

معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد السابع والأربعون - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٣ م

الإعلام والاتصال الجماهيري

ملخصات بحوث باللغة الانجليزية:

- دور استراتيجيات الابتكار المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي في دعم الشركات الصغيرة أثناء جائحة كوفيد -١٩: دراسة حالة
- أ.م.د. ليلي حسن الصقر (جامعة البحرين) ... ص ٩
- العلاقات العامة وتكتيكات الحرب المستخدمة في الصراع الروسي الأوكراني
- أ.م.د. إيمان محمد زهرة (جامعة القاهرة) ... ص ١٣
- تسويق المحتوى الاستراتيجي الرقمي: دراسة تطبيقية من منظور نموذج PESO
- د. نسرین ناصر الشربيني (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص ١٧

بحوث باللغة العربية:

- اتجاهات الاعلام الدولي الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي نحو المبادرات التنموية بالملكة العربية السعودية ومصر: دراسة مقارنة
- أ.د. رزق سعد عبد المعطي (جامعة مصر الدولية) ... ص ٢١
- أوجه استخدامات تطبيق شات جي بي تي في المجال الاعلامي: دراسة استكشافية
- أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (كلية ليوا - أبو ظبي)
- د. عمر بن عمر (كلية ليوا - أبو ظبي)
- د. خالد عبد الله أحمد درار (كلية ليوا - أبو ظبي) ... ص ٤٥
- واقع الاعلام المتخصص: محلياً وعالمياً
- أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٧٩
- دور الاعلام العربي والاعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية
- د. معين فتحي الكوع (جامعة القدس)
- حلا هاشم أبو حسن (جامعة النجاح الوطنية) ... ص ١٠٩
- دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التأثير على القرار الشرائي: دراسة ميدانية على عينة من المتسوقين عبر الانترنت
- د. دعاء محمد فوزي عرابي (جامعة المنيا) ... ص ١٧٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠



جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٣ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

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

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

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

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايغ (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

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

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

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

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

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

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، 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 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

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

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفعسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



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، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات 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 محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات 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 يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً 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 تكن البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.

- 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 تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن 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 ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو [إيميل](mailto:ceo@apr.agency) رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ستة وأربعون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا 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 - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي في تخصص الإعلام والاتصال، بمعامل تأثير = ٢.٧٥٥٨، والثانية في الترتيب على مستوى جميع التخصصات العلمية من ضمن ١١٥٥ دورية علمية محكمة، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيكان - معرفة - الوراق للنشر).

وفي هذا العدد الخاص - السابع والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين أبحاثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحوثًا باللغة الإنجليزية أولها تحت عنوان: "دور استراتيجيات الابتكار المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي في دعم الشركات الصغيرة أثناء جائحة كوفيد -١٩: دراسة حالة"، وهو مقدم من: أ.م.د. ليلي حسن الصقر، من البحرين، من جامعة البحرين.

أما أ.م.د. إيمان محمد زهرة، من مصر، من جامعة القاهرة، فقدّمت دراسة باللغة الإنجليزية بعنوان: "العلاقات العامة وتكتيكات الحرب المستخدمة في الصراع الروسي الأوكراني".

ومن جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA، قدّمت: د. نسرین ناصر الشربيني، من مصر، بحثاً آخر باللغة الإنجليزية بعنوان: "تسويق المحتوى الاستراتيجي الرقمي: دراسة تطبيقية من منظور نموذج PESO".

أما البحوث باللغة العربية ومن جامعة مصر الدولية قدّم أ.د. رزق سعد عبد المعطي، من مصر، دراسة مقارنة بعنوان: "اتجاهات الإعلام الدولي الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي نحو المبادرات التنموية بالمملكة العربية السعودية ومصر".

ومن كلية ليوا بأبو ظبي، قدّم كل من: أ.د. عبد الملك ردمان الدناني، من اليمن، د. عمر بن عمر، من تونس، د. خالد عبد الله درار، من السودان، دراسة استكشافية مشتركة بعنوان: "أوجه استخدامات تطبيق شات جي بي تي في المجال الإعلامي".

وقدّم أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، من جامعة السويس، دراسة نظرية بعنوان: "واقع الإعلام المتخصص: محلياً وعالمياً".

ومن فلسطين، قدّم كل من: د. معين فتحي الكوع، من جامعة القدس، وحلا هاشم أبو حسن، من جامعة النجاح الوطنية، بحثاً مشتركاً بعنوان: "دور الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية".

وأخيراً من جامعة المنيا قدّمت د. دعاء فوزي عرابي، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التأثير على القرار الشرائي: دراسة ميدانية على عينة من المتسوقين عبر الإنترنت". 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 للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل 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 آخراً 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

دور الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية (*)

إعداد

د. معين فتحي محمود الكوع ()**
حلا هاشم أبو حسن (*)**

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٠٥ سبتمبر ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ٠٦ أكتوبر ٢٠٢٣م.

(**) أستاذ مساعد في كلية الآداب بجامعة القدس، أبو ديس، القدس - فلسطين.

(**) حاصلة على درجة الماجستير في العلاقات العامة، برنامج العلاقات العامة المعاصرة، جامعة النجاح الوطنية - فلسطين.

دور الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية

د. معين فتحي الكوع

moeen.Koa@hotmail.com

جامعة القدس

حلا هاشم أبو حسن

hala.abohasan@gmail.com

جامعة النجاح الوطنية

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي حول موضوع جرائم العملات الرقمية، وتبيان مدى مساهمة هذه الفئات المهمة في تحصين الجمهور العربي تجاه هذه الجرائم وفقاً لنظريتي المسؤولية الاجتماعية والتلقيح، ولتحقيق هذا الهدف؛ اعتمدت الدراسة على تصميم استكشافي متسلسل متعدد الأساليب، يبدأ أولاً: باستكشاف البيانات الكمية وتحليلها، ومن ثم استخدام النتائج في مرحلة نوعية تالية؛ وبالتالي اعتمدت الدراسة على التثليث المنهجي، بالاعتماد على أداة الاستبانة؛ لتقصي آراء عينة من الجمهور العربي (١٣٠٥) مبحوثين حول مدى معرفتهم بجرائم العملات الرقمية، ومدى تعرضهم لرسائل التوعية حول هذه الجرائم، والمقابلات المنظمة مع عينة من الجمهور العربي الذين قاموا بتعبئة الاستبانة (١٠٪) من حجم العينة الأصلية؛ للتأكد من طبيعة الرسالة التي تعرضوا لها، ومقابلات أخرى مع خبراء وأكاديميين ومختصين عرب (٢٠) خبيراً، وذلك بعد عرض نتائج الاستبانة عليهم؛ للخروج بمجموعة من التدخلات اللازمة لتوعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية.

وأخيراً، تحليل المضمون لعينة من صفحات الإعلام الرقمي الأمني على الفيسبوك (١٠) صفحات؛ لتبيان مدى مساهمتها في التوعية بجرائم العملات الرقمية.

وبينت نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن ما يزيد عن (٣٥٪) من عينة الدراسة تحمل شهادات دراسات عليا ما بين ماجستير ودكتوراة، و(٤٢٪) تحمل درجة البكالوريوس، إلا أن الغالبية العظمى ما يقارب (٦٤٪) ليس لديها أدنى معلومات حول جرائم العملات الرقمية، كما بينت النتائج أيضاً أن الغالبية العظمى من المبحوثين لم يتلقوا أي رسائل توعوية من وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية أو الإعلام الرقمي الأمني على حد سواء؛ ما يشير إلى تقصير هذه الجهات في جانب المسؤولية الاجتماعية التوعوي، كما أشارت نتائج تحليل المضمون أن الإعلام الرقمي الأمني لم يتناول موضوع العملات الرقمية بشكل عام أو الجرائم الناجمة عنها بشكل خاص على الإطلاق.

وعليه خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات، على سبيل المثال - لا الحصر - ضرورة أن يكون هناك قرار على مستوى مجلس وزراء الداخلية العرب؛ لتوجيه الإعلام الأمني في الدول العربية للقيام بحملات توعوية ضمن القنوات، والوسائل، والتكتيكات، والتقنيات الحديثة، وضرورة أن تعمل الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية على توجيه المؤسسات الأكاديمية العربية؛ لعقد مؤتمرات علمية خاصة بالعملات الرقمية والجرائم المتعلقة بها، حيث بينت مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة إلى افتقار المكتبة العربية لمثل هذه الدراسات المهمة.

الكلمات المفتاحية: جرائم العملات الرقمية، الإعلام العربي، الإعلام الأمني، وسائل التواصل الاجتماعي.

مقدمة:

يتجاوز إجمالي القيمة السوقية للعملات الرقمية حالياً (٣) تريليونات دولار (الجزيرة، ٢٠٢٢)، حيث ارتفعت أسعار العملات المشفرة كالببتكوين بأكثر من (٨٠٠٠٪) خلال السنوات الخمس الماضية (Martin, Chrysochou, Strong, et al., 2022)، وبزيادة الإقبال على الاستثمار في هذا المجال؛ ارتفعت الجرائم المرتبطة بالعملات الرقمية أو المشفرة إلى مستوى قياسي خلال العام (٢٠٢١م) من حيث القيمة، حيث تلقت العناوين غير القانونية ما يزيد عن (١٤) مليار دولار بالعملات الرقمية، بزيادة (٧٩٪) عن عام (٢٠٢٠م)، واستطاع مجرمو الإنترنت غسل ما يقارب (8.6) مليار دولار منها: ما يمثل زيادة بنسبة (٣٠٪) في نشاط غسل الأموال الرقمية عن عام (٢٠٢٠م)، ولكن قام مجرمو الإنترنت بغسل أكثر من (٣٣) مليار دولار من العملات المشفرة منذ عام (٢٠١٧م)، ومع ذلك فإن هذه الأرقام لا تسرد القصة كاملة، حيث يرتفع استخدام العملات المشفرة بشكل أسرع من أي وقت مضى، حيث ارتفع إجمالي حجم المعاملات إلى (١٥.٨) تريليون دولار في عام (٢٠٢١م)، بزيادة (٥٦٧٪) عن إجماليات عام (٢٠٢٠م) (Chainalysis, 2022).

نظراً لهذا التنبؤ الهائل للعملات الرقمية، فليس من المستغرب أن الكثير من مجرمي الإنترنت يستخدمون هذه العملات، على الرغم من أن الزيادة في حجم المعاملات غير المشروعة كانت (٧٩٪) فقط، أي أقل من حجم التنبؤ الكلي للعملات الرقمية، على الرغم من تفوق الاستخدام الشرعي للعملات الرقمية على نمو الاستخدام غير الشرعي للعملات الرقمية، فإنه لم يقلل من حصة النشاط غير المشروع من حجم معاملات العملات الرقمية (Chainalysis, 2022, p. 3).

وتظهر الأرقام أن هناك زيادة هائلة في الأرصدة الجنائية خلال عام (٢٠٢١م) ومع نهاية العام، حصل المجرمون الإلكترونيون على أموال بقيمة (١١) مليار دولار، مقارنة بـ (٣) مليارات دولار فقط في نهاية عام (٢٠٢٠م)، حيث شكلت الأموال المسروقة (٩٣٪) من جميع الأرصدة الجنائية، أي ما قيمته

(٩.٨) مليار دولار، تليها ما يعرف باسم سوق (Darknet) في المرتبة التالية بـ (٤٤٨) مليون دولار، ومن ثم عمليات الاحتيال بمبلغ (١٩٢) مليون دولار، ومتاجر الاحتيال بمبلغ (٦٦) مليون دولار، وفيرس الفدية (Ransomware)- وهو نوع من البرامج الضارة المصممة لمنع الوصول إلى نظام الكمبيوتر حتى يتم دفع مبلغ من المال- بمبلغ (٣٠) مليون دولار (Chainalysis, 2022, p. 24).

وكذلك نمت سرقة العملات الرقمية بشكل أكبر، حيث سرق ما يقارب من (٣.٢) مليار دولار من العملات الرقمية في عام (٢٠٢١م) - بزيادة (٥١٦٪) مقارنة بعام (٢٠٢٠م) (Chainalysis, 2022, p. 6). وارتفعت عائدات الاحتيال (Scamming) بنسبة (٨٢٪) في عام (٢٠٢١م)، أي ما يعادل (٧.٨) مليار دولار من العملات الرقمية، حيث جاء أكثر من (٢.٨) مليار دولار من هذا الإجمالي - وهو ما يعادل تقريباً الزيادة مقارنة بإجمالي عام (٢٠٢٠م)- من عمليات "سحب البساط rug pulls"، وهي نوع جديد من عمليات الاحتيال، حيث يقوم المطورون ببناء ما يبدو أنها مشاريع عملات رقمية مشروعة (Chainalysis, 2022, p. 5).

على الرغم من أن هذه الأرقام العالمية لم تذكر أي تفاصيل جغرافية للمناطق التي تعرضت إلى هذه العمليات الاجرامية الرقمية، إلا أن الوطن العربي ليس بمعزل عن العالم الذي يتعرض يوميا لعمليات قرصنة إلكترونية، وعمليات احتيال بالعملات الرقمية، وبخاصة مع جنوح العديد من المواطنين العرب إلى الاستثمار في العملات الرقمية التي لا تخضع لقواعد منظمة من الدول، وبخاصة قطاع الشباب الذي يسعى إلى تحقيق الربح السريع من خلال خمس عملات رئيسية تشتهر في الوطن العربي، وهي: "البيتكوين" Bitcoin التي تتربع على عرش تلك العملات، وتليها عملات "الإيثريوم" Ethereum ومن ثم "بينانس" Binance، و"كاردانو" Cardano، وأخيراً "دوجكوين" Dogecoin (الجزيرة، ٢٠٢١م).

ومن هنا تأتي أهمية الإعلام العربي والأمني في توعية المواطنين العرب حول جرائم العملات الرقمية، حيث أدى النمو السريع لهذا النوع من العملات إلى انتشار الجريمة المالية بأشكال جديدة ومبتكرة (Burrus, 2018)، وبخاصة أنه من المرجح أن تداول العملات الرقمية سوف يتلقى قبولاً متزايداً خلال السنوات القليلة القادمة (Delfabbro et al., 2021).

مشكلة الدراسة:

نظراً لتنامي الجرائم المرتبطة بالعملات الرقمية بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة، وتوقعات الخبراء بزيادتها بشكل أكبر خلال الأعوام القادمة؛ وذلك بسبب التنبؤ المتزايد لهذه العملات كما تبين الإحصائيات أعلاه، ونظراً للدور المهم والحيوي الذي تقوم به وسائل الإعلام في التوعية الجماهيرية في مختلف القضايا، تتمحور مشكلة الدراسة الحالية في معرفة دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية.

أهداف الدراسة:

يتمثل هدف الدراسة الرئيس في معرفة دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية، وينبثق عن هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية، وهي:

١. معرفة مستوى مساهمة وسائل الإعلام التقليدية في الوطن العربي بتوعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية.
٢. الكشف عن مدى مساهمة الإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية.
٣. استكشاف مدى رضى المواطن العربي عن دور وسائل الإعلام العربية، والإعلام الرقمي الأمني في التوعية الجماهيرية حول جرائم العملات الرقمية.
٤. توضيح التدخلات اللازمة من الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني؛ لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيس: ما مدى مساهمة الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية؟

وللإجابة على السؤال الرئيس بشكل تفصيلي، تطرح الدراسة الأسئلة الفرعية الآتية:

١. هل تساهم وسائل الإعلام التقليدية في الوطن العربي بتوعية الجمهور العربي حول موضوع جرائم العملات الرقمية؟
٢. كيف يساهم الإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية؟
٣. كيف يقيّم المواطن العربي دور وسائل الإعلام العربية، والإعلام الرقمي الأمني في التوعية الجماهيرية حول جرائم العملات الرقمية؟
٤. ما هي التدخلات اللازمة من الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية؟

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة الى قسمين رئيسيين؛ الأول يتمثل في الأهمية الأكاديمية أو العلمية، والثاني يتمثل في الأهمية التطبيقية أو العملية على النحو الآتي:

الأهمية العلمية:

١. بينت مراجعة الدراسات السابقة وجود نقص حاد في الدراسات التي تتناول دور الإعلام في توعية الجمهور في جرائم العملات الرقمية بشكل عام، وعلى حد سواء على المستويين العالمي والإقليمي، ناهيك عن المستوى المحلي في كل دولة من دول العالم العربي، لذلك تأتي هذه الدراسة لسد هذه الفجوة العلمية من خلال دراسة دور الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية.
٢. تسلط هذه الدراسة الضوء على دور الإعلام الأمني الرقمي في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، وبذلك تعمل على التجسير ما بين حقل العلوم الأمنية وحقل الإعلام الرقمي، وبالتالي توضيح دور المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق الإعلام الأمني في توعية الجمهور حول القضايا المستجدة.
٣. على الرغم من تصاعد وتيرة الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية، وتوقع الخبراء إلى تناميها بشكل أكبر على مدار السنوات القادمة، إلا أن الدراسات التي تناقش ذلك شبه معدومة، لذلك تأتي هذه المساهمة العلمية؛ لتسليط الضوء على هذه القضية، ما يفتح الباب للباحثين المستقبليين للتوسع البحثي في هذا الحقل.
٤. أما على الصعيد النظري فإن هذه الدراسة تدمج بين نظريتي التلقيح والمسؤولية الاجتماعية، وترتبط بينهما في دراسة جديدة تبين أهميتهما في الجانب التوعوي في القضايا المستجدة، وتحديدًا جرائم العملات الرقمية.

الأهمية التطبيقية أو العملية:

١. الخروج بمجموعة من التدخلات اللازمة من الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني؛ لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية في ضوء نتائج الدراسة.
٢. الخروج بتوصيات من شأنها أن تساهم في مساعدة الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني للرقى في الجانب التوعوي، وبخاصة في مجال جرائم العملات الرقمية.
٣. مساعدة صناع القرار في الوطن العربي، وبخاصة قطاع الإعلام والاتصال في الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، والأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب على وضع استراتيجيات مستقبلية لتطوير الجانب التوعوي فيما يخص جرائم العملات الرقمية.

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية:

تمت هذه الدراسة خلال أشهر آب/أغسطس، وأيلول/سبتمبر، والنصف الأول من شهر تشرين ثاني/أكتوبر (٢٠٢٢م)، وهي الفترة التي تم خلالها استطلاع آراء الجمهور العربي حول دور الإعلام

العربي والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، وإجراء مقابلات مع عينة من المبحوثين الذين قاموا بتعبئة الاستبانة، وكذلك إجراء المقابلات مع ذوي الخبرة في المجال.

أما بخصوص تحليل المضمون لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالإعلام الأمني، فقد تمثلت في الفترة الزمنية الممتدة ما بين ١ كانون ثاني/يناير (٢٠٢١م) حتى ٣١ أيلول/سبتمبر (٢٠٢٢م)، أي عام وتسعة شهور، وهي فترة زمنية كافية لتحديد فيما إذا كانت صفحات الإعلام الأمني العربي على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على توعية المواطن العربي بجرائم العملات الرقمية، ففي تحليل المضمون يجب أن تكون الفترة الزمنية المراد دراستها طويلة بما يكفي، بحيث يكون للظاهرة قيد الدراسة وقت كاف لتحديث (Wimmer & Dominick, 2014, p. 164).

الحدود المكانية:

شملت الدراسة الحالية جميع الدول العربية، وهي:

- دول شبه الجزيرة العربية: السعودية، الإمارات العربية المتحدة، البحرين، الكويت، اليمن، قطر، وعمان.
- دول الهلال الخصيب: الأردن، سوريا، لبنان، فلسطين، والعراق.
- دول شمال إفريقيا: مصر، المغرب، ليبيا، تونس، الجزائر، السودان، وموريتانيا.
- دول شرق إفريقيا: الصومال، جيبوتي، وجزر القمر.

الحدود البشرية:

مواطنو الدول العربية المذكورة أعلاه، ضمن العينة المتاحة.

الإطار المعرفي والإطار النظري:

المحور الأول: الإطار المعرفي:

العملات الرقمية:

بدأت فكرة العملات المشفرة في الثمانينيات، لكنها تطورت بشكل ملحوظ منذ ذلك الحين، ويقال إن العملة الرقمية ظهرت في أوائل الثمانينيات في محاولة لإنشاء عملة لا مركزية للتداول عبر الإنترنت، حيث كانت العملة عبر الإنترنت في الثمانينيات تعرف عموماً باسم "العملة الإلكترونية"، وتم تحسين فكرة العملات عبر الإنترنت في التسعينيات. كان الخوف الأكبر في ذلك الوقت هو الأمن ومضاعفة الإنفاق، حيث يشير الإنفاق المزدوج إلى حالة يتم فيها نسخ العملة وإعادة استخدامها لمزيد من المعاملات. وكانت هذه الأعمال التجارية المشفرة مدفوعة بأحداث الركود الاقتصادي من (٢٠٠٧م) إلى (٢٠٠٩م)؛ ما أدى إلى الأزمة المالية العالمية، وخلال هذا الوقت، فقد عدد من الناس درجة معينة من الثقة في العملة

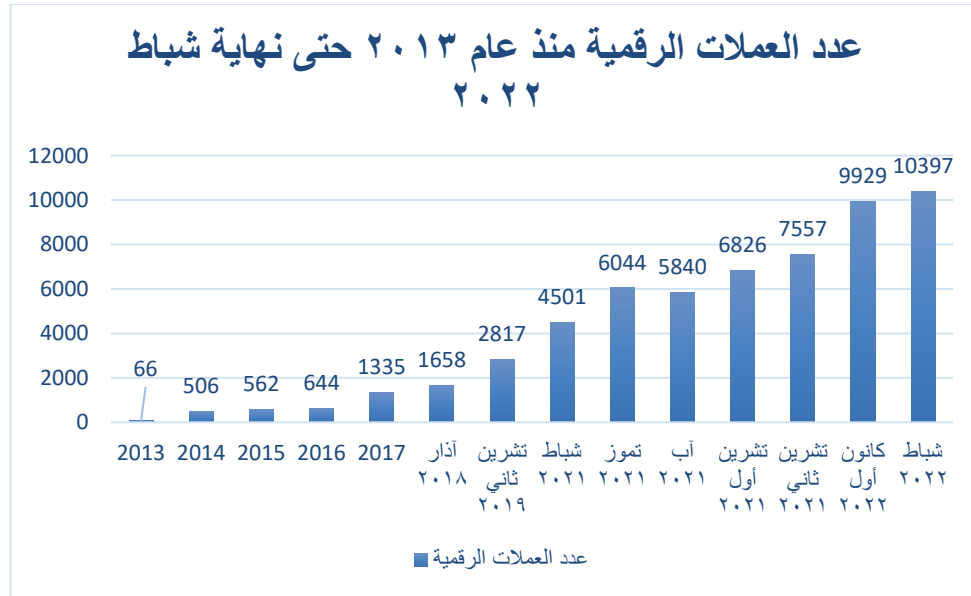
المادية، حيث ظهرت أول عملة رقمية، والمعروفة باسم "البيتكوين" في عام (٢٠٠٨م)، ومن ثم تم تطوير عملات رقمية أخرى، ونمت صناعة العملات الرقمية يوماً بعد يوم، مع إنشاء عملات جديدة واكتساب العملات القديمة قيمة (Kamau, 2022, p. 49).

العملات الرقمية أو المشفرة "crypto" هي عملات تعتمد على تقنية التشفير وما يسمى بلوك تشين "blockchain"، وهي بنية تحتية رقمية تم تصميمها لتسهيل تحويل النقد الرقمي، وتقوم هذه التكنولوجيا الرقمية على قاعدة بيانات سحابية ضخمة تسمح للأشخاص من خلالها إنجاز المعاملات أو نقل الأموال باستخدام شبكة كبيرة من الحواسيب اللامركزية المنتشرة حول العالم، وعلى الرغم من وجود العديد من إصدارات "بلوك تشين"، فإن معظمها لا مركزية وغير مصرح بها، ما يعني أن التكنولوجيا مفتوحة للجميع (مفتوحة المصدر) بدون سلطة رقابية (Maurushat & Halpin, 2022, p. 238).

العملة الرقمية هي أصل افتراضي يتم الحفاظ على سلامته من خلال التشفير، ما يعني أنه من المستحيل تقريباً التزوير أو الإنفاق المزدوج (Maurushat & Halpin, 2022, p. 239)، كما يتم تداول العملات الرقمية من خلال شبكة النظير إلى النظير أو ما يعرف باسم "القرين للقرين" أو الند للند "peer-to-peer" - وهي عملية تبادل الملفات والبيانات بين جهازين شخصيين على شبكة الإنترنت - وتسجل المعاملات على بلوك تشين العامة، على عكس العملات الورقية التي تصدرها الحكومة (Martin, 2022, Chrysochou, Strong, et al.)، وبالتالي فإن العملات الرقمية هي أصول رقمية موجودة على بلوك تشين، ويمكن نقلها دون استخدام وسيط بنكي، ونتيجة لهذا الاستقلال في تداول هذه العملات بعيداً عن الوسطاء الحكوميين، يتعرض المستثمرون لمخاطر منها عدم قدرتهم على الحصول على أي تعويض إذا ما فقدوا أموالهم بسبب الاحتيال (Martin, Chrysochou, & Strong, 2022)، فتبادل العملات المشفرة هو منصة افتراضية تعمل كقناة بين المشتري والبائع، ويمكن تبادل العملات الرقمية بأصول أخرى مثل الأنواع الأخرى من العملات الرقمية والعملات الورقية (العملات المدعومة من الحكومة) والمعادن الثمينة مثل الذهب (Maurushat & Halpin, 2022, p. 239).

تشير تقديرات العام (٢٠٢٢م)، أن هناك (١٠٣٩٧) عملة رقمية متداولة (Statista, 2022c)، وتشكل هياكلها وتبادلاتها تحديات مختلفة لمكافحة غسيل الأموال وتحديد عائدات الجريمة. ومع ذلك، لا يوجد سوى عدد قليل منها يوفر عوائد استثمار كبيرة، مع وجود حجم تداول محدود أو يكاد يكون معدوماً لدى العديد منها (Maurushat & Halpin, 2022, p. 241).

يوضح شكل (١) -الرسم البياني من إعداد الباحثين وفقاً لبيانات (Statista 2022c) - تطور عدد العملات الرقمية منذ عام (٢٠١٣) حتى نهاية شباط (٢٠٢٢م).

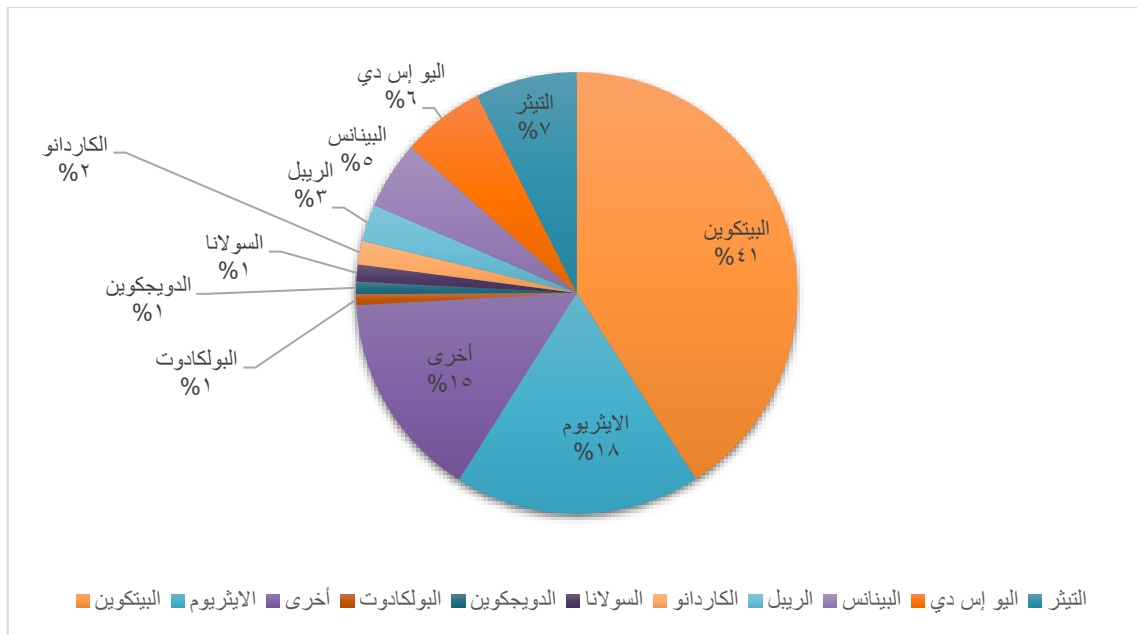


شكل (١)

تطور عدد العملات الرقمية منذ عام ٢٠١٣م حتى شباط ٢٠٢٢م

يبين الشكل أن عدد العملات الرقمية كان (٦٥) في عام (٢٠١٣م)، وصلت إلى (١٦٥٨) في نهاية آذار من عام (٢٠١٨م)، و(٢٨١٧) في نهاية تشرين ثاني من عام (٢٠١٩م)، و(٢٨١٧) في نهاية شباط من عام (٢٠٢١م)، و(٧٥٥٧) في نهاية تشرين ثاني من عام (٢٠٢١م)، و(١٠٣٩٧) في نهاية شباط من عام (٢٠٢٢م). كما يظهر الشكل أن العام (٢٠٢١م) كان عاما حاسما في مجال تكاثر عدد العملات الرقمية، وقد يكون السبب في ذلك تداعيات الأزمة الاقتصادية خلال جائحة كورونا، وبحث الناس عن بدائل جديدة.

تشمل العملات عالية الأداء ما يسمى برائد العملات المشفرة، "البتكوين Bitcoin"، و"الريبيل Ripple"، و"الإيثريوم Ethereum"، و"المونيرو Monero"، و"اللايتكوين Litecoin"، و"التيثر Tether"، و"اليو إس دي USD Coin"، و"البينانس Binance"، و"الإكس آر بي XRP"، و"الكاردانو Cardano"، و"السولانا Solana"، و"الدوجكوين Dogecoin"، و"البولكادوت Polkadot" (Hayes, 2022) يوضح الرسم البياني في شكل (٢) القيمة السوقية لأكثر العملات الرقمية تداولاً.



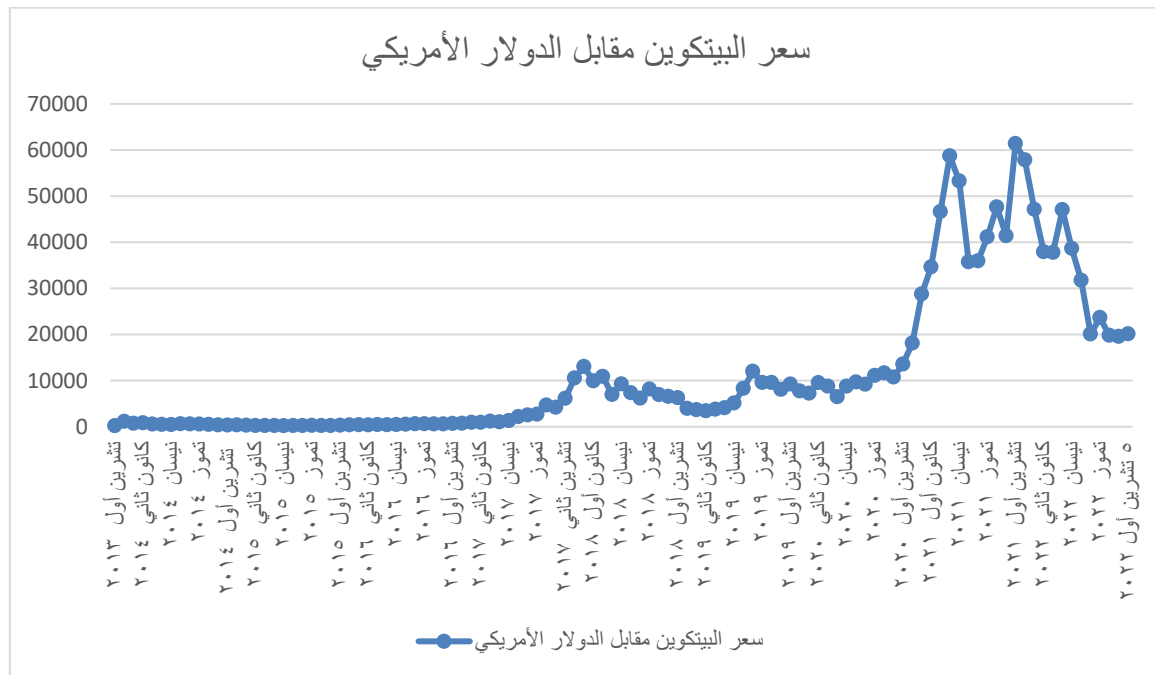
شكل (٢)
القيمة السوقية للعملة الرقمية وفقاً لتقارير ٢٣ أيلول ٢٠٢٢م

يظهر الرسم البياني أعلاه تربع "البيتكوين" والإيثريوم على عرش الحصة الأكبر من هذا السوق (الشكل من إعداد الباحثين وفقاً لبيانات (Statista, 2022b) في تقريرها الصادر بتاريخ ٢٣ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م).

١. "البيتكوين" Bitcoin: على الرغم من ظهور الآلاف من العملات الرقمية المنافسة، فإن "البيتكوين" - العملة المشفرة الأصلية - تظل اللاعب المسيطر من حيث الاستخدام والقيمة الاقتصادية، وتم تقديمها لأول مرة في عام (٢٠٠٩م) من قبل (ساتوشي ناكاموتو)، وتحتل المركز الأول في سوق العملات الرقمية من حيث القيمة السوقية، ومهدت "البيتكوين" الطريق للعديد من العملات الرقمية البديلة الموجودة في السوق، ومثلت لحظة محورية لحلول الدفع الرقمية (Binance, 2022)، كما وصل سعر "البيتكوين" الواحد بتاريخ (٢٨ أيلول/سبتمبر) إلى ما يزيد على (19114) دولاراً أمريكياً، وتبلغ قيمته السوقية حوالي (٥٢٥) مليار دولار، وفقاً لحركة التداول في سوق العملات الرقمية والتي توضح أسعار بعض العملات الرقمية وقيمها السوقية (CoinMarketCap, 2022).

تعد عملة "البيتكوين" الرقمية قانونية في دولتين هما: - السلفادور وجمهورية أفريقيا الوسطى، ولكن التقارير التي صدرت في حزيران من عام (٢٠٢٢م)، أثبتت أن قيمة ممتلكات السلفادور انخفضت بنسبة (٥٠٪)، ويبدو أن استخدام هذه العملة الرقمية في المتاجر أصبح محدوداً (الجزيرة، ٢٠٢٢ب).

تتمتع العملات الرقمية بشكل عام بتقلب شديد في الأسعار، حيث أن طبيعتها عالية المخاطر تجعل تداول العملات الرقمية أقرب إلى المقامرة (Delfabbro et al., 2021)، حيث مرت عملة بيتكوين الرقمية في مراحل من التخطب الكبير، ما أدى إلى ارتباك المستثمرين في السوق الرقمية ما بين شراء وبيع، والتي أدت إلى خسائر كبيرة للكثير منهم، ودفعتهم إلى الخروج من سوق العملات الرقمية. شكل (٣) يوضح مدى تقلب سعر عملة "البيتكوين" مقابل الدولار الأمريكي. (الرسم البياني من إعداد الباحثين وفقاً للبيانات التي تم تبنيها من (Statista, 2022a)).



شكل (٣)

سعر "البيتكوين" مقابل الدولار الأمريكي منذ تشرين أول ٢٠١٣م حتى ٥ تشرين أول ٢٠٢٢م

يظهر الرسم البياني السابق أنه في تشرين الأول من عام (٢٠١٣م) كان سعر "البيتكوين" الواحد (١٩٦.٠٢) دولار، وارتفعت إلى (١١٥٤.٩٣) خلال شهر واحد، أي في نهاية تشرين الثاني من عام (٢٠١٣م)، ومن ثم عادت إلى الانخفاض إلى (٧٤٤.١٧) دولار في نهاية كانون الأول (٢٠١٣م)، واستمرت في الانخفاض والتذبذب أكثر حتى شهر شباط عام (٢٠١٧م)، حيث بدأت بالارتفاع التدريجي وأحياناً وصفت بالارتفاع الكبير، إلى أن وصلت إلى (١٣٠٦٢.١٥) مع نهاية كانون الأول من عام (٢٠١٧م)، ولكنها هبطت إلى (٦٩٧٠.٣٦) مع نهاية آذار (٢٠١٨م)، وانخفضت بشكل صادم إلى (٣٦٨٩.٥٦) مع نهاية كانون الأول من عام (٢٠١٨م)؛ لترتفع أيضاً بشكل صادم إلى (٨٢٨٧.٠٤) مع نهاية أيار (٢٠١٩م)، وبعدها بشهر إلى (١٢٠٢٤.٠٨)، لتتخفض إلى أدنى مستوياتها في العام (٢٠١٩م) تحديداً في شهر كانون الثاني، حيث وصل سعر "البيتكوين" الواحد إلى (٧٢٥١.٢٨) دولاراً أمريكياً.

شهد "البيتكوين" ارتفاعاً غير مسبوق خلال عام (٢٠٢٠)، ووصل إلى أقصى ارتفاع خلال هذا العام في شهر كانون ثاني حيث وصل سعره إلى (٢٨٧٦٨.٨٤) دولار، وكذلك شهد العام (٢٠٢١) تطوراً كبيراً في أسعار "البيتكوين"، حيث وصل إلى (٦١٣٧٤.٢٨) خلال تشرين الأول (٢٠٢١). أما خلال عام (٢٠٢٢) فقد شهدت أسعار "البيتكوين" تقلبات كبيرة جداً ووصل إلى أدنى مستوياته خلال هذا العام في شهر أيلول، حيث وصل سعره إلى (١٩٥٦٣.٧٧) دولار أمريكي، ليرتفع قليلاً بتاريخ (٥ تشرين أول ٢٠٢٢م) إلى (٢٠١١٤.٤٤) دولار.

٢. "الإيثريوم" **Ethereum**: هو منصة برمجية لامركزية تتيح إنشاء وتشغيل العقود الذكية والتطبيقات اللامركزية دون أي توقف أو احتيال أو سيطرة أو تدخل من طرف ثالث، والهدف من هذه العملة هو إنشاء مجموعة لامركزية من المنتجات المالية التي يمكن لأي شخص في العالم الوصول إليها بحرية، بغض النظر عن الجنسية أو العرق أو الدين، وهذا الجانب يجذب أولئك الذين ليس لديهم أي بنية تحتية حكومية وهوية دولة ما، حيث يمكنهم الوصول إلى الحسابات المصرفية أو القروض أو التأمين أو مجموعة متنوعة من المنتجات المالية الأخرى.

وتم إطلاق "الإيثريوم" في عام (٢٠١٥م)، وهي حالياً ثاني أكبر عملة رقمية من حيث القيمة السوقية بعد البتكوين، وتساوي عملة "الإيثريوم" بتاريخ (١٨ أيلول/ سبتمبر ٢٠٢٢م)، (١٣٨٣) دولاراً أمريكياً، وتساوي القيمة السوقية للإيثريوم (١٦٩.٥) مليار دولار، أي أقل من نصف عملة "البيتكوين" (Hayes, 2022).

٣. "التيثر" **Tether**: تعد "التيثر" واحدة من أولى وأشهر مجموعة من العملات المستقرة - وهي العملات المشفرة التي تهدف إلى ربط قيمتها السوقية بعملة أو بنقطة مرجعية خارجية أخرى لتقليل التقلبات - ونظراً لأن معظم العملات الرقمية، حتى العملات الرئيسية مثل "البيتكوين"، شهدت فترات متكررة من التقلبات الهائلة، فإن "التيثر" وغيرها من العملات المستقرة تحاول التخفيف من تقلبات الأسعار؛ لجذب المستخدمين الذين قد يتوخون الحذر، بخلاف ذلك، يرتبط سعر "التيثر" مباشرة بسعر الدولار الأمريكي، حيث يسمح النظام للمستخدمين بإجراء تحويلات من العملات المشفرة الأخرى إلى الدولار الأمريكي بسهولة أكبر في الوقت المناسب أكثر من التحويل الفعلي إلى العملة العادية، حيث تم إطلاق "التيثر" في عام (٢٠١٤م)؛ لتسمح هذه العملة المشفرة للأفراد باستخدام شبكة (بلوك تشين) والتقنيات ذات الصلة للتعامل بالعملات التقليدية، مع تقليل التقلبات والتعقيد المرتبط غالباً بالعملات الرقمية، وفي (١٨ سبتمبر ٢٠٢٢م)، كانت "التيثر" ثالث أكبر عملة مشفرة من حيث القيمة السوقية، حيث تبلغ قيمتها السوقية (٦٧.٩) مليار دولار، وقيمة كل تيثر وصلت إلى (١.٠٠) دولار في التاريخ المذكور (Hayes, 2022).

٤. **اليو إس دي USD Coin**: تعتبر هذه العملة الرقمية من العملات المستقرة، ويرتبط سعرها بالدولار الأمريكي باستخدام احتياطات مضمونة، ما يعني أنها تحتفظ بمبلغ من العملات الورقية يساوي مبلغ عملات الدولار الأمريكي المتداولة، وتم إطلاقها عملات في عام (٢٠١٨م) من قبل مركز كونسورتيوم (Center Consortium)، والذي يتكون من (Circle) و(Coinbase). نظراً لأن (سيركل) يقع في الولايات المتحدة، فإنه يخضع للتنظيم - وهذا يجعل هذه العملة عملة مستقرة منظمة.

في ١٨ أيلول/ سبتمبر ٢٠٢٢م، بلغت القيمة السوقية لهذه العملة (٥٥.٥) مليار دولار، وسعر العملة الواحدة (١.٠٠) دولار، وبذلك تحتل المرتبة الرابعة من حيث القيمة السوقية للعملات الرقمية وحجم التداول (Hayes, 2022).

٥. **"البينانس" Binance**: هي عملة مشفرة تعمل كطريقة لدفع الرسوم المرتبطة بالتداول في بينانس لتبادل العملات Binance Exchange، وتعد ثالث أكبر عملة مشفرة من حيث القيمة السوقية. في ١٨ أيلول/ سبتمبر ٢٠٢٢م، بلغت القيمة السوقية لهذه العملة (٤٤.١) مليار دولار، وبقيمة (٢٧٣.٣٤) دولار تقريباً لكل بينانس (Hayes, 2022).

٦. **البينانس يو إس دي "Binance USD"**: تم إنشاء هذه العملة الرقمية بواسطة منصة تبادل العملات المشفرة بينانس باعتبارها عملة مستقرة مرتبطة بالدولار الأمريكي؛ وتمت الموافقة عليها كعملة مستقرة من قبل وزارة الخدمات المالية لولاية نيويورك؛ وبالتالي، تم تنظيمها في (١٨ أيلول/ سبتمبر ٢٠٢٢م)، حيث بلغت القيمة السوقية لهذه العملة الرقمية (٢٠.٥) مليار دولار، وتم تداولها بسعر (١.٠٠) دولار لكل عملة (Hayes, 2022).

٧. **الإكس آر بي "XRP"**: "XRP" هو الرمز الأصلي لـ "XRP Ledger"، الذي تم إنشاؤه كنظام دفع بواسطة "Ripple" في عام (٢٠١٢م)، وفي (١٨ سبتمبر ٢٠٢٢م)، بلغت القيمة السوقية لهذه العملة الرقمية (١٩.٦) مليار دولار، وتم تداول كل XPR مقابل (٠.٣٩) دولار (Hayes, 2022).

٨. **"الكاردانو" Cardano**: هي عملة رقمية تم إنشاؤها باستخدام نهج قائم على البحث من قبل المهندسين وعلماء الرياضيات وخبراء التشفير، وشارك في تأسيس المشروع "تشارلز هوسكينسون"، أحد الأعضاء الخمسة المؤسسين الأوليين لإيثريوم - بعد الاختلاف مع الاتجاه الذي كانت تتخذه إيثريوم، غادر وساعد لاحقاً في إنشاء "كاردانو"، ومن ثم أنشأ الفريق الذي يقف وراء "كاردانو" سلسلة الكتل الخاصة به من خلال التجارب المكثفة والأبحاث التي تمت مراجعتها من قبل الأقران، وكتب الباحثون في هذا المشروع أكثر من (١٢٠) دراسة بحثية حول تقنية البلوك تشين. نظراً لهذه العملية الصارمة، تبرز "كاردانو" بين أقرانها من العملات الرقمية

في نقاط البيع، وكما أُطلق على "كاردانو" لقب "قاتل الإيثريوم" لأنه يقال إن سلسلة الكتل الخاصة بها قادرة على عمل المزيد.

تهدف "كاردانو" إلى أن تكون نظام التشغيل المالي في العالم من خلال إنشاء منتجات (DeFi) على غرار منتجات "الإيثريوم" وتقديم حلول للتشغيل البيئي المتسلسل ومكافحة التزوير، وتتبع العقود القانونية في (١٨ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م)، وتمتلك "كاردانو" ثامن أكبر قيمة سوقية بقيمة (١٥.٩) مليار دولار، وتم تداول الكاردانو الواحد بحوالي (٠.٤٧) دولار (Hayes, 2022).

٩. "السولانا" "Solana": تأسست سولانا في عام (٢٠١٧م)، وهي عبارة عن منصة بلوك تشين مصممة لدعم التطبيقات اللامركزية. يشار إليها أيضا باسم "قاتل الإيثريوم"، ويقوم نظام سولانا بإجراء العديد من المعاملات في الثانية أكثر من "الإيثريوم"، بالإضافة إلى ذلك، فإنه يفرض رسوم معاملات أقل من "الإيثريوم"، وتستخدم سولانا وإيثريوم العقود الذكية، والتي تعتبر ضرورية لتشغيل التطبيقات المتطورة، بما في ذلك التمويل اللامركزي (DeFi) والرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs)، ومنذ نشأتها، ارتفع سعر هذه العملة الرقمية بشكل كبير، حيث بلغت القيمة السوقية لسولانا (١١.٥) مليار دولار، وقدرت قيمتها بحوالي (٣٢.٤٦) دولارا في (١٨ سبتمبر ٢٠٢٢م)، مما يجعلها تاسع أكبر عملة مشفرة من حيث القيمة السوقية (Hayes, 2022).

١٠. "الدوجكوين" "Dogecoin": تسببت "الدوجكوين" في حدوث ضجة في عام (٢٠٢١م) بسبب ارتفاع سعرها بشكل كبير، وتستخدم هذه العملة صورة "Shiba Inu" وتعني (كلب صيد في اليابان) كصورة رمزية لها، ويتم قبولها كشكل من أشكال الدفع من قبل بعض الشركات الكبرى. تم إنشاء هذه العملة من قبل اثنين من مهندسي البرمجيات، وهما: - "بيلي ماركوس وجاكسون بالمر"، في عام (٢٠١٣م) وبحسب ما ورد ابتكر (ماركوس وبالمر) العملة كمزحة، وفي (١٨ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م)، بلغت القيمة السوقية لشركة "الدوجكوين" (7.9) مليار دولار، وبلغت قيمة "الدوجكوين" الواحدة حوالي (٠.٠٦) دولار، ما يجعلها عاشر أكبر عملة مشفرة (Hayes, 2022).

١١. "بولكادوت" "Polkadot": هي عملة مشفرة تهدف إلى توفير إمكانية التشغيل البيئي بين سلاسل الكتل الأخرى، تم تصميم بروتوكوله؛ لربط "blockchains" و "oracles" المصرح بها وغير المصرح به للسماح للأنظمة بالعمل معا تحت سقف واحد؛ وتم إنشاء "بولكادوت" بواسطة (Gavin Wood) -وهو عضو مؤسس في مشروع "الإيثريوم"- وفي (١٨ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م)، بلغت القيمة السوقية لشركة "بولكادوت" حوالي (٧.٥) مليار دولار أمريكي، وتم تداول كل "بولكادوت" مقابل (٦.٧٨) دولار أمريكي (Hayes, 2022).

بشكل عام نمت القيمة السوقية للعملات الرقمية والأصول الرقمية في السنوات الأخيرة بمعدل كبير جداً، وهناك مجموعة متنوعة من الأسباب أدت إلى ذلك: أولاً، يبدو أن المستثمرين الأفراد والمؤسسات على حد سواء متعطشون باستمرار لأنواع جديدة من الاستثمارات غير التقليدية، والتي تسمى أيضاً الاستثمارات البديلة. تاريخياً، تضمنت هذه الاستثمارات البديلة أدوات مثل صناديق التحوط (hedge funds) أو التي تعرف أيضاً باسم المحفظة الوقائية، وتعرف على أنها صندوق استثمار يستخدم سياسات وأدوات استثمارية متطورة لجني عوائد تفوق متوسط عائد السوق بدون تحمل مستوى عالي من المخاطر، حيث تستخدم صناديق التحوط أدوات عديدة منها المشتقات المالية والعقود الآجلة والمقايضات، أما السياسات الاستثمارية التي تستخدمها فهي الرفع المالي والبيع المكشوف، ومن الأمثلة الأخرى على الاستثمارات البديلة هي صناديق الأسهم الخاصة؛ وهي عبارة عن خطة استثمار جماعي يستخدم لتوظيف استثمارات في سندات الأسهم المختلفة، وبعد أقل من الدين. بالعادة تكون صناديق الأسهم الخاصة عبارة عن شركات تضامنية محدودة، ولمدة محددة الأجل تصل إلى (١٠) سنوات. اليوم، أصبحت هذه الأنواع من البدائل راسخة وممولة تمويلًا جيدًا. بينما تستمر صناديق التحوط والأسهم الخاصة في النمو، فإن استمرار الأداء القوي للعملات المشفرة الكبيرة مثل "البتكوين" و"الإيثريوم" قد أعاد إثارة اهتمام المستثمرين في المجال (Scharfman, 2022).

ومن الأسباب الأخرى التي أدت إلى نمو القيمة السوقية للعملات الرقمية والأصول الرقمية في السنوات الأخيرة بمعدل كبير جداً؛ هو مواصلة كل من الابتكار التكنولوجي والمالي توسيع الفرص القابلة للاستثمار في مجال التشفير والفضاء الرقمي. إضافة إلى العملات الرقمية المعروفة، هناك مجموعة متنوعة من خيارات الاستثمار الناشئة ذات الصلة بالعملات المشفرة والرقمية، مثل زراعة الغلة أو زراعة العائد (yield farming)، وهي طريقة لكسب المكافآت أو الفوائد عن طريق إيداع العملات الرقمية في تجمع مع مستخدمين آخرين، وتستخدم الأموال المجمعة؛ لتنفيذ عقود ذكية مثل: إقراض العملة الرقمية التي تولد فائدة في المقابل، ومن خيارات الاستثمار الناشئة ذات الصلة بالعملات الرقمية أيضاً الاستثمارات الرقمية بالعملات المستقرة، والرموز غير القابلة للاستبدال (NFT) ورموز الأمان، ورموز (DeFi). مع استمرار رأس المال المؤسسي، وتجار التجزئة في الاستثمار في مجال التشفير والفضاء الرقمي، فإن الاعتماد العالمي، والتنظيم المستمر للعملات الرقمية مثل "البيتكوين" أمر لا مفر منه، وهذا يدفع المستثمرين إلى استثمار الفرصة بزيادة الاستثمار قبل عملية التنظيم (Scharfman, 2022).

وأخيراً، ومن الأسباب الأخرى التي أدت إلى نمو القيمة السوقية للعملات الرقمية والأصول الرقمية، هو سهولة الوصول إلى العملات الرقمية والأصول الرقمية. في البداية، كان هناك عدد من التعقيدات الفنية التي جعلت الشراء المباشر للعملات الرقمية معقداً. اليوم، يمكن لمستثمري التجزئة إنشاء حسابات بسهولة مع مجموعة متنوعة من بورصات العملات الرقمية بمليارات الدولارات، وإجراء عمليات

شراء بطريقة سهلة الاستخدام. وكما يعمل مديرو الأصول التقليديون في مجال الاستثمار المؤسسي على إطلاق أدوات استثمارية بملايين الدولارات، وفي بعض الحالات بمليارات الدولارات بشكل متزايد للاستثمار، فإن أصحاب الأصول الرقمية يفعلون الشيء نفسه؛ لزيادة الاستثمار في العملات الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير مجموعة كاملة من الصناعات ومقدمي الخدمات ذات الصلة؛ لدعم هذه التدفقات الرأسمالية الجديدة في الفضاء الرقمي (Scharfman, 2022).

العملات الرقمية ذات طابع الخصوصية:

تتميز العملات الرقمية ذات طابع الخصوصية بدرجة عالية من إخفاء الهوية التي توفرها، على عكس العديد من العملات الرقمية الشائعة مثل "البيتكوين" التي تفتقر إلى الخصوصية الحقيقية؛ لهذا صممت عملات الخصوصية بشكل خاص لإضافة درجة من الخصوصية إلى مزايا ووظائف العملة الرقمية ما يجعلها أدوات جذابة للمجرمين، حيث تستخدم في تمويل الإرهاب، أوفي غسل الأموال، أو إدارة الأموال لأنشطة غير قانونية أخرى، ومع ذلك، فإن هناك الكثيرون ممن يدافعون عن هذه العملات بحجة خصوصية المعاملات، والحاجة إلى إخفاء الثروة، وعدم الرغبة في الكشف عن كيفية إنفاق الأموال (المتداول العربي، ٢٠٢٢م). ومن أهم هذه العملات ذات طابع الخصوصية:

١. عملة الشعاع المعروفة باسم "Beam": تستخدم هذه العملة بروتوكول Mimblewimble (MW)، الذي يلغي الحاجة إلى أي عنوان، ما يسهل المعاملات بدون عناوين.
٢. عملة الاندفاع والمعروفة باسم "Dash": تعد هذه العملة الرقمية صنفاً من "البيتكوين" وتعتمد على طريقة "CoinJoin"، وتمنح المستخدمين خيار المعاملات العامة أو الخاصة.
٣. عملة المونيرو "Monero": تمتلك هذه العملة الرقمية أكبر قيمة سوقية في قائمة عملات الخصوصية، وتم إطلاقها في عام (٢٠١٤م)، وتعتمد على عناوين التخفي، وتوقعات الحلقة لإخفاء عناوين المرسل والمستلم ومبلغ المعاملة بالكامل، وعليه يمكن للشخص أن يرسل مليون دولار من المونيرو حول العالم في أقل من (٣٠) دقيقة، مقابل رسوم معاملات بسيطة تقل عن (٢٠) دولارا امريكيا، ولن يتمكن أحد من تمييز مرسل المبلغ وكيف تم إرساله.
٤. عملة الصولجان والمعروفة باسم "Verge": وهي عبارة عن مشروع مفتوح المصدر يديره متطوعون، ويهدف إلى تحقيق الخصوصية عبر (I2P) و(TOR)، حيث تقوم هذه البروتوكولات بتشفير البيانات، ومن ثم يرسل (TOR) الاتصالات إلى شبكة موزعة يديرها متطوعون، ويخفي هذا المزيج عناوين (IP) تماما للمعاملات التي لا يمكن تتبعها، وقد تم إطلاق (Verge) في الأصل باسم "DogeCoinDark" كإصدار مجهول من "Dogecoin" ولكن تم تغيير علامته التجارية في عام (٢٠١٦م).

٥. **عملة الزكاش "Zcash"**: وهي عملة رقمية تعتمد على بروتوكول "zk-SNARKs" لإخفاء البيانات الشخصية والسرية، مثل عناوين العملات الرقمية والمبلغ في المعاملة، ومن سماتها الفريدة توفيرها معاملات عامة بالكامل أو خاصة بالكامل، أو جعل بعض جوانب المعاملة عامة وبعضها خاص.

وبشكل عام يمكن القول أن الفرق الأساسي بين العملات الرقمية العامة والخاصة يكمن في طبيعة البلوك تشين، حيث أن البلوك تشين العامة تسمح بتتبع المعاملات، وتعتمد الدرجة التي يمكن بها تتبعها على بروتوكول التشفير الذي يستخدمه فريق المشروع أي أن العملات العامة التي لا تركز على الخصوصية تكون قابلة للربط والتتبع، بينما تستخدم عملات الخصوصية مجموعة متنوعة من تكتيكات التخفي؛ لكسر إحدى هذه الخصائص أو كليهما (المتداول العربي، ٢٠٢٢م).

الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية:

تمكنت الجريمة المنظمة من الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة؛ لأداء الأنشطة غير القانونية نفسها التي كانت تتم في الماضي (Larkin et al., 2022, p. 121). لم تجد جماعات الجريمة المنظمة طرقاً لتحسين الأشكال الكلاسيكية للجريمة المربحة فحسب؛ لقد قاموا أيضاً بصياغة مشاريع جديدة لكسب المال وغسيل الأموال بمساعدة الإنترنت وقاعدة مستخدميه الواسعة، وأدى التقدم في هذه التكنولوجيا وانتشارها، بدوره، إلى السماح لمزيد من الجهات الفاعلة بأداء أنشطة إلكترونية غير قانونية في جميع أنحاء العالم، فعلى سبيل المثال، سمحت تقنية متصفح (TOR)، الذي تم إنشاؤه بواسطة مختبر الأبحاث البحرية الأمريكية، لمستخدمي الإنترنت بالوصول إلى أي موقع ويب مع عدم الكشف عن هويتهم عن طريق ارتداد عنوان بروتوكول الإنترنت (IP) الخاص بهم من عقدة إلى أخرى حول العالم. كما أنشأت أيضاً "الويب العميق Deep Web"، الذي يتكون من مواقع الويب التي لا يمكن الوصول إليها إلا أثناء استخدام متصفح (TOR). وكذلك مكنت العملات الرقمية مثل "البيتكوين"، هؤلاء المستخدمين أنفسهم من تحويل الأموال عالمياً في غضون دقائق وبدرجة عالية دون الكشف عن هويتهم (Hoard et al., 2016, p. 274).

يشعر خبراء مكافحة الإرهاب بالقلق إزاء شعبية العملات الرقمية، وانتشارها العالمي، واللامركزية التي تتمتع بها، وسرعة المعاملات التي تتم من خلالها، وسهولة الاستخدام النسبية، والافتقار إلى الردع. ومع ذلك، فإن تقلب العملات الرقمية، والسرقة المحتملة لهذه العملة الموجودة في المحافظ الرقمية، واحتمال عدم القدرة على تحويلها من وإلى العملات الأجنبية، والاهتمام المتزايد بتتبعها من قبل جهات إنفاذ القانون والجهات التنظيمية الحكومية، قد يردع بعض المجرمين الإلكترونيين (Kethineni & Cao, 2020, p. 330).

ورغم هذا التخوف إلى أن المؤشرات تشير إلى محدودية استخدام العملات الرقمية في الإرهاب المنظم، ففي ظل الوضع الحالي، يبدو أن هناك العديد من العوامل تثني الإرهابيين عن استخدام العملات الرقمية (على الأقل في هذه المرحلة)، ومنها: أولاً- يحتاج الإرهابيون إلى سلع وخدمات لم يكن بالإمكان شراؤها إلا بالعملة الصعبة حتى وقت قريب. ثانياً- تعقيد تقنيات البلوك تشين، وهذا يعني أنه من المحتمل أن العديد من الجماعات الإرهابية لا تزال لا تفهم ما يمكن أن تقدمه البلوك تشين لها. ثالثاً- يميل تقلب أسعار العملات المشفرة إلى تثبيط الإرهابيين عن الاستثمار أكثر من اللازم، لأن البعض لديهم موارد محدودة للغاية ولا يريدون إضاعة ما لديهم (Kfir, 2020, p. 119).

يمكن تحديد ثلاث طرق حاولت بها البلدان التعامل مع العملات الرقمية: بعضها مثل أيسلندا ونيبال، ولبنان حظرتها. دول أخرى مثل اليابان، ومجموعة من الولايات داخل الولايات المتحدة الأمريكية، وأستراليا قد قبلتها كعملة قانونية، وقدمت نظاماً يسمح باستخدامها في قطاعات محددة طالما أن أولئك الذين يستخدمون هذه العملة يعرفون عملاءهم، وبعض الدول ما زالت تستكشف إمكانات العملات الرقمية ولكنها لم تقرر بعد ما إذا كانت ستسمح باستخدامها أم لا، وهناك أيضاً دول مثل: إيران، وفنزويلا وروسيا، تتطلع إلى العملات المشفرة كوسيلة للالتفاف على العقوبات الدولية والحصول على المزيد من الإيرادات، ما يضيف المزيد من التحديات إلى البلدان التي تسعى إلى تطوير هذا القطاع، وعلى الرغم من محاولات الجهات الحكومية للحيلولة دون استخدام العملات الرقمية في الجريمة المنظمة، إلا أنه من الواضح أن فجوة المهارات بين جهات إنفاذ القانون والمجتمع الإجرامي الذي يستخدم العملات الرقمية بشكل منظم، لا تزال كبيرة (Kfir, 2020, p. 114).

هناك ثلاث فئات من المخاوف الجنائية التي تتعلق بالعملات الرقمية: جرائم العملات الرقمية المحددة، وغسيل الأموال، والجرائم التي تسهلها العملات الرقمية، وناهيك عن الجرائم الخاصة بالعملات الرقمية وهي هجمات على العملة وبنيتها التحتية مثل سرقتها، والهجمات على تجمعات التعدين، وهجمات رفض الخدمة على البورصات؛ للتلاعب بأسعار الصرف، وغالباً تواجه مؤسسات إنفاذ القانون صعوبات كبيرة في منع هذه الجرائم أو حلها بسبب حداثةها، وعدم الوضوح بشأن الدوائر القضائية المسؤولة عن هذا الشأن، والتعقيد التقني، وعدم اليقين الإجرائي، والموارد المحدودة (Böhme et al., 2015, p. 230).

ثانياً- يمكن استخدام العملات الرقمية في غسيل الأموال، حيث يتطور غسيل أموال العملات الرقمية ليصبح أكثر صعوبة في التتبع، لا سيما عندما يتم توجيه الأموال من خلال أجهزة الخلط "mixers"، مع إخفاء السجلات المخلوطة عن الجمهور، وربما تكون غير متاحة لإنفاذ القانون، وقد تساعد هذه الخصائص الجناة في إخفاء أو توصيف عائدات الجريمة. ومع ذلك، تتضمن العملات

الرقمية أيضا عناصر التصميم التي يمكن أن تسهل تتبع الأموال، بما في ذلك نشر سلسلة الكتل (توفير سجلات دائمة متاحة للجمهور للأموال التي انتقلت إلى أين) (Böhme et al., 2015, p. 230).

ثالثاً، الجرائم التي يتم تسهيلها من خلال العملات الرقمية والتي تستلزم الدفع مقابل الخدمات غير القانونية المقدمة (أو التي يزعم تسليمها)، مثل السلع والخدمات غير القانونية التي تباع عن طريق السوق السوداء أو الويب المظلم ودفع الأموال في صورة ابتزاز، لهذا ينجذب المجرمون إلى العملات الافتراضية لأنهم يدركون الافتقار إلى الرقابة التنظيمية، أو لأنهم يقدررون المعاملات التي لا رجعة فيها، أو لأنهم حظروا أو طردوا من آليات الدفع الأخرى (Böhme et al., 2015, p. 230).

معظم التقارير المقدمة إلى وكالات إنفاذ القانون عن جرائم العملات الرقمية تتطوي على الابتزاز، وعادة ما تتضمن عمليات الابتزاز الاحتيالية "الابتزاز الجنسي"، أو سرقة البيانات، ومنها البريد العشوائي "الابتزازي"، والذي يحتوي تهديدا للكشف عن صور أو مقاطع فيديو مختربة لجهات اتصال الضحية، حيث يتم الطلب من الضحية الدفع من خلال العملات الرقمية (Paquet-Clouston et al., 2019).

يستهدف مجرمو الإنترنت أيضا الضحايا باستخدام برامج الفدية "ransomware"، ويطلبون بالدفع بعملات الخصوصية مثل: "Monero"، وهي أكبر عملة للخصوصية من حيث القيمة السوقية، حيث تخفي عملات الخصوصية أي معلومات يمكن أن تربط الشخص بمعاملة ما، وعلى الرغم من أن جميع عملات الخصوصية تهدف إلى توفير هذا المستوى من الخصوصية، يختلف بعضها في درجة عدم الكشف عن الهوية، ولكن جميع عملات الخصوصية تخفي حجم معاملات العملات الرقمية أو المقدار المحول، وتوفر عملات الخصوصية عادة الخصوصية بإحدى طريقتين: أولاً - عدم كشف الهوية، وذلك بإخفاء وخط الهوية، ثانياً - منع القدرة على التعقب لمنع الأشخاص أو أنظمة الكمبيوتر من تتبع مسار المعاملات (المتداول العربي، ٢٠٢٢م).

ومن أمثلة هجمات برامج الفدية الكبيرة، تلك الهجمات التي استهدفت شركة تبديل العملات Travelex ليلة رأس السنة الجديدة للعام (٢٠١٩م)، حيث طلب المتسللون (٦) ملايين دولار؛ لإعادة بيانات العملاء، حيث أجبر الحادث الشركة مؤقتاً على عدم الاتصال بالإنترنت.

الفيروس نفسه "Sodinokibi Ransomware" كان السبب وراء العديد من الهجمات الإلكترونية البارزة، حيث أصاب الحكومات المحلية في جميع أنحاء ولاية تكساس خلال شهر (آب/أغسطس ٢٠٢٠م)، وهو نفسه الذي استهدف مطار نيويورك في الشهر نفسه، وأصاب شركة "Artech Information Systems" الأمريكية التي نشرت البيانات التي تحتويها على الإنترنت في (كانون الأول/يناير ٢٠٢١م) بعد أن ادعى المهاجمون أنها فشلت في دفع الفدية (Haworth, 2020).

هناك أكثر من (٥٠٠) صنف معروفة من برامج الفدية يمكن أن تمنع المستخدم من الوصول إلى جهازه وملفاته حتى يتم دفع فدية للمهاجم، وغالباً يتم الدفع بالعملة الرقمية، وأصبحت برامج الفدية إحدى التهديدات السائدة للجرائم الإلكترونية والتي تشكل أرقاً لجهات إنفاذ القانون والمتخصصين في مجال الأمن وعامة الناس، حيث تقدر حجم المدفوعات لمجرمي برامج الفدية في الفترة من (٢٠١٣م) إلى منتصف (٢٠١٧م) بما يزيد عن (١٢٧٦٨٥٣٦) دولاراً أمريكياً تم دفعها بعملة "البيتكوين" الرقمية (Paquet-Clouston et al., 2019).

ومن جرائم العملات الرقمية الشائعة أيضاً جريمة القرصنة لتعدين العملات الرقمية "Cryptojacking"، وهي أحد الجرائم الإلكترونية التي يستخدم فيها المجرم الرقمي سراً قدرة الضحية الحاسوبية؛ لتوليد أو تعدين عملة رقمية أو مشفرة، ويحدث هذا عادة عندما تقوم الضحية عن غير قصد أو بشكل عرضي بتثبيت برنامج يحتوي على برامج نصية ضارة أو خبيثة تسمح لمجرمي الإنترنت بالوصول والولوج إلى أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالضحايا أو أي جهاز آخر متصل بالإنترنت، عبر النقر على سبيل المثال على رابط غير معروف في رسالة بريد إلكتروني أو زيارة موقع ويب مصاب. وبعدها يستعين الجناة ببرامج تعرف باسم "تعدين العملات Coin miners" لاستحداث أو تعدين عملة رقمية. ونظراً لأنها عملات رقمية، لا يلزم سوى برامج الكمبيوتر وقوة الحوسبة لإنشاء هذه العملات. نوع العملة الرقمية التي يتم الحصول عليها أو تعدينها باستغلال أجهزة الكمبيوتر الشخصية يسمى "مينرو" "Monero" (Interpol, 2022).

قد تبدو هذه العملية جريمة غير ضارة، لأن الشيء الوحيد "المسروق" هو طاقة جهاز الحاسوب للضحية. لكن استخدام القوة الحاسوبية لهذا الغرض الإجرامي يتم دون علم الضحية أو موافقتها أو إدراكها، لصالح مجرمين يستحدثون عملات رقمية بشكل غير مشروع أو قانوني، ونظراً لأن عدداً كبيراً من الأجهزة المصابة يولد كمية هائلة من العملات الرقمية، فإن مجرمي الإنترنت يرون في ذلك جريمة مربحة. تؤثر هذه العملية بشكل أساسي على أداء الحواسيب المقرصنة، ما يشكل ضرراً للأفراد والشركات المتضررة من حيث زيادة التكاليف لأن تعدين العملات يستخدم مستويات عالية من الكهرباء والطاقة الحاسوبية (Interpol, 2022).

هناك العديد من العلامات التي قد تبين أن الحاسوب يتم استغلاله في هذه الجريمة، والمعروفة باسم "Cryptojacking"، مثل تباطؤ ملحوظ في أداء جهاز الحاسوب، وارتفاع درجة حرارة البطارية على الأجهزة، وقد تتوقف الأجهزة عن العمل فجأة بسبب نقص قوة المعالجة المتاحة، ومن العلامات الأخرى أيضاً: أولاً - انخفاض في إنتاجية جهاز الحاسوب أو موجهاتها الشبكية، ثانياً - الزيادة غير المتوقعة في تكاليف الكهرباء، لذلك ينصح الخبراء بمراقبة موارد الحاسوب باستمرار، مثل سرعة المعالجة، واستهلاك الطاقة، وكذلك باستخدام ملحقات متصفحات مصممة لمنع تعدين العملات،

وبضرورة استخدام برمجيات حجب الإعلانات التي تراعي الخصوصية، وتثبيت آخر تحديثات البرامج والتحديثات لنظام تشغيل الحاسوب وتطبيقاته، بخاصة تلك المتعلقة بمتصفحات الويب، وأخيرا حظر وحجب الصفحات المعروف بأنها تتضمن برامج نصية متعلقة بالقرصنة لتعدين العملات الرقمية (Interpol, 2022).

تعد جرائم العملات الرقمية تهديدا للأمن العالمي بشكل عام، والأمن العربي بشكل خاص. ومع تزايد وتيرة هذه الجرائم، تزداد المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق الإعلام العربي بشكل عام، والإعلام الرقمي الأمني بشكل خاص، كجزء من مسؤوليتهما الاجتماعية في تحصين الجمهور العربي من خلال برامج وحملات التوعية، لتكون معلوماتهم محدثة بشكل دائم في هذا المجال، وبخاصة لما أشارت إليه بعض التقارير من جنوح الشباب العربي نحو الربح السريع، والاستثمار في العملات الرقمية. وعليه تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية.

الإعلام الرقمي الأمني:

يعرف الإعلام الأمني على أنه كل ما يصدر عن أجهزة الأمن من مجلات، ونشرات، وبرامج، وأنشطة إعلامية تهدف إلى تحقيق الوعي الاجتماعي ما يساعد في تدعيم مبادئ، وقيم أخلاقية تشكل سدا منيعا ضد الجريمة (الجنحي، ٢٠٠٠م). ووفقا لهذا التعريف فإن للإعلام الأمني دورا حيويا في إسناد الدور الأساسي لقوات الأمن في الحد من الجريمة وتبعاتها، من خلال التوعية الأمنية التي تعرف بأنها إثارة الوعي وتنميته تجاه قضايا محددة بهدف تغيير أنماط سلوكية، أو تغيير، أو تعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى أخرى إيجابية، أو من تعاطف إلى رفض ومواجهة حسب الحالة، وطبيعة القضية، وتأثيرها في المجتمع والموقف الذي يتعين على الجمهور أو المجتمع اتخاذه منها (عبد الرؤوف، ٢٠٠٢م، ص. ٤٠).

للتوعية الأمنية دور مهم في حياة الشعوب لارتباطها وصلتها بالعديد من الاعتبارات، ومنها:- (عبد الرؤوف، ٢٠٠٢م، ص. ٣٣):

- أهمية الأمن في استقرار الشعوب وازدهارها وتقدمها وقدرتها.
- ارتباط قدرة أجهزة الأمن على توفير الأمن والحماية بمساندة الجماهير لها.
- اتساع مجال فكرة الأمن الشامل لتضم مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- الأهمية الكبيرة للدور التكاملي بين أجهزة الأمن والأفراد والجماعات في المجتمعات في توفير الأمن وازدهار المجتمع.

وفي عصر تكنولوجيا المعلومات، وفرت وسائل التواصل الاجتماعي فرصا جديدة لأجهزة الأمن، ليس فقط للمهام العملياتية، مثل:- التحقيق الجنائي، والاستخبارات، والسيطرة على الحشود، ولكن أيضا

لمهام التواصل المتمثلة في الانخراط والتفاعل مع عامة الناس (Schneider, 2016)، ويمكن لأجهزة الأمن استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل: - التويتر، والفيسبوك، وغيرها؛ لتحذير المواطنين من التهديدات، وتشجيع المواطنين على الإبلاغ عن المشاكل، وإشراك المواطنين في التحقيقات، وبالتالي هناك العديد من الأسباب التي تجعل أجهزة الأمن تتبنى وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمها تحسين التواصل والعلاقة مع المواطنين (Dekker et al., 2020). وأثناء حالات الطوارئ والكوارث على وجه الخصوص، يلعب الإعلام الأمني دوراً حيوياً لأن الجمهور لا يتوقع منه فقط تقديم معلومات رسمية وملء فراغ المعلومات الناجم عن الأزمات (Fowler, 2017)، ولكن أيضاً لأن عامة الناس ينظرون إلى الإعلام الأمني كمصدر معلومات جدير بالثقة بشكل خاص (Steelman et al., 2015).

ومع ذلك بينت العديد من الدراسات أن الإعلام الأمني العربي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي باتجاه واحد، أي من الدوائر الإعلامية الأمنية إلى الجمهور، وليس بشكل ثنائي الاتجاه يدعم الاتصال الحوارى (الكوع ودويكات، ٢٠٢٢م؛ الكوع والهندي، ٢٠٢٠م). وهذا يشير إلى أن أجهزة الأمن لم تدرك الإمكانيات الكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي بعد، وأن هناك حواجز تحول دون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع الأمني، حيث يعكس هذا نمطاً أوسع للمنظمات العامة التي تتردد في دمج وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كامل في عملياتها التنظيمية (Picazo-Vela et al., 2016).

وبالتالي امتلاك المؤسسات الأمنية لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ليس بالضرورة أن يكون إشارة على فعالية هذه الحسابات، فمثلاً تمتلك الشرطة الهولندية أكثر من (٢٣٠٠) حساب على الفيسبوك، واليوتيوب، والإنستغرام، والتويتر، وتمتلك قوات الشرطة في المملكة المتحدة ما يقارب من (٢٥٠٠) حساباً تتضمن (٤٨) حساباً مركزياً، و(٢٤٥٠) حساباً لا مركزياً غالبها تعتمد أسلوب النشر أحادي الاتجاه، أي أن التبادلات بين المواطنين والشرطة تميل إلى أن تكون نادرة، وعادة ما تعمل وسائل التواصل الاجتماعي كقناة إضافية لتوصيل الرسائل، ولكن ليس كوسيلة؛ لتمكين مشاركة أعمق مع الجمهور. (Fernandez et al., 2017).

ولعل أحد الأسباب التي تحول دون استخدام المؤسسة الأمنية لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي، هو أن هذه المؤسسة تتميز بتسلسل هرمي صارم، وحاجتها إلى العمل ضمن حدود اللوائح القانونية، وبالتالي، فإن المؤسسة الأمنية غالباً ما توصف بأنها أقل مرونة من الشركات التجارية، والمنظمات المجتمعية، بل إنها تواجه تحديات أكبر في حالات كثيرة وبخاصة أثناء الأزمات (Dekker et al., 2020).

إن من أهم الواجبات التي يقوم بها الإعلام الأمني هي توعية الجمهور بخطورة الجرائم على اختلافها، ما يساعد على تنمية الحس الأمني فيما يتعلق بأنماط الجرائم بما فيها تلك المستحدثة، والدور الوقائي من

خلال حملات ترسيخ القيم الإيجابية في المجتمع، وتعزيز روح التضامن بين أفرادها في مجال الوقاية من الجريمة (الجنحي، ٢٠٠٠م).

ومع تطور التكنولوجيا أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تشكل لبنة رئيسية في مجال التوعية الجماهيرية، ولذلك تأتي هذه الدراسة لتقييم الدور الذي قد يلعبه الإعلام الأمني الرقمي في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، وتوضيح الآليات اللازمة لذلك، حيث بينت الدراسات المختلفة أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهل على المؤسسات بمختلف توجهاتها عملية إدارة محتواها، والتفاعل مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ومساعدتهم في العثور على المعلومات المطلوبة، ما يضمن توعية الجمهور من خلال اتصال فعال (Li et al., 2021; Nisar et al., 2019).

وتوفر الشبكات الاجتماعية فرصة كبيرة لتسهيل تدفق المعلومات المواتية من خلال منصات شبكات اجتماعية ديناميكية ومتطورة (Chadwick et al., 2022)، ما يجعلها تساهم بشكل كبير في زيادة الوعي العام وعملية تبادل المعلومات (Laato et al., 2020)، إضافة إلى ذلك، أدخلت وسائل التواصل الاجتماعي تقنيات اتصال جديدة لتوسيع نطاق الفرص التعليمية وزيادة المعرفة لدى الجمهور في القضايا المختلفة وسد الفجوة المعرفية (Conrad et al., 2020). وهذا كله يشير إلى حيوية توظيف الإعلام الأمني لهذه المنصات في التوعية الجماهيرية.

المحور الثاني: الإطار النظري:

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تتضمن نظرية المسؤولية الاجتماعية عدة مبادئ وأبعاد، ولعل أهمها هو فهم وسائل الإعلام واهتمامها بقضايا المجتمع ومشكلاته، ومساهمتها الفعالة في حلها، حيث تؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية على المنفعة الاجتماعية؛ أي يجب أن تعمل وسائل الإعلام من أجل المجتمع وأن تتناول القضايا التي تعود بالفائدة على المجتمع، وكما تشدد هذه النظرية على ضرورة أن تعمل وسائل الإعلام على المساعدة في القضاء على المشاكل الاجتماعية، وأن تتحدث عن الأمور التي تعالج الأمور العصرية المستجدة، وتوعية الجمهور بشأنها، حيث أن من مسؤولية وسائل الإعلام العمل من أجل تحسين المجتمع، وبكلمات أخرى تؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية على أن وسائل الإعلام مسؤولة تجاه المجتمع ويجب عليها أن تعالج قضاياها، وتوعيته حول القضايا المعاصرة. (Deuze & McQuail, 2020).

وبما أن جرائم العملات الرقمية تعد من القضايا المستجدة والحديثة، فإنه يتوجب على وسائل الإعلام العربية أن تمارس مسؤوليتها الاجتماعية في المجتمعات العربية من خلال توعية الجمهور حول هذه الجرائم والجوانب المختلفة المتعلقة بالعملات الرقمية.

نظرية التلقيح (التحصين):

خلال الحرب العالمية الثانية، كان لدى وزارة الحرب الأمريكية فرع أبحاث تجريبي في وحدة تسمى "قسم المعلومات والتعليم" بقيادة عالم النفس الاجتماعي، "كارل هوفلاند" "Carl Hovland"، وكانت مهمته على وجه التحديد إجراء أبحاث حول الإقناع السياسي وحملات الدعاية، وفي الستينيات، ظهر قلق جديد؛ يتمثل في غسيل دماغ محتمل للجنود الأمريكيين الأسرى في الشرق الأقصى، على أثر الحرب الكورية. وفقا لذلك، حولت الدراسات تركيزها نحو سؤال مختلف: كيف يمكننا مساعدة الناس على مقاومة محاولات الإقناع؟ وهذا يعني تغييرا في مجال البحث الذي كان محصورا في كيفية جعل الرسائل أكثر إقناعا وليس التحصين اتجاه عمليات الإقناع (Van der Linden & Roozenbeek, 2021). مهدت هذه الدراسات إلى ظهور نظرية التلقيح أو التحصين والتي طورها اختصاصي علم النفس الاجتماعي يدعي "ويليام ج. ماجواير" "William J. McGuire" عام (١٩٦١م)؛ لتفسير كيفية تغيير الاتجاهات والاعتقادات، والحفاظ على ثبات الاتجاهات والاعتقادات في مواجهة محاولات الإقناع.

تعتمد نظرية التلقيح على تشبيه من علم المناعة، حيث أن اللقاحات هي نسخ ضعيفة من مسببات الأمراض -على سبيل المثال: فيروس- والتي عند إدخالها إلى الجسم، تحفز إنتاج الأجسام المضادة، وتصبح هذه الأجسام المضادة نشطة بمجرد دخول النسخة الحقيقية من المرض إلى الجسم، وبالتالي تمنح الحماية (المناعة) ضد العدوى في المستقبل (Van der Linden & Roozenbeek, 2021). تفترض نظرية التلقيح أن الأمر نفسه يمكن أن يحدث مع المعلومات: من خلال تقديم شخص ما بشكل استباقي بنسخة ضعيفة من معلومة مضللة، يتم تشغيل عملية تفكير مماثلة لتنمية "الأجسام المضادة العقلية"، ما يجعل الشخص محصنا ضد محاولات الإقناع (McGuire & Papageorgis, 1961).

تتكون عملية التلقيح من عنصرين رئيسيين هما: ١- تحذير لاستثارة وتفعيل التهديد في متلقي الرسائل (الأساس العاطفي) أي أن تحذير المتلقي من تعرضه لهجوم وشيك، يشعره بالتهديد أو إدراك تعرضه للهجوم ما يعطي بداية للدفاع ضد الهجمات المستقبلية، ٢- دحض استباقي (الأساس المعرفي)، أي تنشيط إقامة الحجج لدى مستقبل الرسالة الإقناعية؛ للدفاع في المستقبل وتقوية الاتجاهات القائمة من خلال إقامة الحجج المضادة، وهذا يعني أن تحذير الأشخاص بأنهم على وشك التعرض لمحتوى مناهض للمواقف يؤدي إلى إثارة التهديدات لتحفيز حماية المعتقدات القائمة. بدورها، فإن رسائل التنفيذ توفر محتوى محددا يمكن استخدامه لمقاومة محاولات الإقناع (McGuire & Papageorgis, 1961).

أما عندما لا يكون لدى الجماهير الموقف المطلوب، فإن عملية التلقيح ليست وقائية بالمعنى التقليدي، بل تلعب دورا "علاجيا" مشابها للاستخدام الناشئ عن المضادات الحيوية (Compton, 2020).

وعليه، وفقاً لنظرية التلقيح أو التحصين تسعى الدراسة الحالية إلى معرفة مستوى مساهمة الإعلام العربي بما في ذلك الإعلام الرقمي الأمني في تحصين الجمهور العربي ضد جرائم العملات الرقمية، فوفقاً للنظرية يمكن أن يعمل توفير المعلومات المواتية على تحصين الجمهور من الوقوع ضحايا لمجرمي الإنترنت وجرائم العملات الرقمية، وكذلك يمكن لهذه المعلومات أن تلعب دوراً علاجياً في حال حصول الجمهور على معلومات مضللة حول العملات الرقمية واستخداماتها.

الدراسات السابقة:

قسم الباحثان هذا الجزء إلى ثلاثة مباحث رئيسية: أولاً- الدراسات التي ناقشت موضوع العملات الرقمية؛ ثانياً- الدراسات التي ناقشت دور الإعلام في توعية الجمهور حول القضايا المستجدة، ثالثاً- الدراسات التي ناقشت الإعلام الأمني، وفي كل مبحث عرض الباحث الدراسات وفقاً للترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم، وعقب على كل دراسة منها على حدة، وقدم تعقيباً شاملاً في نهاية الفصل.

المبحث الأول: الدراسات التي ناقشت موضوع العملات الرقمية:

١. دراسة (Kamau, 2022)، بعنوان:

The Cryptocurrency Market in Kenya: A Review of Awareness and Participation by the Youth

ترجمة العنوان إلى العربية: سوق العملات المشفرة في كينيا: مراجعة للوعي والمشاركة من قبل الشباب.

هدفت هذه الدراسة إلى بحث مستوى معرفة الشباب الكيني ومشاركتهم في حقل العملات الرقمية، حيث جمعت الدراسة بيانات ثانوية وأجرت استطلاعات رأي عبر الإنترنت، حيث تم إرسال استبيان عبر الإنترنت إلى الشباب الكيني عبر الفيسبوك؛ لتحديد مستوى وعيهم ومشاركتهم، وجمعت الدراسة أيضاً بيانات طولية من أربع عملات رقمية مختلفة "البيتكوين"، و"إيثريوم"، و"لايتكوين"، و"دوجكوين": قيمة العملات، ورسوم المعاملات، وحجمها على مدى ست سنوات.

أظهرت النتائج أن أكثر من نصف المستجيبين (٥٠.٩٨٪) كانوا على دراية بعملة "البيتكوين"، بينما كان "١٧.٦٥٪" و"١٣.٧٣٪" و"١٣.٧٣٪" فقط من المشاركين على دراية بـ"إيثريوم"، و"لايتكوين"، و"دوجكوين" على التوالي. قالت أقلية صغيرة فقط (١.٩٦٪) إنهم ليسوا على علم بأي عملة مشفرة. ومع ذلك، من بين "٩٧.٠٤٪" ممن يعرفون العملات المشفرة، هناك فقط "٢٣.٥٣٪" قاموا باستخدامها في المعاملات أو الاستثمارات؛ لذلك تظهر النتائج بوضوح أنه في حين أن "الكينيين" على دراية بالعملات المشفرة، فإن قلة قليلة منهم كان لديهم الاستعداد للمخاطرة. كما أشارت النتائج إلى وجود

علاقة بين عدد معاملات العملة المشفرة وأسعارها وتكاليف معاملاتها، وخلصت الدراسة إلى أن هناك حاجة للتنظيم المحلي والدولي لسوق العملات المشفرة لتعزيز ثقة المستثمرين وتحسين الأمن.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة السابقة في أنها تبحث في الوعي حول العملات الرقمية، ولكن مع وجود فوارق في الموضوع الدقيق، حيث أن الدراسة الحالية تهتم باستكشاف مدى معرفة الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، بينما الأخرى تهتم بمعرفة الجمهور الكيني ببعض أنواع العملات الرقمية ومدى استخدامهم لها.

٢. دراسة (Nejad et al., 2022)، بعنوان:

Factors Influencing Cryptocurrency Awareness Among Young Working Adults in Malaysia: A Conceptual Paper

ترجمة العنوان إلى العربية: العوامل المؤثرة في الوعي بالعملات المشفرة بين الشباب العاملين في ماليزيا: دراسة مفاهيمية.

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو التحقيق في العوامل الاجتماعية التي تؤثر على الوعي بالعملات الرقمية بين الشباب العاملين في ماليزيا، والدراسة عبارة عن بحث مقطعي وكمي ومفاهيمي، حيث ركزت الدراسة على ثلاثة عوامل محتملة تؤثر على الوعي بالعملات المشفرة: القبول الاجتماعي، والثقة والأمان؛ لجمع البيانات استخدمت الدراسة الاستبيانات التي تم توزيعها على المهنيين الشباب عبر الإنترنت وعلى أرض الواقع في بعض المؤسسات.

بينت النتائج أن الشباب العاملين على الرغم من وظائفهم المختلفة لديهم وعي مماثل عندما يتعلق الأمر بالعملات الرقمية، والعوامل الرئيسية التي تسفر عن علاقة مشتركة مع أي عينة أخرى تم اختبارها في بلدان أخرى تقتصر على الثقة الاجتماعية من قبل المجتمع، وسهولة الاستخدام، والأمان. وتؤكد النتائج على أنه مع انخفاض مستوى ثقة السكان العاملين في الدولة، ينخفض أيضا مستوى الثقة في الأنظمة النقدية الحكومية، ما يشير إلى زيادة الوعي بالعملات الرقمية.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة Nejad et al (٢٠٢٢م) في الإطار العام وهو الوعي في العملات الرقمية، ولكنهما تختلفان في أن الدراسة الحالية تهتم بمعرفة دور الإعلام العربي في التوعية حول جرائم العملات الرقمية، ولكن الدراسة السابقة اهتمت بمعرفة بعض العوامل التي تؤدي إلى رفع معرفة الشباب العاملين بالعملات الرقمية، وبالتالي اختلفت الدراستان في إطارهما النظري، والأدوات المنهجية المستخدمة، وبخاصة فيما يتعلق بتثليث الأداة، مع وجود تشابه وحيد في أنهما استخدمتا الاستبانة.

٣. دراسة (Vetrichelvi & Priya, 2022)، بعنوان:

A Study on awareness and attitudes towards Crypto currency among college students.

ترجمة العنوان إلى العربية: دراسة عن الوعي والمواقف تجاه العملات المشفرة بين طلاب الجامعات.

هدفت الدراسة إلى التحقق من تأثير كل من الوعي والموقف على تبني العملات الرقمية، وتأثير الوعي على الموقف تجاه العملة الرقمية خلال الفترة من (كانون أول/ يناير ٢٠٢٢م) إلى (آذار/ مارس ٢٠٢٢م) استخدمت الدراسة أداة الاستبانة التي تكونت من (١٣) فقرة، أربع منها تقيس مستوى الوعي بالعملية الرقمية، بينما تقيس التسع الأخرى موقف المبحوثين تجاهها، حسب مقياس "ليكرت" المكون من ٥ قيم. تكونت عينة الدراسة من (٤٠٠) طالب من معهد (SRM) للعلوم والتكنولوجيا في الهند، حيث ينتمي الطلاب المبحوثون إلى مجالات مختلفة مثل الهندسة، والطب، والإدارة وما إلى ذلك.

خلصت نتائج الدراسة إلى أن مستوى الوعي بالعملات الرقمية مرتفع، ولكن الموقف تجاه تبني هذه العملات منخفض بسبب عوامل مختلفة مثل: - القلب، والتنظيم وما إلى ذلك، وبالتالي سيتغير تصور الناس لاستخدام العملة الرقمية كوسيلة للتبادل إذا تم تنظيمها بشكل صحيح من قبل الهيئات التنظيمية، وإذا ما تم تعليم عامة الناس على ذلك.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة "Vetrichelvi and Priya (٢٠٢٢م) في الموضوع العام، وهو العملات الرقمية، ولكن تختلفان من حيث الهدف الدقيق، ففي حين تقيس الدراسة الحالية مدى معرفة الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، ودور الإعلام العربي في توعية الجمهور بها، تقيس الدراسة السابقة مدى ميول طلاب معهد هندي نحو استخدام هذه العملات، والعوامل التي من شأنها أن تؤثر في توجهاتهم نحوها.

٤. دراسة (Alaklabi & Kang, 2021)، بعنوان:

Perceptions towards cryptocurrency adoption: a case of Saudi Arabian citizens

ترجمة العنوان إلى العربية: تصورات المواطنين السعوديين تجاه تبني العملة المشفرة.

هدفت الدراسة إلى التحقق من قابلية استخدام العملات الرقمية بين مواطني المملكة العربية السعودية، من خلال تحليل العوامل المختلفة المرتبطة بسلوك المستخدم والتي لها تأثير على نية المستخدم تجاه العملات الرقمية، واعتمدت الدراسة على نظرية الفعل المعقول، جنباً إلى جنب مع أربعة عناصر أخرى: المخاطر المتصورة (التي تتكون من مخاطر الخصوصية، والمخاطر المالية، والمخاطر الأمنية)، والمتعة، والفائدة المتصورة، والابتكار الشخصي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع

البيانات من المبحوثين والذين بلغ عددهم (٣٦٨)، من خلال إنشاء استطلاع عبر الإنترنت يتكون من ثلاثة أجزاء: الأسئلة المتعلقة بالبيانات الديموغرافية، ومدى المعرفة حول العملات الرقمية، وأسئلة خاصة لبناء النموذج، حيث تم جمع ردود الاستطلاع من (أيلول/ سبتمبر) إلى (كانون ثاني/نوفمبر ٢٠١٩م).

أظهرت النتائج أن معظم المشاركين (٦٩٪) لديهم علم بالعملات الرقمية، و(٢١.٥٪) من المشاركين صنفوا أنفسهم أن لديهم معلومات أولية، وأن (٩.٣٪) فقط من المشاركين صنفوا أنفسهم على أنهم خبراء في العملات الرقمية، و(٠.٣٪) ليس لديهم أي علم بها. أكثر من نصف المستجيبين (٥٢.٧٪) شاركوا فعلياً في أنشطة العملات الرقمية مثل التداول والاستثمار والتحليلات وما إلى ذلك، معظمهم باستخدام "البيتكوين" (١٠.٩٪)، تليها "الإيثريوم" (٩.٦٪).

وأظهرت النتائج أيضاً أن المتغيرات مثل المعايير الذاتية، والمخاطر الأمنية وإدراك المنفعة، والتمتع تؤثر على اعتماد واستخدام العملات المشفرة، وخلصت الدراسة بأنه يجب إيلاء اهتمام خاص للمخاطر الأمنية المتعلقة بالعملات الرقمية من خلال تنظيم استخدامها، بحيث يكون لدى المستخدمين فهم واضح للمخاطر الأمنية التي قد تواجههم، وكيف يمكن حمايتهم منها، وأنه من المرجح أن يتبنى المستخدمون التكنولوجيا الجديدة إذا تمكنوا من رؤية فوائدها.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الإطار العام المتمثل في حقل العملات الرقمية، وفي أنها تسعى لمعرفة تصورات شريحة من الوطن العربي حول تصوراتهم حول العملات الرقمية ومدى معرفتهم بها، وتختلف الدراستان من حيث أهدافهما الدقيقة وإطارهما النظري، وحدودهما الزمانية والمكانية، وإضافتهما العلمية، ومن حيث التثليث المنهجي والنظري.

٥. دراسة (Ayedh et al., 2020)، بعنوان:

Malaysian Muslim investors' behaviour towards the blockchain-based Bitcoin cryptocurrency market.

سلوك المستثمرين الماليزيين المسلمين تجاه سوق عملات "البيتكوين" الرقمية القائمة على البلوك تشين.

هدفت الدراسة إلى استكشاف العوامل التي يمكن أن تزيد الاستثمار في سوق "البيتكوين" بين المجتمعات المسلمة الماليزية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة؛ لجمع البيانات من عينة قوامها (٢٠٠) مسلم في ماليزيا ممن لديهم ميول للاستثمار في سوق العملات الرقمية، وجميعهم لديهم خبرة سابقة في الاستثمار/الأعمال في بيئة إسلامية حيث يتم تطبيق أحكام الشريعة، تم إعداد الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي.

أظهرت النتائج أن التوافق والوعي وظروف التسهيل لها تأثير كبير على استثمار المجتمعات الماليزية المسلمة في سوق "البيتكوين"، ومن ناحية أخرى، بيّنت الدراسة أن سهولة الاستخدام، والربحية، والثقة ليس لها تأثير كبير على نية المسلمين الماليزيين للاستثمار في سوق "البيتكوين"، وعليه تحدد هذه الدراسة الأساس لسلوك الاستثمار في العملات الرقمية المستند إلى بلوك تشين بين المجتمعات الإسلامية، مع تسليط الضوء على بعض الميزات التي قد تجدها هذه المجتمعات غير متوافقة مع قيمهم الدينية والثقافية، وخاصة جانب "الغرر" الذي ارتبط بقوة باستثمار العملات الرقمية.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة Ayedh et al (٢٠٢٠م) من حيث موضوعها العام، ولكنهما تختلفان من حيث الأهداف المحددة، والإطار النظري، حيث تعتمد الدراسة السابقة على نظرية انتشار الابتكارات ونموذج قبول التكنولوجيا TPB "في حين تعتمد الدراسة الحالية على نظريتي المسؤولية الاجتماعية والتلقيح، ومثلث أرسطو البلاغي أو الإقناعي، إضافة إلى التثليث المنهجي.

٦. دراسة (Ogochukwu Nnabuike & Jarrar, 2018)، بعنوان:

Online Media Coverage of BitCoin Crypto-currency in Nigeria: A study of Selected Online Version of Leading Mainstream Newspapers in Nigeria

ترجمة العنوان إلى العربية: التغطية الإعلامية عبر الإنترنت لعملة "البيتكوين" المشفرة في نيجيريا: دراسة لنسخة مختارة من الصحف الرئيسية الرائدة في نيجيريا عبر الإنترنت.

هدفت الدراسة إلى فحص التغطية الإعلامية عبر الإنترنت في نيجيريا حول "البيتكوين" في ظل الصعوبات الاقتصادية التي تواجهها الدولة، حيث لجأ النيجيريون إلى إيجاد طرق بديلة كاستراتيجية للبقاء من خلال اللجوء إلى "البيتكوين" وعدد من العملات المشفرة الأخرى، والتي أصبحت تدريجياً تحظى بقبول عام كوسيلة للمعاملات، إلا أنه في (كانون أول/ ديسمبر) من عام (٢٠١٦م)، رفضت الحكومة النيجيرية استخدام العملات المشفرة كوسيلة قانونية للتبادل في الدولة، ما أدى إلى رد فعل من الجمهور والخبراء، والمسؤولين الحكوميين.

وبهدف التحقق من ميل التغطية ومصدر وسائل الإعلام المهيمنة ونوعها، ومدى تفصيل التقارير الصادرة في وسائل الإعلام بشأن "البيتكوين"؛ استخدمت الدراسة أسلوب البحث النوعي والكمي في تحليل المحتوى؛ لفحص المحتويات الواضحة لوسائل الإعلام المختارة على الإنترنت، بينما شملت نظريتا التأطير والمسؤولية الاجتماعية إطاراً نظرياً للدراسة، وامتدت الدراسة لمدة ثلاثة أشهر من (كانون أول/ ديسمبر) من عام (٢٠١٧م) حتى (شباط/فبراير) من عام (٢٠١٨م).

كشفت النتائج أن وسائل الإعلام النيجيرية عبر الإنترنت أعطت ميلاً سلبياً لتغطيتها للعملة المشفرة "البيتكوين"، وبينما سيطر المصدر الحكومي على مصادر الأخبار فيما يتعلق بالتغطية، سيطرت التقارير الإخبارية المباشرة على أنواع الوسائط المستخدمة في تغطية عملة "البيتكوين" المشفرة، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام لعبت دور مسؤوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور من خلال تقديم تقارير مفصلة حول "البيتكوين"، وأوصت بأن تتعاون وسائل الإعلام الرئيسية أيضاً في إيصال رسائل مفصلة حول القضايا البارزة.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة "Ogochukwu Nnabuife and Jarrar (٢٠١٨م) في موضوعها العام الذي يجمع بين وسائل الإعلام والعملات المشفرة، إلا أنهما تختلفان أساساً من حيث الهدف؛ ففي حين تعالج الدراسة السابقة التغطية الإعلامية عبر الإنترنت لعملة "البيتكوين" المشفرة في ظل الأزمة الاقتصادية في نيجيريا ورفض الحكومة النيجيرية الاعتراف بها كعملة موثوقة بها، تسعى الدراسة الحالية إلى معرفة مدى مساهمة الإعلام العربي، والإعلام الإلكتروني الأمني في توعية المواطن العربي حول الجرائم الناجمة عن التعامل في العملات الرقمية.

المبحث الثاني: الدراسات التي ناقشت دور الإعلام في توعية الجمهور تجاه القضايا المستجدة:

٧. دراسة (Al-Shakhanbeh & Habes, 2022)، بعنوان:

The relationship between the government's official Facebook pages and healthcare awareness during Covid-19 in Jordan

ترجمة العنوان إلى العربية: العلاقة بين صفحات الفيسبوك الرسمية للحكومة والتوعية بالرعاية الصحية خلال "Covid-19" في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور "الفيسبوك" في الوعي الصحي بشأن كوفيد-١٩ " في الأردن، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون الذي يتكون من فئات رئيسية، وموضوعات فرعية تم اختيارها بعناية؛ لتحليل ثلاث صفحات على فيسبوك للمؤسسات الأردنية الرسمية، وهي: رئاسة الوزراء، ووزارة الصحة، ومركز إدارة الأزمات، ومن ثم حللت الدراسة منشورات هذه الصفحات المتعلقة بالتوعية بكوفيد-١٩ خلال الفترة من (١ نيسان/أبريل) من عام (٢٠٢٠م) إلى (٣٠ نيسان/أبريل) من عام (٢٠٢٠م).

أظهرت النتائج أن أكثر الأساليب الإقناعية التي استخدمتها هذه الصفحات في التثقيف الصحي هو الجاذبية النفسية/ العاطفية، حيث بلغ مجموعها (٦٨٪) على صفحة وزارة الصحة الأردنية، تليها صفحة رئاسة الوزراء الأردنية (٦٠٪)، و(٧٥٪) لصفحة إدارة الأزمات الأردنية، أما المحتوى التوعوي الصحي الأكثر شيوعاً بخصوص كوفيد-١٩ فبينت النتائج أن صفحات وزارة الصحة الأردنية (٤٤٪) ورئاسة

الوزراء الأردنية (٤٧٪) ركزت على نشر الوعي من خلال "الإحصاءات الصحية"، أي أن الصفحات تظهر اهتمام الوزارات بنشر أعداد الحالات المؤكدة، عدد المرضى الذين تماثلوا للشفاء، ومواقع الحالات، وعدد الفحوصات اليومية المقصودة والعشوائية، أما صفحة المركز الأردني لإدارة الأزمات فقد اهتم بنشر جانبين هما: - الوقاية الصحية والإحصاءات الصحية بنفس النسبة البالغة (٢٤٪). كما كان اهتمام مركز إدارة الأزمات بالوقاية الصحية مماثلاً؛ حيث أن عملية الوقاية تدخل ضمن مهامه في التعامل مع الأزمة بكافة أنواعها.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة Al-Shakhanbeh and Habes (٢٠٢٢م)، في أنها تبحث في الدور التوعوي الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في القضايا الناشئة والحديثة، ولكنهما تختلفان في موضوع القضية التوعوية، حيث تخصص الدراسة الحالية في جانب التوعية بجرانم العملات الرقمية، أما الدراسة السابقة فتركز على جانب التوعية بخصوص فيروس كورونا، إضافة إلى ذلك تختلف الدراستان في إطارهما النظري، حيث تركز الدراسة الحالية على نظريتي المسؤولية الاجتماعية والتحصين، إضافة إلى مثلث أرسطو الإقناعي، فيما لم تعتمد الدراسة السابقة على أي نظرية علمية. وعلى الرغم من أن الدراستين تعتمدان على تحليل المضمون، إلا أن الدراسة الحالية تؤكد نتائجها من خلال التثليث المنهجي، بإضافة المقابلات والاستبانة كأدوات بحثية أساسية.

٨. دراسة (Tahat et al., 2022)، بعنوان:

The influence of YouTube videos on the learning experience of disabled people during the COVID-19 outbreak

ترجمة العنوان إلى العربية: تأثير مقاطع فيديو اليوتيوب على تجربة التعلم للأشخاص ذوي الإعاقة أثناء تفشي كوفيد-١٩

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام اليوتيوب كأداة تعليمية على عملية التعلم للأشخاص ذوي الإعاقة أثناء جائحة كورونا، حيث اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية، حيث تم توزيعها على عينة الدراسة التي تكونت من (٦٠) مبحوثاً (٣٠ إنثاءً، و ٣٠ ذكورا) يعملون كأخصائيين في الإعاقة في مراكز وزارة التنمية الاجتماعية في العقبة، وعمان، وإربد في الأردن، واستخدمت نموذج المعادلة الهيكلية لفحص نموذج الدراسة المقترح.

كشفت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين مقاطع فيديو يوتيوب والتعليم الإلكتروني بين الأفراد المعاقين، علاوة على ذلك، فإن الجودة وسهولة الاستخدام والنصوص الموجودة في الفيديو تساهم أيضاً في تحسين تجارب التعلم للأشخاص ذوي الإعاقة، وبالتالي، دعمت النتائج بشكل كبير قبول التكنولوجيا واستخدامها خلال أزمة كورونا.

تتشابه الدراستان من حيث الموضوع العام وهو توظيف التقنيات الحديثة في التعامل مع القضايا المستجدة. ولكن تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في أنها تعاملت مع عينة الدراسة مباشرة، في حين أن دراسة "Tahat et al (٢٠٢٢م)" اعتمدت على الأخصائيين الاجتماعيين؛ لتقييم عملية التعلم لذوي الإعاقة. وكذلك تختلف الدراستان من حيث الإطار النظري، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على نموذج تقبل التكنولوجيا "TAM"، في حين أن الدراسة الحالية توظف التثليث النظري من خلال توظيفها لنظريتي المسؤولية الاجتماعية والتلقيح أو التحصين، بالإضافة إلى نموذج أرسطو البلاغي أو الإقناعي بما يتوافق مع أهداف الدراسة.

٩. دراسة (Khan et al., 2021)، بعنوان:

The Role of Radio Clinic during Covid-19 Pandemic: A Case Study of Swat

ترجمة العنوان إلى العربية: دور عيادة الراديو أثناء جائحة كوفيد-١٩: دراسة حالة لراديو سوات.

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور عيادات الراديو خلال جائحة كورونا في "سوات" في باكستان. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون؛ لفحص محتوى البرامج الإذاعية لمعرفة دور هذه البرامج في خلق الوعي بين الجمهور حول فيروس كورونا، ونوع المعلومات التي يتم نشرها؛ لتثقيف الناس ولإنقاذ أنفسهم من هذا المرض الخطير، وتم جمع البيانات خلال شهر واحد من (نيسان/أبريل) من عام (٢٠٢٠م) إلى (٣٠ نيسان/أبريل) من عام (٢٠٢٠م).

أظهرت نتائج الدراسة أن جميع البرامج تقريباً أكدت على الحفاظ على مسافة اجتماعية، وغسل اليدين بانتظام، وارتداء أقنعة الوجه والبقاء في المنزل لتأمين أنفسهم من الإصابة بفيروس كورونا، حيث حصلت هذه النصائح الصحية العامة واحتياطات السلامة على (٦٧٪)، بينما ركزت نسبة (٣٣٪) المتبقية على تدابير السلامة المحددة، وخلصت الدراسة إلى أن الإذاعة المجتمعية تلعب دوراً حيوياً في التوعية العامة والتعليم بخاصة في المناطق الريفية والنائية من باكستان.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدامها لأداة تحليل المضمون، وبحثها في الدور التوعوي لوسيلة من وسائل الإعلام التقليدية وهي الراديو، وتختلف عن الدراسة الحالية في الموضوع المحدد، حيث أن الدراسة الحالية تبحث في موضوع الدور التوعوي لوسائل الإعلام التقليدية حول جرائم العملات الرقمية، وتتعدى ذلك لتشمل الإعلام الرقمي الأمني ومدى مساهمته في التوعية بجرائم العملات الرقمية، وتتوسع في منهجيتها؛ لتشمل المقابلات والاستبانة، ناهيك عن الإطارين الزمني والمكاني، وسياق الدراسة العام.

١٠. دراسة إمقيدش (٢٠٢١م)، بعنوان: دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية - دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية سطيف-

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية الهادفة إلى خلق الوعي بقواعد المرور لدى الشباب السائقين، وذلك من خلال التركيز على واقع تطبيق هذه الحملات الذي يواجه إشكاليات تتعلق بالنسق الاجتماعي المعاش، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال أداة الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة عشوائية من الشباب السائقين بولاية سطيف في الجزائر، حيث قدرت عينة الدراسة بـ(١٥٠) مفردة، وبينت النتائج أن أغلب حملات التوعية المرورية لا تساهم بدرجة كبيرة في تعديل السلوكيات السلبية لدى الشباب السائقين بولاية سطيف.

أوصت الدراسة بضرورة محاولة تغيير سلوكيات الأفراد السلبية من خلال الحملات التوعوية، والتثقيفية، والتربوية للمواطنين عبر وسائل الإعلام المرئية، والمسموعة، والمكتوبة، ومواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء مراكز خاصة بتقييم البرامج، والحملات التوعوية التي يتم إعدادها وتنظيمها من طرف الجهة المعنية، والمتمثلة في "المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق"، وإدراج مادة التربية المرورية ضمن المناهج الدراسية بهدف تعميم ثقافة السلامة المرورية لدى جميع المراحل التعليمية، وضرورة إجراء بحوث ودراسات علمية وذلك للوقوف على أهم الأسباب المؤدية لحوادث المرور بالجزائر.

المبحث الثالث: الدراسات التي ناقشت الإعلام الأمني:

١١. دراسة (Jungblut et al., 2022)، بعنوان:

Social media use of the police in crisis situations: A mixed-method study on communication practices of the German police.

استخدام الشرطة لوسائل التواصل الاجتماعي في حالات الأزمات: دراسة متعددة الأساليب حول ممارسات الاتصال للشرطة الألمانية.

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية استخدام الشرطة الألمانية لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة القضايا المجتمعية (مثل إطلاق النار الجماعي)، والأزمات على المستوى التنظيمي (مثل الجرح داخل الشرطة)، في البداية، اعتمدت الدراسة على التصميم المنهجي المتسلسل متعدد الأساليب، والذي جمع بين المقابلات النوعية، وتحليل المضمون، ومن ثم أجريت الدراسة بين (نيسان/أبريل) و(تموز/يونيو) من عام (٢٠٢٠م)، وحللت منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الشرطة الألمانية؛ لمعرفة الأهداف التي يتابعونها من خلال التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وما هي الفرص والتحديات التي تنتج عن الأزمات، وأنشطة وسائل التواصل الاجتماعي ذات الصلة، وكما استندت

الدراسة على مقابلات خبراء نوعية شبه منظمة مع ممارسي العلاقات العامة، ومديري وسائل التواصل الاجتماعي لسلطات الشرطة الألمانية؛ لضمان إمكانية المقارنة، وتم إعداد دليل المقابلة، واستخدامه في جميع المقابلات، وتم تقسيمها إلى ست مجموعات تتكون من (٢٢) سؤالاً (بالإضافة إلى أسئلة متابعة محتملة) تركز على الآتي: ١- أسئلة عامة حول الشخص الذي تمت مقابله وموقعه، ٢- التواصل في الأزمات على وسائل التواصل الاجتماعي، ٣- منصات وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة، ٤- مبادئ توجيهية، ٥- أهداف، و ٦- الفرص والتحديات.

أظهرت النتائج أن "التويتر" و "الفيسبوك" هما المنصتان الأساسيتان للتواصل في الأزمات؛ بسبب إمكانيتهما الفريدة التي تشكل أنماط التواصل للشرطة، ومع ذلك استخدمت الشرطة الألمانية "الإنستغرام" واليوتيوب بشكل ثانوي، واختلفت استراتيجيات الاتصال الشرطي حسب نوع الأزمة، أثناء الأزمات على مستوى المجتمع المحلي، يتمثل الهدف الرئيسي للشرطة في توفير المعلومات بطريقة أحادية الاتجاه إلى حد كبير، بينما يكون التواصل أثناء الأزمات على مستوى المؤسسة الشرطية أكثر توجهاً نحو الحوار لمنع الإضرار بالسمعة، فالهدف الأسمى في هذه الحالة هو الحفاظ على سمعة الفرد أولاً، ودعم و/أو استعادة ثقة الجمهور في السلطة الشرطية الخاضعة لتدقيق الجمهور ثانياً، وبما أن الهدف الرئيسي هو احتواء الإضرار بالسمعة؛ فإن هذا الأمر يستلزم رد فعل مدروس بعناية لتعليقات المستخدمين بدلاً من تقديم المعلومات باستمرار بطريقة أحادية الاتجاه.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على التصميم المنهجي المتسلسل متعدد الأساليب، والذي جمع بين المقابلات النوعية، وتحليل المضمون، مع وجود أداة إضافية وهي الاستبانة التي وظفتها الدراسة الحالية لمعرفة توجهات الجمهور. تختلف الدراستان من حيث الموضوع الدقيق، ففي حين تدرس الدراسة السابقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، تركز الدراسة الحالية على دور هذه الوسائل في التوعية بجرائم العملات الرقمية.

١٢. دراسة المعاينة والمجالي (٢٠٢١م)، بعنوان: دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم من وجهة نظر ضباط وأفراد الشرطة المجتمعية للفترة ٢٠١٦-٢٠١٩م.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مبادرات الإعلام الأمني التي تنظمها مديرية الأمن العام الأردنية في التوعية من الجرائم في المجتمع من وجهة نظر العاملين في الشرطة المجتمعية، والتعرف على فاعليتها وملاءمتها في التوعية من الجرائم، وأساليب تفعيل دورها التوعوي، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة من منتسبي إدارة الشرطة المجتمعية في الأردن، باتباع أسلوب

المسح الشامل لأفراد مجتمع الدراسة، حيث تكونت العينة النهائية من (٢٨٨) ضابطاً وضابطاً صف وفرداً.

أظهرت نتائج الدراسة أن مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام كان لها دور في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في الشرطة المجتمعية، وأن المبادرات الأمنية قد ساهمت بدرجة مرتفعة في إيجاد حلول لمشكلات الشباب المؤدية للانحراف، وإيجاد ثقافة مجتمعية ملائمة لمواجهة خطر الجريمة في المجتمع، ونشر التطورات الحديثة في مجال أساليب ارتكاب الجرائم في المجتمع. كان من أهم المبادرات التي نفذتها مديرية الأمن العام في الأردن: "مبادرة كفى لنزيف الفرح"، ومبادرة "فتبينوا"، ومبادرة "الحملة المليونية"؛ للتصدي لظاهرة تعاطي المخدرات والحبوب المخدرة، ومبادرة "الجسد الواحد".

كما بينت النتائج إلى أن من أهم الجرائم التي يتوجب التوعية من خطورتها من خلال المبادرات الأمنية هي "جرائم إطلاق الأعيرة النارية" وجرائم تعاطي المخدرات، ومخالفات تعليمات المرور والسير الخطرة، وجرائم العنف المجتمعي، والجرائم الإلكترونية.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في بحثها بالجانب التوعوي للإعلام الأمني، ولكن تختلف الدراستان في جوانب عدة، منها الأسلوب المنهجي، والإطار النظري، والحددين الزمني والمكاني، والموضوع الدقيق.

١٣. دراسة الكوع والهندي (٢٠٢٠م)، بعنوان: مدى اعتماد الشرطة الفلسطينية على الأسلوب الإقناعي في مضامينها الاتصالية المنشورة من خلال الفيس بوك الهادفة؛ لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة، وهي دراسة تحليلية في إطار النماذج الأربعة للعلاقات العامة.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية في مضامينها الاتصالية على أسلوب الاتصال الإقناعي في سعيها لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة في الضفة الغربية، من خلال تحليل مضمون صفحة "الفيسبوك" التابعة للشرطة الفلسطينية، في الفترة الزمنية الواقعة بين (١ تشرين أول/أكتوبر) من عام (٢٠١٩م) حتى (٣٠ تشرين ثاني/نوفمبر) من عام (٢٠١٩م)، بالاعتماد على النماذج الاتصالية الرئيسة الأربعة في العلاقات العامة.

بينت نتائج الدراسة أن ما نسبته (١٦.١%) فقط من منشورات العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية تستند إلى النموذج الإقناعي وفقاً لنموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتوازن، وتعمل على حث الجمهور الفلسطيني لتعزيز السلم الأهلي، ومكافحة الجريمة، وأن أسلوب العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية اعتمد بالغالب على أسلوب الإخبار، والإبلاغ، وفقاً لنموذج المعلومات العامة

الاتصالي، والذي يهدف إلى إعلام الجمهور بأنشطة المؤسسة فقط، حيث بلغت نسبة المنشورات وفقاً لهذا النموذج (٨٣.٩%)، وبالتالي سلطت الدراسة الضوء على ضرورة أن يكون لدى مؤسسة الشرطة الفلسطينية استراتيجية اتصال مخطط لها وفقاً للأصول العلمية، بالاعتماد على دراسة الجمهور واحتياجاته، وتضمن توظيف رسائل إقناعية تتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف، من خلال تطوير الأسلوب الاتصالي من حالة الإبلاغ، والإخبار، إلى حالة الإقناع، والحوار، وفقاً للنماذج الاتصالية الأربعة وهي: - نموذج الوكالة الصحفية، ونموذج المعلومات العامة، ونموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتوازن، ونموذج الاتصال ثنائي الاتجاه المتوازن.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في كونها تسلط الضوء على الاتصال الإقناعي للإعلام الأمني الرقمي، وبخاصة في محور المسؤولية الاجتماعية لأجهزة الأمن التي تساعد في الحد من الجريمة والتقليل منها، ولكنهما تختلفان من حيث الإطار النظري؛ ففي حين تعتمد الدراسة السابقة في إطارها النظري على النماذج الاتصالية الأربعة والتعريف الإجرائي للسلم الأهلي، تعتمد الدراسة الحالية على نموذج أرسطو الإقناعي، ونظريتي المسؤولية الاجتماعية والتحصين.

التعقيب على الدراسات السابقة:

عقب الباحثان أثناء استعراضهما للدراسات السابقة في المباحث الثلاثة على كل دراسة على حدة، حيث أظهرت مراجعة الدراسات السابقة وجود فجوة علمية تتمثل في عدم إيلاء الدراسات السابقة لدور الإعلام في توعية الجمهور حول جرائم العملات الرقمية أي اهتمام؛ حيث ركزت جميع الدراسات السابقة على الدور التوعوي لوسائل الإعلام في القضايا الصحية والأمن الصحي.

لذلك جاءت هذه الدراسة؛ لسد هذه الفجوة العلمية من خلال دراسة دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني، في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، حيث تعمل الدراسة الحالية على التجسير ما بين حقل العلوم الأمنية وحقل الإعلام الرقمي، وبالتالي توضيح دور المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق الإعلام الأمني في توعية الجمهور إزاء القضايا المستجدة.

وكذلك أظهرت مراجعة الدراسات السابقة وجود نقص شديد في الدراسات التي تناقش موضوع جرائم العملات الرقمية بالرغم من تضاعف الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية بشكل كبير، وتوقع الخبراء تصاعدها بشكل أكبر على مدار السنوات القادمة، لذلك جاءت هذه الدراسة؛ لسد هذه الفجوة البحثية من خلال مساهمتها العلمية في تسليط الضوء على هذه القضية، ما يفتح الباب للباحثين المستقبليين للتوسع البحثي في هذا الحقل.

لم تتطرق الدراسات السابقة لأهمية الدمج النظري بين نظريتي التلقيح والمسؤولية الاجتماعية، وبالتالي جاءت هذه الدراسة؛ لتبيان الأهمية النظرية لهاتين النظريتين في الجانب التوعوي في القضايا المستجدة، وتحديدًا جرائم العملات الرقمية، وبالتالي تساهم هذه الدراسة في الإضافة المعرفية حول كيفية استخدام الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي كجزء من مسؤوليتهم الاجتماعية التي تؤدي إلى تلقيح أو تحصين الجمهور تجاه القضايا المستحدثة والتي قد تؤثر على الأمن القومي العربي.

منهجية الدراسة وأدواتها:

تعتمد الدراسة الحالية على تصميم استكشافي متسلسل متعدد الأساليب، يبدأ فيه الباحث أولاً باستكشاف البيانات الكمية وتحليلها، ومن ثم استخدام النتائج في مرحلة نوعية تالية (Creswell, 2014, p. 226). وفقاً لذلك، بدأت هذه الدراسة بجمع وتحليل بيانات الاستبانة، ثم تم إجراء المقابلات المنظمة، وتحليل المضمون. وبالتالي، تنتمي الدراسة الحالية إلى البحوث المختلطة والتي تعتمد على جمع وتحليل ودمج البيانات الكمية والنوعية بطريقة متكاملة أو متآزرة في مشروع بحثي واحد، مع تأثير المرحلة الكمية على المرحلة النوعية، أو العكس. يعد البحث المختلط مناسباً بشكل عام عندما يكون هدف الباحث هو الوصف أو الشرح أو التقييم، كما يتم استخدامه بشكل روتيني في أبحاث العلوم الاجتماعية والسلوكية التطبيقية، بما في ذلك تلك التي تسعى إلى إحداث تغيير مجتمعي أو إجراء اجتماعي (Leavy, 2022, pp. 9-10).

تناسب أهداف الدراسة الحالية مع أهداف البحث المختلط، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى استقصاء آراء الجمهور العربي كميًا حول مدى معرفتهم في جرائم العملات الرقمية، ومقدار تعرضهم للمواد الإعلامية التي قد تكون نشرت من خلال وسائل الإعلام التقليدي أو الإعلام الرقمي، ومن ثم تحليل بعض صفحات الإعلام الرقمي الأمني على منصات التواصل الاجتماعي، وتفسير النتائج الكمية من خلال البيانات الكيفية التي سوف يتم الحصول عليها من خلال المقابلات المعمقة مع الخبراء وذوي الاختصاص، وهو ما يسمى بالمنهج المختلط المتسلسل، والذي يعرف بأنه جمع بيانات كمية ونوعية ودمجها من خلال استخدام تصاميم بحثية متميزة في دراسة واحدة (السلمي، ٢٠١٩م، ص. ٣٦٦).

أدوات الدراسة:

الاستبانة:

تعرف الاستبانة على أنها طريقة لجمع البيانات الكمية، يجيب فيها الأفراد على أسئلة محددة حول سلوكهم، أو مواقفهم، أو معتقداتهم، أو عواطفهم، أو اتجاهاتهم (Mrug, 2022, p. 1654)، وتستخدم الدراسة الحالية أداة الاستبانة كونها الأداة الأنسب للإجابة على الأسئلة البحثية الثلاثة الأولى.

عينة الاستبانة:

اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة أو المتوافرة "Convenience Sample" وهي نوع محدد من طريقة أخذ العينات غير الاحتمالية التي تعتمد على جمع البيانات من أفراد المجتمع المتاحين بسهولة للمشاركة في الدراسة. (Creswell & Clark, 2017).

تم تصميم الاستبانة من خلال "Google Forms" وتم توزيعها على المواطنين من الدول العربية كافة، من خلال المجموعات البحثية والأكاديمية المختلفة في الدول العربية، وإعلانين ممولين على منصة "الفيسبوك"، وللذان وصلا إلى حوالي (٢٥٧) ألف مواطن عربي، استجاب منهم (١٣٠٥) مبحوثاً، قاموا بتعبئة الاستبيان ذاتياً، ما منحهم الوقت الكافي والتفكير العميق في إجاباتهم دون الضغط الزمني عليهم (Brace, 2022, p. 24)، والميزة الرئيسية للاستبانة عبر الإنترنت هي القدرة على الوصول إلى عدد كبير من المشاركين عبر منطقة جغرافية غير محدودة تقريبا (Mrug, 2022, p. 1656)، وهذا أحد الأسباب التي دفعت الباحث؛ لتصميم الاستبانة إلكترونياً.

يعد استخدام منصة الفيسبوك للوصول إلى المبحوثين من الطرق الحديثة التي اعتمدت عليها العديد من الدراسات، مثل دراسة "Samuels and Zucco Jr (٢٠١٤م) التي أجريت في البرازيل، حيث قام الباحثون بسحب جهاز "iPad" كجائزة إلى مشارك واحد تم اختياره عشوائياً، أي بتكلفة (١.٨٦) دولار لكل إكمال استبانة صالحة، حيث حصلوا على (٣٢٨٦) إجابة، وعلى الرغم من أن عينة الفيسبوك كانت أقل تمثيلاً من عينة وطنية من شركة استقصائية، إلا أن نتائج الاستبانة التي اعتمدت على عينة متوافرة من الفيسبوك كانت متشابهة مع تلك النتائج التي حصلت عليها الشركة من خلال التوزيع الطبقي للاستبانة.

ومن الأمثلة الأخرى التي استخدمت منصة الفيسبوك لتجنيد المبحوثين للإجابة على الاستبانات، دراسة "Boas et al (٢٠٢٠م)، والتي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية والهند، ودراسة Zhang et al (٢٠٢٠م) التي بينت أهمية استخدام منصة الفيسبوك في استقصاء آراء الجمهور من خلال الإعلانات الممولة، ودراسة "Perrotta et al (٢٠٢١م) التي استخدمت المسح عبر الوطني من خلال الفيسبوك؛ للتعرف على السلوكيات والمواقف في الاستجابة لوباء كوفيد-١٩، ودراسة "Grow et al (٢٠٢٠م) التي بينت صلاحية هذا الأسلوب ومحاسنه وأهميته في جمع البيانات.

وعلى الرغم من أن العينات التي يتم الحصول عليها من خلال استطلاعات الإنترنت تميل إلى أن تكون غير ممثلة لمجتمع الدراسة، حيث لا تتمتع جميع شرائح السكان بإمكانية الوصول إلى الإنترنت (Mrug, 2022, p. 1656)، إلا أن الدراسات أعلاه على سبيل المثال، وغيرها الكثير تؤكد على فاعلية هذا الأسلوب في جمع البيانات، وإمكانية أن تكون النتائج التي يتم الحصول عليها مشابهة أو قريبة من تلك النتائج التي يتم الحصول عليها من خلال العينات التطبيقية التي يتم توزيعها بشكل منهجي صارم على أرض الواقع.

المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة:

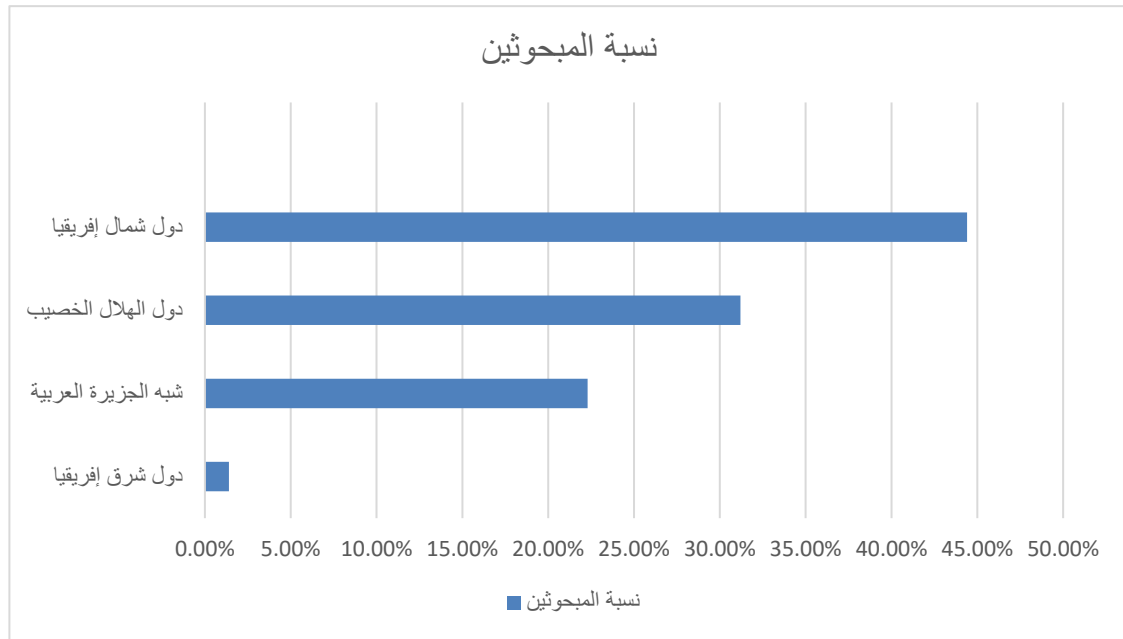
يمثل جدول (١)، و

شكل وصفاً كاملاً لعينة الدراسة.

جدول (١)

يمثل العدد والنسبة المئوية لأعداد المستجيبين مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب أعداد ونسبة المستجيبين من كل دولة عربية

العدد	النسبة المئوية	الدولة/مكان الإقامة
٢٥٣	19.40%	١. الجزائر
٢١٩	16.80%	٢. فلسطين
١٣٥	10.30%	٣. اليمن
١٢٧	9.70%	٤. المغرب
١١٥	8.80%	٥. الأردن
٩١	7.00%	٦. مصر
٤٠	3.10%	٧. السعودية
٣٩	3.00%	٨. العراق
٣٦	2.80%	٩. موريتانيا
٣٥	2.70%	١٠. تونس
٣٢	2.50%	١١. الامارات
٣٢	2.50%	١٢. ليبيا
٢٧	2.10%	١٣. الكويت
٢٠	1.50%	١٤. البحرين
١٩	1.50%	١٥. عُمان
١٩	1.50%	١٦. لبنان
١٧	1.30%	١٧. قطر
١٦	1.20%	١٨. السودان
١٦	1.20%	١٩. الصومال
١٥	1.10%	٢٠. سوريا
١	0.10%	٢١. جزر القمر
١	0.10%	٢٢. جيبوتي
١٣٠٥	١٠٠%	المجموع



شكل (٤)

يمثل النسبة المئوية لأعداد المستجيبين مرتبة ترتيباً تصاعدياً

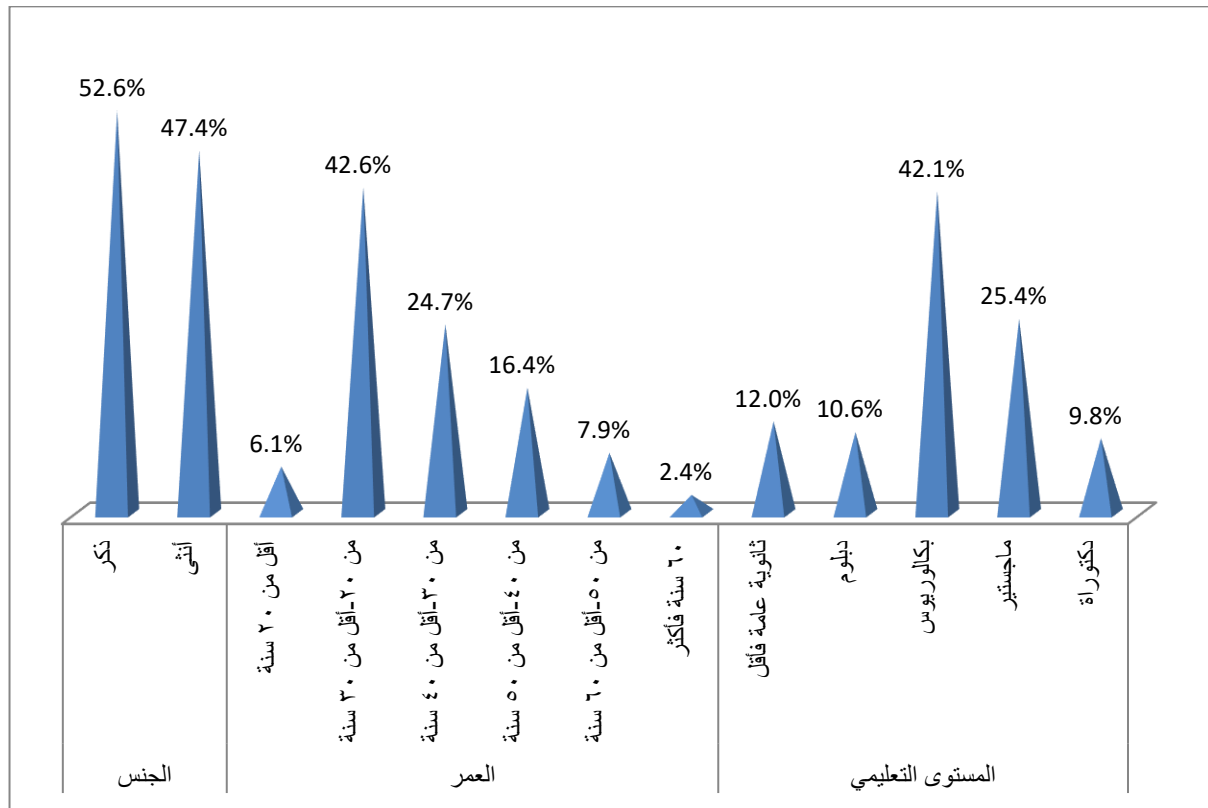
يبين الجدول والرسم البياني المذكوران أعلاه، أن (٢٢.٣٪) من حجم العينة المبحوثة كانت من دول شبه الجزيرة العربية، والتي تتضمن المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، والبحرين، والكويت، واليمن، وقطر، وعمان. وأن (٣١.٢٪) من حجم العينة كانت من دول الهلال الخصيب وهي (المملكة الأردنية الهاشمية، والجمهورية العربية السورية، ولبنان، وفلسطين، والعراق)، وأن (٤٤.٤٪) من حجم العينة كان من دول شمال أفريقيا وهي (جمهورية مصر العربية، والمغرب، وليبيا، وتونس، والجزائر، والسودان، وموريتانيا)، وأن (١.٤٪) فقط كانوا من دول شرق أفريقيا وهي (الصومال، وجيبوتي، وجزر القمر).

جدول (٢) وشكل (٥)

يمثلان العدد والنسبة المئوية لأعداد المستجيبين حسب المتغيرات الديمغرافية

المتغير	المستوى	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	687	52.6%
	أنثى	618	47.4%
العمر	أقل من ٢٠ سنة	79	6.1%
	من ٢٠-أقل من ٣٠ سنة	556	42.6%
	من ٣٠-أقل من ٤٠ سنة	322	24.7%
	من ٤٠-أقل من ٥٠ سنة	214	16.4%
	من ٥٠-أقل من ٦٠ سنة	103	7.9%
	٦٠ سنة فأكثر	31	2.4%
	ثانوية عامة فأقل	157	12.0%
المستوى التعليمي	دبلوم	138	10.6%
	بكالوريوس	550	42.1%
	ماجستير	332	25.4%
	دكتوراة	128	9.8%

وكما يظهر من الجدول أعلاه، والشكل أدناه، فإن (٥٢.٦٪) من المبحوثين كانوا من الذكور، مقابل (٤٧.٤٪) من الإناث، أما بالنسبة لأعمار المبحوثين، فبينت النتائج أن الفئة العمرية من (٢٠) إلى أقل من (٣٠) سنة كانت الأكثر تمثيلاً بنسبة مئوية وصلت إلى (٤٢.٦٪)، تليها الفئة العمرية من (٣٠) إلى أقل من (٤٠) سنة، بنسبة مئوية قدرها (٢٤.٧٪)، وتليها الفئة العمرية من (٤٠) عاماً إلى أقل من (٥٠) عاماً بنسبة وصلت إلى (١٦.٤٪)، تليها الفئة العمرية من (٥٠) إلى أقل من (٦٠) سنة بنسبة قدرها (٧.٩٪)، ومن ثم الفئة العمرية أقل من (٢٠) سنة بنسبة (٦.١٪)، وأكثر من (٦٠) سنة بنسبة (٢.٤٪).



شكل (٥)

يمثل العدد والنسبة المئوية لأعداد المستجيبين حسب المتغيرات الديمغرافية

مصادر الأخبار التي تعتمد عليها عينة الدراسة:

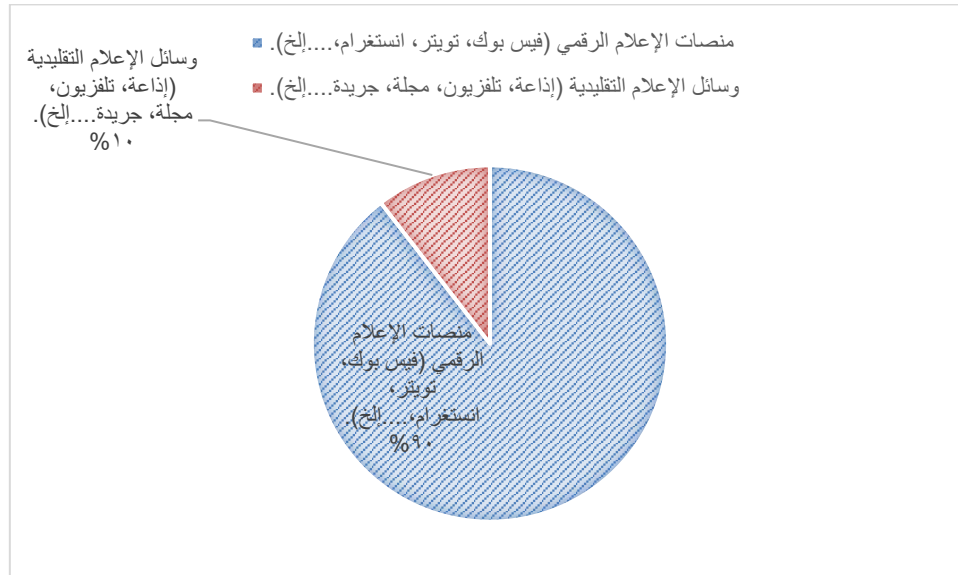
يوضح شكل و جدول ٣ مصادر الأخبار التي تعتمد عليها عينة الدراسة، حيث تبين النتائج أن ما نسبته (٨٩.٥٪) من عينة الدراسة تعتمد في الحصول على الأخبار بشكل رئيسي على منصات التواصل الاجتماعي، في حين (١٠.٥٪) فقط يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية.

جدول (٣)

يمثل النسبة المئوية لمستويات الإجابة عن: أعتد في الحصول على الأخبار بشكل رئيسي

السؤال	المستوى	العدد	%
أعتد في الحصول على منصات الإعلام الرقمي (فيس بوك، تويتر،		1168	89.5

		إنستغرام،... إلخ).	الأخبار بشكل رئيسي على:
10.5	137	وسائل الإعلام التقليدية (إذاعة، تلفزيون، مجلة، جريدة... إلخ).	
100%	1305	المجموع	



شكل (٦)

مصادر الأخبار التي تعتمد عليها عينة الدراسة

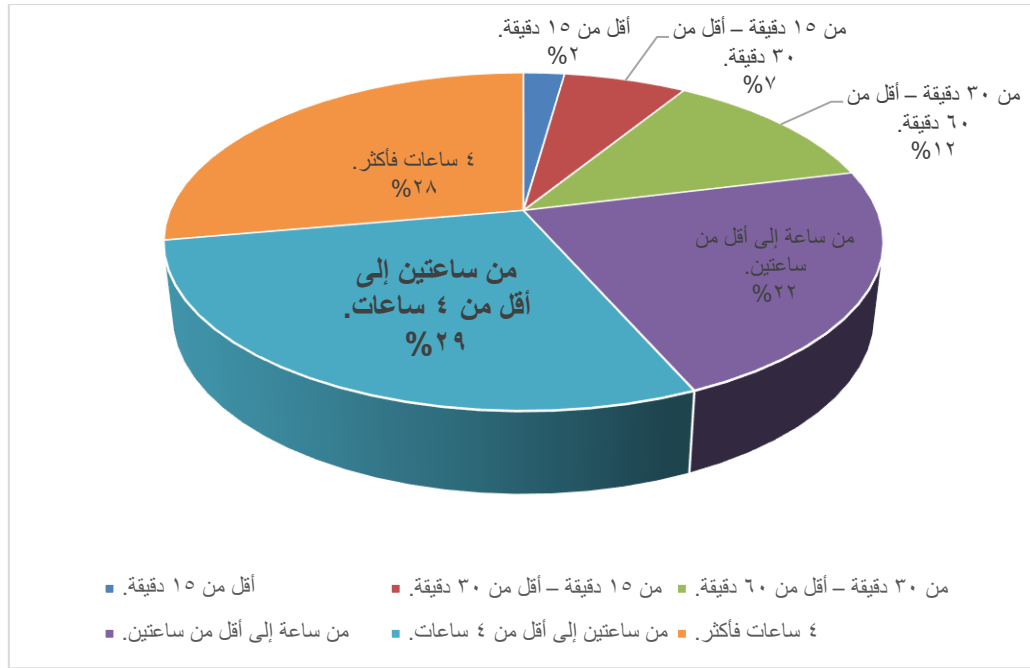
الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

يبين جدول (٤) وشكل (٤) مجموع الأوقات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث تكشف النتائج أن ما نسبته (٢٨.٧%) من المبحوثين يقضون من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي، وبنسبة قريبة جدا وهي (٢٧.٨%) تقضي من وقتها اليومي أكثر من أربع ساعات على هذه المنصات، تليها بنسبة (٢٢.٣%) بساعة إلى أقل من ساعتين.

جدول (٤)

يمثل النسبة المئوية لمستويات الإجابة عن مجموع الوقت الذي تقضيه العينة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا

السؤال	المستوى	العدد	%
مجموع الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا:	لا أستخدم المنصات الرقمية.	0	0
	أقل من ١٥ دقيقة.	29	2.2
	من ١٥ دقيقة - أقل من ٣٠ دقيقة.	86	6.6
	من ٣٠ دقيقة - أقل من ٦٠ دقيقة.	161	12.3
	من ساعة إلى أقل من ساعتين.	291	22.3
	من ساعتين إلى أقل من ٤ ساعات.	375	28.7
	٤ ساعات فأكثر.	363	27.8
المجموع		1305	100%



شكل (٧)

يمثل النسب المئوية لمجموع الوقت الذي تقضيه العينة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا

وجود معلومات لدى عينة الدراسة حول جرائم العملات الرقمية:

يبين جدول (٥) أن (٦٤%) من عينة الدراسة المكونة من (١٣٠٥) مبحوثين من مختلف الدول العربية، ليس لديهم أي معلومات فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية، في حين (٣٦%) كان لديهم معلومات حولها، ولكن لم يتسنى للباحث قياس درجة هذه المعلومات.

جدول (٥)

يمثل النسبة المئوية لمستويات الإجابة عن هل لديك معلومات عن جرائم العملات الرقمية؟

الاجابة	التكرار	%
نعم	470	36%
لا	835	64%
المجموع	1305	100

إجراءات تنفيذ الدراسة وفقاً للاستبانة:

نفذت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

١. جمع المعلومات من العديد من المصادر كالكتب، والمقالات، والتقارير، والرسائل الجامعية، وغيرها؛ وذلك من أجل وضع الإطار النظري للدراسة.
٢. تحديد مجتمع الدراسة، ومن ثم تحديد عينة الدراسة.
٣. تطوير أداة الدراسة من خلال مراجعة الأدبيات في هذا المجال.
٤. تحكيم أداة الدراسة.

٥. تطبيق أداة الدراسة على العينة، والطلب منهم الإجابة على فقراتها بكل صدق وموضوعية، وذلك بعد إعلامهم بأن إجاباتهم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
٦. صممت استبانة إلكترونية تمثل فقرات أداة الدراسة، ووزع الرابط على عينة الدراسة.
٧. استرد الباحث (١٣٠٥) استبانة إلكترونية، واعتمدت جميعها بعد تدقيقها إلكترونيًا، وتبين أنها جميعها قابلة للتحليل.
٨. استخدم برنامج الرزمة الإحصائي (SPSS, 28)، لتحليل البيانات، وإجراء التحليل الإحصائي المناسب.
٩. مناقشة النتائج التي أسفر عنها التحليل في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، والخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات البحثية.

المعالجة الإحصائية للاستبانة:

جمع الباحث البيانات الأولية من خلال الاستبانة من أفراد العينة، وبعد الانتهاء من جمع البيانات ومراجعتها تم إدخالها على قاعدة البيانات التي تم تطويرها برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, 28)؛ وذلك لاستخراج النتائج من خلال المعالجات الإحصائية الآتية:

١. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٢. معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)؛ لفحص الثبات.
٣. اختبار بيرسون (Pearson Correlation)؛ لفحص صدق البناء.

صدق أداة الاستبانة:

بعد بناء أداة الدراسة تم التحقق من صدقها، ويقصد بصدق الأداة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما صممت لقياسه من حيث الشمولية، ومدى وضوح فقراتها ومفرداتها، والتي تتضمن التحقق من صدق المحتوى وصدق الاتساق الداخلي.

صدق المحتوى (الصدق الظاهري للاستبانة):

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية والأسئلة البحثية وفروض الدراسة على سبعة من المحكمين من الأكاديميين ذوي الاختصاص (أنظر قائمة المحكمين ودرجاتهم العلمية في الملحق رقم ٣)، وبعد مراجعتها وإبداء ملاحظاتهم حول مضمونها، وتغطيتها لمحاوَر الدراسة، واستجابتها للأسئلة البحثية، ووضوح عباراتها، وفهم لغتها، وبعد التشاور معهم تم الأخذ بالملاحظات التي أبدوها حتى خرجت الاستبانة بصورتها النهائية، كما هو في ملحق رقم (١).

صدق الاتساق الداخلي للاستبانة (صدق البناء):

يعبر الاتساق الداخلي عن مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه الفقرة، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة، والدرجة الكلية للمحور نفسه، وذلك للتأكد من صدقها، وقد جاءت جميع قيم الاتساق الداخلي دالة إحصائياً مما يؤكد صلاحيتها ومناسبتها للدراسة، والجداول التالية توضح قيم الاتساق:

جدول (٦)

قيم معاملات ارتباط فقرات الأداة مع الدرجة الكلية (ن=٣٠)

الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
١	0.78**	٩	0.76**
٢	0.81**	١٠	0.68**
٣	0.83**	11	0.94**
٤	0.74**	12	0.94**
٥	0.78**	13	0.88**
٦	0.79**		
٧	0.77**		
٨	0.78**		

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$)

يلاحظ من البيانات الواردة في الجدول السابق أن معاملات ارتباط الفقرات تراوحت ما بين (0.68-0.94)، كما أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائياً؛ إذ أن قيمة معامل الارتباط التي تقل عن (٠.٣٠) تعتبر ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (٠.٣٠- أقل أو يساوي ٠.٧٠) تعتبر متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (٠.٧٠) تعتبر قوية؛ لذلك لم تحذف أي فقرة من فقرات الأداة، وتم اعتماد الفقرات جميعاً (Nasir et al., 2022).

ثبات أداة الاستبانة:

للتأكد من ثبات أداة الاستبانة، وبهدف التحقق من ثبات الاتساق الداخلي، فقد استخدمت معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وتبين أن معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية بلغ (٠.٩٤)، وهذه القيمة أكبر من (٠.70)، وهذا يؤكد ثبات أداة الدراسة، أي إمكانية الحصول على النتائج نفسها في حال تم استخدام نفس الأداة مرة أخرى (Fraenkel et al., 2012).

تحليل المضمون:

يعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب بحث أو أداة علمية للحصول على استنتاجات صحيحة من خلال النصوص (أو غيرها من المواد ذات المعنى) في سياق استخدامها كأسلوب بحث، يمكن أن يوفر تحليل المحتوى فهماً للظواهر الاجتماعية أو اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الإجراءات المستقبلية، وعلى الرغم من اعتماد الدراسات الاتصالية بشكل رئيس على تحليل المضمون، إلا أنه بسبب انتشار الوسائط الاتصالية والإعلامية، والاعتراف بأن البشر يعرفون ذاتهم وبعضهم البعض من خلال التواصل، ويبنون

معتقداتهم من خلال التواصل، ويؤسسون الحقائق التي يعيشونها في التواصل، فقد أصبح تحليل المضمون يستخدم في جميع العلوم الاجتماعية (Krippendorff, 2022, p. 278).

في تحليل المضمون، يتم تحليل النصوص المتاحة للإجابة على أسئلة الدراسة، وما يميز تحليل المضمون عن معظم طرق الملاحظة في العلوم الاجتماعية هو أن إجابات أسئلة الدراسة يتم استنتاجها من النص المتاح (Krippendorff, 2022, p. 279)، وعليه تستخدم الدراسة الحالية أداة تحليل المضمون كونها الأداة الأنسب؛ للتأكد من إجابة المبحوثين على السؤال البحثي الثالث (كيف يساهم الإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية؟)، من خلال تحليل مضمون نصوص بعض صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالإعلام الأمني.

مجتمع الدراسة لتحليل المضمون:

من أجل الوقوف على مدى مساهمة الإعلام العربي الأمني في التوعية بجرائم العملات الرقمية، استخدمت الدراسة عشر صفحات أمنية؛ لتحليل مضمونها فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية، وهي:

١. الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية السعودية على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال

الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/MOISaudiArabia>

عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر) من عام (٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (٣٠٨) ألف مستخدم.

٢. الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول لها من خلال

الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/MoiEgy>

عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (٨.٤) مليون مستخدم.

٣. الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية التونسية على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال

الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/ministere.interieur.tunisie>

عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (١.١) مليون مستخدم.

٤. الصفحة الرسمية للشرطة الفلسطينية على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول لها من خلال

الرابط التالي: <https://www.facebook.com/Palestinianpolice1>

عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (٢٨٦) ألف مستخدم.

٥. الصفحة الرسمية لشرطة أبو ظبي على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول لها من خلال الرابط

الآتي: <https://www.facebook.com/ADPoliceHQ>

- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢)، أن عدد متابعيها هو (٢١٢) ألف مستخدم.
٦. الصفحة الرسمية لشرطة دبي على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/dubaipolicehq>
- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢)، أن عدد متابعيها هو (١٩٦) ألف مستخدم.
٧. الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن العام اللبناني على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/GSLEBANON>
- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (١١٥) ألف مستخدم.
٨. الصفحة الرسمية لمديرية الأمن العام في الأردن على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/policejo>
- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (٦٤٣) ألف مستخدم.
٩. الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني المغربي على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/surete1.nationale>
- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (٤٣٥) ألف مستخدم.
١٠. الصفحة الرسمية للشرطة الجزائرية على الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي: <https://www.facebook.com/algeriepolice.dz>
- عدد المتابعين: تشير إحصائيات الصفحة حتى تاريخ (١ تشرين أول/ أكتوبر ٢٠٢٢م)، أن عدد متابعيها هو (١.٣) مليون مستخدم.
- وتمثل مجتمع الدراسة في جميع المنشورات على الصفحات الثلاث المشار إليها أعلاه، خلال فترة التحليل، والمتمثلة في الفترة الزمنية الممتدة ما بين (١ كانون ثاني/ يناير ٢٠٢١م) حتى (٣١ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م)، أي عام وتسعة شهور.

عينة تحليل المضمون:

تمثلت عينة الدراسة في عينة المسح الشامل "census sample" لجميع منشورات الصفحات الست المذكورة أعلاه، خلال الفترة الزمنية المتمثلة بعام وتسعة شهور.

جمع البيانات:

لأغراض الدراسة الحالية، عمل الباحث على الاختزال المنهجي للمحتوى، وتحليله مع إيلاء اهتمام خاص للسياق الذي تم إنشاؤه فيه؛ لتحديد الموضوعات، واستخراج تفسيرات ذات مغزى للبيانات (Roller & Lavrakas, 2015, p. 232)، واستخدمت الدراسة الحالية أسلوب تحليل المضمون؛ الاستقرائي والاستنباطي (الاستنتاجي)؛ واستخدم الباحث تحليل المضمون الاستنتاجي؛ لمعرفة أهم الأساليب الإقناعية التي يستخدمها الإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية بالاعتماد على نموذج أرسطو البلاغي، حيث يتم استخدام الاستدلال الاستنتاجي بالاعتماد على النظريات والدراسات السابقة (Anandarajan et al., 2019, p. 16).

تتضمن كل من عمليات تحليل المحتوى الاستقرائي ثلاث مراحل رئيسية: الإعداد، والتنظيم، وكتابة النتائج، حيث تتكون مرحلة الإعداد من جمع البيانات المناسبة؛ لتحليل المحتوى، وفهم البيانات، واختيار وحدة التحليل (Elo & Kyngäs, 2008). وعليه فقد قام الباحثان بجمع البيانات الخاصة بتحليل المضمون من خلال الصفحات العشر التي تم استهدافها في التحليل خلال الفترة الزمنية التي تم تحليل البيانات خلالها، وتم اختيار وحدة المنشور كأساس للتحليل بما يتناسب مع طبيعة الدراسة.

في النهج الاستقرائي، تتضمن مرحلة التنظيم ما يعرف باسم الترميز المفتوح، وإنشاء الفئات، والتجريد (Elo & Kyngäs, 2008)، وعليه فقد قام الباحث بترميز المنشورات فيما إذا كانت أولاً تقع في موضوع العملات الرقمية، تمهيداً لترميزها مرة أخرى، وتصنيفها في فئة التوعية بالعملات الرقمية، في حال كانت تحتوي على محتوى توعوي، ولا تمثل خبراً عابراً.

في مرحلة الإبلاغ، يتم وصف النتائج من خلال محتوى الفئات التي تصف الظاهرة باستخدام نهج محدد (Elo et al., 2014)، وهو ما تم فعلاً من خلال الجداول المرفقة في نتائج هذه الدراسة.

إجراءات الترميز:

يمثل الترميز العملية التي تمكن الباحث من تفسير وتحليل البيانات بشكل ماهر ومبدع (Linneberg & Korsgaard, 2019)، ويعد ترميز البيانات إجراء مهماً لإنشاء نظرة عامة حول المحتوى الإعلامي عن طريق تبسيط محتوى النص وتلخيصه، وتتضمن عملية الترميز "Coding" العثور على كلمة رئيسية واحدة أو بضع كلمات رئيسية يمكنها وصف أو تمييز قسم أكبر من النص، مثل جمل متعددة أو فقرات كاملة، والكلمات الأساسية تسمى الرموز "Codes" (Grønmo, 2020, p. 301).

الصلاحية:

تشير الصلاحية "Validity" في تحليل المضمون إلى مدى فدية مصفوفة التصنيف تعكس الفئات وتمثل المفاهيم بشكل كاف، وتلتقط بدقة ما هو مقصود (Schreier, 2012)، وبما أن الدراسة اعتمدت على العناصر الثلاثة لمثلث "أرسطو" الإقناعي، فهي تعتبر صالحة كونها تعتمد على إطار نظري واضح.

المقابلات المنظمة:

تعرف المقابلات المنظمة على أنها هي طريقة لجمع البيانات تعتمد على طرح الأسئلة بترتيب محدد لجمع البيانات حول موضوع ما (Halperin & Heath, 2020, p. 159)، وتستخدم الدراسة الحالية أداة المقابلات المنظمة كونها الأداة الأنسب كأداة لاحقة للاستبانة؛ للتأكد من إجابات المبحوثين وفهم لجرائم العملات الرقمية، وكذلك للإجابة على السؤال البحثي الخامس، والذي ينص على:

١. ما هي التدخلات اللازمة من الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية؟

وعليه استخدمت الدراسة الحالية المقابلة المنظمة على مستويين؛ المستوى الأول، وهو المبحوثين الذين أجابوا على الاستبانة، حيث طُلب من المبحوثين الذين أجابوا على الاستبانة من خلال الإعلان الممول، والمجموعات الأكاديمية والبحثية المختلفة التعليق في خانة التعليقات بكلمة "تم" لتبيان أنهم بالفعل قاموا بتعبئة الاستبانة، ومن ثم قام الباحث بالتواصل عبر صفحاتهم على الفيسبوك والواتس آب مع عينة منهم قدرها (١٠٪)، أي ما يساوي (١٣٠) مبحوثاً (٦٥ من الذكور، و٦٥ من الإناث)، وقام بمحاورتهم حول طبيعة المواد التي اعتقدوا أنها توعوية في إجاباتهم سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية، بهدف التأكد من فهمهم لمصطلح "جرائم العملات الرقمية"، وأن المواد التي تعرضوا لها من خلال هذه الوسائل لم تكن حول العملات الرقمية بشكلها العام، وإنما حول جرائم العملات الرقمية.

تبين أنه من العينة العشوائية التي تم التواصل معها أن (٣٦) مبحوثاً فقط من أصل (١٣٠) كانوا قد أجابوا أنهم تعرضوا لمواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية، وهم فقط الذين حاورهم الباحث حول طبيعة المواد التي تعرضوا لها.

وعلى المستوى الثاني، أجرى الباحث (٢٠) مقابلة منتظمة مع خبراء وأكاديميين حول نتائج الاستبانة، ولمعرفة آرائهم حول التدخلات اللازمة من الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية. أنظر أيضاً ملحق رقم (٢)، والذي يتضمن أسماء الخبراء، ودرجاتهم العلمية، وتخصصاتهم، وأماكن عملهم.

التثليث Triangulation:

التثليث هو طريقة تستخدم لزيادة مصداقية وصحة نتائج الدراسة (Leavy, 2022, p. 168). يمكن أن يثري التثليث الدراسة ونتائجها من خلال تقديم مجموعة متنوعة من البيانات لشرح الجوانب المختلفة لظاهرة الاهتمام (Pinto, 2022, p. 927). كما أنه يساعد في دحض الحالة التي تبطل فيها مجموعة بيانات أحد الافتراضات التي تم إنشاؤها بواسطة أخرى، ويمكن أن يساعد في تأكيد فرضية ما؛ حيث تؤكد مجموعة واحدة من النتائج مجموعة أخرى، ويمكن أن يساعد التثليث في تفسير نتائج الدراسة من زوايا مختلفة (Noble & Heale, 2019).

هناك أربعة أنواع من التثليث، وهي: (١) تثليث البيانات، والذي يتضمن مسائل مثل فترات الزمان والمكان والأشخاص (Denzin, 2017, p. 301)، أي يشير تثليث البيانات إلى استخدام مصادر متعددة للبيانات لفحص تأكيد ما (Leavy, 2022, p. 167)؛ (٢) تثليث الباحث، والذي يتضمن الاستعانة بالعديد من الباحثين في الدراسة (Denzin, 2017, p. 301)، ويشير تثليث المحقق إلى وجود باحثين أو أكثر يدرسون نفس الموضوع ويقارنون نتائجهم (Leavy, 2022, p. 167)؛ (٣) التثليث النظري، والذي يتضمن العديد من المخططات النظرية لتمكين تفسير الظاهرة (Denzin, 2017, p. 301) أي أن التثليث النظري يشير إلى النظر إلى البيانات من خلال أكثر من عدسة نظرية للسماح بظهور تفسيرات مختلفة (Leavy, 2022, p. 167)؛ (٤) التثليث المنهجي، الذي يعزز استخدام العديد من طرق جمع البيانات مثل المقابلات والاستبانة (Denzin, 2017, p. 301).

ومن أجل الحصول على بيانات ذات مصداقية عالية والخروج بنتائج ذات موثوقية كبيرة، استخدمت الدراسة التثليث المنهجي من خلال استخدامها لعدة طرق لجمع البيانات، حيث اعتمدت الدراسة على الاستبانة، وتحليل المضمون، والمقابلات المعمقة. كما استخدمت الدراسة التثليث النظري في تفسير نتائج الدراسة من خلال الاعتماد على نظريتين علميتين في مجال الاتصال والإعلام، وهما: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ونظرية التلقيح أو التحصين.

إضافة إلى ذلك وظفت الدراسة تثليث البيانات من خلال دمجها للبيانات النوعية والكمية التي تم جمعها من خلال أدوات الدراسة الثلاث، واستطلاع آراء الجمهور تجاه قضية جرائم العملات الرقمية، بالإضافة إلى الخبراء، وفحص محتوى وسائل التواصل الاجتماعي لعينة من صفحات الإعلام الأمني العربي. وبالتالي فإن استخدام هذه الدراسة عدة طرق من التثليث يجعل النتائج التي تم التوصل إليها على مستوى عال من الدقة، والموضوعية، والشفافية، والمصداقية (Pinto, 2022, p. 927).

النتائج:

دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية العربية في نشر الوعي حول جرائم العملات الرقمية:

للتعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية العربية في نشر الوعي حول جرائم العملات الرقمية، تضمنت مدخلات الاستبانة محورا خاصا؛ للتعرف على عدد المرات التي تعرضت فيها عينة الدراسة لمواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية في الصحف المحلية في كل دولة من الدول العربية، ومن خلال الإذاعات المحلية أو الحكومية، والمحطات التلفزيونية المحلية أو العربية، ومن خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية المحلية أو العربية، وقد بينت النتائج ضعف هذه الوسائل الإعلامية في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، كما يوضح جدول (٧).

جدول (٧)

عدد المرات التي تعرضت لها عينة الدراسة لمواد إعلامية من وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية حول جرائم العملات الرقمية

السؤال	الإجابة	العدد	%
هل تتذكر عدد المرات التي تعرضت فيها لمقالات توعوية أو مواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال الصحف المحلية سواء كانت ورقية أو الكترونية في بلدك؟	ولا مرة	802	61.5%
	مرة	187	14.3%
	مرتين	115	8.8%
	ثلاث مرات	41	3.1%
	أكثر من ذلك	160	12.3%
هل تتذكر عدد المرات التي تعرضت فيها لمواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال الإذاعات المحلية أو الحكومية في بلدك؟	ولا مرة	901	69.0%
	مرة	164	12.6%
	مرتين	78	6.0%
	ثلاث مرات	29	2.2%
	أكثر من ذلك	133	10.2%
هل تتذكر عدد المرات التي تعرضت فيها لبرامج توعوية أو مواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال المحطات التلفزيونية المحلية أو العربية في بلدك؟	ولا مرة	814	62.4%
	مرة	187	14.3%
	مرتين	90	6.9%
	ثلاث مرات	43	3.3%
	أكثر من ذلك	171	13.1%
هل تتذكر عدد المرات التي تعرضت فيها لمقالات توعوية أو مواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية المحلية أو العربية في بلدك؟	ولا مرة	681	52.2%
	مرة	218	16.7%
	مرتين	113	8.7%
	ثلاث مرات	55	4.2%
	أكثر من ذلك	238	18.2%

يتضح من جدول (أن حوالي ٦٢٪) من الجمهور العربي في عينة الدراسة لم يتعرضوا بالمطلق لأي مادة توعوية حول جرائم العملات الرقمية، وأن ١٤٪) منهم فقط تعرضوا لمواد توعوية لمرة واحدة، و٧٪) لمرتين، و٣٪) لمرة واحدة، و١٢٪) لأكثر من ثلاث مرات.

وفي مرحلة المقابلات التي تضمنت (١٠٪) من حجم المبحوثين أي (١٣٠ مبحوثاً) ممن قاموا بتعبئة الاستبانة، تبين أن المواد التي تعرضوا لها لم تكن سوى أخبار اعتيادية حول العملات الرقمية، وليست مواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية، وأن أيًا منهم لم يقرأ مقالاً توعوياً حول هذه الجرائم.

أما فيما يخص دور الإذاعات المحلية أو الحكومية في الوطن العربي بالتوعية بجرائم العملات الرقمية، فقد بينت النتائج أن (٦٩٪) من المبحوثين لم يتعرضوا مطلقاً لأي مواد إعلامية إذاعية تتضمن توعية حول جرائم العملات الرقمية، وأن حوالي (١٣٪) من المبحوثين قد تعرضوا لمرة واحدة فقط لمادة إذاعية توعوية حول هذه الجرائم، وأن (٦٪) منهم تعرضوا لمثل هذه المواد مرتين، و(٢٪) لثلاث مرات، و(١٠٪) لأكثر من ذلك.

وحول سؤال مجموعة من عينة الدراسة حول طبيعة المادة الإذاعية التي تعرضوا لها، اتضح أن هذه المواد كانت عبارة عن أخبار اعتيادية حول العملات الرقمية، وتعرض بعض المواطنين في بعض الدول للخداع أثناء التعامل من خلال هذه العملات، ولم تكن مواداً إذاعية مصممة لتوعية الجمهور العربي، مثل الومضات (السبوتات) الإذاعية التوعوية.

أما فيما يخص المحطات التلفزيونية المحلية أو الإقليمية فبينت نتائج الاستبانة أن حوالي (٦٢٪) من المستطلعة آرائهم لم يتعرضوا لمواد توعوية أو برامج توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال المحطات التلفزيونية مطلقاً، و(١٤٪) منهم فقط تعرضوا لمرة واحدة، و(٧٪) لمرتين، و(٣٪) لثلاث مرات، و(١٣٪) لأكثر من ذلك.

ومن خلال الأداة التابعة، وهي المقابلات المنظمة، وعند سؤال المبحوثين حول طبيعة المواد التي شاهدوها من خلال محطات التلفزة العربية، تبين أنها تمثلت فيما برامج نمطية حول العملات الرقمية أو اخباراً اعتيادية حولها، وأنهم لم يشاهدوا برنامجاً مختصاً حول جرائم العملات الرقمية.

وبخصوص المواقع الإلكترونية الإخبارية المحلية أو العربية فقد بينت النتائج أن (٥٢٪) من المستطلعة آرائهم لم يتعرضوا لأي مادة توعوية حول الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأن حوالي (١٧٪) منهم تعرضوا لمرة واحدة فقط لمثل هذه المواد، وحوالي (٩٪) لمرتين، و(٤٪) لثلاث مرات، و(١٨٪) لأكثر من ذلك، ومع ذلك، فإن أداة المقابلة التي تبعت الاستبانة وتضمنت عينة عشوائية مقدارها (١٣٠) من المبحوثين بينت أن المواد التي أجاب المبحوثون عنها أنها كانت مواداً توعوية لم تكن إلا أخباراً اعتيادية، ولم تكن مواداً توعوية مخصصة حول الجرائم الناجمة عن العملات الرقمية.

وعليه يمكن الاستنتاج أن الإعلام العربي التقليدي والإعلام العربي الإلكتروني لديه تقصير واضح فيما يتعلق بتوعية الجمهور بجرائم العملات الرقمية، وأن هناك تدخلات يجب أن يقوم بها هذا الإعلام في مجال التوعية بهذه الجرائم، وفقاً لنظرية المسؤولية الاجتماعية، وبالمثل فإن عدم اهتمام وسائل الإعلام العربية الإلكترونية والتقليدية في مثل هذا النوع من التوعية يجعل الجمهور عرضة لمثل هذه الجرائم بسبب غياب التحصين وفقاً لنظرية التلقيح.

مدى مساهمة الإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية:

لمعرفة مساهمة الإعلام الأمني الرقمي العربي في توعية الجمهور بجرائم العملات الرقمية، تضمنت تدخلات الاستبانة محوراً خاصاً؛ للتعرف على عدد المرات التي تعرضت فيها عينة الدراسة لمواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات الأمنية، وقد جاءت النتائج كما يوضح جدول (٨).

جدول (٨)

عدد المرات التي تعرضت لها عينة الدراسة لمواد إعلامية من خلال الإعلام الأمني العربي حول جرائم العملات الرقمية

السؤال	الإجابة	العدد	%
هل تتذكر عدد المرات التي تعرضت فيها لمقالات توعوية أو مواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال إعلام الأمن العام أو الشرطة أو التوجيه المعنوي أو صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالفروع الأمنية أو وزارة الداخلية في بلدك؟	ولا مرة	857	65.7%
	مرة	160	12.3%
	مرتين	91	7.0%
	ثلاث مرات	52	4.0%
	أكثر من ذلك	145	11.1%

تشير بيانات الجدول السابق أن حوالي (٦٦٪) من الجمهور العربي لم يتعرضوا لمواد توعوية حول جرائم العملات الرقمية من خلال صفحات التواصل الاجتماعي التابعة لإعلام الأمن العام، أو الشرطة أو مديريات الأمن الوطني، أو التوجيه المعنوي، أو وزارة الداخلية، وأن (١٢٪) فقط قد تعرضوا لمرة واحدة لمثل هذه المواد، و(٧٪ لمرتين)، و(٤٪) لثلاث مرات، و(١١٪) لأكثر من ذلك.

وللتأكد من إجابة المبحوثين على السؤال السابق؛ قام الباحث باستخدام أداة إضافية تمثلت في تحليل المضمون لعينة من صفحات التواصل الاجتماعي يقوم عليها الإعلام الأمني في الدول العربية، وتمثلت هذه العينة بالصفحات التالية:- الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية السعودية على "الفيسبوك"، والصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية، والصفحة الرسمية لوزارة الداخلية التونسية، والصفحة الرسمية للشرطة الفلسطينية، والصفحة الرسمية لشرطة أبو ظبي، والصفحة الرسمية لشرطة دبي، والصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن العام اللبناني، والصفحة الرسمية لمديرية الأمن العام في الأردن، والصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني المغربي، والصفحة الرسمية للشرطة الجزائرية، حيث تم تحليل منشورات هذه الصفحات لفترة زمنية قدرها عام وعشرة شهور أي (٢١) شهراً خلال الفترة الزمنية الممتدة ما بين (١ كانون ثاني/يناير) من عام (٢٠٢١م) حتى (٣١ أيلول/سبتمبر) من عام (٢٠٢٢م)، وأشارت النتائج كما يوضح جدول (٩) إلى التقصير الواضح لهذه الصفحات في توعية الجمهور العربي حول جرائم العملات الرقمية.

جدول (٩)

نسبة منشورات التوعية في جرائم العملات الرقمية إلى المنشورات الكلية في صفحات عينة الدراسة على الفيسبوك

صفحة الفيسبوك الرسمية للجهة الأمنية	عدد المنشورات الكلية
الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية السعودية	611
الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية	2777
الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية التونسية	2574
الصفحة الرسمية للشرطة الفلسطينية	1386
الصفحة الرسمية لشرطة أبو ظبي	1521
الصفحة الرسمية لشرطة دبي	3052
الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن العام اللبناني	231
الصفحة الرسمية لمديرية الأمن العام في الأردن	2451
الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني المغربي	0
الصفحة الرسمية للشرطة الجزائرية	2783

يبين الجدول السابق أن الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية السعودية نشرت (٦١١) منشورا بشكل عام خلال فترة الدراسة المتمثلة بعام وتسعة شهور، لم يكن أي منها حول العملات الرقمية بشكل عام أو جرائم العملات الرقمية بشكل خاص.

وبالمثل لم يكن أي منشور للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية حول العملات الرقمية بشكل عام أو جرائم العملات الرقمية بشكل خاص من ضمن (٢٧٧٧) منشورا نشرتها خلال فترة التحليل، وكذلك الحال في الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية التونسية التي نشرت (١٣٤٣) خلال فترة التحليل،

الأمر نفسه ينطبق على الصفحة الرسمية للشرطة الفلسطينية التي لم تفرد أي من منشوراتها ال(١٣٨٦)؛ للحديث عن العملات الرقمية أو جرائمها.

وكذلك وبنتائج مطابقة تماما لم تتطرق الصفحتان الرسميتان لشرطة أبو ظبي، وشرطة دبي في منشوراتها ال(1521)، و(3052) على التوالي إلى موضوع جرائم العملات الرقمية، ولا حتى العملات الرقمية في إطارها العام، أما فيما يخص الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن العام اللبناني فهي كذلك لم تنشر أي خبر أو مادة توعوية حول العملات الرقمية وجرائمها في منشوراتها ال(٢٣١) التي نشرتها خلال الفترة الزمنية الممتدة ما بين (١ كانون ثاني/ يناير ٢٠٢١م) حتى (٣١ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م). وبالمثل فإن الصفحة الرسمية لمديرية الأمن العام في الأردن، والصفحة الرسمية للشرطة الجزائرية لم تنشر أي منها إلى العملات الرقمية أو إلى الجرائم الناجمة عن استخدام هذه العملات في منشوراتها والتي بلغت (2415)، و(2782)، على التوالي خلال فترة التحليل التي تمثلت في عام وتسعة شهور أي (٢١) شهرا متتالية.

أما الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني المغربي، فكان آخر منشور لها بتاريخ (٢) حزيران/ يونيو ٢٠٢٠م، وبالتالي لم تدخل منشوراتها في فترة التحليل المعتمدة في هذه الدراسة، وهي من (١ كانون ثاني/ يناير ٢٠٢١م) حتى (٣١ أيلول/سبتمبر ٢٠٢٢م)، ما يشير إلى تقصير الصفحة بالنشر الرقمي عموما.

تشير هذه النتائج وبوضوح إلى تقصير الإعلام الأمني الرقمي في توعية الجمهور في الوطن العربي حول إحدى أهم القضايا المستجدة والحديثة، والمتمثلة في العملات الرقمية التي بدأت تؤرق صانعي السياسات المالية في العالم، وتشكل خطرا على الأمن العربي؛ نتيجة لاستخدامها في جرائم تتعلق بالابتزاز، والاحتيال، والإرهاب، وتجارة المخدرات، وتهديدات مختلفة لأمن المواطن العربي. وبالتالي يمكن الاستنتاج أن الإعلام الرقمي الأمني لم يقدّم بواجبه التوعوي إزاء جرائم العملات الرقمية، وهذا يتعارض مع نظرية المسؤولية الاجتماعية. وحسب نظرية التلقيح فإن غياب توعية الجمهور في مثل هذه الجرائم يزيد من فرصة تعرضهم لها بسبب غياب التحصين المقترن بالتوعية.

تقييم المواطن العربي لدور وسائل الإعلام العربية والإعلام الرقمي الأمني في التوعية الجماهيرية

حول جرائم العملات الرقمية:

لغايات تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد مستوى تقييم المواطن العربي لدور وسائل الإعلام العربية والإعلام الأمني في التوعية الجماهيرية حول جرائم العملات الرقمية، حولت العلامة وفق المستوى الذي يتراوح من (١-٥) درجات، وصنف المستوى إلى ثلاثة مستويات: مرتفع، ومتوسط، ومنخفض، وذلك وفقا للمعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات المفترضة}} \quad (\text{لترج})$$

$$1.33 = \frac{5-1}{3}$$

وبناء على ذلك، فإن مستويات الإجابة على المقاييس كانت على النحو الآتي:

جدول (١٠)

درجات احتساب مستوى تقييم المواطن العربي لدور وسائل الإعلام العربية والإعلام الأمني في التوعية الجماهيرية بجرائم العملات الرقمية

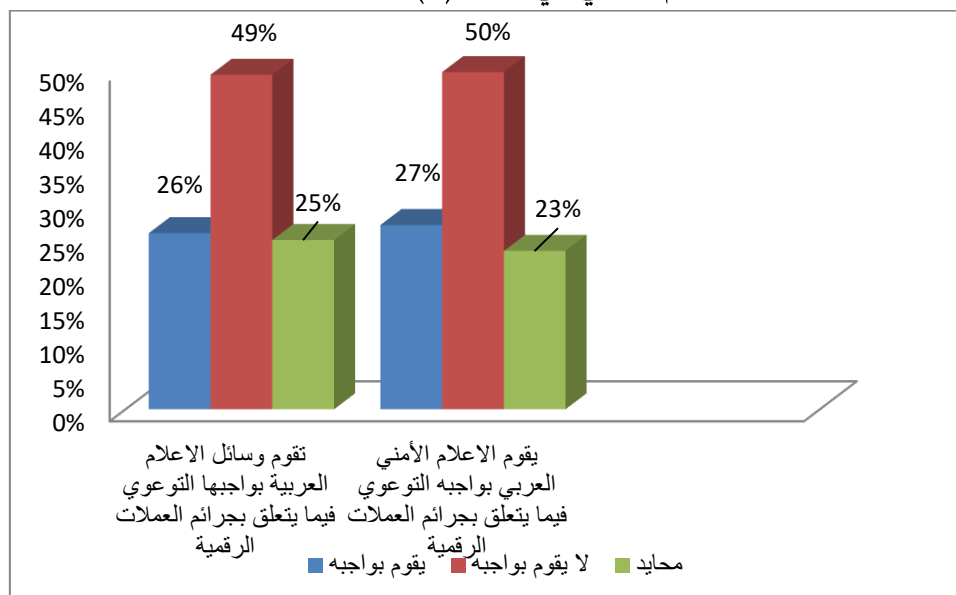
مستوى منخفض	٢,٣٣ فأقل
مستوى متوسط	٢,٣٤ - ٣,٦٧
مستوى مرتفع	٣,٦٨ - ٥

جدول (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم المواطن العربي لدور وسائل الإعلام العربية والإعلام الرقمي الأمني في التوعية الجماهيرية حول جرائم العملات الرقمية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

رقم البُعد	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	تقوم وسائل الإعلام العربية بواجبها التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية	2.75	1.22	متوسط
٢	يقوم الإعلام الأمني العربي بواجبه التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية	2.72	1.24	متوسط
	الدرجة الكلية	2.73	1.23	متوسط

يتضح من جدول (١١) السابق أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة لتقييم المواطن العربي لدور وسائل الإعلام العربية، والإعلام الأمني في التوعية الجماهيرية حول جرائم العملات الرقمية ككل بلغ (2.73) وبتقدير متوسط، أما المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرتين فقد تراوحت ما بين (2.72 - 2.75)، وجاءت فقرة "تقوم وسائل الإعلام العربية بواجبها التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.75) وبتقدير متوسط، مما يعني أن هناك تقصيراً من وسائل الإعلام العربية، والإعلام الأمني العربي في القيام بواجبهم التوعوي حول جرائم العملات الرقمية. وهذا ما يؤكد الرسم البياني في شكل (٤).



شكل (٤)

آراء الجمهور العربي حول مدى قيام الاعلام العربي، والإعلام الأمني بدورهم في توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية

يظهر من خلال الشكل أعلاه أن (٤٩٪) من عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام العربية لا تقوم بواجبها التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية، مقابل (٢٦٪) فقط ترى أنها تقوم بهذا الواجب، فيما فضل (٢٥٪) الإجابة بمحايد، وكما يبين الرسم البياني أيضا فإن (٥٠٪) من عينة الدراسة أكدوا أن الإعلام الأمني العربي لا يقوم بواجبه التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية.

التدخلات اللازمة من الإعلام العربي والإعلام الرقمي الأمني؛ لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم

العملات الرقمية:

للخروج بمجموعة من التدخلات اللازمة التي ينبغي على الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني القيام بها؛ لزيادة وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية، أجرى الباحثان (٢٠) مقابلة مع أكاديميين وخبراء وذوي اختصاص في مجال الاتصال، والإعلام، والصحافة من مختلف الدول العربية، حيث عرض عليهم نتائج الاستبانة، وطلب منهم إبداء الرأي حول التدخلات اللازمة من كل من هذه الفئات؛ لرفع وعي المواطن العربي في جرائم العملات الرقمية، وحول الأسباب التي دفعت هذه الفئات إلى التقصير في أداء واجب المسؤولية الاجتماعية التوعوي بخصوص القضية قيد الدراسة، وكيف يمكن تخطي هذا التقصير ومعالجته.

أكدت نتائج المقابلات مع الخبراء المختصين على ما جاءت به نتائج الاستبانة، فيما يتعلق بتقصير كل من الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية المواطن بجرائم العملات الرقمية بشكل خاص، وحقل العملات الرقمية بشكل عام، وأرجعوا هذا التقصير إلى عدة أسباب، منها:

١. محدودية تداول العملات الرقمية في الوطن العربي، ما يجعل دور المؤسسات الحكومية، وبخاصة الإعلامية محدود في التوعية بماهية العملات الرقمية، وكيفية تجنب مخاطرها.
٢. الأولويات والقضايا المحلية لكل دولة والتهديدات الأمنية التي تواجه العديد منها، ما يجعل موضوع العملات الرقمية هامشيا مقارنة بالقضايا الأخرى كالإرهاب، والحروب، والقضايا الصحية وبالأخص جائحة كورونا، وغيرها.
٣. عدم إدراك هذه الجهات الثلاث لخطورة الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية، وبالتالي استئثارها من الخطط الإعلامية التي تتبناها.
٤. غياب التعليمات والقرارات من الجهات السيادية في الوطن العربي والتي يجب توجيهها إلى هذه الفئات لتضمين هذه القضية في أجندتها الإعلامية.
٥. غياب المبادرة، فعندما تغيب المبادرة يحدث التقصير.
٦. غياب الرؤية التنموية الشاملة.
٧. غياب مفهوم الإعلام الأمني في الجامعات العربية المدنية، ويقتصر الإعلام الأمني على ما تقدمه مديريات الأمن العام في الوطن العربي.

٨. قلة المعرفة بماهية العملات الرقمية من قبل هذه الجهات عموماً، وتقتصر المعرفة بها بالغالب على نسبة لا بأس بها من الأفراد الذين يمتلكون المال أو جزء من مدخراتهم التي يستثمرون منها في العملات الرقمية، ومنهم مشاهير ومؤثرين، وعندما تكتب هذه الفئة أو تتحدث حول العملات الرقمية فإنهم يتجهون في مجمل الحديث حول انجازاتهم وأرباحهم ما يشجع الكثير إلى تقليدهم دون الوعي بإجراءات الأمان.

أما بخصوص التدخلات اللازمة من هذه الجهات فقد أكدت نتائج المقابلات على حيوية موضوع العملات الرقمية وجرائمها، وجدارته بالتوعية، كونه من المواضيع الحديثة التي تحتاج إلى محو الأمية اتجاهها، وبالتالي وجوب تضافر الجهود المختلفة في توعية الجمهور العربي في قضاياها، ومنها لأهميتها جرائم العملات الرقمية، حيث أكد الخبراء على أن الإعلام العربي التقليدي والإلكتروني، والإعلام الرقمي الأمني يشكلان ترسانة توعية كبيرة، يمكنها أن تغطي قطاعات الجمهور المختلفة بكافة توجهاتها التفضيلية للأدوات الاتصالية، ضمن عملية تكاملية، يمكن تلخيصها في شكل (٩).



شكل (٩)
قطاعات التوعية التكاملية

ومن التدخلات الضرورية التي أوردتها المختصون، ما يأتي:

١. تشكل العملات الرقمية إذا ما تم إساءة استخدامها وتوظيفها؛ تهديداً للمجتمع وأمنه، وبالتالي يتوجب استهداف الجمهور بالتوعية المناسبة عبر الوسائل المناسبة من خلال حملات منتظمة، ومتجددة، ومستمرة.

٢. وسائل الإعلام بحاجة دائماً لدراسات الجمهور، وكذلك بحاجة للتواصل مع مختلف القطاعات الحيوية لمعرفة احتياجاتها والصعوبات التي تواجهها، وبالتالي يجب إخراج الدورات البرمجية لوسائل الإعلام من القيود التقليدية، والتفكير ببعد تنموي أكثر شمولاً، وأكثر انفتاحاً.

٣. القرار يأتي في الغالب من الإدارة العليا في المؤسسات الإعلامية والأمنية، حيث يكون اتجاه الاتصال من الأعلى إلى الأسفل، وبالتالي هناك ضرورة ليكون الاتصال عكسياً من الأسفل إلى

- الأعلى في بعض الأحيان، بحيث يتم تزويد الإدارات العليا بالمقترحات اللازمة لتبني قرارات تخص الاهتمام بالتوعية الجماهيرية بالعمليات الرقمية والجرائم المرتبطة بها.
٤. من الضروري إدراج المسائل المتعلقة بمحو الأمية الرقمية في البرامج التعليمية الرسمية، والتعليم النظامي واللائق، وتدريب الفرد منذ طفولته على حماية معطياته الشخصية واكتساب سلوكيات واعية ورشيقة، وتداول المصطلح حتى يصبح مألوفاً لدى المستخدمين.
٥. بما أن معظم المؤسسات الإعلامية والأمنية تعمل ضمن خطط استراتيجية، فإنه من الضرورة بمكان أن يتم إدراج المسائل الرقمية الحديثة والتوعية بها ضمن مدخلات هذه الخطط، حتى يتم ترجمتها عملياً في الخطط التنفيذية لهذه المؤسسات لضمان حصول البرامج التوعوية على موازنات خاصة.
٦. بما أن الإعلامي هو من يقترح ويقدم المادة الإعلامية في الغالب، فإنه يتوجب على وزارات الإعلام في الوطن العربي تنظيم دورات محلية وإقليمية للإعلاميين العرب لتسليط الضوء على قضايا جرائم العملات الرقمية، ما يمكن الإعلاميين من طرح هذه المواضيع ضمن برامجهم وتقاريرهم وتدخلاتهم عن اقتدار ومعرفة.
٧. من الضروري أن تقوم الحكومات بدورها ليس فقط في التوعية، ولكن أيضاً في إيجاد طرق للرقابة على هذه العملات الرقمية، والتعاون مع البنوك العالمية في إيجاد طرق للرقابة على العملات الرقمية العالمية، ومراقبة تدويرها؛ لضمان عدم وصولها لجهات إرهابية، أو استخدامها بشكل خاطئ، فضلاً عن إيجاد صيغة مشتركة لحماية حقوق أصحاب هذه العملات وتأمينها، وعمل آليات للمصادقة عليها في حال الشراء أو البيع في إطار كل دولة، حتى لا يتعرض ملاكها للاحتيال.

مناقشة النتائج:

بينت نتائج الدراسة الحالية أن الإعلام العربي بشقيه التقليدي والإلكتروني، وكذلك الإعلام الأمني الرقمي، لم يكن لهم أي دور في توعية المواطن العربي حول جرائم العملات الرقمية، وهذا يتنافى مع ما جاءت به نظرية المسؤولية الاجتماعية التي أكدت على عدة مبادئ وأبعاد، كان أهمها فهم وسائل الإعلام واهتمامها بقضايا المجتمع ومشكلاته، وبخاصة المستجدة منها، ومساهمتها الفعالة في حلها أو التوعية بها، حيث أكدت هذه النظرية على أن وسائل الإعلام مسؤولة تجاه المجتمع ويجب عليها أن تعالج قضاياها، وتوعيته حول القضايا المعاصرة (Deuze & McQuail, 2020).

تتعارض نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Ogochukwu Nnabuike & Jarrar, 2018) التي بينت أن وسائل الإعلام النيجيرية عبر الإنترنت لعبت دور مسؤوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور من خلال تقديم تقارير مفصلة حول "البيتكوين".

إن تجاهل هذه الفئات الثلاث المهمة لقضية حيوية وحديثة يساهم في جعل المواطن العربي عرضة لمثل هذه الجرائم؛ بسبب عدم تحصينه تجاهها من خلال توفير التوعية اللازمة له بهذا الشأن، حيث تفترض نظرية التلقيح أن تقديم الجمهور بشكل استباقي لمعلومات حول أمر ما، يساهم في تنمية "الأجسام المضادة العقلية"، ما يجعل الشخص محصناً ضد هذا الأمر (McGuire & Papageorgis, 1961)، وبالتالي فإن توفير المعلومات اللازمة للجمهور العربي حول جرائم العملات الرقمية سيكون له أثر كبير في تحصينه من الوقوع ضحية لمثل هذه الجرائم.

إن عدم وعي الغالبية العظمى من الجمهور العربي (٦٤٪) حول وجود جرائم العملات الرقمية يشير أيضاً إلى قصور دور وسائل الإعلام العربية في توعية الجمهور تجاه القضايا الجديدة، والتي يمكن أن تؤثر على الأمن القومي العربي بطريقة أو بأخرى. تتعارض هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (Kamau, 2022) التي بينت أن أكثر من نصف الكينيين (٥٠.٩٨٪) لديهم دراية بالعملات الرقمية ومخاطرها، ومع دراسة (Nejad et al., 2022) التي بينت أن الشباب العاملين لديهم وعي بالعملات الرقمية، ولكن لم تشر الدراسة إلى الجرائم المتعلقة بالعملات الرقمية، وكذلك مع دراسة (Vetrichelvi & Priya, 2022) التي أكدت أن مستوى الوعي بالعملات الرقمية مرتفع، ولكن الموقف تجاه تبني هذه العملات منخفض بسبب عوامل مختلفة مثل التقلب والتنظيم وما إلى ذلك، وبالتالي سيتغير تصور الناس لاستخدام العملة الرقمية كوسيلة للتبادل إذا تم تنظيمها بشكل صحيح من قبل الهيئات التنظيمية، وإذا ما تم تعليم عامة الناس على ذلك، وأيضاً مع دراسة (Alaklbi & Kang, 2021) التي أظهرت أن معظم المشاركين (٦٩٪) في عينة الدراسة التي أجريت في السعودية لديهم علم بالعملات الرقمية، ولكن لم تشر الدراسة إلى جرائم العملات الرقمية ومدى الوعي في هذه الجرائم.

بينت النتائج أيضاً أن الإعلام الرقمي الأمني لم يكن له أي دور في التوعية حول جرائم العملات الرقمية على الرغم من أن من أهم الواجبات التي يقوم بها الإعلام الأمني هي توعية الجمهور بخطورة الجرائم على اختلافها، ما يساعد في تنمية الحس الأمني فيما يتعلق بأنماط الجرائم بما فيها تلك المستحدثة، والدور الوقائي من خلال حملات الوقاية من الجريمة (الجنحي، ٢٠٠٠م).

تختلف نتائج هذه الدراسة في هذا الشأن مع دراسة (Al-Shakhanbeh & Habes, 2022) التي بينت أن الإعلام الحكومي الأردني، ومن خلال منصات التواصل الاجتماعي كان له دور كبير في توعية الجمهور حول جائحة فايروس كورونا، وقد يكون هذا الاختلاف في النتائج سببه كون الجائحة هددت الاقتصاد والأمن الصحي بشكل مباشر في المجتمعات العربية، وما تلاها من إجراءات احترازية تمثلت بالإغلاق التام لجميع مناحي الحياة، في حين أن جرائم العملات الرقمية ما تزال حديثة وغير ملموسة بشكل كبير. ومع ذلك، تتفق النتيجة الحالية مع نتائج دراسة الكوع والهندي (٢٠٢٠م) والتي بينت أن الشرطة الفلسطينية لم يكن لها دور كافٍ في تعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة من خلال صفحتها على منصة الفيسبوك.

الخاتمة:

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى معرفة دور الإعلام العربي، والإعلام الرقمي الأمني في توعية الجمهور في الوطن العربي بجرائم العملات الرقمية؛ ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة ثلاث أدوات بحثية، هي: ١- الاستبانة؛ لتقصي آراء الجمهور العربي حول مدى معرفتهم بجرائم العملات الرقمية، ومدى تعرضهم لرسائل التوعية حول هذه الجرائم، ٢- والمقابلات المنظمة مع عينة من الجمهور العربي الذين قاموا بتعبئة الاستبانة؛ للتأكد من طبيعة الرسالة التي تعرضوا لها، ٣- ومقابلات أخرى مع خبراء وأكاديميين ومختصين عرب بعد عرض نتائج الاستبانة عليهم؛ للخروج بمجموعة من التدخلات اللازمة حول توعية الجمهور العربي بجرائم العملات الرقمية، وتحليل المضمون لعينة من صفحات الإعلام الرقمي الأمني لتبيان مدى مساهمتها في التوعية بجرائم العملات الرقمية.

بينت نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن ما يزيد عن (٣٥٪) من عينة الدراسة تحمل شهادات دراسات عليا (١٠٪ دكتوراة، و٢٥٪ ماجستير)، و(٤٢٪) تحمل شهادة البكالوريوس، إلا أن الغالبية العظمى (٦٤٪) ليس لديها أدنى معلومات حول جرائم العملات الرقمية.

وكذلك بينت تقصير كل من الإعلام العربي، والإعلام الأمني الرقمي في الجانب التوعوي فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية، بما يتنافى مع نظرية المسؤولية الاجتماعية، ويعرض الجمهور العربي؛ ليكون ضحية لجرائم العملات الرقمية وفقاً لنظرية التلقيح، بسبب عدم توفير التوعية اللازمة للجمهور والتي يمكن أن تعمل كلقاح يساعد في تحصين المناعة تجاه هذه الجرائم.

التوصيات:

التوصيات العملية والتطبيقية:

١. ضرورة أن يكون هناك قرار على مستوى مجلس وزراء الداخلية العرب لتوجيه الإعلام الأمني في الدول العربية للقيام بحملات توعية ضمن القنوات، والوسائل، والتكتيكات، والتقنيات الحديثة، على نمط حملة الإنترنت التي بدأها بتاريخ (١٧ تموز/ يونيو ٢٠٢٢م)، والتي هدفت إلى لفت الانتباه إلى المخاطر عبر الإنترنت، وإعطاء النصائح حول الأمان الرقمي، والتي حملت اسم "أنت قد تكون الضحية القادمة" #YouMayBeNext، حيث لم تكن هذه الحملة الأولى للإنترنت بهذا الشأن، حيث سبق هذه الحملة عدة حملات مشابهة مثل: حملة "فقط نقرة واحدة" #JustOneClick، إشارة إلى أن نقرة بسيطة قد تحدث فارقاً كبيراً عندما يتعلق الأمر بحماية أنظمة الكمبيوتر والمعلومات الشخصية والشبكات من مجرمي الإنترنت، وكذلك حملة "الجريمة الرقمية هي جريمة حقيقية" #OnlineCrimelsRealCrime، والتي حملت رسالة مفادها أن الجريمة عبر الإنترنت لا تقل خطورة عن أي نوع آخر من الجرائم؛ وحملة "اغسل يديك الرقميتين" #WashYourCyberHands، والتي حملت رسالة أساسية مفادها أن مجرمي الإنترنت استفادوا من جائحة فيروس كورونا، لذلك فإن

النظافة الشخصية على الإنترنت لا تقل أهمية عن النظافة الشخصية على أرض الواقع؛ وأخيرا حملة "كن يقظاً" #BECareful، والتي سلّطت الضوء على طريقة الاحتيال عبر البريد الإلكتروني للأعمال (BEC)، وقدمت نصائح أمان وقائية للتقليل من عدد الضحايا.

٢. ضرورة أن توجّه وزارات الإعلام العربية وسائل الإعلام في كل دولة من دول الوطن العربي؛ لتسليط الضوء على العملات الرقمية وجرائمها، وقد تكون نقطة انطلاق هذا الأمر في استصدار قرار في هذا الشأن من مجلس وزراء الإعلام العرب.

٣. ضرورة أن تعمل الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، والذي تأسس بمبادرة من الإدارة الثقافية في جامعة الدول العربية، على توجيه المؤسسات الأكاديمية العربية لعقد مؤتمرات علمية خاصة بالعملات الرقمية والجرائم المتعلقة بها، حيث بينت مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة افتقار المكتبة العربية لمثل هذه الدراسات المهمة.

٤. تشير الدراسات المختلفة إلى أن العملات الرقمية سيكون لها دور كبير في المستقبل، وتشير أيضا إلى تنامي الجرائم المتعلقة بهذه العملات عاما بعد عام، وبالتالي يجب أن يكون هناك توعية مستمرة للمواطن العربي بهذا الخصوص، ولضمان الحد الأدنى من حملات التوعية؛ يمكن أن يكون هناك أسبوع توعوي في كل عام، على نمط يوم المرور العالمي وأسبوع المرور العربي، والذي تحييه المؤسسات المعنية من (٤-١٠ أيار/ مايو) في كل عام، ويقترح الباحثان أن يكون هذا الأسبوع في شهر (كانون أول/ ديسمبر) من كل عام، حيث تكثّر فيه عمليات التسوق الإلكتروني نظرا للتخفيضات، وعمليات الاحتيال الرقمية، بسبب الإجازات والأعياد.

٥. ضرورة أن يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية، وكجزء من مسؤوليته الاجتماعية على تبني برنامج إذاعي توعوي موحد حول جرائم العملات الرقمية، وتوزيعه على كافة الإذاعات العربية، بما يضمن وصول الرسالة إلى كافة الدول العربية.

٦. نظرا لتوقعات الخبراء بزيادة الجرائم المرتبطة بالعملات الرقمية خلال السنوات القادمة وبشكل كبير، فإنه من الأهمية بمكان، أن تعمل وسائل الإعلام العربية، والإعلام الرقمي الأمني على تضمين التوعية في هذه الجرائم ضمن خطتهم الاستراتيجية، ما يساهم في تحصين المواطن العربي وفقا لنظرية التلقيح.

٧. ضرورة تركيز وسائل الإعلام العربية في توعيتها للجمهور بجرائم العملات الرقمية على المنصات الرقمية كالفيسبوك، والتويتر، والإنستغرام، والتيك توك، وغيرها، حيث بينت نتائج الدراسة أن حوالي (٩٠٪) من الجمهور العربي يعتمد على هذه المنصات في الحصول على الأخبار والمعلومات، وأن فقط حوالي (١٠٪) من الجمهور العربي يعتمد على وسائل الإعلام التقليدية والمواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على الأخبار، وقد أظهرت أيضا بعض الدراسات المختصة أن ربط إعلانات التوعية بالوسائط الرقمية يؤدي إلى نتائج أكثر إيجابية (Al-Dmour et al., 2020).

٨. يتوجب على الإعلام الرقمي الأمني أن يتحول من رد الفعل إلى الفعل، وبخاصة تجاه التوعية في القضايا المستجدة، فالوقاية خير من قنطار علاج، وهذا ما تؤكد عليه نظرية التلقيح أو التحصين، وما أكدت عليه العديد من الدراسات، ومنها دراسة (Akkaya et al., 2019)، ودراسة (Fowler, 2017)، حيث أكدت على أهمية استراتيجيات الاتصال الاستباقية، والاستجابة السريعة كمفتاح للتواصل الشرطي والأمني الناجح، وبالتالي يتوجب على هذا الإعلام أن يعمل على التوعية بجرائم العملات الرقمية قبل تفاقمها، وبخاصة بالاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تؤكد الدراسات، ومنها دراسة (Eriksson & Olsson, 2016)، ودراسة (Valentini & Kruckeberg, 2016) على أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أدوات مهمة للاتصال التوعوي، والأزماتي، والاستراتيجي، لما تملكه من إمكانيات تمكن المنظمات من مراقبة تفاعلات المواطنين وردود أفعالهم، وتوفير المعلومات للجمهور المعني، والتواصل معه، أو إدارة السمعة المؤسسية بشكل استباقي قبل الأزمات، وأثناءها.

التوصيات الأكاديمية:

١. لم تقم هذه الدراسة بتحليل مضمون عينة من وسائل الإعلام العربية التقليدية؛ لتأكيد نتائج الاستبانة، والتي بينت وجود نقص في توعية الجمهور العربي حول جرائم العملات الرقمية وفقا لإجابات الباحثين، وعليه توصي الدراسة الحالية الباحثين المستقبليين بتناول هذا الجانب التحليلي في دراساتهم المستقبلية، ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية، حيث حل الباحث محتوى الصفحات الأمنية فقط.

٢. يمكن للباحثين المستقبليين أن يعملوا على توسيع دائرة البحث حول نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، بتطبيقها على قضايا حيوية ومستجدة أخرى تعاني منها المجتمعات العربية.

٣. بينت نتائج الدراسة أن (٦٤٪) من عينة الدراسة المكونة من (١٣٠٥) باحثين من مختلف الدول العربية، ليس لديهم أي معلومات فيما يتعلق بجرائم العملات الرقمية، في حين (٣٦٪) كان لديهم معلومات حولها، ولكن لم يتسنى للباحث قياس درجة هذه المعلومات، ولذا يمكن للباحثين المستقبليين إجراء دراسات استكمالية أخرى لقياس درجة المعلومات التي يمتلكها الجمهور العربي حول هذه الجرائم.

المراجع:

المراجع العربية:

إمقيدش، إيمان. (٢٠٢١م). دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية سطيف. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، ١٨(١)، ٢٨٧-٢٨٩.

الجزيرة. (٢٠٢٢م، كانون أول، ٤). أ. أربع عملات رقمية ستكون تحت المجهر بحلول عام ٢٠٢٢. ما هي؟ تم الاسترجاع من

<https://bit.ly/3BrJv7M>

الجزيرة (٢٠٢٢م، تموز ٢). ما أسباب تقلب العملات الرقمية مؤخرًا؟ وكيف يمكن التعامل معها؟ تم الاسترجاع من <https://bit.ly/3VJtoeS>

الجزيرة. (٢٠٢١م، أيلول ٣٠). *العملات الرقمية.. باب للريح السريع محفوف بالمخاطر والعقبات في مصر*. تم الاسترجاع من <https://bit.ly/3Lu1tv2>

الجنحي، علي بن فايز. (٢٠٠٠م). *الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة* (ط١). الرياض، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

المتداول العربي. (٢٠٢٢م). *أشهر العملات الرقمية ذات طابع الخصوصية*. تم الاسترجاع من <https://www.arabictrader.com/ar/learn/forex-school/354>

السلمي، محمد. (٢٠١٩م). استخدام منهج البحث المختلط في أبحاث تعليم اللغة العربية وتعلمها. *مجلة كلية التربية-جامعة أسيوط*، ٣٥(٥)، ٣٦٠-٣٨٠.

عبد الرؤوف، سيد. (٢٠٠٢م). *الإعلام الأمني ما له وما عليه*. في مركز الدراسات والبحوث (محرر)، *الإعلام الأمني: المشكلات والحلول* (ص. ص. ٤٦-٣١). الرياض، السعودية: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

عمروس، عمارة (٢٠٢٠م، أيار ١٣). *الإعلام الأمني - Security Media*. تم الاسترجاع من

<https://political-encyclopedia.org/dictionary/الإعلام%٢٠الأمني>

الكوع، معين. والهندي، عبد العزيز. (٢٠٢٠م). مدى اعتماد الشرطة الفلسطينية على الأسلوب الإقناعي في مضاميتها الاتصالية المنشورة من خلال الفيس بوك الهادفة لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة: دراسة تحليلية في إطار النماذج الأربعة للعلاقات العامة. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ٨(٢٨)، ٢٢٣-٢٤٦.

الكوع، معين. ودويكات، فلسطين. (٢٠٢٢م). فاعلية المواقع الالكترونية الفلسطينية الحكومية وفقًا لنظرية الاتصال الحواري: دراسة مقارنة بين هيئة التوجيه السياسي والوطني والشرطة ووزارة الداخلية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ١٠(٣٩)، ١١٣-١٥١.

المعاينة، إسرائ، والمجالي، فايز. (٢٠٢١م). دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم من وجهة نظر ضباط وأفراد الشرطة المجتمعية للفترة ٢٠١٦-٢٠١٩م. *مجلة التربية (الأزهر)*، ٤٠(١٨٩)، ٤١٤-٤٥٥.

المراجع الأجنبية:

Akkaya, C., Fedorowicz, J., & Krcmar, H. (2019, June 8-14). Successful practices for using social media by police departments: a case study of the munich police. Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS), Stockholm & Uppsala, Sweden.

Al-Dmour, H., Salman, A., Abuhashes, M., & Al-Dmour, R. (2020). Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: integrated model. *Journal of medical Internet research*, 22(8), 1-15 .

Al-Shakhanbeh, Z. M., & Habes, M. (2022). The relationship between the government's official Facebook pages and healthcare awareness during Covid-19 in Jordan. In A.-E. Hassanien, S. M. Elghamrawy, & I. Zelinka (Eds.), *Advances in Data Science and Intelligent Data Communication Technologies for COVID-19* (Vol. 378, pp. 221-238). Springer .

Alaklbi, S., & Kang, K. (2021). Perceptions towards cryptocurrency adoption: a case of Saudi Arabian citizens. *Journal of electronic banking systems*, 2021(2021), 1-17 .

Anandarajan, M., Hill, C., & Nolan, T. (2019). Practical Text Analytics: Maximizing the Value of Text Data. In (Vol. 2). Cham, Switzerland: Springer.

Ayedh, A., Echhab, A., Battour, M., & Omar, M. (2020). Malaysian Muslim investors' behaviour towards the blockchain-based Bitcoin cryptocurrency market. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 690-704 .

Binance. (2022, September 28). *Bitcoin*. <https://www.binance.com/ar/price/bitcoin>

- Boas, T. C., Christenson, D. P., & Glick, D. M. (2020). Recruiting large online samples in the United States and India: Facebook, mechanical turk, and qualtrics. *Political Science Research and Methods*, 8(2), 232-250 .
- Böhme, R., Christin, N., Edelman, B., & Moore, T. (٢٠١٥). Bitcoin: Economics, technology, and governance. *Journal of economic Perspectives*, 29(2), 213-238 .
- Brace, I. (2022). *Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research* (5th. ed.). Kogan Page Publishers .
- Burrus, J. (2018). *Fighting financial crime in the age of cryptocurrencies*. https://www.refinitiv.com/content/dam/marketing/en_us/documents/expert-talks/world-check-expert-talk-fighting-financial-crime.pdf.
- Chadwick, S., Widdop, P., & Burton, N. (20٢٢). Soft power sports sponsorship—A social network analysis of a new sponsorship form. *Journal of Political Marketing*, 21(2), 196-217 .
- Chainalysis. (2022). *The 2022 Crypto Crime Report*. C. Inc .
- CoinMarketCap. (2022, September 24). Coins. <https://coinmarketcap.com/coins/>
- Compton, J. (2020). Prophylactic versus therapeutic inoculation treatments for resistance to influence. *Communication Theory*, 30(3), 330-343 .
- Conrad, E. J., Becker, M., Powell, B., & Hall, K. C. (2020). Improving health promotion through the integration of technology, crowdsourcing, and social media. *Health promotion practice*, 21(2), 228-237 .
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th. ed.). Sage .
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications .
- Dekker, R., van den Brink, P., & Meijer, A. (2020). Social media adoption in the police: Barriers and strategies. *Government Information Quarterly*, 37(2), 1-9 .
- Delfabbro, P., King, D. L., & Williams, J. (2021). The psychology of cryptocurrency trading: Risk and protective factors. *Journal of behavioral addictions*, 10(2), 201-207 .
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge .
- Deuze, M., & McQuail, D. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). SAGE Publications Ltd .
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE Open*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2158244014522633>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115 .
- Eriksson, M., & Olsson, E. K. (2016). Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens. *Journal of contingencies and crisis management*, 24(4), 198-208 .
- Fernandez, M., Dickinson, T., & Alani, H. (2017, 2017//). *An Analysis of UK Policing Engagement via Social Media*. Social Informatics, Cham.
- Fowler, B. M. (2017). Stealing thunder and filling the silence: Twitter as a primary channel of police crisis communication. *Public relations review*, 43(4), 718-728 .
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th. ed.). McGraw-Hill Education .

- Grønmo, S. (2020). *Social research methods: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. SAGE Publications Ltd .
- Grow, A., Perrotta, D., Del Fava, E., Cimentada, J., Rampazzo, F., Gil-Clavel, S., & Zagheni, E. (2020). Addressing public health emergencies via Facebook surveys: advantages, challenges, and practical considerations. *Journal of medical Internet research*, 22(12), e20653 .
- Halperin, S., & Heath, O. (2020). *Political research: methods and practical skills*. Oxford University Press .
- Haworth, J. (2020, June 20). *What is Sodinokibi? The ransomware behind the Travelex attack*. <https://portswigger.net/daily-swig/what-is-sodinokibi-the-ransomware-behind-the-travelex-attack>
- Hayes, A. (2022, September 18). *10 Important Cryptocurrencies Other Than Bitcoin*. <https://www.investopedia.com/tech/most-important-cryptocurrencies-other-than-bitcoin/>
- Hoard, S. C., Carasiti, J. L., & Masten, E. J. (2016). The adaptive nature of crime: Co-opting the Internet. In P. Williams & D. Fiddner (Eds.), *Cyberspace: Malevolent Actors, Criminal Opportunities, and Strategic Competition* (pp. 273-318). US Army War College Press .
- Interpol. (2022). *Cryptojacking*. <https://www.interpol.int/en/Crimes/Cybercrime/Cryptojacking>
- Jungblut, M., Kümpel, A. S., & Steer, R. (2022). Social media use of the police in crisis situations: A mixed-method study on communication practices of the German police. *New Media & Society*, 0(0), 14614448221127899. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/14614448221127899>
- Kamau, C. G. (2022). The Cryptocurrency Market in Kenya: A Review of Awareness and Participation by the Youth. *Journal of Asian Business Strategy*, 12(1), 49-56 .
- Kethineni, S., & Cao, Y. (2020). The rise in popularity of cryptocurrency and associated criminal activity. *International Criminal Justice Review*, 30(3), 325-344 .
- Kfir, I. (2020). Cryptocurrencies, national security, crime and terrorism. *Comparative strategy*, ٣٩ (٢), ١١٣-١٢٧ .
- Khan, S., Safdar, G., & Ahmad, T. (2021). The Role of Radio Clinic during Covid-19 Pandemic: A Case Study of Swat. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review*, 2(1), 189-194 .
- Krippendorff, K. (2022). Content Analysis. In B. Frey (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Research Design* (2nd. ed., Vol. 1, pp. 278-283). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Laato, S., Islam, A. N., Islam, M. N., & Whelan, E. (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? *European journal of information systems*, 29(3), 288-305 .
- Larkin, C., Pearce, N., & Shannon, N. (2022). Criminality and cryptocurrencies: Enforcement and policy responses. In S. Corbet (Ed.), *Understanding cryptocurrency fraud: The challenges and headwinds to regulate digital currencies* (Vol. 2, pp. 121-148). Walter de Gruyter GmbH & Co KG .
- Leavy, P. (2022). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches* (2nd., Ed.). The Guilford Press .
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51-70 .
- Linneberg, M. S., & Korsgaard, S. (2019). Coding qualitative data: A synthesis guiding the novice. *Qualitative research journal*, 19(3), 259-270 .
- Martin, B. A., Chrysochou, P., & Strong, C. (2022). Crypto freedom! Effects of trait reactance and regulation content on intention to buy cryptocurrency. *Personality and Individual Differences*, 194, 111659. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111659>

- Martin, B. A., Chrysochou, P., Strong, C., Wang, D., & Yao, J. (2022). Dark personalities and Bitcoin: The influence of the Dark Tetrad on cryptocurrency attitude and buying intention. *Personality and Individual Differences*, 188(April 2022), 111453. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111453>
- Maurushat, A., & Halpin, D. (2022). Investigation of Cryptocurrency Enabled and Dependent Crimes. In D. Goldbarsht & L. de Koker (Eds.), *Financial Technology and the Law* (pp. 235-267). Springer .
- McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 327 .
- Mrug, S. (2022). Survey. In B. Frey (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Research Design* (2nd. ed., Vol. 2, pp. 1654-1658). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications ,Inc.
- Nasir, M. A., Bakouch, H. S., & Jamal, F. (2022). *Introductory Statistical Procedures with SPSS*. Bentham Science Publishers .
- Nejad, M. Y., Yung, G. L., Othman, J., Kssim, A. A. M., Khan, A. S., Lim, F. L. M. D., & Enbasakaran, P. (2022). Factors Influencing Cryptocurrency Awareness Among Young Working Adults in Malaysia: A Conceptual Paper. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(6), e001555-e001555 .
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94(January 2019), 264-272 .
- Noble, H., & Heale, R. (2019). Triangulation in research, with examples. *Evidence Based Nursing*, 22(3), 67-68. <https://doi.org/10.1136/ebnurs-2019-103145>
- Ogochukwu Nnabuife, S., & Jarrar, Y. (2018). Online Media Coverage of BitCoin Crypto-currency in Nigeria: A study of Selected Online Version of Leading Mainstream Newspapers in Nigeria. *Hermes. Journal of Communication*, 2018(12), 141-172 .
- Paquet-Clouston, M., Haslhofer, B., & Dupont, B. (2019). Ransomware payments in the bitcoin ecosystem. *Journal of Cybersecurity*, 5(1), 1-11 .
- Perrotta, D., Grow, A., Rampazzo, F., Cimentada, J., Del Fava, E., Gil-Clavel, S., & Zagheni, E. (2021). Behaviours and attitudes in response to the COVID-19 pandemic: insights from a cross-national Facebook survey. *EPJ data science*, 10(1), 1-13 .
- Picazo-Vela, S., Fernandez-Haddad, M., & Luna-Reyes, L. F. (2016). Opening the black box: Developing strategies to use social media in government. *Government Information Quarterly*, 33(4), 693-704. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.004>
- Pinto, R. M. (2022). Mixed Methods Design. In B. Frey (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Research Design* (2nd. ed., Vol .2 ,pp. 923-928). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Roller, M. R., & Lavrakas, P. J. (2015). *Applied qualitative research design: A total quality framework approach*. Guilford Publications .
- Samuels, D., & Zucco Jr, C. (2014). The power of partisanship in Brazil: Evidence from survey experiments. *American Journal of Political Science*, 58(1), 212-225 .
- Scharfman, J. (2022). *Cryptocurrency Compliance and Operations: Digital Assets, Blockchain and DeFi*. Palgrave Macmillan .
- Schneider, C. J. (2016). Police presentational strategies on Twitter in Canada. *Policing and society*, 26(2), 129-147 .
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage publications .
- Statista. (2022a, October 5). *Bitcoin (BTC) price per day from October 2013 to October 5, 2022*. <https://www.statista.com/statistics/326707/bitcoin-price-index/>

- Statista. (2022b, September 23). *Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH) dominance - their market cap relative to the market cap of all other cryptocurrencies in the world - on September 23, 2022.* <https://www.statista.com/statistics/1269302/crypto-market-share/>
- Statista. (2022c, March 22). *Number of cryptocurrencies worldwide from 2013 to February 2022.* <https://www.statista.com/statistics/863917/number-crypto-coins-tokens/>
- Steelman, T .A., McCaffrey, S. M., Velez, A.-L. K., & Briefel, J. A. (2015). What information do people use, trust, and find useful during a disaster? Evidence from five large wildfires. *Natural Hazards*, 76(1), 615-634 .
- Tahat, K. M., Al-Sarayrah, W., Salloum, S. A ., Habes, M., & Ali, S. (2022). The influence of YouTube videos on the learning experience of disabled people during the COVID-19 outbreak. In A.-E. Hassanien, S. M. Elghamrawy, & I. Zelinka (Eds.), *Advances in Data Science and Intelligent Data Communication Technologies for COVID-19* (pp. 239-252). Springer .
- Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2016). The future role of social media in international crisis communication. In A. Schwarz, M. W. Seeger, & C. Auer (Eds.), *The Handbook of International Crisis Communication Research* (pp. 478-488). Wiley Blackwell .
- Van der Linden, S., & Roozenbeek, J. (2021). Psychological inoculation against fake news. In R. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (pp. 147-169). Routledge .
- Vetrichelvi, M. S., & Priya, A. S. (2022). A Study on awareness and attitudes towards Crypto currency among college students. *Specialusis Ugdymas*, 1(43), 6488-6496 .
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). *(Mass media research: An introduction* (10th ed.). Wadsworth, Cengage learning .
- Zhang, B., Mildenerger, M., Howe, P. D., Marlon, J., Rosenthal, S. A., & Leiserowitz, A. (2020). Quota sampling using Facebook advertisements. *Political Science Research and Methods*, 8(3), 558-564 .

ملحق (١)
أسماء محكمي الاستبانة

الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	مكان العمل
١. أ.د. زهير عابد	أستاذ بروفيسور	الإعلام	جامعة غزة
٢. د. محمود خلوف	أستاذ مشارك	الإعلام الرقمي	الجامعة العربية الأمريكية
٣. د. رية قحطان	أستاذ مساعد	العلاقات العامة والاتصال	جامعة بغداد
٤. د. شادي أبو عياش	أستاذ مساعد	فنون وإنسانيات رقمية	الجامعة العربية الأمريكية
٥. د. حاتم الصالحي	أستاذ مساعد	العلاقات العامة والإعلان	جامعة صنعاء
٦. د. أحمد حمودة	أستاذ مساعد	علوم الاتصال	الكلية العربية للعلوم التطبيقية
٧. أ. عبد الله الزماري	محاضر	الإعلام الرقمي والاتصال	معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي

ملحق (٢)

قائمة بأسماء خبراء الإعلام والاتصال الذين تمت مقابلتهم في إطار الدراسة

الاسم	التخصص	مكان العمل
١. أ.د. خزيم الخزام الخالدي	الإذاعة والتلفزيون	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون في جامعة اليرموك
٢. د. احمد يونس حمودة	علوم الاتصال	مدير عام الكلية العربية للعلوم
٣. د. بهاء الدين احمد محمد	تقنيات الإعلام	جامعة السليمانية التقنية
٤. د. أشرف محمد المناصير	الإذاعة والتلفزيون	جامعة العلوم التطبيقية الخاصة
٥. د. ليث عبد اللطيف عبد الغني	العلاقات العامة	جامعة واسط
٦. د. شادي رضوان أبو عياش	فنون وإنسانيات رقمية	الجامعة العربية الأمريكية
٧. د. عبدالله محمد أطبقة	الإذاعة والتلفزيون	جامعة سرت
٨. د. ريا قحطان احمد	العلاقات العامة	جامعة بغداد
٩. د. علاء الدين محمد عياش	الدراسات الإعلامية	رئيس قسم تكنولوجيا الإعلام في جامعة فلسطين التقنية - خضوري
١٠. د. وليد خلف الله دياب	الإعلام والعلاقات العامة	الجامعة الخليجية
١١. د. رياض بن ناصر الفريجي	اقتصاديات الإعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مؤسس شركة رياض للإنتاج الإعلامي بالملكة العربية السعودية
١٢. د. حسين سعدي محمد علي	الصحافة والإعلام	رئيس قسم الصحافة في كلية الإعلام في جامعة واسط
١٣. د. حاتم علي الصالحي	العلاقات العامة والإعلان	جامعة صنعاء
١٤. د. محمود صالح خلوف	الإعلام الرقمي	الجامعة العربية الأمريكية
١٥. د. فخري عبد القادر الفكي	علوم الاتصال	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
١٦. د. سمر إسماعيل الشنار	الصحافة والعلاقات العامة	منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية
١٧. د. عبد الله سالم باخرصة	الصحافة العلمية	جامعة حضرموت
١٨. د. وهيبه بنت البشير الغالي	التربية الإعلامية	جامعة منوبة
١٩. أ. عبد الله الزماري	الإعلام الرقمي والاتصال (ماجستير)	رئيس وحدة قياس الرأي العام في معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي
٢٠. أ. محمود حريبات	الإعلام الرقمي والاتصال (ماجستير)	مدير عام ومؤسس شركة "لمة صحافة" للصحافة والإعلام

responsibility in the cryptocurrency crimes. The content analysis results also showed that the digital security media did not address the issue of digital currencies in its general landscape or the crimes resulting from them.

In light of these results, the study came out with a set of recommendations, including, for example, but not limited to, the need for a decision at the level of the Arab Interior Ministers Council to direct the security media in Arab countries to carry out awareness campaigns regarding cryptocurrency crimes. The study also recommended that the Association of Arab Universities' secretariat urge Arab academic institutions to hold scientific conferences related to digital currencies and related offenses. A review of the literature and previous studies showed the Arab Library's lack of such vital studies.

Keywords: Cryptocurrency crimes, Arab Media, Security Media, Social Media Platforms.



The Role of Arab Media, Digital Security Media in Educating the Public in the Arab World About Cryptocurrency Crimes

Dr. Moeen Fathy Mahmoud Koa

moeen.Koa@hotmail.com

*Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
Master's program in media organization management,
Quds University*

Hala Hashim Abo Hasan

hala.abohasan@gmail.com

*MA Public Relations,
Contemporary Public Relations Program,
An-Najah National University*

Abstract

This study aimed to evaluate the role of the Arab media, digital security media in raising public awareness in the Arab world about cryptocurrency crimes and to show the extent to which these crucial groups contribute to immunizing the Arab Public against these crimes according to the theories of social responsibility and inoculation. The study relied on an exploratory sequential mixed-methods design, which begins first with the exploration and analysis of quantitative data, and then uses the results in a qualitative next stage; Thus, the study relied on the methodological triangulation, relying on the questionnaire tool to investigate the opinions of a sample of the Arab Public (1305 respondents) about their knowledge of digital currency crimes, their exposure to awareness messages about these crimes, and the organized interviews with a sample of the Arab Public who filled out the questionnaire (10% from the size of the original sample) to ascertain the nature of the message they were exposed to. In addition, other interviews with Arab experts, academics, and specialists (20 experts) after presenting the questionnaire results to them to come up with a set of necessary interventions to educate the Arab Public about cryptocurrency crimes. Finally, the study employed content analysis to analyze a sample of digital security media pages on Facebook (10 pages) to show the extent of their contribution to the Public Awareness of cryptocurrency crimes and to identify the most critical persuasive methods used in the awareness message according to Aristotle's rhetorical triangle.

The study showed that although more than 35% of the study sample held graduate degrees between master's and doctorate and 42% of the bachelor's degrees, the vast majority (64%) did not have any information about cryptocurrency crimes. The results also showed that the vast majority of respondents did not receive any education or raising awareness messages about these crimes from traditional or electronic media, digital security media, or Arab influencers alike, which indicates the failure of these parties in social

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 Al Arabia Public Relations Agency, 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 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

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

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

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

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email 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.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % 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.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 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 Public Relations Association. One copy 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.
- One copy of the journal is 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 Public Relations Association.
- 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 Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It 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 Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- 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 in Arabic Papers, 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.

Advisory 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. 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. Mohamed Moawad (Egypt)

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

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic 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. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar 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. 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 & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

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.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

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

Journal



of P R

research
Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eleventh Year - Forty-Seventh Issue - 10 October 2023

IF of the Supreme Council of Universities 2023 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2023 = 2.7558

Media & Mass Communication

English Researches:

- *Associate Prof. Dr. Layla Hasan Al Saqer - Bahrain University*
The Role of Innovation Social Media Strategies in Supporting Small Businesses during the COVID-19 Pandemic: A Case Study 7
- *Associate Prof. Dr. Iman Mohamed Mohamed Zahra - Cairo University*
PR goes to War: Warfare Tactics Utilized Amidst Russia Ukraine Conflict 25
- *Dr. Nesrin Nader El-Sherbini - MSA University*
Strategic Digital Content Marketing: The PESO Model in Practice 59

Abstracts of Arabic Researches:

- *Prof. Dr. Rizk Saad Abd EL Moaty - Misr International University*
Trends of International Press Media on Social Networking Sites towards Development Initiatives in the Kingdom of Saudi Arabia and Egypt: A Comparative Study 87
- *Prof. Dr. Abdulmalek Aldanani - Liwa College - Abu Dhabi*
Dr. Amor Ben Amor - Liwa College - Abu Dhabi
Dr. Khalid Abd Allah Ahmed Dirar - Liwa College - Abu Dhabi
The Uses of the ChatGPT Application in The Field of Media: Exploratory Study 88
- *Associate Prof. Dr. Elsayed Abdelrahman Ali Abdelrahman - Suez University*
The Reality of Specialized Media: Locally and Globally 89
- *Dr. Moeen Fathy Mahmoud Koa - Quds University*
Hala Hashim Abo Hasan - An-Najah National University
The Role of Arab Media, Digital Security Media in Educating the Public in the Arab World About Cryptocurrency Crimes 90
- *Dr. Doaa Mohamed Fawzy - Minia University*
The Role of The Artificial Intelligence Applications on Influencing the Purchasing Decisions: A Field Study on a Sample of Electronic Shoppers 92

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2023@APRA

www.jprr.epra.org.eg

