهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب العربي نحو المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا والاتجاه نحو هذه المواقع.

الجدول رقم (١٨)  
العلاقة بين متغيرات الدراسة وكثافة التعرض والاتجاه نحو هذه المواقع

المتغير	كثافة التعرض	الاتجاه نحو الم الواقع
إدراك تأثير السلوك الشخصي	* * .٢٢١	* * .٣٢٢
إدراك تأثير سلوك أقرب صديق	* * .٥٥١	* * .٣١٤
إدراك تأثير سلوك الآخرين	* * .٦١١	* * .٢٠٣

(\*) تعني دالة عند مستوى ٠٠٠١

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى ٠٠٠١ بين اتجاه أفراد العينة نحو المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وكلًاً من إدراكيهم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكيهم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكيهم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا والاتجاه نحو هذه المواقع.

الجدول رقم (١٩)  
العلاقة بين متغيرات الدراسة والاتجاه ودوافع التعرض لهذه المواقع

المتغير	الاتجاه نحو الم الواقع	دوافع التعرض
إدراك تأثير السلوك الشخصي	* * .٣٢٢	* * .٧٣٣
إدراك تأثير سلوك أقرب صديق	* * .٣١٤	* * .٤٢٢
إدراك تأثير سلوك الآخرين	* * .٢٠٣	.٠٠٢٧

(\*) تعني دالة عند مستوى ٠٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى .٠٠١ بين دوافع مشاهدة أفراد العينة للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وكلاً من إدراكيه لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكيه لتأثير سلوك أقرب صديق، بينما لم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة أفراد العينة للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وإدراكه تأثير سلوك الآخرين بصفة عامة حيث كانت قيمة ر غير دالة عند مستوى .٠٠٥.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليها.

الجدول رقم (٢٠)  
العلاقة بين تأييد فرض رقابة وبين كثافة التعرض والاتجاه نحو هذه المواقع

المتغير	الموقع	رقابة على	الاتجاه	كثافة التعرض
تأييد فرض رقابة على الإلكترونية المتطرفة فكريًا	* * .٤٦-	* * .٤٢٤-		

(\*) تعني دالة عند مستوى .٠٠١

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط عكسية دالة عند مستوى .٠٠١ بين كثافة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا ومدى التأييده لفرض رقابة عليها وهذا يعني انه كلما زادت كثافة التعرض للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا كلما قل التأييده لفرض رقابة عليها، ويمكن تفسير ذلك بأن أفراد العينة كثيفي المشاهدة للموقع الإلكتروني المتطرفة يكونون أكثر رغبة من غيرهم في عدم فرض رقابة وقيود عليها حيث أن هذه الرقابة قد تحول بينهم وبين الاستمتاع بمتابعة هذه المواقع المتطرفة فكريًا.

#### خاتمة الدراسة:

سعت الدراسة الحالية لاختبار نظرية تأثير الشخص الثالث Third Person Effect ، وتم إجراء المسح الميداني على ثلاثة جامعات في ثلاثة دول عربية، وقد شملت عينة البحث علي (٣٠٠ مفرد) تم اختيارهم بطريقة عمدية ومن تعرضوا للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات وقياس مجموعة من المتغيرات تمثلت في (التعرض - الاتجاهات - تأثر الشخص الأول - تأثر الأصدقاء والأقارب - تأثر الشخص الثالث - الفجوة التأثيرية بين الشخص الأول والثالث)، ولقد اختبرت الدراسة مجموعة من الفروض، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج يمكن حصر أهمها فيما يلي:

- أن الشباب العربي بشكل عام يتعرضون بدرجة كبيرة للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا، حيث أشارت النتائج أن نسبة ٧٩% يتعرضون لهذه المواقع وذلك بين المتابعة المنتظمة وغير منتظمة، وفي المجمل تعتبر الباحثة أن هذه النسبة مرتفعة جدا وأن هذه التنظيمات استطاعت استقطاب الشباب العربي بشكل عام، ومن الذكور والإإناث على حد سواء، كما استطاعت استقطاب كل الشباب العربي على اختلاف خلفياتهم الثقافية والدينية.

- أشارت الدراسة أن استخدام الجماعات الإرهابية لموقع youtube للترويج عن أفكارها ومعتقداتها؛ بهدف تحقيق أحد هدفين رئيسين: الأول هو زيادة القاعدة الجماهيرية لمؤيديها ومحاولة التأثير عليهم وإقناعهم بمناهجهم ومبادئهم؛ ومن ثم الاندماج والانضمام إلى صفوفهم كمقاتلين، والثاني هو تهديد الآخر المناهض لتطورهم الفكري وترهيبه عن طريق ممارسة الأعمال الإرهابية ضده وابتکار واستعراض أبشع طرق العنف والقتل والتعذيب والتكميل بالضحية.
- من النتائج الهامة والخطيرة التي يجب التوقف عندها والتدقيق فيها حول مدى اقتناع الشباب العربي بأفكار التنظيمات الإرهابية المتطرفة فكريًا، حيث أشارت النتائج إلى أن الشباب العربي بشكل عام محايدين، وتعتقد الباحثة أن مجرد أن يكون الشباب العربي اتجاه محايدين لا إيجابي ولا سلبي فإن هذا منعطف خطير لأنه من السهل أن يتم جذبه لأفكار هذه التنظيمات الفكرية المتطرفة وبالتالي تجنيده ليكون أحدي أدوات القتل وسفك الدماء لدى هذه التنظيمات الإرهابية، كما يدل على أن هذه التنظيمات استطاعت استخدام موقع التواصل الاجتماعي لنشر أفكارها وانتشار التعاطف مع قضياتهم وأفكارهم في محاولة منها لبلورة كتلة أيديولوجية من جمهور مناصر المواقف والاتجاهات والسلوكيات وصولاً إلى قوالية وتنميته وعي المستخدمين باتجاه النظام القيمي للتنظيم وممارساته الاجتماعية والسياسية؛ مما ينتج عنه في النهاية خطاب مؤيدة له.
- تعتبر أكثر الموضوعات والقضايا التي تعرض لها المبحوثين من الشباب العربي عبر المواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا جاء موضوع تنفيذ أحكام الاعدام والقتل وسفك الدماء تلتها محاولة الإقناع والترويج لأفكارهم ثم عرض لقصص حياتهم الشخصية وكيف يتم تربية ابنائهم. ولعل هذه النتيجة تؤكد النتيجة السابقة في أن موقف المبحوثين من الشباب العربي محايدين نحو هذه التنظيمات لأنهم يتعرضون لموقع تشرح لهم أفكار التنظيمات وأهدافها ومحاولتهم إقناعهم بعدالة قضياتهم وسمو أهدافهم.
- أشارت نتائج الدراسة أن الدافع النفيع جاءت في مقدمة دافع التعرض للشباب العربي للموقع الإلكترونية المتطرفة، بينما تراجعت الدافع الطقوسية، حيث تعتقد الباحثة أنه يتم اختيار هذه المواقع بطريقة عمديه وليس من أجل دافع طقوسية عابرة ولكن بهدف التعرف بالفعل على أفكار هذه التنظيمات الإرهابية الغربية عن مجتمعاتنا العربية، وهو ما يعزز خطورة هذه المواقع والتي يتم اختيارها من قبل المبحوثين بطريقة عمديه مقصودة.
- من المؤشرات الخطيرة التي يجب الإشارة إليها هي الإجابات المتناقضة والأفكار المبعثرة في عقل الشباب العربي بشكل عام نحو أفكار ومعتقدات التنظيمات الإرهابية، وهذا يدل على أن الشباب العربي أفكار مشوهه اتجاه هذه التنظيمات الإرهابية، وأنه لم يبلور فكر ورؤية واضحة واتجاه محدد نحو هذه التنظيمات الفكرية المتطرفة، وهو يدل على نجاح هذه التنظيمات التي استطاعت أن تشوه فكره مما يسهل عملية الانسياق، لأن في حالة ضبابية الرؤية والتشويش العقلي يسهل عملية الانصياع وراء أي أفكار.
- أشارت المعاملات الإحصائية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراکهم لتأثير سلوك اقرب صديق لديهم، وهذه النتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية

تأثير الشخص الثالث، على اعتبار أن اقرب صديق يعد امتداداً للذات التي يميل أفراد الجمهور في الوقت نفسه إلى نفي وقوع اثر سلبي عليها من جراء التعرض للرسالة الإعلامية ذات المضمون السلبي وذلك بداع الشعور باحترام وتقدير الذات.

- بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراكم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة بالموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا لصالح تأثير الآخرين بدرجة أكبر من إدراكم لتأثير سلوكهم الشخصي، وهذه النتيجة تؤكّد أيضًا على صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث.
- وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوك أقرب صديق لديهم وإدراكم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة لصالح تأثير الآخرين بدرجة أكبر من إدراكم لتأثير أقرب صديق لديهم.
- وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى .٠٠١ بين كثافة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وكلاً من إدراكم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.
- وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى .٠٠١ بين اتجاه أفراد العينة نحو الواقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وكلاً من إدراكم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكم لتأثير سلوك أقرب صديق، وإدراكم لتأثير سلوك الآخرين بصفة عامة.
- وجود علاقة ارتباط طردية دالة عند مستوى .٠٠١ بين دوافع مشاهدة أفراد العينة للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وكلاً من إدراكم لتأثير السلوك الشخصي، وإدراكم لتأثير سلوك أقرب صديق، بينما لم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة أفراد العينة للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا وإدراك تأثير سلوك الآخرين بصفة عامة حيث كانت قيمة ر غير دالة عند مستوى .٠٠٠٥.
- وجود علاقة ارتباط عكسية دالة عند مستوى .٠٠١ بين كثافة تعرّض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرفة فكريًا ومدى التأييد لفرض رقابة عليها.

#### **التصويبات :**

- من الملاحظ أن الدراسات أو الأوراق البحثية التي اطلعت عليها الباحثة أغليتها تتجه إلى ضرورة حظر مثل هذه الواقع المتطرفة فكريًا ومحبها، ولكن الباحثة لها رأي آخر وهو ان موضوع الحظر أو رقابة الواقع الإلكتروني المتطرفة لا يمكن أن يتم في عصر الثورة التكنولوجية الهائلة، وبالرغم من أن قد تكون الرقابة والحظر قد تكون وسيلة مؤقتة، ولكنها ليست وسيلة قوية ومؤثرة، ولكن المؤثر والفعال بشكل كبير هو محاربة الفكر بالفكر عن طريق فتح منافذ إعلامية كثيرة لتوضيح حقيقة هذه الجماعات الإرهابية الهلامية، ومحاولة تتبع هذه الواقع والتعرف على أفكارها وكيفية إقناع ضحاياها وخاصة من الشباب ثم تفنيت معتقداتهم وأفكارهم الزائفة وتوضيحها لإبطال حجتهم وأفكارهم المضللة.

- تحدث الرؤية والإستراتيجية وأن لا تكون رد فعل لما يتم به، بل يجب أن تكون لدينا الرؤية والإستراتيجية لبلورة درع أمان في صدد هذه الجماعات الإهاربية، وتنمية الفكر لدى الشباب عن طريق أعمال العقل وتدريبهم على كيفية استخدام العقل والتمييز بين الحق والباطل.
- أن تعمل المؤسسات الإعلامية بنشر قيم المسؤولية الاجتماعية والرقابة الذاتية وان يجعل الرقابة غير مختصة بالمؤسسات الحكومية، ولكن رقابة ذاتية نابعة من المواطنين ولمصلحة الوطن والحفاظ على أغلي مافي الوطن وهو الشباب العربي وذلك بالتعاون مع المؤسسات الدينية وخاصة التي لديها مكانة لدى المشاهد مثل الأزهر الشريف في جمهورية مصر العربية.
- اعداد كوادر أمنية مؤهلة تأهيلًا اعلامياً يمكنها من صياغة رسائل اعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية.
- اطلاق موقع دينية على موقع التواصل الاجتماعي تخاطب الآخر وفق مفاهيم تقوم على مضامين إنسانية راقية، تعكس مفهوم الدين الإسلامي الحنيف كدين محبة وتعاون وسلام مع إبراز الوجه المشرق للثقافة الإسلامية كوسيلة لإغلاق الباب أمام تلك الجماعات التي تتخذ من الدين ستار لبث أفكاره الهدامة والمسمومة لدى الشباب العربي.
- مناشدة المؤسسات التعليمية بكل مراحلها المختلفة لتوعية الشباب من هذه الأكاذيب المضلة وتوضيح أفكارهم وأهدافهم.
- وختاماً توصي الباحثة بضرورة إعداد دراسات إعلامية مستفيضة ومتعمقة لتحليل مضامين هذه الواقع الفكرية المتطرفة للتعرف على أساليبهم المختلفة ويكون ذلك بالتعاون بين الدراسات الإعلامية والاجتماعية والنفسية لتبني الآثار الفكرية لتلك الجماعات الفكرية وتأثيرها على الفرد والمجتمع.

## هواش البحث:

<sup>١</sup> Phyllis B. Gertstenfeld & others – Hete Online , A Content Analysis of Extremist Internet Sites In Analysis of Social Issues & Public Policy , Vol.3,No.1 , 2003,pp29-44

عبد الحميد بسيوني - الديمقراطية الإلكترونية - دار الكتب العلمية - القاهرة - ٢٠٠٨ - ص ٣٩

٢- مينا الدروبي، كاميرون يضغط على شركات الإنترنت الأمريكية للعمل مع الاستخبارات البريطانية، الدستور، ٢٠١٢ ، على الموقع الإلكتروني <http://www.dostor.org>

<sup>٤</sup> Hinton.S, Hjorth.L. Understanding Social Media (Sage, London, 2013), p. 22 .06

٥- فايز عبد الله الشهري : الخطاب الفكري على شبكة الانترنت "رؤية تحليلية لخصائص وسمات التطرف الإلكتروني" -الرياض - جامعة الملك سعود - ١٤٢٩ هجرية - ص ١٤

٦- بكر مصطفى، معتصم، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام (مركز التوثير المعرفي، الخرطوم، ٢٠١٢ ، ص ٢٢)

<sup>٧</sup> Lipschultz, J.H. Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics, (Routledge, London, 2015), p. 42

٨- حنان احمد سليم،أثر مقاطع يوتوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والثلاثون، يوليه -ديسمبر ٢٠١١ ، ص ٣١٨ .

<sup>٩</sup> محمد الراجي ، أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية ، مركز الجزيرة للدراسات ، ٢٠١٥ .

<sup>١٠</sup> عمالقة الإنترنٌت متهمون بخدمة الجهاديين" ، بوابة الشرق، ١١ نوفمبر/تشرين الثاني ٢٠١٢ ، على الموقع الإلكتروني

<http://www.al-sharq.com/news/details/289627#.VOB0c2f9mUk>

<sup>١١</sup> Davison, Philip:"Third Person Effect in Communication", **Public Opinion Quarterly**, Vol(47), No(1),1993, PP 1–16.

<sup>١٢</sup> Duck, Julie. M & Mullin, Barabara, Ann "The Perceived Impact of Mass Media: Reconsidering the Third Person Effect ", **European Journal of Social Psychology**, Vol (25),1995, p 77.

<sup>١٣</sup> Davison, Philip, op.cit, p 14

<sup>١٤</sup> Price, Vincent & Others "Third Person Effects of News Coverage: Orientations toward Media", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol (97), No (3),1997, p 521.

<sup>١٥</sup> Davison, Philip ,op.cit, p 14.

<sup>١٦</sup> Eveland, William, p& McLeod, Douglas, M " The Effect of Social Desirability on Perceived Media Impact: Implication for Third Person Perceptions ", **International Journal of Public Opinion Research**, Vol (11), No (1),1999, p 316

<sup>١٧</sup> Dupagne, Michel & Others :"Impact of Question Order on The Third Person Effect" , **International Journal of Public Opinion Research** ,Vol(11), No(4),1999, p 334

<sup>١٨</sup> محمد فضل الحديدي ، نظريات الإعلام : اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام ، دمياط، مطبعة نانسي ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٦٥

<sup>١٩</sup> Banning, Stephen,: "Third person effects on political participation", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol (83), No (4),2006 , p 786

<sup>٢٠</sup> White, Allen " Considering Interactive Factors in the Third Person Effects: Argument Strength and Social Distance ", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol (74), No (3),1997, p 559.

<sup>٢١</sup> Banning, Stephen A " Cigarette and alcohol advertising , self esteem and societal opinion: first person and third person effects in relation to received sigma, product use and self esteem ", **PHD** , USA , Southern Illinois university in Carbondale,1997.

<sup>٢٢</sup> محمد فضل الحديدي ، مرجع سابق، ٢٦٢

<sup>٢٣</sup> ايمن عبد الرحيم السيد الشرقاوي ، ورقة بحثية بعنوان: جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية "دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي" مقدمة إلى: مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، جامعة نايف للعلوم الأمنية - الرياض -المملكة العربية السعودية ، ٢٠١٤

<sup>٢٤</sup> السيد عبدالمولي السيد ابو خطوة واحمد نصحي انيس الشريبي الباز: " شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها علي الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد السابع، العدد (١٥) ، ٢٠١٤ ، ص ١٨٨ .

<sup>٢٥</sup> أسماء الجبوشي ، دور استخدام التنظيمات الإرهابية لموقع التواصل الاجتماعي في إقناع الأفراد بأفكارها ، مركز الدراسات والبحوث ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، ٢٠١٥ ، .

<sup>٢٦</sup> محمد الراجي ، مرجع سابق

<sup>٢٧</sup> عبد الله الحمود ، توظيف وسائل الاتصال الحديثة في الوقاية من الفكر التكفيري ، ورقة بحث مقدمة للملتقى العلمي : دور الرعاية والمناصحة في مواجهة الفكر التكفيري ، مركز الدراسات والبحوث ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض ، ٢٠١٥

<sup>٢٨</sup> Chapin, John " third person perception, optimistic bias, safer sex campaigns and sexual risk taking among minority " at risk " youth " , paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication (AEJMC) , New Orleans , 1999,p 48

<sup>٢٩</sup> Hoffner, Cynthia & others " support for censorship of television violence : the role of third person effect and news exposure " , journal of communication research , vol (26) , no (6),1999, pp 726 – 742 .

<sup>٣٠</sup> Henriksen, Lisa & Flora, June , A "Third person perception and children : perceived impact of pro and anti smoking ads " , Journal of communication Research , vol (26), no (6),1999, pp 643 – 665 .

<sup>٣١</sup> Youn, Seounmi & others: " Restricting Gambling advertising and the third person effect " , Psychology and marketing , vol (17), no (7),2000, pp 633 – 649.

<sup>٣٢</sup> Leone, Rone: " setting limits on offensive movies content : a variation of third person effect " , PHD , USA , Syracuse university,2000.

<sup>٣٣</sup> Wu, Wei & Koo, Soh,Hoon: " perceived effects of sexuality explicit internet content : the third person effect in Singapore" , Journalism and mass communication quarterly , vol (78), no (2),2001 pp 260 – 274 .

<sup>٣٤</sup> Willnat, Lars & Others :perceptions of foreign media influence in Asia and Europe : the third person effect and media imperialism " , international Journal of public opinion research , vol (14), no (2),2002, pp 175 – 191

<sup>٣٥</sup> Lo, Ven Hwei & Wei, Ran : Third person effect, Gender and pornography on the internet", Journal of Broadcasting & electronic media, vol (46), no (1),2002, pp 13 – 33 .

<sup>٣٦</sup> أيمن منصور ندا ،"نظيرية تأثير الآخرين في دراسات الرأي العام : أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس عشر ، العدد الخامس عشر ، ٢٠٠٢، ص ١ – ٦٠ .

<sup>٣٧</sup> عزة عبد العظيم " إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية : دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب جامعة الإمارات " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، المجلد الخامس، العدد الثاني، ٢٠٠٤، ص ٧٩ – ١٢٧ .

<sup>٣٨</sup> نائلة إبراهيم عمارة " الأغاني التليفزيونية المصورة (الفيديو كليب) ونظرية تأثير الشخص الثالث : دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور المصري " ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والعشرون ، ٢٠٠٥، ص ١٢٧ – ١٧٠ .

<sup>٣٩</sup> عزة مصطفى الكحكي " إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضمون الروحانية والغيبية : دراسة في تأثير الشخص الثالث بالتطبيق على عينة من الجمهور في دولة قطر " ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد (٢٧)، ٢٠٠٧، ص ٣٩٥ – ٤٥١ .

<sup>٤٠</sup> مصطفى صابر ، تعرض المراهقين للدراما الأجنبية بالفضائيات العربية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث دراسة تحليلية ومبادئية ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، ٢٠١١ .

<sup>٤١</sup> زوقات عبيدات وآخرون ، البحث العلمي : مفهومه وأدواته وأساليبه (الأردن : دار الفكر ٢٠٠٧) ص ٩٤

## ٤٢ أسماء الباحثين :

- د. مصطفى النمر الأستاذ المساعد - جامعة الإمام محمد بن سعود

- د. أميرة مصطفى البطريرق - الجامعة الخليجية

.٤٣ سعيد عبد الرحمن: **القياس النفسي: النظرية والتطبيق** ، ط٣ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٨) ص ١٨٣.

٤٤ حسام علي سلامة: **أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية، دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق**، الجزء الرابع ، كلية الإعلام ، مايو ٢٠٠٣ ، ص ص ١٥،١٦ .

## ٤٥ تم عرض استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وذلك حسب الترتيب الأبجدي لأسمائهم:

أ.د/ اعتماد خلف معد . أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفلة - جامعة عين شمس.

أ.د/ إسماعيل عبد الباري . أستاذ الاجتماع بكلية الآداب - جامعة الزقازيق.

أ.د/ محمد معوض أستاذ الإعلام المتفرغ - جامعة عين شمس

أ.د/ محمود إسماعيل أستاذ الإعلام - جامعة عين شمس

أ.د/ صابر عسران أستاذ الإعلام جامعة القاهرة

د/ مصطفى النمر مدرس الإعلام جامعة الزقازيق

أ.د/ محمد علي غريب. أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب - جامعة الزقازيق.

أ.د/ نسمة البطريرق أستاذ الإعلام المتفرغ - كلية الإعلام جامعة القاهرة

<sup>٤٦</sup> O. Krippen. DorffKalus , " **Content Analysis: An Introduction To Its Methodology** (London: Sage Publications, 1980)p.129

<sup>٤٧</sup> عاطف العبد،**المنهج العلمي في البحوث الإعلامية** (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٣) ص ١٥٧ .

<sup>٤٨</sup> Moisés Naím: " **The YouTube Effect** " , Washington Post .News week Interactive, LLC, **Foreign Policy**, No. 158 (Jan. – Feb., 2007), pp. 103–104

<sup>٤٩</sup> إيمان الشرقاوي ، مرجع سابق .

<sup>٥٠</sup> أسماء جيوشي ، مرجع سابق .

# **Arab youth exposed to extremist websites intellectually and relationship To recognize propaganda for terrorist organizations :a field study in the framework of the third person effect theory**

**Dr. Ghada Mostafa Elbatrik**

Ghada\_elbatrik@yahoo.com

Zagazig University

## **Abstract**

Terrorist groups have used digital network for the purposes of propaganda, a decade ago to broadcast data over the Internet, so that has emerged in the last five years, the activity of "digital" active extremist groups, to market data and photos of events across social networking sites , "Special Facebook" and "Twitter", in its quest to promote the strategy is not aimed at spreading extremist culture and the "infidels", but to wage psychological warfare, to influence the opponents, seeking to attract young people to volunteer in their ranks and fighting in the countries that are fighting the such as Afghanistan, Iraq, Syria, Yemen and other countries.

So it is clear that the momentum in the proliferation of websites extremist in the world in general, and the Arab world, especially the one hand, and the seriousness of the content provided by the terrorist organization on the other hand gave rise to much debate about what the extent of follow-up to the Arab youth to this kind of websites extremist? And what impact the direction of the Arab mind and conviction extremist ideas and calling him by the thought of penitential each community? To what extent the Arab public perception of the impact of these extremist websites themselves and others in the framework of the third person effect theory.

**Study the problem:** crystallize study the problem in measuring the Arab youth exposed to extremist websites intellectually and relationship To recognize propaganda for terrorist organizations :a field study in the framework of the third person effect theory.

**Sample study:** the study is applied to a sample of Arab youth in three universities in three different Arab countries .

**.The tools of study:** data were collected using a standardized questionnaire, through a personal interview for respondents, the researcher has collaborated with a group of academic researchers and specialists in the field of media.

## **Results of the study:**

- That Arab youth are generally exposed to a large degree the electronic extremist sites intellectually, where results showed that 79% are exposed to these sites and that the follow-up of regular and irregular, and in total, the

researcher believes that these ratios are too high and that these organizations are able to attract Arab youth in general , and male and female alike, were also able to attract all the Arab youth of different cultural and religious backgrounds.

- important and serious consequences that must stop then is that the Arab youth distorted ideas of the direction of these terrorist organizations, and it did not crystallize thought and a clear vision and specific intellectual trend towards these extremist organizations-It shows the success of these organizations that have been able to distort the idea of making it easier to control, because in the case of blurry vision and mental confusion facilitates bow behind any ideas.

-Statistical transactions referred to the lack of statistically significant differences between respondents perception of personal behavior and their awareness of their closest friend's behavior was affected, and this result confirms what the third person effect theory.

## **Copyright © EPRA 2016**

---

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jprr@epra.org.eg](mailto:jprr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jprr@epra.org.eg](mailto:jprr@epra.org.eg), or [info@epra.org.eg](mailto:info@epra.org.eg), [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg),  
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# **Journal of Public Relations Research Middle East**

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ‘after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



**Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)**  
**Scientific Refereed Journal**

- Thirteenth issue - Fourth Year - October / December 2016 -

**Founder & Chairman**

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

**Editor in Chief**

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University  
Chair of the Scientific Committee of EPRA

**Editorial Managers**

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Chair of the Consulting Committee of EPRA

**Prof. Dr. Mahmoud Youssef**

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Editorial Assistants**

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Thouraya Snoussi**

Assistant Professor & Head of Public Relations Dep. College of Mass Communication - Al Ghurair University

**Dr. Mohammed Al-Aamri**

Assistant Professor & Head of Public Relations & Advertising Department  
College of Mass Communication - Baghdad University

**Dr. El-Sayed Abdel-Rahman**

Assistant Professor of Public Relations  
Mass Communication Faculty – Sinai University

**English Reviewer**

**Ahmed Badr**

**Arabic Reviewer**

**Sabry Solaiman**

**Address**

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

[jprr@epra.org.eg](mailto:jprr@epra.org.eg)

**Scientific Board \*\***

**JPRR.ME**

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed** (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**,(Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**,(Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



# Journal of PR Research



## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fourth year - Thirteenth issue - October / December 2016

Arab Impact Factor 2016 = 1.33

### Researches in French:

- **Professeur DR. Redouane Boudjema** - Université d'Alger3

**Bouzegaou Nour El Houda** - Université d'Alger3

Le service public de la télévision:

Les origines du concept, et les défis de la responsabilité publique

7

### Abstracts Researches in Arabic:

- **Dr. Mohammed Hassan AlAmeri** - Baghdad University

**Ali Sadeq Dawood AL-Saedi** - Baghdad University

Effectiveness of direct communication and its influence on decision of Iraqi voters  
(a survey study) of Iraqi Parliament Elections in 2014

28

- **Dr. Ahmed Salim Essawi** - Umm Al Qura University

The effect of media materials issued by the Presidency of the Two Holy Mosques affairs  
and its impact on the awareness of visitors from Arab Countries - Field Study

30

- **Dr. Thoraya Mohammed Sanusi** - Al Ghurair University in Dubai

When the Media becomes a partner in Terrorism Crises industry: A Trial of Semiotic  
Reading

32

- **Dr. Ghada Mostafa Elbatrik** - Zagazig University

Arab youth exposed to extremist websites intellectually and relationship to  
recognize propaganda for terrorist organizations: a field study in the framework of  
the third person effect theory

33

- **Dr. Lobna Masoud Abd El-Azem Salem** - Sinai University

Social Networking Sites and their role in supporting the purchasing behavior of the  
Egyptian audience - A Field Study

35

- **Dr. Ayman Mohamed Ibrahim Borik** - Al Azhar university

The Role of Social Media Websites in raising the awareness among Egyptian Youth  
of Sustainable Development Issues - A Field Study

37

- **Awatif Hassan Haidar Alyafei** - Sanaa University

Commercial advertising applications related to the support of the social issues in  
Egypt - Analytical Study

38

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright 2016@EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)