

الإعلام الجديد والمخدرات: الأخطار المستجدة
والفرص السانحة

إعداد

د. أحلام راشد القاسمي
أستاذ مساعد بقسم العلوم الاجتماعية
جامعة البحرين

Email: aalqassimi@uob.edu.bh

DOI: 10.21608/aakj.2024.272093.1687

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٤/٢/٢٢ م

تاريخ القبول: ٢٠٢٤/٤/٢ م

ملخص:

يطرح الإعلام الجديد تحديات جديدة على مجالات عديدة في حياة الإنسان من الاقتصاد والسياسة إلى الحياة اليومية والتفاعل الاجتماعي. وبقدر ما يمثل هذا النوع من الإعلام فرصة أمام البشرية، فإنه يطرح أمام البشرية العديد من التحديات والإشكالات. وتمثل المخدرات، تعاطيها وتداولها، مشكلة تقليدية في العلوم الاجتماعية. إلا أن هذه المشكلة اكتسبت أبعادًا جديدة في عصر الإعلام الجديد. فهي من جهة وفّرت فرصة أما الجهات الأمنية المعنية للمراقبة ورصد شبكات التوزيع لأنها تتم خلال شبكات الاتصال الحديثة، ومن جهة أخرى فإن شبكات الإعلام الجديد سهّلت الوصول إلى شبكات التوزيع والتعاطي حول العالم. تسعى هذه الدراسة إلى مناقشة التحديات والفرص التي فرضها الإعلام الجديد فيما يتعلق بمشكلة المخدرات.

الكلمات المفتاحية: المخدرات، الإعلام الجديد، التواصل، الإدمان.

Abstract:

New media poses new challenges to many areas of human life, from economics and politics to daily life and social interaction. As much as this type of media represents an opportunity for humanity, it poses many challenges and problems. Drugs, their abuse and distribution, are a traditional problem in the social sciences. However, this problem has acquired new dimensions in the new media era. On the one hand, it provided an opportunity for the security authorities concerned to control and monitor the distribution networks because it takes place through modern communication networks, and on the other hand, the new media networks facilitated access to distribution networks and dealings around the world. This study seeks to discuss the challenges and opportunities posed by the new media with regard to the drug problem.

Keywords: drugs, new media, communication, addiction.



١- الإعلام الجديد: إعادة صياغة التواصل في العالم

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، وتعدّ من أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، والتشارك في مضامينها. والحقيقة أن الإعلام الجديد أعاد صياغة الطريقة التي يتواصل بها العالم على نحو جذري.

وقد أدى هذا التطور الكبير إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين:

- أ- **الإعلام التقليدي:** الذي يضم الصحف والمجلات والكتب والإذاعة والتلفزيون.
- ب- **الإعلام الجديد:** الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت والهاتف النقالة. وأحيانًا يطلق على الإعلام الجديد العديد من المسميات والمصطلحات ومنها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي، الإعلام السيبروني. إلا أن معظم الباحثين يتفقون على أن الإعلام الجديد هو عملية اتصالية ناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر في جهاز واحد، وهي الكمبيوتر، والشبكات، والوسائط المتعددة (نص وصوت وصورة وحركة). وقد تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعًا ونموًا وتداخلًا مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف النقالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الإنترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسمم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة. ويمتاز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص التنافسية، ومنها:

- ١- **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين. وهذا على خلاف ما كان عليه الحال مع الإعلام التقليدي الذي كان يتم في اتجاه واحد من المرسل إلى الجمهور.
- ٢- **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواءً كان مستقبلاً أو مرسلًا. وهذه خاصية لم تكن موجودة في الإعلام التقليدي الذي يشترط التزامنية، فأخبار الساعة الثامنة تبث الساعة الثامنة، فإذا كنت تلعب الكرة في هذا الوقت، فإنك ستخسر متابعة هذه النشرة.
- ٣- **الحرية الإعلامية:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين. ويكون أن يمتلك الواحد جهاز نقال أو أيباد حتى يصبح مثل الصحفي عندما يفتح له حساب على تويتر، فيكتب ما يشاء وفي أي وقت يشاء. وتمثل هذه الخاصية كسرًا لاحتكار الإعلام التقليدي، إذ يستطيع أي شخص أن يصبح إعلاميًا في عصر الإعلام الجديد.
- ٤- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل اللابتوب، والهاتف النقال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
- ٥- **العالمية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة. ويمكن أن يصل ما يكتبه إنسان عادي، أو ما ينشره على اليوتيوب إلى أبعد نقطة في العالم، حيث تتلاشى الحدود وقيود الرقابة التي كانت تشل حركة الإعلام التقليدي.
- ٦- **اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،... إلخ.



٧- **الانتباه والتركيز:** نظرًا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبيًا وسطحيًا.

٨- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

٩- **المشاركة في وضع الأجندة:** نجح الإعلام الجديد أحيانًا في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجسًا للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها.

١٠- **تكوين شبكات التواصل الاجتماعي:** وهي مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام وسائل الإعلام الجديد، لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية أو ترفيهية، وفي هذا المجتمع تتميز العلاقات بأنها لا تكون بالضرورة متزامنة، والأعضاء لا يحضرون في نفس المكان، والتواصل يتم دون الحضور، وقد يكون المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفعالية من المجتمع الحقيقي، وذلك لأنه يتكون بسرعة، وينتشر عبر المكان، ويحقق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.

١١- **تفتيت الجماهير:** مع التعدد الهائل والتنوع الكبير الذي لم يسبق له مثيل في التاريخ فقد بدأ الجمهور يتفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلًا من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص وحتى الإعلام من فرد إلى فرد.

والنتيجة التي نخلص إليها من وراء كل هذه الخصائص، هي أن الإعلام الجديد ذو طبيعة مزدوجة، فهو قد يكون مصدر للكثير من المخاوف حول ما يعرضه

ويستهلكه مستخدموه مثل المخدرات على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنه يحمل الكثير من إمكانيات الحل والعلاج والفرص السانحة التي ينبغي الاستفادة منها على نحو إيجابي.

٢- الإعلام الجديد ومكافحة المخدرات: الفرص السانحة

يمثل الإعلام الجديد فرصة للمجتمعات والثقافات بما يقدمه من إمكانيات هائلة، فالإعلام الجديد وبشكل خاص الإنترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون استثناء وبدون قيود لوضع ما يريدون على شبكة الإنترنت ليكون متاحًا للعالم رؤيته، وهذا يتطلب استعدادًا حقيقيًا للاستثمار في هذه الوسيلة، والأهم من ذلك استثمارها بشكل إيجابي، ناجح ومؤثر وفعال. وهذه بعض الأمثلة على ذلك:

أ- وقد وُفّر الإعلام أدوات غير مسبوقة في التوعية ونشر الوعي حول مخاطر كثير من الظواهر، وتأتي مشكلة المخدرات على رأسها، حيث يمكن للإعلام الجديد أن يؤدي دورًا كبيرًا في نشر الوعي بنبي جميع فئات المجتمع كبيرهم وصغيرهم، فقيرهم وغنيهم، وذلك بحكم الانتشار وسهولة الاستخدام التي يتمتع بها الإعلام الجديد. وهذه ميز يستفيد منها المدافعون عن الصحة العامة ومكافحة المخدرات، وخاصة أن المراهقين والشباب يمضون أكثر وقت ممكن على حساباتهم على وسائل الإعلام الاجتماعي. مما يجعل استخدامها لنشر الوعي والتعليم وسيلة ممكنة وفعالة. ويمكن استثمار خاصية التحشيد (مثل خاصية الهاشتاق على تويتر) على مواقع التواصل كعامل مساعد لمزيد من الوعي بأخطار المخدرات وأساليب ترويجها.

ب- وُفّر الإعلام الجديد فرصة كبيرة أمام الأجهزة الأمنية لمراقبة مروجي المخدرات على شبكة الإنترنت وعبير وسائل الإعلام الاجتماعي. وهي فرصة لم تكن متاحة أمام هذه الأجهزة بهذه السهولة في الماضي لأربعة أسباب مجتمعة:



الأول: تتطلب مراقبة أشكال الترويج التقليدية للمخدرات تكاليف كبيرة وكوادر بشرية كثيرة لمراقبة آلاف المروجين الذين يعملون بالخفاء وبطرق سرية متنوعة وملتوية، أما مع الإعلام الجديد فأصبحت الرقابة في متناول أجهزة مكافحة المخدرات. وفي هذا السياق، تمكنت اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات بالرياض، في يوليو ٢٠١٦ من القبض على ٢١ مروجًا للمخدرات في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا على "السناب شات"^(١). وأوضح أمين عام اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات مساعد مدير عام مكافحة المخدرات للشؤون الوقائية بالمملكة العربية السعودية عبدالإله الشريف أنهم حققوا في برنامج الإعلام الجديد نجاحات كبيرة متمثلة في المساهمة في توعية المواطنين، والمقيمين والمجتمع على حد سواء. وأبان أن المحاور التي ينتهجونها في مجال الإعلام الجديد هي رصد ومتابعة كل من يروج المخدرات، ومتابعة كل من يحرص أو يدعو لتعاطيها، إذ تتخذ الإجراءات الرسمية المنصوص عليها نظامًا بحقه، لافتًا إلى أن الآلية التي يتعاملون بها مع من يعطون مفاهيم إيجابية نحو المخدرات عبر تويتر هي التواصل معهم وتحذيرهم من هذا الفعل وإجبارهم على مسح التغريدة بشكل فوري حتى لا يتأثر بها أحد من الأطفال والشباب والفتيات.

وفي تصريح آخر^(٢)، ذكر أمين عام اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات أن رجال اللجنة ضبطوا نحو ٣٣ حسابًا إلكترونيًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي يروجون للمخدرات ويدعون إلى تعاطيها. وأشار الشريف، إلى أن نسبة كبيرة من المقبوض عليهم من مروجي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب، منوها بتعاون المواطنين والمقيمين في التبليغ على هؤلاء المروجين الذين يستغلون هذه التقنيات في إغراء الشباب وصغار السن.

ثانيًا: عملت شبكات الإعلام الجديد على مركزة أنشطة حياة مستخدميها بشكل شبه كامل، بحيث أصبحت كل أنشطة المستخدمين تتم عبر الهاتف النقال ومن خلاله. وإذا عرفنا أن الكثير من أجهزة مكافحة المخدرات صارت تمتلك أجهزة وتقنيات وبرامج

التتصت على الأجهزة الإلكترونية، الأمر الذي يعني أن أنشطة الناس المشبوهة أصبحت مكشوفة وتحت المراقبة. وربما لا يعرف كثير من مروجي المخدرات عبر الإنترنت أن أنشطتهم مكشوفة أمام الجهات المعنية، وهذا يمثل فرصة كبيرة لمكافحة هذا النوع من الأنشطة المجرّمة.

ثالثًا: تم تصميم بعض تطبيقات الوسائط الاجتماعية خصيصًا للاتصال المجهول. فقد يستخدمها الصحفيون للتحدث مع مصادر سرية، وقد يرغب الأشخاص العاديون في أن تكون محادثاتهم بعيدة عن مراقبة الأجهزة الحكومية لأي سبب كان، وقد يجد التجار والزبائن الأمان في هذا النوع من التواصل مجهول الأطراف وخاصة بالنسبة للسلع والخدمات التي يتحرّج منها الناس. إلا أنه وبغض النظر عن التشفير الذي تعتمده الشركات المشغلة لتطبيقات التواصل الاجتماعي، فغن المعاملات الرقمية تترك أثرًا دائمًا، الأمر الذي يجعل المحققون أكثر قدرة على إرسال تاجر مخدرات إلى السجن بسبب صفقات أجريت عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي. بمعنى أن إحساس المجرمين بمجهولية التواصل فيما بينهم، أصبح عامل إيجابي لصالح الترصّد لهم، والقبض عليهم بالجرم المشهود.

رابعًا: قد تكون وسائل الإعلام الاجتماعي إجراء وقائيًا أكبر للمراهقين ضد إساءة استخدام المخدرات أو الكحول. فقد وجدت دراسة من جامعة ميشيغان أن استخدام المراهقين للكحول والمخدرات، في العام ٢٠١٥، كان أقل منذ تسعينات القرن الماضي. وذهب الباحثون إلى الاعتقاد أن جزءًا من هذا الانخفاض يرجع إلى أن المراهقين أصبحوا ينشطون اجتماعيًا أقل لأنهم يقضون الكثير من الوقت على أجهزتهم المحمولة. واقترح مدير "المعهد الوطني لتعاطي المخدرات" أن التفاعل مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي يبقي الأطفال في المنزل وبعيدًا عن ضغط الأقران وجهاً لوجه. وهذا يمثل "جهدًا وقائيًا" يحمي المراهقين من الانخراط في هذا السلوك^(٣).

٣. المخدرات والإعلام الجديد: الأخطار المستجدة

كما يوقّر الإعلام الجديد فرصًا سانحة لاستخدامها بشكل إيجابي وفعال، فإنه ينطوي كذلك على الكثير من التحديات والمخاطر القائمة. فقد سهّل الإعلام الجديد انتشار كل شيء، وقد انتشرت عالمياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأخرى الكثير من الظواهر السلبية مثل تعاطي المخدرات من باب تقليد أسلوب الحياة لبعض المشاهير في مجالات الفنون والآداب وغيرها. ومن الواضح أن الشباب هم الأكثر تعرضاً لمثل هذه الثقافات بحكم أنهم الأكثر استخداماً لهذه الوسائل، والأكثر عرضة لتعاطي المخدرات. وقد أظهرت دراسة بريطانية أن استخدام المخدرات وسط الأعمار (20-24) يزيد بـ ١٢ مرة من أولئك الذين هم في عمر 59-55^(٤).

كتب تايلور كوين، في مقالة له على بلومبرغ بتاريخ ٥ يناير ٢٠١٧ بعنوان "Want More Productivity? Be Careful What You Wish for"^(٥)، وأشار، في هذه المقالة، إلى أن تجار المخدرات أصبحوا يحققون اختراقات تكنولوجية كبيرة، وأن تجارتهم تزدهر على نحو غير مسبوق بفضل التطور الكبير في مجال الإعلام الجديد. فقد حصل تقاطع بين شبكات التواصل الاجتماعي، وبين استخدام المخدرات، حيث يتم تطبيع استهلاك المواد غير القانونية وإضفاء السحر على الصور ومقاطع الفيديو عالية الوضوح. كما لم يعد استخدام المخدرات مقتصرًا على المشاهير والغرباء؛ الآن، يمكن للأصدقاء (وحتى أفراد العائلة) مشاركة صور الماريجوانا، أو حتى عقاقير أكثر خطورة مع مئات من المشتركين، وكل ذلك بنقرة زر واحدة. كما تتيح إمكانية الاتصال الفوري للمستخدمين وتجارهم البقاء على اتصال من خلال برامج المراسلة الفورية التي غالبًا ما تكون جزءًا من منصات الوسائط الاجتماعية.

وفي هذا السياق، وجد مسح أجراه "المركز الوطني للإدمان وتعاطي المخدرات" في جامعة كولومبيا الأمريكية في العام ٢٠١١، أن المراهقين الذين يستخدمون وسائل

الإعلام الاجتماعية بشكل منتظم (مثل Facebook) كانوا أكثر عرضة لاستخدام المخدرات، كما لشراء التبغ وشرب الكحول من المراهقين الذين إما أنهم لا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أو إنهم يستخدمونها بشكل أقل^(٦). وقد سأل الاستطلاع ٢٠٠٠ من المراهقين عن تعاطيهم المخدرات واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، فأجاب ٧٠% منهم بأنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بصورة يومية، فيما وجد الباحثون أنه مقارنة بالأشخاص غير المستخدمين أو قليلي الاستخدام، كانت هذه المجموعة أكثر عرضة بخمسة مرات لشراء التبغ، وثلاث مرات لشرب الكحول، ومرتين لاستخدام الماريجوانا، حيث يميل هؤلاء إلى رؤية الصور ومقاطع الفيديو للأشخاص الذين يعرفونهم (أو الأشخاص الذين يرغبون في معرفتهم) وهم يستخدمون المخدرات.

ومع أن مؤسس ورئيس "المركز الوطني للإدمان وتعاطي المخدرات" يحذر من الربط الميكانيكي بين وسائل الإعلام الاجتماعية واستخدام المخدرات. حيث يقول جوزيف كاليفانو: "إن الإعلام الاجتماعي لا يتسبب في تعاطي المخدرات، لكن هناك خوفاً من أن تؤدي خدمات مثل فيس بوك وغيرها إلى شكل جديد من ضغط الأقران" من شأنه أن يجبر المراهقين على المشاركة في تعاطي المخدرات.

عبر بعض المراهقون أنفسهم بأن هذا الأمر أصبح يمثل مشكلة لهم، حيث يقول طالب في المدرسة الثانوية يبلغ من العمر ١٦ عامًا لصحيفة "شيكاغو تريبيون": "إن الإنترنت يقنع المستخدمين بأن الجميع يستمتعون أكثر منكم"^(٧) حتى لو كان هذا الاستمتاع يتم من خلال تعاطي المخدرات. وتسمي صحيفة "نيويورك تايمز" هذا النوع من الضغط باسم "ضغط الكمال" the pressure of perfection^(٨)، حيث تسمح وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها بتقديم نسخة منظمّة بدقة من حياتهم، نسخة تتجنب الصدق من أجل رسم صورة إيجابية أو للمكانة الاجتماعية. وبالنسبة إلى بعض الأشخاص، فإن مشاهدة أصدقائهم وعائلاتهم وهم يستمتعون في شكل مشاركات على الفيسبوك أو تويتر أو سناب شات، يمكن أن يجذبهم إلى اتخاذ خيار محفوف



بالمخاطر، حيث إنه يمكن أن يثبطهم بما فيه الكفاية ليحملهم على البحث عن العزاء من خلال المخدرات والكحول. وقد وجد استطلاع المركز السابق أن العديد من المراهقين (بعضهم لا تتجاوز أعمارهم ١٤ عامًا) شاهدوا صوراً أو مقاطع فيديو لمراهقين آخرين بعد شربهم أو مخدرات. الأمر الذي قد يكون عامل إغراء وتشجيع لهؤلاء المراهقين للذهاب في هذا الخيار. وقد أجرت عالمة نفسية في جامعة واشنطن تجربة خاصة بها، وانتهت إلى أن الأشخاص الذين يرون تمثيلات مرئية لاستهلاك الكحول "قالوا إنهم كانوا أكثر استعدادًا للحصول على مشروب في المستقبل"، وكان لديهم انطباعات إيجابية عن نوع الأشخاص الذين يظهرون وهم سكارى على وسائل الإعلام الاجتماعي.

وقال متحدث باسم "فيسبوك" لصحيفة "تريبيون" إن الشركة تزيل أي محتوى يشجع على الاستخدام غير القانوني للمخدرات أو شرب الكحول دون السن القانونية، وذلك إذا كان قام المستخدمون بالإبلاغ عن ذلك بوصفه محتوى غير مقبول^(٩). والحقيقة أن شبكات التواصل الاجتماعي العادية تشتمل على قواعد واضحة للغاية حول نوع المحتوى الذي تسمح بمشاركته. فيسبوك، على سبيل المثال، تنص على أنه لا يُسمح للمستخدمين البالغ عددهم ١.٧ مليار بشراء أو بيع أو الاتجار بالمخدرات، وإن المستخدمين الذين يخالفون هذه القاعدة سيخضعون إلى العقوبات التي تشمل إغلاق الحساب.

إلا أن المشكلة، فيما يبدو، لا تكمن في قواعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فليس من المستغرب أن تكون هذه القواعد عاجزة عن ردع الأشخاص الذين يريدون بيع المخدرات أو شراءها. ويُعتبر فيسبوك، إلى حد بعيد، أكثر الشبكات الاجتماعية شعبيةً، كما أن العثور على المخدرات على منصة الفيسبوك "أسهل من شراء فنجان قهوة"^(١٠) وفقًا لمعهد مكافي في كولورادو، حيث يتم الترويج للمخدرات على الفيسبوك بكل سهولة. وتعمل مجموعات الفيسبوك المخفية كسوق لطلاب المدارس

الثانوية لشراء وبيع الحشيش وكذلك الماريجوانا الاصطناعية، والميتامفيتامين، وMDMA. وتضم هذه المجموعة ٩٠٠ عضو، وكان ١٧١ منهم طلابًا من ٥٥ مدرسة ثانوية ومدارس متوسطة من منطقة واحدة. وقد ألقت الشرطة القبض على رجل واحد بتهمة توزيع المواد الخاضعة للرقابة، وأغلق فيسبوك المجموعة عندما اتصل المحققون بالشركة^(١١).

وتكرر الأمر نفسه في أديليد بأستراليا، حيث اكتشفت منظمة إخبارية محلية وجود مجموعة أخرى "مخفية" على فيسبوك. كان لدى هذه المجموعة التي تسمى نفسها "صيدليات شارع أديليد" أكثر من ٢٠٠ عضو، وقد أغلقها فيسبوك عندما أخبرته المنظمة الإخبارية بذلك. أوضح اختصاصي علم الجريمة في كلية الحقوق بجامعة أديليد أن هذه المجموعة وغيرها هي أمثلة على ما يمكن أن يسمى "تعاطي المخدرات الاجتماعي"^(١٢) لا التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل متزايد من قبل المجرمين، مما يسمح لتجار المخدرات بأن يختبئوا وراءها.

وتشير كل هذه الحوادث إلى أن الإنترنت ربما تحول إلى الآلية الرئيسية لتجار المخدرات؛ لأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية لإجراء الأعمال أصبح أسرع بكثير، وأكثر كفاءة من أساليب التواصل التقليدية. كما يتم أيضًا استخدام إعدادات الخصوصية نفسها التي تهدف إلى حماية معلومات المستخدمين السرية من قبل تجار المخدرات لتغطية مساراتهم وجعلهم غير مرئيين بين ملايين المجموعات والصفحات المفتوحة على فيسبوك أو غيره. ويستغل المجرمون دائمًا أي شكل من أشكال التكنولوجيا والابتكار الذي تمكنهم من الوصول إلى أهدافهم، ووسائل الإعلام الاجتماعي ليست استثناء. بل إن هذه المنصات قد تحولت إلى "إعلان مجاني" و"أسهل" وأكثر أمانًا مما يسمى "سيناريوهات شراء الشارع street-buy scenarios"، والتي غالبًا ما تتحول إلى سرقات، أو إطلاق نار، في حين أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح للبائع والمشتري تقييم بعضهما البعض قبل الاستمرار في المعاملة.



وبالنسبة إلى اتساع سوق المخدرات الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي، فإن خبراء المعلوماتية ينبهوننا إلى حقيقة خطيرة وهي إن ٩٦% من محتوى الإنترنت يعمل بعيداً عن متناول محركات البحث العادية. وتُعرف هذه المنطقة من الفضاء الإلكتروني، لدى الخبراء، بالشبكة العميقة أو المظلمة. (١٣) Dark Web وعلى الرغم من أن هذه ميزة قد تكون ميزة تستفيد منها جهات عديدة لتضمن الأمان لعملياتها مثل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، إلا أن قسماً صغيراً من هذه الشبكة العميقة يكاد يكون مكرساً تماماً للنشاط الإجرامي، بما في ذلك بيع المخدرات وشراؤها، وتبادل معلومات بطاقات الائتمان المسروقة، وشراء الأسلحة، وحتى ترتيب خدمات القتل المحترفين. وهذه أنشطة إجرامية معقدة، حيث يقدم مشغلو هذه الأسواق السوداء خدماتهم كخيار حر ضد "الطغيان الرقابة والمنع". وكان شعار "طريق الحرير" شعار أكبر موقع على الشبكة السوداء يبيع المخدرات. فبعد عامين من ظهوره على الإنترنت في العام ٢٠١١، كان لدى هذا الموقع مليون مستخدم. وفي العام ٢٠١٣، وعندما قام قامت الشرطة الاتحادية بالولايات المتحدة الأمريكية بإغلاق خوادمه، وألقت القبض على مؤسسه البالغ من العمر ٢٩ عاماً، شهد بأن موقعه كان يتداول ما يقارب ١.٢ مليار دولار في معاملات مشفرة (١٤).

يمثل إغلاق هذا الموقع نصراً للسلطات القانونية، إلا أنه نصر قصير العمر، ففي غضون أشهر من إغلاق الموقع، نشأت عشرات المواقع المقلدة لتحل محلها، مع خوادم تقع في جميع أنحاء العالم. وهذا ما يثبت مدى الخطورة التي استجبت مع الإعلام الجديد، حيث أصبح مشغلو أسواق الشبكات المظلمة أذكيا وماكنون في التهرب من تطبيق القانون.

أضف إلى كل ذلك، نوع جديد من المخدرات أخذ في الانتشار في السنوات الأخيرة، ويسمى المخدرات الرقمية Digital Drugs، وهو نوع من المخدرات لا يتناول من خلال الفم أو عبر تعاطي الإبر، بل إنه يختفي خلف نغمات موسيقية صاخبة أو

ملفات صوتية تحوي نغمات يتم تحميلها على مشغل الأغاني المدمجة أو على ملفات وأسطوانات مختلفة، ومن ثم يستمع إليها الشاب في غرفة خافتة الإضاءة من خلال سماعات خاصة بالأذن، وهو مغمض العينين وفي حالة استرخاء كامل، فيؤثر المخدر في نذبات الدماغ، وتفاعلاته الكيميائية والعصبية، وحالته النفسية إجمالاً، بحيث يشعر بحالة من الخدر تكاد تتطابق مع ما يشعر به حال تعاطيه المخدرات التقليدية.

وقد ظهر هذا النوع من المخدر في البلدان الغربية مثل الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أنه قدم بالفعل منذ فترة إلى بعض المجتمعات العربية، ولم يفصح بعد عن نفسه بشكله المقيت إلا خلال الفترة الماضية عندما تداولته بعض المواقع الإلكترونية التي تقوم بالتسويق والترويج لهذه الآفة من الملفات الصوتية، وبالتالي فقد تناقلتها الكثير من الأوساط الشبابية، في حين أن المخدرات الرقمية لاتزال قيد الدراسة من قبل المراكز البحثية، والمختبرات المتخصصة لتبيان مدى تأثيرها في المتعاطين، وخطورتها، لاستصدار تشريعات تجرم تعاطيها وتداولها. إلا أن الخطر لا يكمن في تعاطي هذا النوع من المخدرات الرقمية، بل في عدم اهتمام عدد كبير من الناس بخطورة تبعات كل ما يختلف عن المعتاد من المخدرات أو غيرها، لاعتیاد الأذهان على قناعة أن المخدر ما هو إلا مادة أو مسحوق يتم شمه أو حقنه، أو قرص يبيلعه المدمن، أو دخان أزرق أو أبيض ينفثه الفرد من سيجارة أو غير ذلك مما هو عيني ملموس، أو محسوس، أو مرئي، في حين المخدرات الرقمية ما هي إلا نغمات صاخبة تنساب عبر الأذن، ووفقاً بالتالي لما درجت عليه الأذهان المجتمعية فلا يمكن في اعتقادها أن يكون لها تأثير المخدر، أو ضرره، وانعكاساته ودماره الآني واللاحق، وبالتالي فالتوعية بخطورتها تتطلب جهداً ليس بالبسيط، لاسيما مع تسللها في الظلام، لتوجد لنفسها مكاناً صريحاً بين غيرها من المخدرات المعلنة المتعارف عليها. والسؤال الذي يطرح نفسه هو: كيف تقدم هذه المخدرات الرقمية؟



ويبدو أن هناك عدة مواقع إنترنت تقدم المخدرات الرقمية وتسوقها على أنها آمنة و شرعية، نعم بالفعل لا يوجد قانون يجرم الاستماع إلى ملفات صوتية في أي دولة حول العالم. واحد من هذه المواقع يوفرها عبر عدة منصات مختلفة بدءًا من تطبيقات للهواتف المحمولة وحتى برامج تعمل على ويندوز وماك وملفات صوتية أخرى، وعلى عكس المخدرات الحقيقية فإن تلك الرقمية توفر لك دليل مكتوب يشرح لك خطوة بخطوة الإجراءات التي يجب أن تقوم بها حتى تحقق الفاعلية المطلوبة.

وتتوفر المخدرات على المواقع بعدة أسعار وجرعات حسب الشعور الذي تود الحصول عليه، هناك ملفات قصيرة طولها ربع ساعة ومنها يصل إلى ساعة، كما هناك بعض الجرعات تتطلب منك الاستماع إلى عدة ملفات تمت هندستها لتسمع وفق ترتيب معين حتى تصل إلى الشعور المطلوب. كما تتوفر على يوتيوب عدة مقاطع يصل طول بعضها إلى ساعة تدعي أنها مخدرات رقمية، وتأتي إضافة للذبذبات الصوتية مع مؤثرات بصرية أحيانًا تكون ألوان مختلطة ثابتة وأحيانًا تتغير ببطيء شديد حتى تحفز اللاوعي عند الإنسان^(١٥).

مشكلة البحث:

إن وسائل الإعلام الاجتماعي يمكن أن تكون نعمة بقدر ما يمكن أن تكون نقمة، وأنها قد تكون سلاحًا ذا حدين. ناهيك عن أن الإنترنت بحد ذاته قد يكون مصدر للقلق الدائم، بحكم مخاطر الإدمان المحتمل على تطبيقات التواصل الاجتماعي التي لا تقل خطورة عن الإدمان على المخدرات والكحول. ويمكن أن يصبح الأمر خطيرًا مع توجّه تجار المخدرات إلى فيسبوك وتويتر وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي لتسويق منتجاتهم. فعندئذٍ يمكن لهذا المزيج (إدمان الإنترنت، وتجارة المخدرات على الإنترنت) أن يكون بالغ الخطورة على مستقبل المراهقين والشباب فضلًا عن الأطفال.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: يكتسب البحث أهميته من الواقع القائم الذي تسيطر فيه وسائل الإعلام الجديد على فضاءات التواصل في كل العالم. فبقدر ما مثل الإعلام الجديد تقدماً لا حدود له في خدمة البشرية والتواصل الفوري والسريع بين البشر على مستوى العالم، فإنه تسبّب في العديد من المشكلات ومن بينها تفاقم مشكلة المخدرات من حيث التعاطي والتوزيع.

الأهمية التطبيقية: نظراً لأن الدراسة هنا توضح الفرص والمخاطر التي خلقها الإعلام الجديد فيما يتعلق بمشكلة المخدرات، تتضح الأهمية التطبيقية في أنها تمثل مدخلاً مغايراً عن المدخل التقليدي في علم الاجتماع؛ فهو يمكننا من استكشاف مدخل اجتماعي آخر يوضح الأبعاد المعقدة التي طرحها هذا الواقع.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة الى محاولة الكشف عن مدى وعي مجتمع البحث بالمخاطر والفرص التي خلقها الإعلام الجديد فيما يتعلق بمشكلة المخدرات، وذلك من خلال عدد من الأهداف الفرعية التي نعرض لها في التالي:

- التعرف على الظروف الاجتماعية المحددة لتشكل الوعي بالفرص والمخاطر لدى المواطن البحريني.
- الكشف عن طبيعة توجه المواطنين البحرينيين نحو التوعية بمخاطر الإعلام الجديد فيما يتعلق بمشكلة المخدرات.
- قياس درجة ميل المواطنين البحرينيين نحو الجهور الأهلية والحكومية في مجال استخدام الإعلام الجديد لمكافحة مشكلة المخدرات.
- قياس مدى ميل المواطنين البحرينيين نحو فرص الإعلام الجديد ومخاطره على المستوى الصحي والرقابي.

فروض البحث:

- للكشف عن مدى وعي المواطنين البحرينيين بالفرص والمخاطر التي خلقها الإعلام الجديد في مجال مشكلة المخدرات، فقد تم صياغة الفروض العلمية الآتية:
- الفرض الأول: يوجد وعي عالٍ لدى المواطنين البحرينيين بمدى الفرص التي خلقها الإعلام الجديد في مكافحة المخدرات.
 - الفرض الثاني: يوجد وعي عالٍ لدى المواطنين البحرينيين بالمخاطر التي خلقها الإعلام الجديد تجاه المخدرات.

الإجراءات المنهجية للبحث

- ١- نوع البحث ومنهجه: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، فالدراسة الراهنة في جوهرها دراسة وصفية تحليلية تحاول الكشف عن الفرص السانحة والأخطار المستجدة التي جلبها الإعلام الجديد إلى مجال المخدرات تعاطياً وتوزيعاً. وعلى هذا، فإن البحث الوصفي هو الأنسب لوصف وتحليل هذه الأخطار والفرص، والكشف عن مدى ميل عينة البحث نحو الوعي بهذه الفرص والأخطار.
- ٢- الطريقة المنهجية: اعتمد البحث على طريقة المسح الاجتماعي social survey، باعتباره أحد أنماط أو أنواع البحوث الاجتماعية التي تستند إلى الأسلوب الوصفي، ومن أكثر الطرق المنهجية الدقيقة في جمع البيانات من العينات المأخوذة من مجتمع الدراسة، وتحليلها إحصائياً للتوصل إلى النتائج. وقد تم إجراء الدراسة الميدانية باستخدام طريقة المسح الاجتماعي بالعينة، وذلك عن طريق استطلاع آراء عينة من المواطنين البحرينيين حول الفرص السانحة والأخطار المستجدة التي جلبها الإعلام الجديد إلى مجال المخدرات تعاطياً وتوزيعاً.
- ٣- مجتمع البحث: تحدد مجتمع البحث في جميع المواطنين المقيمين بمملكة البحرين، وقد شمل مجتمع البحث المحافظات الأربعة لمملكة البحرين. وقد

اعتمدت الباحثة على نمط الاستبيان الإلكتروني؛ كونه الوسيلة الأسرع والأشمل لعدد كبير من المبحوثين، وسهولة تطبيقه من قبل المبحوثين أيضاً. كما تم تضمين الاستبيان محورين، الأول: هدف إلى توصيف خصائص عينة البحث، واشتمل على خمسة أسئلة تعبر عن خصائص العينة. والثاني: جاء على هيئة مقياس ثلاثي التدرج Scale على هيئة مقياس "ليكرت" الثلاثي، وذلك لقياس مدى وعي المواطنين بالفرص والأخطار التي تسبب بها الإعلام الجديد لمشكلة المخدرات. وقد احتوى المقياس على عدد (٣١) مؤشراً.

٤- **عينة البحث وخصائصها:** تم الاعتماد على العينة الاحتمالية (العمدية)؛ نظراً لعدم توافر إطار للمعينة، وبناء على ذلك، فقد تم سحب مفردات العينة بطريقة الحصة، حيث تم سحب عدد من المفردات من كل محافظة من محافظات مملكة البحرين الأربعة، بحيث يتم تمثيل جميع المحافظات في عينة البحث، وقد تم توافر شروط محددة في عينة البحث يمكن توضيحها في الخصائص الآتية:

- **من حيث النوع:** تضمنت عينة البحث كل من النوعين: الذكور والإناث، كما بالجدول الآتي:

جدول (١) توزيع عينة البحث وفقاً للجنس

النسبة %	التكرار	النوع
٤٩.١	١٦٤	ذكر
٥٠.٩	١٧٠	انثى
%100	٣٣٤	المجموع

كشفت بيانات الجدول السابق، تقارب توزيع العينة بين الذكور والإناث، رغم أن نسبة الإناث أعلى قليلاً من نسبة الذكور، فقد جاءت نسبة الإناث (٥٠.٩%) مقارنة بالذكور الذين بلغت نسبتهم (٤٩.١%). وتعكس هذه الخاصية أهمية ودلالة نتائج البحث، وتشير إلى أن عينة البحث ممثلة للمجتمع الأصلي.



– **الخصائص العمرية :** اتضح من بيانات الجدول (٢)، توزيع العينة وفق الفئة العمرية، حيث جاءت فئة (أكثر من ٤٦ عام) أعلى النسب حيث بلغت نسبتها (٤٢.٥%) لتمثل ما يقرب من نصف عينة البحث، وهو الأمر الذي يبين مدى الوعي بالأخطار والفرص الذي خلقها الإعلام الجديد للمخدرات؛ نظرا لحالة النضج التي وصل إليها هؤلاء الأفراد. ثم جاءت فئة الشباب ممن هم في عمر أقل من (٢٥ عاما) في الرتبة الثانية بنسبة (٢٤.٣%)، وتليها الفئة (من ٣٥ - ٤٥ عاما) بنسبة (١٩.٥%)، أما فئة الشباب من (٢٥ - ٣٤ عاما) فقد جاءت في النهاية بنسبة (١٣.٨%). ورغم تباين نسب تمثيل الفئات إلا أن جميع الأعمار ممثلة في عينة البحث، مما يعطي دلالة ذات أهمية لنتائج البحث.

جدول (٢) توزيع مفردة عينة البحث وفقا للخصائص العمرية والحالة الاجتماعية

العمر	التكرار	النسبة %	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %
أقل من ٢٥ عاما	٨١	٢٤.٣	أعزب	١١٥	٣٤.٤
من ٢٥ - ٣٤ عاما	٤٦	١٣.٨	متزوج	١٩٢	٥٧.٥
من ٣٥ - ٤٥ عاما	٦٥	١٩.٥	مطلق	٢٣	٦.٩
أكثر من ٤٦ عام	١٤٢	٤٢.٥	أرمل	٤	١.٢
المجموع	٣٣٤	%100	المجموع	٣٣٤	%100

– **فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية:** كشفت بيانات الجدول (٢) أن أعلى نسبة للحالات الاجتماعية كانت حالة المتزوج، حيث مثلت نسبتها (٥٧.٥%)، وتليها نسبة أعزب حيث مثلت نسبة (٣٤.٤%)، وتليها نسبة مطلق في الترتيب الثالث بنسبة (٦.٩%)، وفي النهاية فئة الأرملة بنسبة (١.٢%). وبذلك تكون جميع الفئات الزوجية ممثلة في العينة.

– **من حيث مكان إقامة:** اتضح من بيانات الجدول (٣) أن غالبية مفردات العينة محل إقامتهم في " المحافظة الجنوبية" حيث بلغت نسبتهم (٢٦.٦%)، ويليهما في

الرتبة الثانية كل من محافظتي العاصمة والمحافظه الشمالية بنسبة (٢٥.١%) بالتساوي، ثم محافظة المحرق بنسبة (٢٣.١%) في النهاية. ورغم التباين الطفيف في نسب تمثيل كل محافظة في عينة البحث، إلا أن التوزيع يعد ملائماً للوصول إلى نتائج معبرة عن مدى وعي المواطنين بالأخطار والفرص التي خلقها الإعلام الجديد لمجال المخدرات.

جدول (٣) خصائص العينة وفقاً لمحل الإقامة و نوع العمل

النسبة %	التكرار	الحالة التعليمية	النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
٧.٢	٢٤	مؤهل متوسط	٢٥.١	٨٤	محافظة العاصمة
٦٥.٣	٢١٨	مؤهل جامعي (البكالوريوس)	٢٣.١	٧٧	المحافظة المحرق
١٥	٥٠	ماجستير	٢٥.١	٨٤	المحافظة الشمالية
١٢.٣	٤١	دكتوراه	٢٦.٦	٨٩	المحافظة الجنوبية
%100	٣٣٤	المجموع	%100	٣٣٤	المجموع

الخصائص التعليمية: كشفت بيانات الجدول (٣) عن تمثيل جميع الفئات التعليمية في عينة البحث، رغم تباينها، إلا أنها تعبر عن خصائص مجتمع المبحوثين. وقد جاءت نصف عينة البحث ممن يحملون مؤهلات جامعية بنسبة (٦٥.٣%) وهو ما يعبر عن مستوى تطور التعليم في البحرين، والجهود الحكومية المبذولة في مجال تطوير التعليم. كما جاءت نسبة حملة الماجستير في الترتيب الثاني بنسبة (١٨.٦%)، يليها حملة الدكتوراه بنسبة (١٥.٧%)، متقاربة مع حملة المؤهلات المتوسطة والثانوية العامة بنسبة (١٥%)، الأمر الذي يعكس أهمية نتائج البحث، وتليها نسبة حملة الدكتوراه بنسبة (١٢.٣%)، وفي النهاية تأتي نسبة حملة المؤهل المتوسط بنسبة (٧.٢%).

أدوات جمع البيانات: انطلاقاً من الاعتماد على طريقة المسح الاجتماعي بالعينة، فقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان الإلكتروني المغلق كأداة لجمع البيانات



الميدانية من عينة البحث، حيث تم تصميمها وفقا للمتغيرات المحددة في البحث وأهدافه، واحتوت أداة الاستبيان على عدد من المحاور هي: البيانات الأولية لعينة البحث، والاستخدامات والتأثيرات، والفرص التي يوفرها الإعلام الجديد بالنسبة للأجهزة الرقابية والتوعية بالمخدرات والتكامل بين الجهود الأهلية والحكومية، والمخاطر، والمخدرات الرقمية.

٦- **تصميم مقياس البحث:** تم الاعتماد على صيغة مقياس "ليكرت" الثلاثي في بناء بدائل الإجابة لقياس متغيرات الدراسة، حيث يعتبر مقياس "ليكرت" من مقاييس التقييم الشائعة جدًا في قياس المتغيرات البحثية في ظواهر العلوم الاجتماعية، ويتضمن مقياس "ليكرت" عبارات يمكن من خلالها أن يتمكن المبحوثين من التعبير عن موافقتهم أو رفضهم على القياس ذي الدرجات الثلاث والتي تتدرج الإجابات من الموافقة إلى عدم الموافقة. وفي الدراسة الحالية، تم تصميم المقياس وفقا لنموذج "ليكرت" ثلاثي التدرج، حيث استخدمت الباحثة التدرج الثلاثي لبدائل الإجابات، بحيث عرضت التساؤلات على عينة الدراسة ومقابل كل سؤال أو فقرة في سؤال ثلاث إجابات تحدد مستوى موافقتهم عليها، وتُعطى فيه الإجابات أوزان رقمية تمثل درجة الإجابة على السؤال أو الفقرة، حيث تم إعطاء صفات إيجابية وأخرى سلبية للصورة وبينهما أرقام ثلاثية متدرجة من (٣) إلى (١) بحيث يتجه الرقم الأعلى (٣) نحو الصفة الإيجابية، والرقم (١) نحو الصفة السلبية. وقد تم وضع أوزان لتلك التدرجات الثلاث، بحيث أخذت العبارات السلبية تدرج (موافق = ١، موافق إلى حد ما = ٢، غير موافق = ٣)، أما العبارات الإيجابية فقد تم وضع أوزان (موافق = ٣، موافق إلى حد ما = ٢، غير موافق = ١). وقد احتوى المقياس على ثلاثة أبعاد بالإضافة إلى الخصائص العامة لعينة البحث وتصوراتهم حول موضوع البحث، وفي الجدول الآتي تعرض الباحثة لمعايير الحكم على الاستجابات وتصحيح المقياس:

جدول (٤) تصحيح أداة الدراسة وفق مقياس ليكرت الثلاثي.

الأوزان المعطاه لبدائل الاستجابات الإيجابية			الاستجابة
١	٢	٣	
غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	درجة الاتجاه

ولتحديد مستوى الموافقة على مقاييس الدراسة على مستوى الفقرات وعلى مستوى المقياس التجميعي للمتغير؛ تم الاعتماد على قيمة المتوسط الحسابي وقيمة الوزن النسبي، وتم تصنيف الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية الطول، وتم تحديد مدى المتوسطات من خلال المعادلة الآتية:

$$0.66 = \frac{3-1}{3} = \frac{(\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى})}{\text{عدد بدائل الإجابات}} = (\text{المدى})$$

وبناءً على نتيجة المعادلة تم تقسيم المتوسطات الحسابية إلى ثلاثة مستويات منخفضة، ومتوسط، ومرتفع، والجدول الآتي يوضح توزيع المتوسطات الحسابية وفقاً للحدود المقترحة للفئات.

جدول (٥) مستويات الموافقة على فقرات والمقاييس التجميعية (مجالات) للدراسة

مرتفع	متوسط	منخفض	مستوى الموافقة
٣ - ٢.٣٤	٢.٣٣ - ١.٦٦	١.٦٦ - ١	المتوسط الحسابي
١٠٠ - ٧٧.٨ %	٧٧.٧ - ٥٥.٤ %	٥٥.٣ - ٣٣.٣ %	الوزن النسبي
الوزن النسبي: (الوسط الحسابي ÷ ٣) × ١٠٠			

وهذا يعطي دلالة واضحة على أن المتوسطات التي تقل عن ١.٦٦، ووزن نسبي أقل من ٥٥.٣% تدل على وجود درجة منخفضة من الموافقة، بمعنى وجود درجة مرتفعة من الرفض، أما المتوسطات التي تتراوح بين (١.٦٦ - ٢.٣٣) بأوزان نسبية تقع بين (٥٥.٤% - ٧٧.٧%) فهي تدل على وجود درجة متوسطة من الموافقة، بينما المتوسطات التي تتراوح بين (٢.٣٤ - ٣) بأوزان نسبية (٧٧.٨ فأعلى) تدل على درجة مرتفعة من الموافقة.



صدق أداة الدراسة: لقياس صدق أداة الاستبيان، تم استخدام طريقة صدق المحتوى الظاهري من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين للتحقق من صدق محتوى أداة جمع بيانات الدراسة، فقد تم عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين المتخصصين، حيث قدم المحكمون العديد من التعديلات على أداة الدراسة، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي تتناسب مع هدف الدراسة وتتوافق مع الأطر المنهجية والعلمية، كما تم إعادة صياغة بعض العبارات في الأسئلة وفقا لملاحظاتهم، وبالشكل الذي يجعلها أدق في القياس وأوضح في التعبير، وأسهل في الفهم للمبحوثين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

اعتمدت الباحثة الدراسة على استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية والتي تمثلت فيما يلي:

- ١- الجداول التكرارية والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة وفقا للمعلومات الشخصية، ووصف بعض متغيرات الدراسة.
- ٢- المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات المبحوثين على فقرات الدراسة ومجالاتها.
- ٢- الوزن النسبي.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

(١) الاستخدامات والتأثيرات

حاولت الأداة في هذا المحور قياس مدى استخدام عينة البحث للإنترنت، وعن المواقع الأكثر زيارة، وعن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر ترويجًا للمخدرات من وجهة نظر المبحوثين، ويمكن توضيح استجابات المبحوثين على هذا المحور من خلال النتائج العامة بالجدول الثلاثة التالية:

جدول (٦-١) استخدامات وتأثيرات الإنترنت: مدة الاستخدام

الترتيب	النسبة %	التكرار	المؤشرات
٣	٢.٧%	٩	أقل من سنتين
٢	٦%	٢٠	من سنتين إلى خمس سنوات
١	٩١.٣%	٣٠٥	أكثر من خمس سنوات
٣	١٠٠%	٣٣٤	المجموع

يتبين من الجدول (٦) ارتفاع نسبة المستجوبين الذين يستخدمون الإنترنت لأكثر من خمس سنوات، حيث بلغت نسبتهم (٩١.٣%)، وهي تمثل غالبية أعضاء العينة تقريباً، وهذا يدل على مدى خبرة المبحوثين بالإنترنت وتطبيقاته، الأمر الذي يعني أنهم سيكونون قادرين على تقدير مدى الأخطار والفرص التي يمثل الإعلام الجديد في مجال المخدرات. وتأتي تالياً من حيث الترتيب نسبة المبحوثين الذين استخدموا الإنترنت بين (٢-٥) سنوات بنسبة (٦%)، وفي النهاية يأتي ترتيب من استخدم الإنترنت منذ أقل من سنتين بنسبة (٢.٧%).

جدول (٦-٢) استخدامات وتأثيرات الإنترنت:

المواقع الإلكترونية التي يداوم الشباب على تصفحها ومتابعتها

الترتيب	النسبة %	التكرار	المؤشرات
٣	٨.١	٢٧	مواقع العلم والمعرفة
١	٧١.٦%	٢٣٩	مواقع الفن والترفيه
٢	٩.٦%	٣٢	المواقع الإخبارية
٥	٥.١%	١٧	مواقع المال والاقتصاد
٦	٠.٣	١	مواقع الصحة والأدوية
٤	٥.٤	١٨	المواقع الإباحية
٦	١٠٠%	٣٣٤	المجموع



يتبين من الجدول (٦-٢) ارتفاع نسبة المستجوبين الذين يستخدمون الإنترنت لأغراض الفن والترفيه، حيث بلغت نسبتهم (٧١.٦%)، وهي تمثل أكثر من ثلثي أعضاء العينة، وهذا مؤشر جيد، لأن غالبية الترويج لاستخدامات المخدرات يستعين بمواقع الترفيه للوصول لأكبر عدد ممكن من المستهدفين. وتأتي تالياً من حيث الترتيب نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت لزيارة المواقع الإخبارية بنسبة (٩.٦%)، وبعدها تأتي نسبة الذين يستخدمون الإنترنت لزيارة مواقع العلم والمعرفة بنسبة (٨.١%)، وبعدها بنسبة (٥.٤%) للمواقع الإباحية، وبعدها بنسبة (٥.١%) لمستخدمي مواقع المال والاقتصاد، وفي النهاية يأتي ترتيب من استخدم الإنترنت لزيارة مواقع الصحة والأدوية بنسبة (٠.٣%).

جدول (٦-٣) استخدامات وتأثيرات الإنترنت:

وسيلة التواصل الاجتماعي الأكثر ترويجاً للمخدرات

الترتيب	النسبة %	التكرار	المؤشرات
٤	١٢.٣	٤١	فيسبوك
٥	9.9	٣٣	تطبيق X
٤	١٢.٣	٤١	انستغرام
٢	٢٢.٨	٧٦	تيك توك
٣	١٣.٥	٤٥	سناپشات
١	٢٧.٨	٩٣	واتساب
٦	%١٠٠	٣٣٤	المجموع

يتبين من الجدول (٦-٣) تقارب نسب تطبيقات التواصل الاجتماعي التي ارتأى المبحوثين أنها أكثر ترويجاً للمخدرات، وجاء في المرتبة الأولى تطبيق الواتساب بنسبة (٢٧.٨%)، وهي تمثل ثلث أعضاء العينة تقريباً، وهذا مؤشر يدل على مدى الخطورة التي يمثلها تطبيق الواتساب لكونه يمثل أكثر التطبيقات استخداماً حيث يستخدمه الكبار والصغار، المتعلمين وغير المتعلمين، ولهذا ليس غريباً أن تأتي نسبته

الأعلى بين بقية التطبيقات.. ويأتي تاليًا من حيث الترتيب تطبيق التيك توك بنسبة (٢٢.٨%). فعلى الرغم من حداثة هذا التطبيق إلا أن المبحوثين يرون أنه يأتي ثانياً من حيث الترويج للمخدرات، ويأتي بعده تطبيق السناشات بنسبة (١٣.٥%)، وبعده تطبيق انسغرام وفيسبوك بالتساوي بنسبة (١٢.٣%) لكل منهما، وفي النهاية يأتي ترتيب تطبيق X بنسبة (٩.٩%).

وبصفة عامة، يمكن للباحثة أن تستنتج أن نسبة عالية من المواطنين البحرينيين يستخدمون الإنترنت، وأن غالبيتهم يستخدمونه منذ أكثر من خمس سنوات، وأن وجهات نظرهم تجاه التطبيقات الأكثر ترويجاً للمخدرات متقاربة، مع غلبة تطبيق الواتساب.

٢) الفرص السانحة التي يوفرها الإعلام الجديد لمكافحة المخدرات:

اشتمل هذا المحور على (١١) مؤشراً توزعت بين الفرص التي يتيحها الإعلام الجديد للرقابة ومكافحة المخدرات لدى كل من: الأجهزة الصحية، والأجهزة الأمنية والرقابية، والجهود الأهلية والحكومية. ويمكن توضيح توجهات العينة تجاه مؤشرات كل جهة في الآتي:

جدول (٧) فرص الإعلام الجديد

البنود	عدد المؤشرات	المؤشر	موافق	لا	إلى حد ما	المتوسط الحسابي	القوة النسبية
فرص الأجهزة الصحية	٣	الإعلام الجديد وسيلة لنشر الوعي بمخاطر المخدرات	١٦٧	٢٢	١٤٤	٢.٤	٨٠%
		الإعلام الجديد يتيح الفرصة لوزارات الصحة لعمل هاشتاج لنشر الوعي بمخاطر المخدرات	٢٥١	٥	٧٧	٢.٧	٩٠%
		الإعلام الجديد يساعد الأجهزة المعنية بنشر سبل الوقاية من التعرض للإدمان	٢٤٠	٩	٨٤	٢.٦	٨٧%



البنود	عدد المؤشرات	المؤشر	موافق	لا	إلى حد ما	المتوسط الحسابي	القوة النسبية
فرص الأجهزة الأمنية والرقابية	٦	يستخدم الإعلام الجديد في التحذير من المحرضين على المخدرات	١٩٣	٢٨	١١٣	٢.٤	٨٠%
		سهّل الإعلام الجديد عملية الرقابة على مروجي المخدرات	١٤٢	٤٧	١٤٥	٢.٩	٩٦%
		سهّل الإعلام الجديد الكشف عن المصادر السرية في مجال التسويق للمخدرات	١١٨	٥٩	١٥٧	٢.١	٧٠%
		قلّل من تكاليف مراقبة مروجي المخدرات	٩٧	٦٥	١٧٢	٢	٦٦%
		أصبحت الرقابة في متناول أجهزة مكافحة المخدرات	١٣٧	٣٩	١٥٨	٢.٣	٧٦%
		ساعد الإعلام الجديد أجهزة مكافحة المخدرات في ضبط الحسابات الإلكترونية المروجة للمخدرات	١٦٤	٢٥	١٤٥	٢.٤	٨٠%
فرص الجهود الأهلية والحكومية	٢	ساعد على إمكانية تعاون المواطنين مع أجهزة مكافحة المخدرات	١٨٠	٢١	١٣٣	٢.٥	٨٣%
		ساعد على عملية التبليغ عن المروجين والمتعاطين للمخدرات	١٩٧	٢٣	١١٤	٢.٥	٨٣%

كشف الجدول (٧) عن مدى الفرص المستجدة التي يتيحها الإعلام الجديد أمام الثلاث الجهات المعنية (الصحية، الرقابية، الأهلية والحكومية) من حيث توفير الإمكانيات للتوعية والرقابة والتبليغ وتتبع المصادر السرية ومكافحة شبكات التوزيع. وقد مالت غالبية العينة إلى الموافقة فيما يتعلق بمؤشرات الجهة الأولى (الجهة الصحية) بنسب تتراوح بين (٩٠ - ٨٠%)، وهو ما يمثل نسبة عالية من بين أعضاء العينة، كما مالت غالبية العينة إلى الموافقة على دور الأجهزة الأهلية والحكومية في مكافحة مشكلة المخدرات بنسبة (٨٣%) وهي تمثل أكثر من نصف العينة. ويظهر التباين واضحاً في الموقف من الفرص المتاحة أمام الأجهزة الأمنية والرقابية حيث مال

غالبية العينة إلى أن الأجهزة الرقابية يمكنها أن تستخدم الإعلام الجديد في التحذير من التحريض ضد مروجي المخدرات بنسب تتراوح (٩٦-٦٦%)، إلا أن غالبية العينة مالت إلى الموقف الحذر (إلى حد ما) فيما يتعلق ببقية المؤشرات.

٣) المخاطر المستجدة التي خلقها الإعلام الجديد لمشكلة المخدرات:

اشتمل هذا المحور على (١١) مؤشرًا حاولت قياس المخاطر التي خلقها الإعلام الجديد في مجال المخدرات، وبما إن الترويج للمخدرات مسألة أساسية في تفاقم مشكلة المخدرات، فقد مثل الإعلام الجديد خطرًا كبيرًا، نظرًا لسهولة استخدام الإعلام الجديد في الترويج. ويمكن ملاحظة ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (٨) مخاطر الإعلام الجديد

المؤشر	موافق	لا	إلى حد ما	المتوسط الحسابي	القوة النسبية
يسهل الاعلام الجديد معرفة كل شيء عن المخدرات	١٩٢	٢٨	١١٣	٢.٥	٨٣%
يُتيح الفرصة لتعريف المتعاطي باماكن البيع للمخدرات	١٥٦	٣٧	١٤١	٢.٤	٨٠%
يسهل عملية تقليد المشاهير بتناول العقاقير والمخدرات	٢٠٠	١٩	١١٥	٢.٥	٨٣%
يسهل من عمليات الترويج والتسويق للمخدرات	١٩٥	٢٢	١١٧	٢.٥	٨٥%
يضيف نوع من السحر على تناول المخدرات	١٤١	٤٧	١٤٥	٢.٣	٧٧%
سهل من عملية الاتصال الفوري بين المتعاطي وتجار المخدرات	٢٠٢	٢٣	١٠٩	٢.٥	٨٣%
يساعد على ابراز أهمية المخدر للمتعاطين	١٦٦	٢٤	١٤٤	٢.٤	٨٠%
يساعد على الانضمام لشبكات المتعاطين	١٦٢	٢٩	١٤٣	٢.٤	٨٠%
يساعد على عملية ضغط الأقران واستمالة المراهقين للتعاطي	١٩٦	١٩	١١٩	٢.٥	٨٠%
يصور المخدرات بأنها وسيلة المتعة والبعد عن الهموم	٢١٤	٢٤	٩٥	٢.٦	٨٧%
يبرز المكانة الاجتماعية وأهمية متناولي المخدرات	١٢٩	٥٩	١٤٦	٢.٢	٧٣%



كشف الجدول (٨) عن مدى وعي المبحوثين بالمخاطر الكبيرة التي تسبب فيها الإعلام في تفاقم مشكلة المخدرات وسهولة الوصول إلى شبكات التوزيع، حيث تراوحت النسب بين (٧٣-٨٥)%. وقد وجد غالبية العينة أن الإعلام الجديد سهّل معرفة كل شيء عن المخدرات وبنسبة بلغت (٨٣%)، ووجدت (٨٠%) من العينة أن الإعلام الجديد يتيح الفرصة لتعريف متعاطي المخدرات بأماكن بيع المخدرات، وهذه واحدة من المشكلات الكبيرة، وهي قد تجرّ متعاطين جدد مما يسبق في تفاقم المشكلة. وقد وجد (٨٣%) أن الإعلام الجديد سهّل عملية تقليد المشاهير بتتال المخدرات. أما القوة النسبية الأعلى فكانت من نصيب المؤشر القائل بأن الإعلام الجديد سهّل عمليات الترويج والتسويق للمخدرات وبنسبة (٨٥%)، وهو ما يرسل رسالة تحذير بمدى المخاطر التي تسبب فيها الإعلام الجديد. مال (٧٧%) من العينة إلى القول بأن الإعلام الجديد يضفي السحر على تناول. ووجد (٨٣%) أن الإعلام الجديد سهّل الاتصال الفوري بين المتعاطين وتجار المخدرات. وتوزّعت بقية الاستجابات كالتالي: ساعد الإعلام الجديد على إبراز أهمية المخدرات للمتعاطين بنسبة (٨٠%)، وساعد الإعلام الجديد في الانضمام إلى شبكات المتعاطين بنسبة، وساعد على عملية ضغط الأقران واستمالة المراهقين بنسبة (٨٠%)، ويصوّر المخدرات على أنها وسيلة المتعة والبعد عن الهموم بنسبة (٨٧%)، وأخيراً وجد (٧٣%) من العينة أن الإعلام الجديد يسهم في إبراز المكانة الاجتماعية وأهمية متعاطي المخدرات.

٤) الوعي بالمخدرات الرقمية:

يحاول هذا المحور قياس مدى وعي المبحوثين بنوع جديد من المخدرات، وهو المخدرات الرقمية. وتكمن أهمية هذا المحور في أنه يقيس مدى مواكبة المبحوثين بآخر التطورات المرتبطة بمشكلة المخدرات والإعلام الجديد. ويمكن توضيح النتائج وفق الجدول التالي:

جدول (٩) الوعي بالمخدرات الرقمية

القوة النسبية	المتوسط الحسابي	إلى حد ما	لا	موافق	المؤشر
٨٣%	٢.٥	١٢٦	٢٥	١٨٣	يساعد على إنشاء مجموعات مخفية لانضمام جماعات المتعاطين
٨٠%	٢.٤	١٣٥	٢٨	١٧١	أصبحت منصات التواصل مسرحاً للبيع والشراء
٨٠%	٢.٤	١٤١	٢٨	١٦٤	يؤسس شبكات لبيع المخدرات الرقمية
٧٣%	٢.٢	١٤٦	٣٦	١٣٢	ينشر مقاطع صوتية وطرق الاستماع إليها باعتبارها مخدر رقمي
٧٧%	٢.٣	١٤٩	٤٣	١٤١	يساعد الشباب على تناقل ومشاركة الملفات الصوتية المخدرة
٧٧%	٢.٣	١٥٧	٣٣	١٤٣	يوفر دليل لشرح إجراءات استخدام المخدرات الرقمية

يكشف الجدول (٩) عن توافر الوعي العالي لدى عينة المبحوثين بآخر المستجدات في مجال المخدرات وأنواعها وهي المعروفة باسم المخدرات الرقمية. حيث وجد (٨٣%) من العينة أن الإعلام الجديد يساعد في إنشاء مجموعات مخفية لانضمام جماعات المتعاطين، فيما وجد (٨٠%) من العينة أن منصات التواصل أصبحت مسرحاً للبيع والشراء، وأنها تسببت في تأسيس شبكات لبيع المخدرات الرقمية. ووجد (٧٣%) أن الإعلام الجديد يسهم في نشر مقاطع صوتية وطرق الاستماع إليها باعتبارها مخدرًا رقميًا. وفي النهاية وجد (٧٧%) أن الإعلام الجديد يساعد الشباب على تناقل ومشاركة الملفات الصوتية المخدرة، وأنه يوفر دليل لشرح إجراءات استخدام المخدرات الرقمية.

التحقق من فروض البحث:

ينص الفرض الأول على أنه: يوجد وعي عالٍ لدى المواطنين البحرينيين بمدى الفرص التي خلقها الإعلام الجديد في مجال مكافحة المخدرات. وقد أثبت الجدول رقم (٧) توافر الوعي العالي لدى المواطنين بهذه الفرص، حيث تراوحت النسبة الإيجابية بين (٩٦-٦٦%).



وينص الفرض الثاني على أنه يوجد وعي عالٍ لدى المواطنين البحرينيين بالمخاطر التي خلقها الإعلام الجديد فيما يتعلق بتفاهم مشكلة المخدرات. وقد كشف الجدول (٨) وجود هذا الوعي، حيث تراوحت النسب الإيجابية بين (٨٧-٧٣%). أضف إلى هذا أن الجدول رقم (٩) يوضح ارتفاع النسب الإيجابية تجاه الوعي بالمخدرات الرقمية ومخاطرها، وينسب تراوحت بين (٨٣-٧٣%).

النتائج العامة للبحث

انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العلمية المتعلقة بالفرص والمخاطر التي خلقها الإعلام الجديد أمام مشكلة المخدرات، يمكن عرضها على النحو التالي:

١- كشفت الدراسة ارتفاع نسبة وعي المواطنين البحرينيين بالفرص السانحة التي أوجدها الإعلام الجديد، بحيث سمح لوزارات الصحة بنشر الوعي بمخاطر المخدرات وأضرارها، كما سمح للأجهزة الرقابية بالرقابة والضبط والكشف عن شبكات التوزيع والتعاطي، وهي فرص لم تكن متاحة قبل الإعلام الجديد.

٢- كشفت الدراسة ارتفاع وعي المواطنين البحرينيين بالمخاطر المستجدة التي أوجدها الإعلام الجديد في مجال المخدرات، من حيث أنه وقر الكثير من السهولة للوصول إلى شبكات البيع والتوزيع، كما أنه سهل عمليات الترويج والتسويق.

٣- كشفت الدراسة وجود وعي كاف لدى المواطنين البحرينيين بوجود ظاهرة المخدرات الرقمية، ومدى الخطورة التي تمثلها، وخاصة أنها لا تخضع للتوزيع المادي كما كان يحصل في المخدرات التقليدية.

٤- اتضح تأكيد الغالبية المطلقة في العينة بأن الإعلام الجديد لعب دورا كبيرا في تسهيل عملية الرقابة على مروجي المخدرات، وهو ما يخلق فرصة ثمينة للأجهزة الأمنية والرقابية لاستثمارها في مكافحة المخدرات، والوصول إلى شبكات التوزيع والتعاطي.

توصيات البحث:

- يجب استغلال الفرص السانحة التي وفرها الإعلام الجديد لزيادة الجهود الصحية والرقابية والأهلية والحكومية الرامية إلى مكافحة المخدرات.
- يجب مضاعفة استخدام الإعلام الجديد للتوعية بمخاطر مشكلة المخدرات.
- يجب مضاعفة الجهود الإعلامية والتربوية الرامية إلى التوعية بمخاطر المخدرات الرقمية
- على وسائل الاعلام (التقليدية والرقمية) التخطيط لبرامج إعلامية هادفة حول المخاطر التي سببها الإعلام الجديد في مجال المخدرات على مستوى التعاطي والتوزيع.
- على أجهزة الدولة المعنية استثمار الاستخدام الواسع للإعلام الجديد من قبل شرائح كبيرة من المواطنين، للتوعية بمخاطر المخدرات، وتوجيه أنظار المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي لتحمل مسؤولياتهم الاجتماعية في هذا المجال.
- على المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي تقديم نماذج إيجابية أمام متابعيهم فيما يتعلق بمكافحة المخدرات، وعدم الترويج لسهولتها وما تحققه من متعة وتخليص من هموم.



الهوامش

(¹) انظر الخبر على هذا الرابط: <http://www.alweeam.com.sa/413767>

مكافحة_المخدرات - تسقط - ٢١ - مروجًا - عبر - سن/

(²) صحيفة الإحساء نيوز، بتاريخ ٢ سبتمبر ٢٠١٦

(³) للمزيد انظر:

Lloyd D. Johnsto and others, MONITORING THE FUTURE NATIONAL SURVEY RESULTS ON DRUG USE, 1975-2015, (Michigan : The National Institute on Drug Abuse National Institutes of Health, 2016)

(⁴) خال إبراهيم الكردي، كيفية تناول وسائل الإعلام لمشكلة المخدرات، (الرياض: كلية التدريب،

قسم البرامج التدريبية، ٢٠١٦)، ص ٢٥

(⁵) انظر المقالة على الرابط التالي:

<https://www.bloomberg.com/view/articles/2017-01-05/want-more-productivity-be-careful-what-you-wish-for>

(⁶) Sarah Anne Hughes, Social media may make kids more likely to drink, smoke, do drugs, (Washington Post, August 24, 2011)

(⁷) John Keilman & Robert McCoppin, Study: Teen Users of Facebook, MySpace More Likely to Drink, Use Drugs, (Chicago Tribune, August 24, 2011)

(⁸) Julie Scelfo, Suicide on Campus and the Pressure of Perfection, (The New York Times, July 27, 2015)

(⁹) انظر الرابط التالي:

<https://americanaddictioncenters.org/drugs-on-social-media/>

(¹⁰) <http://blog.mcafeeinstitute.com/finding-drugs-on-facebook-is-easier-than-buying-a-cup-of-coffee/>

(¹¹) انظر تفاصيل عن هذه المجموعة وكيفية القبض عليها على الرابط التالي:

<https://www.9news.com/article/news/local/local-students-bought-drugs-from-secret-facebook-group/73-171794439>

(¹²) Facebook closes secret page of Adelaide-based drug dealers and users, (The Advertiser February 24, 2015)

(¹³) Joseph Cox, Study Claims Dark Web Sites Are Most Commonly Used for Crime, (Motherboard, Feb 1 2016)

(¹⁴) لمزيد من التفاصيل عن هذه الحادثة، يمكن الرجوع إلى مقالة منشورة على موقع "معهد مكافي"،

على الرابط التالي:

<https://arstechnica.com/tech-policy/2013/10/how-the-feds-took-down-the-dread-pirate-roberts/>

(^{١٥}) للتوسع في هذا الموضوع، راجع هذا الموقع:

<https://www.tech-wd.com/wd/2014/11/15/المخدرات-الرقمية-digital-drugs-0/>

– راجع البحث:

- خالد إبراهيم الكريد، كيفية تناول وسائل الإعلام لمشكلة المخدرات، (الرياض: كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، ٢٠١٦)
- صحيفة الإحساء نيوز، بتاريخ ٢ سبتمبر ٢٠١٦

- John Keilman & Robert McCoppin, Study: Teen Users of Facebook, MySpace More Likely to Drink, Use Drugs, (Chicago Tribune, August 24, 2011).
- Joseph Cox, Study Claims Dark Web Sites Are Most Commonly Used for Crime, (Motherboard, Feb 1 2016)
- Julie Scelfo, Suicide on Campus and the Pressure of Perfection, (The New York Times, July 27, 2015).
- Lloyd D. Johnston and others, Monitoring the Future National Survey Results on Drug Use, 1975-2015, (Michigan : The National Institute on Drug Abuse National Institutes of Health, 2016).
- Sarah Anne Hughes, Social media may make kids more likely to drink, smoke, do drugs, (Washington Post, August 24, 2011).

– مواقع إلكترونية:

- <https://www.bloomberg.com/view/articles/2017-01-05/want-more-productivity-be-careful-what-you-wish-for>
- <http://blog.mcafeeinstitute.com/finding-drugs-on-facebook-is-easier-than-buying-a-cup-of-coffee/>
- <https://www.9news.com/article/news/local/local-students-bought-drugs-from-secret-facebook-group/73-171794439>
- <https://arstechnica.com/tech-policy/2013/10/how-the-feds-took-down-the-dread-pirate-roberts/>
- <https://www.tech-wd.com/wd/2014/11/15/المخدرات-الرقمية-digital-drugs-0/>
- <https://arstechnica.com/tech-policy/2013/10/how-the-feds-took-down-the-dread-pirate-roberts/>
- <http://www.alweeam.com.sa/413767/مكافحة-المخدرات-تسقط-٢١-مروجًا-عبر-سن>