

دور الاعلام في محاربة الابتزاز الالكتروني

كرم عبدالله فاضل

جامعة:المصطفى كلية: الاعلام قسم: اذاعة وتلفزيون

The role of the media in combating electronic blackmail karamabd77@yahoo.com

المستخلص

اصبح العالم قرية صغيرة في الوقت الحالي حيث يستطيع كافة الناس ان يشتري ويبيع ويحصل على كافة المعلومات والبيانات من خلال وسائل الاعلام السمعية او المرئية او الكترونيه وغيرها حيث يتم في جزء من الثانية الحصول على جميع المعلومات وان الاعلام يرتبط ربط مهم في الابتزاز الالكتروني في وقتنا الحاضر ولاكن هناك اناس يحاولون تطوير وسائل الاعلام بأنواعه في تحقيق اهداف رخيصة وخبيثة مثل العمل على الابتزاز المالي والاخلاقي وبالتالي هذه الافعال تسبب ضرر بكيان المجتمع واستقراره وبالتالي التأثير على مهنة الاعلام بشكل سلبي بسبب سوء استعماله عن طريق الاعلام الالكتروني بالأخص حيث تعمل هذه السلوكيات على التأثير السلبي من كافة النواحي الاجتماعية والاقتصادية لذا لابد من وجود دور هام وفاعل للأعلام , لذا جاء هذا البحث ليضع الاجابة لتساؤلات الأتية :ما هو مفهوم الابتزاز الالكتروني؟ ماهي الدوافع التي تؤدي الى الابتزاز الالكتروني؟الكلمات المفتاحية : دور الاعلام ، الابتزاز ، الابتزاز الالكتروني

Abstract:

The world has become a small village at the present time, where all people can buy, sell, and obtain all information and data through audio, visual, electronic or other media, where all information is obtained in a fraction of a second, and the media has an important link in electronic blackmail in our present time. However, there are people who try to develop all types of media in order to achieve cheap and malicious goals, such as working on financial and moral blackmail, and thus these actions cause harm to the entity and stability of society, and thus affect the media profession negatively due to its misuse through electronic media in particular, as these behaviors work to have a negative impact on All social and economic aspects

Therefore, there must be an important and effective role for the media, so this research came to answer the following questions:

- What is the concept of electronic blackmail?
- What are the motives that lead to electronic blackmail?

The problem of the research topic lies in how to provide a comprehensive answer to the following questions:

The first thing that comes up in any research topic is the issue of setting a specific definition for the term being researched or studied. By applying this topic of our research, we find that the issue of setting a definition for electronic blackmail is a very important issue.

Keywords: the role of the media, blackmail, electronic blackmail

دور الاعلام في محاربة الابتزاز الالكتروني

الفصل الاول

منهجية البحث

اولا : المقدمة

اصبح العالم قرية صغيرة في الوقت الحالي حيث يستطيع كافة الناس ان يشتري ويبيع ويحصل على كافة المعلومات والبيانات من خلال وسائل الاعلام السمعية او المرئية او الكترونيه وغيرها حيث يتم في جزء من الثانية الحصول على جميع المعلومات وان الاعلام يرتبط ربط مهم في الابتزاز

الإلكتروني في وقتنا الحاضر ولاكن هناك اناس يحاولون تطوير وسائل الاعلام بانواعه في تحقيق اهداف رخيصة وخبيثة مثل العمل على الابتزاز المالي والاخلاقي وبالتالي هذه الافعال تسبب ضرر بكيان المجتمع واستقراره وبالتالي التأثير على مهنة الاعلام بشكل سلبي بسبب سوء استعماله عن طريق الاعلام الإلكتروني بالأخص حيث تعمل هذه السلوكيات على التأثير السلبي من كافة النواحي الاجتماعية والاقتصادية , فأخذت ظاهرة الابتزاز بكافة انواعه المالي والعاطفي والأخلاقي ولكلا الجنسين بالتزايد نتيجة لتطور وسائل الاعلام والتي اصبحت توفير كل مسائل الترفيه والرعاية والخدمات لأنسان في كل مجالات الحياة سواء كانت من الناحية الانتاجية والاجتماعية والثقافية والصحية وغيرها, وفي سعي الانسان الى ثورة في المعلومات والبيانات وتكنولوجيا الاتصالات والاعلام لخدمته في كافة البيئات وتسهيل حصوله على الموارد والخدمات واختصار الوقت والمسافات اذ حقق كثير من النجاحات وخاصة في قرن العشرين والذي يلقب بعصر الانفجارات المعرفي والمعلومات^(١). ورغم تلك النجاحات الناتجة عن دور الاعلام الا ان العالم يواجه تحديا خطيرا يعتبر احد السلبيات لثورة التطور الاعلام الإلكتروني على وجه الخصوص ولعل الابتزاز الإلكتروني اصبح واحدا من اهم المشاكل وسلبيات تلك الثورة وربما يكون اكثرها انتشارا وذلك لما يتطلبه من الادوات او التخطيط المسبق والدقيق لاصطياد ضحاياه حيث يحتاج المبتز الى شيء خاص بالضحية لغرض تهديده مثل الصور او مقاطع الفيديو او معلومات شخصية في اي منصة من منصات التواصل الإلكتروني ليهدد ضحاياه لغرض الحصول على اموال او رغبات عبر طرق وحيل الابتزاز الإلكتروني. لذا لابد من وجود دور هام وفعال للاعلام , لذا جاء هذا البحث ليضع الاجابة لتساؤلات الأتية :

١_ ما هو مفهوم الابتزاز الإلكتروني؟

٢_ ماهي الدوافع التي تؤدي الى الابتزاز الإلكتروني؟

٣_ ماهي اساليب و الطرق التي يتم عن طريقها الابتزاز الإلكتروني؟

٤_ ماهي الاثار الاجتماعية والنفسية والدينية للابتزاز الإلكتروني؟

٥_ ما هي انواع الابتزاز الإلكتروني وانواعه وعلاجه؟

ثانيا : مشكلة البحث

تكمن مشكلة موضوع البحث في كيفية وضع اجابة وافية على التساؤلات التالية :

١. ان اول ما يطراً على اي موضوع البحث هو مسألة وضع تعريف محدد للمصطلح محل البحث او الدراسة وبالتطبيق على موضوع بحثنا هذا نجد ان مسألة وضع تعريف للابتزاز الإلكتروني هي مسألة غاية الاهمية.
٢. يتمثل هذا التساؤل في البحث عن الدوافع التي تؤدي الابتزاز الإلكتروني المنتشرة في الوقت الحالي عبر وسائل الاعلام المتعدده.
٣. ويتعلق هذا التساؤل بتحديد الاساليب والطرق التي يتم عن طريقها الابتزاز الإلكتروني.
٤. ويمكن هذا التساؤل في بيان انواع الابتزاز بالنظر الى من يقوم بالابتزاز وبمن يقع عليه الابتزاز.

ثالثا : اهمية البحث

تتحدد اهمية البحث في :

١. تكمن اهمية الدراسة في محاولة التوصل الي مجموعة من الحقائق العلمية حول أثر الاعلام على الأمن الاجتماعي .
٢. ما يتركه الابتزاز الإلكتروني من تأثيرات كبيره على المجتمع وما قد يؤديه الابتزاز من تدهور وعدم تماسك وخفض الروح المعنوية . وتغيير مواقف الافراد وعلاقاتهم وتفاعلهم داخل المجتمع .
٣. اهمية موضوع الابتزاز الإلكتروني للحفاظ على ثقافة الدولة ومبادئها . ورفاهية الافراد وتأثيره على معدلات التنمية الاقتصادية والاستقرار السياسي واستقرار البلاد بوجه عام .
٤. تمثل وسائل الاعلام الرقمي وسائل اتصالية متطورة . لذا تتزايد الاهمية بدراسة تأثيرها المباشر والغير المباشر في تغيير اتجاهات وسلوكيات الافراد.
٥. يستمد البحث اهميته من المرحلة التي يمر بها المجتمع والتي يشهد فيها تحولات اقتصادية وسياسية واجتماعية الذي جعل ن الابتزاز الإلكتروني مناخا خصبا للانتشار .
٦. وان هذه الظاهرة الخطيرة تحتاج للوقوف امامها بحزم وادراك مكامن الخلل ومعالجتها معالجة استباقية بقطع الاسباب المؤدية اليها.

رابعا : اهداف البحث

يهدف البحث بالدرجة الاولى الى التعريف بظاهرة الابتزاز الالكتروني، وما هي انواع الابتزاز، واسباب انتشارها في الوقت الحالي، وماهي الطرق التي تساعد على الابتزاز الالكتروني، وما هو علاج الابتزاز وانواعه، وكيفية تعامل ضحايا المجتمع العراقي معه.

خامسا : منهج البحث

من أجل تحقيق اهداف البحث قام الباحث باستخدام الدراسات الوصفية وبأسلوب مسحي، ويختص المنهج الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها بالإضافة الى تحليلها التحليل الكافي المتعمق .واستخدام اداة البحث المقابلة بهدف الحصول على ردود افعال الباحثين وبالتالي التمكن من التحقق من صحة اجاباتهم وتسجيل جميع الملاحظات بشكل دقيق .

الفصل الثاني الاطار النظري

المبحث الاول : مفهوم الابتزاز الالكتروني

المطلب الاول : ما هو الابتزاز لغة .

مأخوذ من الثلاثي بزز، يقال : بز الشيء يبيزه بزاً اغتصبه، والبز السلب، وابتزرت الشيء : استلبته ومنه المثل : من عزَّ بَزَّ ، أي من غلب سلب (٢).

الفرع الاول : تعريف الابتزاز اصطلاحاًوردت في تعريف الابتزاز عدة عبارات متعددة منها :

١. محاولة تحصيل مكاسب مالية او معنوية من شخص او اشخاص طبيعي او اعتباري بالإكراه او التهديد يفصح سر من وقع عليه الابتزاز .
٢. استغلال القوة مقابل ضعف انسان آخر سواء كان هذا الضعف مؤقتا او دائماً.
٣. محاولة للإكراه وسلب الارادة والحرية لأيقاع الأذى الجسدي او المعنوي على الضحايا عن طريق وسائل يتقن الجاني استخدامها لتحقيق جرائمه الأخلاقية او المادية او كليهما معاً . (٣)

الفرع الثاني : تعريف الابتزاز الإلكتروني بمعناه الاجتماعي

هي نوع من الجرائم الإلكترونية وتعتبر من اشد خطورة واكثر انتشاراً في العالم كله يتمثل في التهديد للفرد الضحية بنشر معلومات خاصة له او صور ويجبر المبتز الضحية على دفع مبالغ مالية كبيرة او استغلال الضحية للقيام بأعمال غير مشروع وغير اخلاقية كإفشاء اسرار عمل او علاقات جنسية محرمة او اي عمل غير محترم والجميع منا معرضاً الى الابتزاز الالكتروني حيث لم يسلم منه الرجل و المرأة والصغير والكبير والفرد الواحد والمؤسسات الكبرى فهناك شركات ومؤسسات اعمال تبتز بواحدة من وسائل الاعلام لإجبارها على شيء معين عادة ما يخص امور العمل، لكن الأكثر تعرضاً هم الافراد على وجه الخصوص والفتيات بالأكثر (٤).

المطلب الثاني : الدوافع التي تؤدي الى الابتزاز الالكتروني وأثاره

ان مرتكب جريمة الابتزاز الإلكتروني عادة ما يكون شخص يتمتع باحترافية لكونه يحتاج غالباً الى المعرفة في التعامل مع الاعلام والمعلومات والاتصالات للتعامل مع احد اساليب ارتكاب الجريمة، وليس لدينا ادنى ريب انه ذلك المرتكب للجريمة لديه اهداف ودوافع شخصية يريد تحقيقها من خلال ارتكاب هذه الجريمة، كونه غايته ليس فقط الدخول للنظام وسرقة معلوماته كهو هاجر عابر على اي نظام، وانما غايته الوصول الى تحقيق الدافع الذي اراد الوصول اليه من خلال استخدامه لأحد أساليب ارتكاب جريمة الابتزاز الإلكتروني، وفيما يلي سنتناول قدر الإمكان الدوافع التي يسعى الى تحقيقها مرتكب جريمة الابتزاز الإلكتروني ومدى استخدامه لوسائل الاعلام السمعيه او المرئية او الالكتروني، على الرغم من ان هذه الدوافع قد تزداد مع سباقات تطور التكنولوجيا والاقتصاد والتجارة التي نشهدها تزداد قرناً عن قرن. وتتمثل هذه الدوافع فيما يلي :

١_ **دافع مادية (مالية) :** يتمثل هذا الدافع بقيام شخص ما بابتزاز آخر للحصول على مبالغ مادية مقابل عدم إفشاء أو نشر المعلومات خلال وسائل الاعلام ، ويعتبر الدافع المالي في جريمة الابتزاز الالكتروني من اهم الدوافع وأكثرها رغبة وانتشاراً لدى مرتكبي جرائم الابتزاز الإلكتروني، ويعود ذلك لأسباب عديدة ومنها كالحاجة المالية التي يعاني منها الجاني كونه اكثر مرتكبي هذه الجرائم من دول ذات اقتصاد ضعيف، وقد يكون ليس بالضرورة الحاجة المادية وانما هو مجرد شخص طامع يرغب في الحصول على المال فقط على الرغم من حالته المادية الجيدة وقد شهدت في واقعة حقيقية في مكنتي القانوني انه شخص عائلة غنية على الرغم من حالتهم المادية الجيدة جدا ألا انه رغب في ابتزاز

صديقه بصور جنسية كان قد تحصل عليها من شخص آخر، وطلب الحصول على مبلغ مالي منه مقابل ان لا يرسل لأهله الصور الجنسية التي تحصل عليها^(٥) وليس بالضرورة ان يكون الدافع المادي الحصول على مبلغ مالي من شخص طبيعي، فقط يكون المبتز شخص معنوي، كأن يقوم الجاني بالحصول على برمجيات خاصة بشركة ما ذات قيمة مالية عالية كتطبيق الالكتروني تجاري او برمجية حاسوبية تطويرية خاصة بشركة ذات قيمة مادية عالية تجعل من الشركة مميزة عن غيرها من الشركات ثم يهدد او يبتز الجاني هذه الشركة بأنه تعطي له مبلغ مالي ما والا سيعطي هذه ما حصل عليه بأحد الأساليب الى شركة اخرى منافسة في ذات المجال. وقد يكون مرتكب جريمة الابتزاز الإلكتروني ذو شخص معنوية له مطامع مادية من الشركة المنافسة له.

٢- دوافع سياسية : يعتبر هذا الدافع الأكثر خطورة من بين دوافع الابتزاز الالكتروني، لكونه على الأغلب يرتكب من اشخاص ذوو نفوذ سياسية عالية يمارسون هذا النوع بقصد ابعاد آخر ، المعركة - كالمعارك النيابية بالنسبة لهم- او منعه عن القيام بعمل معين، او ابداء الرأي او التصريح عن شيء معين وعلى الأغلب هذا الرأي او التصريح يمس بالشخص بالشخص الجاني اذا ادلى به، وقد شهدنا هذا النوع من الابتزاز بشكل واضح وصريح وبكل واقعية في دولة مصر الشقيقة في الأحداث الأخيرة كما حصل مع المخرج المصري (خ،ي) عندما حاول ابداء رأيه حول المعارضة في تجديد الثقة في احد الشخصيات المهمة في الدولة^(٦) الحرب السياسية جميع اسلحتها متاحة واهم الأسلحة ان تمسك على منافسك ما يمكن ان يبعده عن طريقك في ساحة المعركة سواء صور فاضحة او افلام او تسجيلات صوتية وغيرها من الأساليب التي تساعد على ابعاده من المنافسه او منعه عن ابداء رأيه او التصريح عن شيء معين قد يضر في تحقيق مصالح الجاني السياسية البحتة، وفي رأي الباحث المتواضع يجب ان تكون لهذا النوع من الدوافع عقوبة خاصة او حتى ان لا تنزل العقوبة عن الحد الأعلى الذي قرر او سيقرر لهذه الجريمة بدافعها هذا^(٧).

٣- دوافع جنسية : يتمثل هذا النوع في قيام الجاني بالحصول على صور او افلام او معلومات او بيانات بأي وسيلة من وسائل جريمة الابتزاز الإلكتروني بقصد الضغط على الضحية للحصول على منفعة جنسية غير مشروعة، وقد تكون الضحية او ذكر انثى كاملاً الأهلية او ناقصا الأهلية بقصد الاستغلال الجنسي، فيبدأ الجاني بهذا الدافع بالحصول على مادة الابتزاز ثم التواصل مع الضحية والتدرج في الضغط للحصول على المنفعة الجنسية الغير مشروعة وهذا الدافع يشبه الى حد ما التحرش الجنسي إلا انه يسبقه تهديدا للحصول على هذه المنفعة الغير مشروعة، وقد يكون هذا الدافع الجنسي بصورة فعلية كطلب الممارسة الفعلية للجنس، وقد يكون بصورة شفوية كالطلب من الضحية الحديث حول موضوع جنسي على الهاتف، وفي رأي الباحث هذه الصورة أقل حدوثا بكثير من الصورة الأولى، كونه لا يعقل ان يعرض الجاني نفسه للمسؤولية الجزائية من خلال استعمال وسائل الاعلام المتعددة من اجل تحقيق رغبته جنسية بصورة شفوية. وبالاطلاع على العديد من القرارات والقضايا الجزائية حول هذا العنوان نجد انه اكثر حالات الابتزاز التي تكون لدوافع جنسية اكثر من غيرها التي تكون لدوافع اخرى على الرغم من قلة هذا النوع من الجرائم على المستوى الداخلي والخارجي^(٨).

٤- دوافع انتقامية : يسعى البعض بحكم العلاقة الاجتماعية السابقة او بحكم المنافسة في مكان ما كمكان العمل او في حقل النجاح العلمي او التجارة الى محاولة التأثير على شخص آخر بصورة سلبية مكانته الاجتماعية او تأذيه في سمعته او عمله او اي شيء آخر يريد الجاني من خلاله الانتقام من ذلك الشخص لغرض ما يتحقق في نفس الجاني ويجعله يشعر بأنه اخذ احقه - الذي يعتقد وجوده - من الضحية، وينبع هذا الشعور اما بدافع الانتقام او الغيرة التي تدفع الجاني لابتزاز الضحية من اجل تحقيق المصلحة التي يريدها، ومن الأمثلة على هذا الدافع ابتزاز شخص ما لأنتى كانت سابقا خطيبته وأرسلت له صور له بحكم علاقة الخطبة السابقة ثم قام بتهديدها على حسابها الفيس بوك اذا لم تتركي خطيبك الجديد وتعودي لي سأنتشر صورك وهذا احد وسائل الاعلام الالكتروني .

ومثال آخر حصول موظف على معلومات عن زميله في العمل في احدى الشركات من خلال الدخول الى الحاسب الآلي الخاص به في مكان العمل بعلاقة له الزميلات واخباره من خلال وسائل الاعلام السمعيه او المرئية او الالكتروني بأنه اذا لم ينسحب من المسابقة او المنافسة المطروحة من الشركة التي يعمل فيها وترك ساحة المنافسة له سيقوم بإخبار الجميع عن هذه العلاقة.

اثار الابتزاز الإلكتروني

١. نشر جريمة الابتزاز في اوساط المجتمع .
٢. قتل شخصيات الضحايا وهدم لحياتها وتدمير لمستقبلها .
٣. نشر الامراض النفسية والجنسية .

٤. نشر الفوضى والخوف والاضطراب وعدم الطمأنينة .^(٩) اكتشف مركز الاعلام الرقمي عن السبب الرئيس الذي يساعد في عمليات الابتزاز الالكتروني المتكررة، والتي ازدادت مؤخراً في حياتنا اليومية ، وذكر المركز في بيان تلقت /موازين نيوز/ نسخة منه، أن "السبب الرئيس للابتزاز وخداع الآخرين يعود لأخطاء ترتكبها الضحية ناجمة عن الجهل وقلة الخبرة فيما يتعلق باستخدام الاعلام المتعدد ، وثقتها غير الصحيحة بشخصيات وهمية خلف الشاشة" و"اضاف البيان، ان "هذه الاخطاء التي يرتكبها الضحية تسهم في اغلب عمليات الابتزاز والخداع بواسطة الاعلام الالكتروني، ولا يعود السبب الى نكاه الجاني وقدرته على اختراق الحسابات". ودعا البيان، المستخدمين، الى "ضرورة معرفة ايسر المعلومات المتعلقة بالتقنيات وتأمين الحسابات"، مبيناً انها "اجراءات بسيطة وليست معقدة ، فضلا عن ضرورة عدم الثقة بالغرباء وعدم ارسال اي صور خاصة او حتى مقاطع صوتية" وعادة ما يتم تصيد الضحايا عن طريق البريد الإلكتروني او الاعلام الإلكتروني المختلفة ك"الفييس بوك، تويتر، وإنستغرام وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي"، نظراً لانتشارها الواسع واستخدامها الكبير من قبل جميع فئات المجتمع.

المرجعية الدينية العليا: ضوابط ومعايير دينية وأخلاقية للنشر الالكتروني

وحددت المرجعية الدينية العليا ضوابط دينية وأخلاقية للنشر الالكتروني باستخدام وسائل الاعلام مثل الانترنت لفتح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استعرض ممثل المرجعية الدينية الشيخ عبد المهدي الكربلائي مجموعة من الضوابط في احدى خطب الجمعة مبيناً ان أولى تلك المعايير تحث الشخص على التفكير والتدبر في عاقبة ما يريد نشره، فلا تتعجل ولا تتسرع بنشر كل ما يجول بخاطرك او ما تراه من أفكار أو آراء او مواقف أو معلومات أو ما تتطلع عليه في هذه المنظومة وتستحسنه بنفسك او تعجب به، فانه بمجرد ضغطه زر وبأحد انامك سيجعل ما تريد نشره ينطلق عبر الفضاء الالكتروني ليصل الى المئات بل الآلاف وربما الملايين". مشيراً الى " ان بعض ما يتم نشره قد يكون ضاراً بمجالات حساسة وخطيرة على حياة الإنسان ولا يوجد بعد ذلك سعة لإعادته او استرجاعه، فتظهر حينئذ عواقبه الضارة مما يؤدي الى الندم". وحث ممثل المرجعية العليا على ضرورة ان يكون الانسان واعياً وعاقلاً ويفكر ويسأل نفسه قبل أن ينشر عن الذي يود نشره من رأي أو فكر او موقف او صورة او مقال.. هل هو حق ام باطل وهل هو علم ام جهل وهل فيه هداية ام ضلالة وهل هو صدق ام كذب وهل فيه فائدة ام إساءة لفرد او لمكون او لعشيرة او لمجتمع او لأصحاب طائفة او لأصحاب دين او قومية، او هل انه سيهدر كرامة انسان ويسقطه اجتماعياً عند الآخرين، وهل سيشعل فتنة او كراهية، وهل انه يحمل مضامين اخلاقية، ثم بعد ذلك يقوم بعرضه على موازين العقل والشرع والاخلاق والضمير الانساني، فان كان ذلك ضمن المسار الصحيح والايجابي فلا بأس بنشره خصوصاً اذا كان نافعا فان نشره يكون حينئذ أمراً حسناً ومقبولاً، اما اذا كان ضمن المسار السلبي فيتم التوقف عن نشره، وفي هذا المسار نحن نقف ما ورد في الحديث الشريف (إذا هممت بأمر فتدبر عاقبته). ولفت ممثل المرجعية العليا الى " ان القلم وما يتم كتابته ونشره يمثلان اللسان الثاني، فاستخدام الاعلام الالكتروني في النشر المؤذي هو كالرصاص الطائشة او القنبلة التي أخطأت الهدف حيث لم يتدبر الرامي بتصويبه وربما تقتل الصديق والاخ والعشيرة والاهل، وقد تقتل أمة"^(١٠). واستدرك" من الضوابط الاخرى التثبت والتبين من المعلومة قبل نشرها مما يستدعي التروي والتأني من خلال الاطلاع على المعلومة. مبيناً ان مواقع عبر الانترنت مليئة بالآراء والمقالات والتحليلات والابحار المجهولة المصدر او ذات مصدر وهمي وتحت عناوين براقعة او من ذوي نوايا سيئة او من أناس ضالين او جاهلين، ونذكر هنا بقوله تعالى (يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسقٌ بنبأٍ فتبينوا أن تُصيِّبوا قوماً بجهالةٍ فتضربوا على ما فعلتم نادمين)، وكذلك في قوله تعالى بخصوص تلقي الأخبار (إذ تلقونهم بالأسنتكم وتقولون بأفواهكم ما ليس لكم به علمٌ). وبين الكربلائي ان الضابطة الثالثة تؤكد على ضرورة ان لا يؤدي النشر الى الإضرار بالآخرين فان البعض يتتبع عورات وزلات وسقطات الآخرين ويقوم بنشرها، وينشر أسرارهم الخاصة او ما فيه الغيبة المحرمة. لافتاً ان ما يستثنى في ذلك بحسب ما ورد في الرسالة الفتوائية كشف حال من ثبت فساده ولا سبيل الى منعه من الاستمرار فيه واسترجاع ما استحوز عليه بغير حق إلا في بيان ذلك علناً وربما يصبح ذلك لازماً". ونهى الكربلائي عن " ان يكون النشر فيه نميمة او كذب على الآخرين او تليفق عليهم او تسقيط لشخصيتهم ورمزيتهم الدينية والاجتماعية. مشيراً الى " ان من غير الصحيح أن يغلف البعض ما يرتكبه من الافتراء على من يخالفه في الفكر او العقيدة بغلاف الدين ويزعم ان بعض الروايات رخصت في البهتان على أهل البدع في الدين لتسقيطهم اجتماعياً حتى لا يؤثر كلامهم بالناس. ودعا ممثل المرجعية العليا الى ضرورة ان لا تتحول صفحات التواصل الاجتماعي لصفحات سب وشتم ونشر الفساد والفاحشة، محدراً من ظاهرة الابتزاز الالكتروني بالقول ان " البعض وتحت ستار الحرية وحق الاستخدام الاعلام الالكتروني يسعى لإشباع نزاعته الشريرة وشهواته وغرائزه المحرمة من خلال اختراق مواقع الآخرين والقرصنة لما ينشر فيها، او استخدام خصوصيات الآخرين وما يتعلق بأعراض الناس وخصوصياتهم الاجتماعية فيستخدمها للابتزاز والتهتك ونشرها لغرض تسقيط هؤلاء الأشخاص او ابتزازهم مالياً او أخلاقياً"^(١١).

تعد وسائل الاعلام المختلفة بمختلف اشكالها سواء منها الاعلام سواء الاعلام (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، المجالات او غيرها) او وسائل الاعلام الحديثة من انترنت ووسائل تواصل اجتماعي مثل الفيس بوك ووسائل تبادل الفيديو مثل اليوتيوب وغيرها كغيرها تُعتبر ثورة تكنولوجيا الاتصالات والاعلام الالكتروني السبب الرئيسي في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ فكان الإنترنت الذي يربط ما بين الشبكات الحاسوبية في جميع أنحاء العالم مهد ولادة تلك المواقع، وظهر أول اعلام الكتروني سمعي ومرئي هو موقع للتواصل الاجتماعي عام ١٩٩٧م، حيث عُرف باسم (Six Degrees)، وكانت مُختلفاً عن طبيعة المواقع الإلكترونية السائدة في ذلك الوقت، حيث سمح هذا الموقع لمُستخدميه بإنشاء ملفات تعريفية خاصة بهم خلاله، فضلاً عن سماحه بإضافة مُستخدمين آخرين لصفحة المستخدم على الموقع. شهد عام ٢٠٠٣م ظهور الاعلام الالكتروني المرئي الجديد الذي أصبح بعد عام واحد أكبر وسائل الاعلام واهما وغيرها، حيث سمح للمستخدمين بمشاركة أنواع مختلفة من المحتوى؛ كالصور، ومقاطع الفيديو، فضلاً عن إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين في الموقع، كما ظهر في العام نفسه موقع (My space)، بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين بواسطة الاعلام الالكتروني، وإنشاء المجموعات، وغيرها من الميزات الأخرى التي وفرها الموقع ليعتلي الصدارة في استخدام وسائل الاعلام العديدة من عام ٢٠٠٥م حتى عام ٢٠٠٨م حيث بدأت شعبيته بالتراجع مع صعود موقع الفيس بوك^(١٢). إلا أن الوسيلة الاخيره تتجه إلى كل احتواء البلد للاعلام الالكتروني (واحد من وسائل الاعلام) بكل أشكالها، وقد تصاعدت هذه العلاقة مع الاندماج الذي حصل على كافة المستويات وأخر القرن الماضي في ظل مفهوم العولمة، والتي أخضعت شبكات الاتصال لإدارة السوق ومصالحها. إذ خصائص الاعلام المميزه اذ يوجد العديد من الخصائص الأساسية التي تُميز بالخصوص مواقع الاعلام السمعي والمرئي والالكتروني وتجعلها مُميزة عن غيرها من أنواع المواقع، ومن هذه الخصائص الآتية: تعتمد على المستخدم: حيث يُوضع المحتوى الرئيسي لهذه المواقع من قبل مُستخدميها. تُحقق التفاعل بين المُستخدمين: حيث يوفر الاعلام المتعدد تفاعلاً كبيراً بين مُستخدميها من خلال العديد من الطرق، وغيرها من طرق التفاعل الإلكترونية الأخرى. تُعزز القواسم المُشتركة: حيث يحتوي الاعلام على العديد من المجموعات الافتراضية التي تجمع أفرادها قواسم واهتمامات مُشتركة. ويركز على تطوير العلاقات بين المستخدمين: حيث يزداد نجاح الاعلام الالكتروني كلما زاد عدد العلاقات التي تنشأ بين مُستخدميها^(١٣).

المطلب الاول : مفهوم الإعلام بأنواعه السمعي والمرئي والالكتروني

مفهوم الاعلام

اختلف الباحثون في تعريف مفهوم الاعلام السمعي والمرئي والالكتروني بسبب اختلاف اختصاصاتهم، غير أنهم اتفقوا جميعاً على أنها الأداة التي يستعملها الإنسان لمساعدته على قضاء شؤونه وحاجاته اليومية، مما جعل هذه الأداة هي المسؤولة عن التغيرات التي تحدث داخل المجتمعات. وظهر مصطلح "الاعلام" بألمانيا، في عام ١٧٧٠، وهو مركب من مقطعين techno أي "الفن أو الصناعة" وlogy أي "علم أو نظرية"، وهو ما نتج عنه استعمال لفظ "علم صناعة المعرفة"، وتعني الأدوات والوسائل الناتجة عن تطبيق المعرفة العلمية، للدلالة على مصطلح تكنولوجيا الذي لم يوجد له مقابل في اللغة العربية^(١٤).

- مفهوم الإعلام: يتمثل مفهوم الإعلام في استخدام كافة الوسائل والتقنيات المتاحة بغرض نقل المعلومات وتداولها وبناء نظم معلوماتية في شكل معطيات رقمية موحدة يلجأ إليها الإنسان لاستعمالها بالطريقة المناسبة. ويشمل مفهوم الإعلام فرعين أساسيين وهما تشغيل المعلومات (الوظائف التي تتناول المعالجة والتوزيع) ونقل المعلومات (إيصال المعلومات التي تمت معالجتها باستخدام وسائل اتصالية)^(١٥).

ما هي تأثيرات وسائل الإعلام السمعية والمرئية والالكترونية والاتصال على المجتمع بينت وسائل الإعلام السمعية والمرئية والالكترونية الحكومية في كل الدول، التي تسيطر على الاعلام بأنواعه في الدول العربية، لنمو الدولة، وان الصورة الاعلامية السمعية والمرئية بكل دوله لديه عدة اذاعات وقنوات تلفزيونيه في وقتنا الحاضر ولاكن في المضاي كل دوله لها اذاعه واحده وقناة تلفزيونيه واحده، وتتمثل أه م الخصائص في هذه الإذاعات والتلفزيونات في: ساعه الإعلام بأنواعه والاتصال في جعل أثر واضح في حياتنا وعلى عدة مستويات، وحيات الناس بشكل عام، فاتباع هذا التقدم اللامتناهية يعمل على الفرد والمجموعة في تجدد مع الحصول على المعرفة ونمو الفكر اللازم تجلعه يتقبل الاوضاع المستحدثه ويمكن ان يستخدم هذا التطور بشكل جيد او سيئ. ان انعكاس إيجابيات هذه النمو في الاعلام وبالاخص الاعلام الالكتروني

على حياة المجتمع، من خلال تطوير الأشخاص وتقديم طرق وهياكل تنظيمية جديدة تساهم في تحقيق قدر عالٍ من المرونة والتكامل بين مختلف العناصر، بالتالي تطوير النمو الاقتصادي والاجتماعي، بواسطة ايجاد الوسائل التي تساهم في المجتمع على المشي خلف خطى متناغمة للافضل ووسائل الإعلام الحديثة وأهميتها في المجتمع

والإعلام تحت الحدود الثقافية والحضارية والتاريخية يتطور مع تقدم مستمر في العصر الذي يجدد له خصائصه . ان الوقت الحالي ، وان الاعلام بانواعه اخذ يعطي المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً متغير في محتواه وسماته وخصائصه ووسائله عن كل انواع الاعلام السابق . اذ يتغير باتجاهات الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الكبيرة بطريقه سمي البعض في وقتنا هذا سمي (عصر الإعلام الحديث) . ان الإعلام ظاهرة ليست جديدة في البشرية، ولكن بسبب التحسن الحاصل في وسائله الحديثة وصلت مبتغى بعيد التأثير وقوة التوجيه ومستوى الخطر وبالتالي غيرت محتوى الإعلام السمعي والمرئي والالكتروني ، وحصل منه محوراً مهماً للمجتمع . اذ الاعلام في وقتنا عنصراً اقتصادياً مهماً للكبائر واحد الاساسيات المهمة في تطوير الاصغر عمرا . اذ تم تأكيد دور الإعلام بيوماً المعاصر ، والاهتمام الزائد الذي سياتخذ به في الفكر الفلسفي الحديث على تغير اتجاهاته ومذاهبه . واهم ما اتى به البحث ، نحن في يومنا هذا أمام إعلام حديث هو (إعلام عصر المعلومات) اذ يحوي خصائص هذا العصر ومتغيراته باكملها، وله من التغيرات ما يجعله موضوعاً مهماً في هذا البحث ان التقدم الاعلامي والعلمي إلى تطوير نوع من الازدهار للأشخاص ، ومن التقدم المتجدد هي التي تتعلق بالاعلام لاتصالات والمعلومات. وبالتالي اضافته لذلك التثقيف والتعليم وتوفير المعلومات للأفراد والمنظمات، وقد حولت هذه التطورات العالم إلى قرية صغيرة^(١٦).

المطلب الثاني : العوامل الرئيسية للإعلام الحديث :

بعد ظاهرة الإعلام الحديثه عوامل عده وادوات اقتصاديه وسياسية ممكن جمعها فيما يأتي: تُعرّف وسائل الاعلام الحديثه :ان من امكانيته الحديثه وأهميتها في الابتزاز الالكتروني ، دام تنظيره تائهاً بين علوم الإنسانيات ونظريات الاعلام بانواعه ، تقدمه هذه الدراسه تضحيه بسيطه في هذه الدراسه . بداية يمكننا القول: الاعلام الحديث هو إعلام عصر المعلومات، اذ كان ابتداءً بارتباط ظاهرتين مترابطتين مع اذ عرف بهم هذه الظاهره تفجر المعلومات (InformatioExplosion) التي تحتاجها اعلاميا وظاهره الاتصالات عن بعد (Telecommunication). والإعلام الحديث بانواعه مهم جدا باستخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنترنت المعلومات وتخزينها وترتيبها، وهذه الصفات وهي طريقه للحصول على مصادر المعلومات من خلال وسائل الاعلام السمعيه مثل التسجيل الصوتي او الرسائل الصوتيه اون عن طريق المرئي مثل الصور والفيديوات والاعلام الالكتروني عن طريق وسائل التكنولوجيا المتعدده ويتم من خلالها الابتزاز الالكتروني وهذا الفرق بين الإعلام القديم والحديث، الفرق هو أن الإعلام الحديث يستطيع زيادة التفاعل هو مقدره (Interactivity) حديثه لا يوجد في الإعلام الماضي وهي اندماج الادوات الجديدة على اجابة لحديث المستعمل تماماً كما يعمل في طريقه الحوار بين اكثر من شخص. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً يتم من خلاله زيادة الابتزاز الالكتروني ، مع تمادي المجرمين الذين يستخدمون احد ادوات الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم اعداد من مصادر عديده مثل مع قابلية اختيار مصادر المعلومات متى أرادها وبالشكل الذي يريده . بأنّها عبارة عن اعلام حديث يتم استعمالها خلال الانترنت العالمية واستعمال أنواع متعددة يتيح للاعلام إمكانية التفاعل لمستخدميها مع المستخدمين الآخرين كالعائلة والأصدقاء وذلك من خلال ما يتم مشاركته عبر هذه الوسائل كالصور والمدونات والفيديوات وتسجيل الصوتي ، وغيرها من الأمور الأخرى التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي مثلاً وهو عامل مهم للابتزاز الالكتروني الذين يقومون بجمع المعلومات ، ولا يقل استعمال عن هذه الوسائل على الاستعمال الفردي والشخصي، حيث تقوم مكافحة الابتزاز الالكتروني من استخدام هذه الوسائل الغرض منها الوصل إلى العملاء الذي تم ابتزازهم من قبل المجرمين والتفاعل معهم واخذ الاجراء اللازم من قبل وزارة الداخليه وجهاز الامن الوطني ، ووضع الإعلانات المهمة التي توضح للأشخاص الذين يستخدمون التواصل الاجتماعي او غيره من كيفية حماية انفسهم من المبتزين عبر هذه الوسائل أو حتى تقديم خدمات الدعم المختلفة، فهذه الوسائل قائمة على مبدأ تبادل الأفكار والمعلومات وبناء المجتمعات الافتراضية وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر هذه الوسائل، وذلك من خلال إمكانية التواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم^(١٧). بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مستخدم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتعد سهولة الاتصال ميزة مضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهاتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه^(١٨)

تحليل البيانات حسب محاور الدراسة المحور الأول : البيانات الأساسية لوسائل الاعلام السمعية والمرئية والالكترونية وطريقة تنظيمها مدى وجود الابتزاز الالكتروني

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
واضحة جدا	١٥	%٥٠
واضحة نوعا ما	١٣	%٤٣,٣٣
غير واضحة تماما	٠٢	%٦,٦٦
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (١) مدى وجود الابتزاز الالكتروني لوسائل الاعلام السمعية والمرئية والالكترونية يوضح الجدول مدى وجود الابتزاز الالكتروني في لوسائل الاعلام السمعية والمرئية والالكترونية وتكرارها حيث وصلت نسبة الابتزاز الالكتروني جدا الى %٥٠ والواضحة نوعا ما الى %٤٣.٣٣ بينما تقديرات أي موقع اكثر % ٦,٦٦ مدى وجود وسائل اعلام متخصصة للابتزاز الالكتروني

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
عامة	٢٥	%٨٣,٣٣
متخصصة	٠٥	%١٦,٦٦
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (٢) يوضح مدى وجود وسائل اعلام متخصصة للابتزاز الالكتروني في الجدول اعلاه يعبر عن مدى وجود وسائل اعلام متخصصة للابتزاز الالكتروني حيث وصلت نسبة المواقع العامة الى %٨٣.٣٣ والمتخصصة الى %١٦.٦٦ وهي نسب تبرهن الوسائل . الفئة النوعية لوسائل الاعلام السمعية والمرئية والالكترونية ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
ترفيهية	٢٢	%٧٣,٣٣
اكاديمية	٠٤	%١٣,٣٣
تجارية	٠٤	%١٣,٣٣
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (٣) يوضح الفئة النوعية لوسائل الاعلام السمعية والمرئية والالكترونية يحمل الموقع العديد من الفئات النوعية الترفيهية حيث وصلت نسبة الفئات التجارية الى %٧٣.٣٣ والاكاديمية الى %١٣.٣٣ بينما الفئات التجارية في الموقع %١٣.٣٣ وهي نسبة مطابقة للفئة الثانية وضوح تاريخ إنشاء الوسائل الاعلامية ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢٢	%٧٣,٣٣
لا	٠٨	%٢٦,٦٦
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (٤) يوضح وضوح تاريخ انشاء الوسائل الاعلامية يوضح الجدول اعلاه مدى وضوح تاريخ انشاء الوسائل الاعلام الالكترونية حيث وصلت نسبة التاريخ الواضح الى %٧٣.٣٣ بينما معدلات التواريخ غير واضحة وصلت الى %٢٦.٦٦ طريقة عرض عناوين الصفحات الفرعية الموجودة على الصفحة الرئيسية للمواقع الالكترونية للاعلام الالكتروني

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
عموديا	١٩	%٦٣,٣٣
افقيا	١١	%٣٦,٣٣
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (٥) طريقة عرض عناوين الصفحات الفرعية الموجودة على الصفحة الرئيسية للمواقع الالكترونية للاعلام الالكتروني تحتوي المواقع العديد من الصفحات الفرعية الموجودة على صفحته الرئيسية حيث استخدم الاسلوب العمودي بواقع %٦٣.٣٣ والافقي بواقع %٣٦.٣٣ الألوان المستخدمة في الصفحات مناسبة ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢٤	%٨٠
لا	٠٦	%٢٠
المجموع	٣٠	%١٠٠

جدول رقم (٦) يوضح مناسبة الألوان المستخدمة في الصفحات يتميز المواقع الالكترونية لكثرة الالوان المستخدمة والشروحات التوضيحية حيث وصلت نسبة الالوان المناسبة لنوع الابتزاز الالكتروني الى ٨٠٪ وغير مناسبة ٢٠٪ السؤال السابع : هل يمكن الوصول الابتزاز الالكتروني إلى المواقع عن طريق محركات البحث المشهورة ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
فائقة	١٠	٪٣٣,٣٣
متوسطة	١٩	٪٦٣,٣٣
ضعيفة	٠١	٪٠٣,٣٣
المجموع	٣٠	٪١٠٠

جدول رقم (٧) يوضح السؤال السابع : هل يمكن الوصول الابتزاز الالكتروني إلى المواقع عن طريق محركات البحث المشهورة. يوضح الجدول اعلاه مدى سرعة الوصول الى المواقع من خلال محركات البحث حيث وصلت النسبة الفائقة الى ٣٣.٣٣٪ والمتوسطة ٦٣.٣٣٪ بينما السرعة الضعيفة الى ٠٣.٣٣٪ السؤال الثامن : ما مدى وضوح عمليات الابتزاز الالكتروني في الوصول الى الوسائل الاعلامية؟ مدى وضوح عمليات الابتزاز الالكتروني في الوسائل الاعلامية ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢٤	٪٨٠
لا	٠٦	٪٢٠
المجموع	٣٠	٪١٠٠

جدول رقم (٨) يوضح مدى وضوح عمليات الابتزاز الالكتروني في الوسائل الاعلامية يوضح الجدول اعلاه مدى وضوح عمليات الابتزاز الالكتروني في الوسائل الاعلامية حيث وصلت نسبة العمليات الواضحة الى ٨٠٪ وغير الواضحة بمقدار ٢٠٪ السؤال التاسع : مدى توفر الحماية للوسائل الاعلامية من الابتزاز ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
يوفر	٠٢	٪٢٨,٥٧
لا يوفر	٠٥	٪٧١,٤٢
المجموع	٠٧	٪١٠٠

جدول رقم (٩) مدى توفر الحماية للوسائل الاعلامية من الابتزاز يوضح الجدول اعلاه مدى توفر الحماية للوسائل من الابتزاز حيث وصلت نسب الحماية في المواقع الالكترونية للوسائل بشكل متوفر الى ٢٨.٥٧٪ وغير متوفرة الى ٧١.٤٢٪ في الوسائل بصورة عامة

الفصل الرابع الاستنتاجات والتوصيات اولاً : الاستنتاجات

استنتج من خلال البحث اعلاه

- ١- تُعتبر وسائل الاعلام الالكتروني السمعيه والمرئيه والالكترونيه بمثابة منصة إعلامية تُمكن الأشخاص من التعبير عن آرائهم عبرها بحرية دون التقيد بأي قوانين قمعية تمنع حرية التعبير .
- ٢- ان اعداد كبيرة من فئات المجتمع تستخدم الاعلام بوسائله في الممارسات الحياتية اليومية مثل نشر خبر معين او صورته او فيديو .
- ٣- ان وسائل والاتصالات دور ايجابي وفعال في الحياة .
- ٤- لوسائل الاعلام السمعيه والمرئيه والالكترونيه دور كبير في التأثير سلباً على صحة مستخدميها، وخاصةً فيما يتعلق بعدم حصولهم على قسطٍ كافٍ من النوم .
- ٥- من خلال الوسائل يتم ابراز المواهب والدراسة والتسويق وامور اخرى اذا ما تم استخدام تلك الوسائل الاعلامية بالوضع الصحيح والمناسب لفئات المجتمع مع مراعاة لفت الانتباه لضبط الخصوصية لمنع انتهاك ضعفاء النفوس للحياة الشخصية للمستخدم .
- ٦- تتزايد عمليات الابتزاز الإلكتروني في ظل تنامي عدد مستخدمي الوسائل الاعلامية والتسارع المشهود في أعداد برامج الاعلانية المختلفة .

التوصيات :

١. يوصي الباحث بضرورة تفعيل وتنقيف مرتادي وسائل الإعلام الجديدة بالقوانين الخاصة باحترام حقوق الإنسان ومراعاة الخصوصية.
٢. دعم وإتاحة المجال أمام الباحثين لتطوير رصد وسائل الإعلام الجديدة وتعزيز جهودهم مادياً ومعنوياً.
٣. نشر الوعي لدى المجتمع حول دور وأثر الإعلام السلمي والمرئي وعلى وجه الخصوص في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل للوسائل.
٤. الإعلام الأمني يمكن أن يسهم بنصيب وافر في الوقاية ومكافحة الجريمة، وذلك من خلال تحصين أفراد المجتمع من السلوك الإجرامي ودعوتهم للتعاون مع رجال الأمن على اختلافها لمكافحة الجريمة والحد من آثارها السلبية على الفرد والمجتمع.
٥. يعد للإعلام الأمني دوراً قوياً ومؤثراً في مجال الأمن، حيث تؤثر وسائل الإعلام بدرجات متباينة على مجريات الأمن وفعالية أجهزته، لذلك يجب استغلال التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام من خلال دعم قدرات الأجهزة الأمنية والتنويه بإنجازاتها وقدرتها على مواجهة الجريمة، وذلك قصد حشد الرأي العام الذي يدعم ويساند أجهزة الأمن ويحث أفراد المجتمع على التعاون مع رجال الأمن، إلا أنه بالمقابل ذلك توجد بعض العراقيل التي تحد من فعالية الإعلام الأمني في مكافحة الجريمة.
٦. تم التنسيق مع القضاء العراقي بشأن المعالجة القانونية، حيث يوجد ثلاث مواد قانونية تخص الابتزاز والتهديد، يعاقب فيها المُبتز بالسجن من سنة الى سبع سنوات، كما اننا طالبنا الجهات التشريعية بتشديد العقوبات وإقرار الحق العام في الجرائم الالكترونية.

المصادر والمراجع

١. لغديان، سليمان بن عبدالرزاق وآخرون، (٢٠١٨)، صور جرائم الابتزاز الإلكتروني ودوافعها والآثار النفسية المترتبة عليها، كلية الملك فهد، ص ٤٥.
٢. مركز باحثات لدراسة المرأة، بحث ندوة الابتزاز، الطبعة الاولى، ١٤٣٢هـ، ص ١٤.
٣. عيد، نوال (٢٠١١)، الابتزاز المفهوم الأسباب العلاج، ورقة عمل مقدمة في ندوة الابتزاز المفهوم الأسباب العلاج، جامعة الملك .
٤. لعباس، بومامي، (٢٠١٥)، الجريمة الإلكترونية نتاج أجهزة ومواقع تواصل الاجتماعي، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي، ص ٢٣.
٥. لمطيري، نوف علي (٢٠١٦) دور شبكات التواصل الاجتماعي في الابتزاز المؤدي إلى الجريمة غير أخلاقية رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص ٤٥.
٦. نداء، أيمن منصور، (٢٠٠٢) نظرية تأثرية الآخرين في دراسات الرأي العام أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ص ٧٦.
٧. سامي مرزوق، (٢٠١٥)، المسؤولية الجنائية عن الابتزاز الإلكتروني في النظام السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص ٣٢.
٨. توفيق (٢٠٠٥) سيكولوجية الطفولة دراسة تربوية نفسية في الفترة من عامين إلى اثني عشر عاماً، القاهرة، دار العريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٤٣.
٩. اللويهيّة، أفراح بنت خميس بن عامر (٢٠١٨)، مشكلة الابتزاز الإلكتروني لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي ودور الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي في التعامل معها .
١٠. المنصور، محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كوبنهاغن، الدنمارك، ٢٠١٢، ص ٢٣.
١١. ذوقان عبيدات، وآخرون البحث العلمي وأدواته وأساليبه، ط٦، دار الفكر للطباعة والنشر (عمان ١٩٩٨)، ص ٨٣.
١٢. د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب (القاهرة ١٩٩٩)، ص ٧٢.
١٣. محمد عبد الله عبد الرحيم، التسويق المعاصر، كلية التجارة - جامعة القاهرة -، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٢٧.
١٤. د. زكاريّا أحمد غرام و آخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية و التطبيق، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الصناعة، الأردن، عمان، ٢٠٠٩.
١٥. إسماعيل محمد السيد، الاعلان، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، الناجح، دار التيسير، بيروت، لبنان، ٢٠٠٠، ص ٦٥.
١٦. حميد الطائي، بشير العلاق، الابتزاز الإلكتروني، مدخل شامل، دار اليازوري العامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩، ص ٣١.

١٧. دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني، أطروحة دكتوراه فرع علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة دالي براهيم، الجزائر، ٢٠٠٩، ص ٤٥.

١٨. المنصور، محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كوبنهاغن. الدنمارك، ٢٠١٢، ص ٤٣.

١٩. إسماعيل محمد السيد، الاعلان، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، الناجح، دار التسيير، بيروت، لبنان، ٢٠٠٠، ص ٤٣.

ثانيا : المراجع الأجنبية

1.Philip Kotler ,bernarddubois ,Kevin lane, Delphinemanceau, 'marketing managemen.

2.P.AmerienetBARCZYK D , EVRARD R , ROCHARD F , SIBAUD B , WEBER P,marketing : stratégies et pratique ' Nathan, France, 1996 .-

3.Med seghirdjilti , comprendre le marketing, Edition Berti, Algérie, 1990.

هوامش البحث

١ - لغديان، سليمان بن عبدالرزاق وآخرون، (٢٠١٨)، صور جرائم الابتزاز الإلكتروني ودوافعها والآثار النفسية المترتبة عليها، كلية الملك فهد، ص ٤٥.

٢ - لسان العرب

٣ - مركز باحثات لدراسة المرأة، بحث ندوة الابتزاز، الطبعة الاولى، ١٤٣٢هـ، ص ١٤.

٤ - عيد، نوال (٢٠١١)، الابتزاز المفهوم الأسباب العلاج، ورقة عمل مقدمة في ندوة الابتزاز - المفهوم الأسباب العلاج، جامعة الملك .

٥ - لعباس، بومامي، (٢٠١٥)، الجريمة الإلكترونية نتاج أجهزة ومواقع تواصل الاجتماعي، مركز جيل البحث العلمي، ص ٢٣.

٦ - لمطيري، نوف علي (٢٠١٦) دور شبكات التواصل الاجتماعي في الابتزاز المؤدي إلى الجريمة غير أخلاقية رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص ٤٥.

٧ - نداء، أيمن منصور، (٢٠٠٢) نظرية تأثيرية الآخرين في دراسات الرأي العام أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ص ٧٦.

٨ - سامي مرزوق، (٢٠١٥)، المسؤولية الجنائية عن الابتزاز الإلكتروني في النظام السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض. ص ٣٢.

٩ - توفيق (٢٠٠٥) سيكولوجية الطفولة دراسة تربوية نفسية في الفترة من عامين إلى اثني عشر عاما، والنشر والتوزيع، ص ٤٣.

١٠ - اللويهي، أفرح بنت خميس بن عامر (٢٠١٨)، مشكلة الابتزاز الإلكتروني لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي ودور الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي في التعامل معها، ص ٢١.

١١ - موقع المرجعية العليا على النت .

١٢ - المنصور، محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كوبنهاغن. الدنمارك، ٢٠١٢، ص ٢٣.

١٣ - ذوقان عبيدات، وآخرون البحث العلمي وأدواته وأساليبه، ط٦، دار الفكر للطباعة والنشر (عمان ١٩٩٨)، ص ٨٣.

١٤ - د. سمير محمد حسين : بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب (القاهرة ١٩٩٩)، ص ٧٢.

١٥ - محمد عبد الله عبد الرحيم، التسويق المعاصر، كلية التجارة - جامعة القاهرة -، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٢٧.

١٦ - د. زكريا احمد غرام و اخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية و التطبيق، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الصناعة، الأردن، عمان، ٢٠٠٩.

١٧ - إسماعيل محمد السيد، الاعلان، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، الناجح، دار التسيير، بيروت، لبنان، ٢٠٠٠، ص ٦٥.

١٨ - دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني، أطروحة دكتوراه فرع علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة دالي براهيم، الجزائر، ٢٠٠٩، ص ٤٥.