

تعرض الشباب لفيدويوات تنظيم "داعش" المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي" دراسة استطلاعية لطلبة جامعة بغداد للمدة من ٢٠١٦/٢/١ إلى ٢٠١٦/٣/٣٠

د. مارلين عويش هرمز
كلية الاسراء الجامعة الاهلية

(مُلَخَّصُ البَحْث)

أخذ موضوع تعرض الشباب لفيدويوات تنظيم "داعش" المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن شكل آخر جديد معتمد على التكنولوجيا ، فتعددت أساليب التعرض وتنوعت مع ظهور تقنيات حديثة في وسائل الاتصال ، عبر استخدام الدعاية الالكترونية، ونشر الافلام المنتجة بإحترافية في مواقع التواصل الاجتماعي ، ومن هنا تأتي مشكلة البحث والمتمثلة في الإجابة عن التساؤل الاتي: ما مقدار تعرض الشباب لفيدويوات تنظيم "داعش" في مواقع التواصل الاجتماعي ، وكيف يتعرض طلاب جامعة بغداد لفيدويوات تنظيم داعش ؟ ، وما مدى اقتناع الشباب بالمضامين الواردة في أفلام التنظيم ؟ ، وما نوع التأثير الناتج عن التعرض لفيدويوات التنظيم ؟ ، وما مقدار الاقتناع الحاصل بمضامينها ؟، وما اتجاهات الشباب نحو عنصري المشاركة ، والتفاعل مع الفيدويوات المنشورة عن التنظيم ؟ .

ويرمي البحث إلى تحديد طرق التعرض، والاستخدام لمواقع التواصل، والصورة المتكونة جراء ذلك التعرض في إذهان الشباب إزاء التنظيم وقادته للوصول إلى معرفة مدى فاعلية ، ونشاط المؤسسات الدعائية للتنظيم ، فضلا عن المكاتب الدعائية لولاياته في ممارسة الحرب النفسية إلكترونياً ، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الاستطلاعية -الكشفية ، ولجأت الباحثة فيه إلى استخدام أحد أنواع المنهج المسحي ، وهو: المسح بالعينة الذي يهدف إلى دراسة جزء يمثل وحدة من وحدات مجتمع البحث .

واستخدمت الباحثة أدواتي الإستبانة ، والمقياس للوصول إلى أهداف البحث والتي عن طريقها ممكن ان نصل إلى معرفة مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وضم البحث إطارين منها: الإطار النظري والمتمثل بالفصل الثاني والإطار التطبيقي المتمثل بالفصل الثالث ، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج ، من بينها إن أغلب عينة البحث شاهدوا فيديويوات عنيفة لتنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي ، واختلاف الآراء بنسب متقاربة حول مدى الاهتمام بهذه الفيدويوات ، في حين كان العدد الأكبر من العينة يفضل الحياء في بيان اهتمامهم بتلك المنشورات ، وعلى الرغم من تأكيد نصف عدد المبحوثين على فضاة الممارسات التي يقوم بها تنظيم داعش ، الا ان أغلبهم يشاهدون

فيديوهات العنف تلك حتى النهاية ، وظهر هناك توجه بعدم التفاعل مع تلك الفيديوهات عبر عدم الاعجاب بها، فضلا عن اتعدام التعليقات، وعدم مشاركتها مع الأصدقاء ، ثم بينا ظهور لنتائج البحث مع تقديم مجموعة من التوصيات بشأن الظاهرة المبحوثة.

مقدمة :

أخذ موضوع تعرض الشباب للمؤثرات الإعلامية بشتى صنوفها ومنها المعتمد على التكنولوجيا ، يشكل ظاهرة خطيرة فتعدد أساليب التعرض وتنوعها مع ظهور تقنيات حديثة في وسائل الاتصال ، عبر استخدام الدعاية الالكترونية، ونشر الأفلام المنتجة بإحترافية في مواقع التواصل الاجتماعي ، وناقش هذا البحث كيفية تعرض الشباب للأفلام التي ينتجها تنظيم داعش في أحدث وسيلة اتصالية وهي شبكة الانترنت وتحديدًا في مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ تقود كثافة التعرض لتلك الأفلام إلى مساعدة التنظيم في نشر أفكاره ومبادئه والافتتاع بها ، فكانت عمليات استقطاب وتجنيد المقاتلين والمناصرين الأجانب للانضمام لصفوف "داعش" تتم غالباً عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي غرف الكترونية مغلقة ، وقد ساعد ذلك على اتساع نفوذ التنظيم من بيئة جغرافية محددة في العراق ، وسوريا إلى عنصر جذب عالمي نتيجة التعرض لمضامين فيديو ، وغير فيديو بثها التنظيم للتعريف بنفسه وأهدافه ، فقد أشارت احصائيات إلى وجود أكثر من ٣٠ ألف مقاتل أجنبي بين صفوف التنظيم في العراق وسوريا لغاية عام ٢٠١٦ ، ومن جهة أخرى ولدت الحرب النفسية الرعب والفرع والخوف من التنظيم لدى الجمهور سواء كان في المساحات التي سيطر أم لم يسيطر عليها على حد سواء .

المشكلة التي تبحث في مضامينها الدراسة الحالية تتمثل في الإجابة عن تساؤل رئيس: ما مقدار تعرض الشباب لفيديوهات تنظيم "داعش" في مواقع التواصل الاجتماعي ؟ ويرمي البحث إلى تحديد طرق التعرض والاستخدام لمواقع التواصل والصورة المتكونة جراء ذلك التعرض لدى إذهان الشباب ازاء التنظيم وقادته للوصول إلى معرفة مدى فاعلية وحجم نشاط المؤسسات الدعائية للتنظيم فضلا عن الوقوف على قدرة المكاتب الدعائية لولاياته في ممارسة الحرب النفسية إلكترونياً ، تمثل البحث في قسمه النظري بالفصل الثاني ، أما الإطار العملي فكان الفصل الثالث باحته ، إذ احتوى الجانب التطبيقي من البحث على الدراسة الميدانية الكمية لتعرض الشباب لفيديوات تنظيم "داعش" المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي ، فتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج ، والاستنتاجات ، والتوصيات

الفصل الأول : الإطار المنهجي والإجرائي للبحث

أولاً : مشكلة البحث : تتحدد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الذي ينص على : ما مقدار تعرض طلاب بجامعة بغداد لفيديوهات تنظيم "داعش" في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

١. كيف يتعرض طلاب جامعة بغداد لفيديوهات تنظيم داعش على مواقع التواصل

الاجتماعي قبل وبعد سقوط محافظة نينوى ؟

٢. ما مدى اقتناع الشباب بالمضامين الواردة في أفلام التنظيم ؟

٣. ما أساليب التعرض للفيديوهات ؟

٤. ما اتجاهات الشباب وما هي مواقفهم من الفيديوهات المنشورة عن التنظيم في مواقع

التواصل الاجتماعي ، وما حجم المشاركة لها ، أو التفاعل معها ؟

ثانياً : أهداف البحث : يسعى البحث إلى بيان مدى تعرض الرأي العام الممثل بفئة

الشباب الجامعي حصراً لفيديوهات تنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي ، ولتحقيق

ذلك كان لابد من تحديد أهداف فرعية ممثلة للهدف الرئيس وهي كالاتي :

١. تحديد مقدار تعرض طلاب جامعة بغداد لفيديوهات تنظيم داعش على مواقع التواصل

الاجتماعي قبل وبعد سقوط محافظة نينوى .

٢. تشخيص مدى اقتناع الشباب بالمضامين الواردة في أفلام التنظيم .

٣. تعيين أساليب تعرض الشباب الجامعي لفيديوهات ومقدار الاقناع بها أو الإقناع

الحاصل بمضامينها.

٤. معرفة اتجاهات الشباب نحو عنصري المشاركة والتفاعل مع الفيديوهات المنشورة عن

التنظيم في مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة التغيرات الحاصلة في تصورات الشباب

العراقي عن قوة تنظيم داعش العسكرية وممارساته العنيفة ، بعد مشاهدة الفيديوهات

المبثوثة.

ثالثاً : مفاهيم ومصطلحات البحث :

١. **التعرض :** يقصد به مشاهدة الجمهور بصورة مباشرة ، أو غير مباشرة للوسائل

الإعلامية وتأثره بها، وقد يكون هذا التأثير بوعي منه فيكون مقصوداً ، أو غير مقصود.

ويختلف الأفراد بعضهم عن بعض بسبب الفروق التي بينهم في مدى التعرض لوسائل

الإعلام ، إذ يحصل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة المهارات الاتصالية

كإجادة استخدام الحاسوب ، والابحار في الشبكة العنكبوتية ، ويرتبط فعل التعرض بمعايير

وخصائص منها ما يتعلق بشكل ، ومضمون الرسالة. ومنها ما يتعلق بالوسيلة ،

وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات ، ويصاحبه في ذلك عنصر توافر الوسيلة، وتوافقها

مع الجمهور ، وهناك ناحية أخرى متعلقة بخصائص ، وعادات الأفراد والجماعات ،

ومرجعياتها وسماتها النفسية ، والثقافية ، والاجتماعية ، والاقتصادية ^(١) .

٢. **الشباب** : مجموعة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم ما بين الثمانية عشر والثلاثون ، والذين قد اتموا التعليم الإعدادي وحازوا على ما يؤهلهم للدخول إلى الجامعة بكلياتها الإنسانية ، والعلمية كافة .

٣. **الفيديوهات** : مجموعة من الأفلام ، والمقاطع الفيديوية التي انتجتها المكاتب الدعائية العائدة لتنظيم داعش ، وتم نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي قبل ، وبعد سيطرة التنظيم على محافظة نينوى ، ولغاية إجراء البحث.

٤. **مواقع التواصل الاجتماعي** : هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للشبكة العالمية ، تتيح فرصة التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي ، يجمع بين أفراداه اهتمامات مشتركة (٢) .

رابعاً : منهج البحث ونوعه : ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الاستطلاعية -الكشفية من حيث استكشاف طرق تعرض الشباب إلى الأفلام الفيديوية التي تنتجها المكاتب الدعائية لتنظيم "داعش" الواقعة ضمن جغرافية العراق ، وعادة ما تستخدم تلك البحوث من أجل التوصل إلى نتائج أولية بشأن الظاهرة المبحوثة ؛ وتسهم في تقديم معلومات تقيد في بناء فرضيات علمية ، وتوجيه البحوث الوصفية ، وبحوث العلاقات السببية التي تجرى لاحقاً ، وقد استعانت الباحثة بالمنهج المسحي للوصول إلى أهداف البحث ، والمتضمن مسح عدد من طلاب جامعة بغداد من مختلف كلياتها العلمية والإنسانية ، ولجأت الباحثة إلى استخدام أحد أنواع المنهج المسحي وهو (المسح بالعينة) الذي يهدف إلى دراسة جزء متنوع من وحدات مجتمع البحث ، للكشف عن الظاهرة الخاضعة للبحث والدراسة والتحليل .

خامساً : حدود البحث :

١. **الحدود الموضوعية** : وتمثل الحد الموضوعي للبحث بمعرفة مقدار استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ، وتحديد الوسائل الرئيسية لمتابعة أخبار تنظيم "داعش" ، ومقدار المشاهدة والتأثر بالأفلام الفيديوية التي ينتجها التنظيم ، ونوعها ، والصورة المتكونة عنها ، فضلاً عن تحديد أساليب التعرض لفيديوهات التنظيم ، ومقدار الاهتمام ، ومضامين تلك الفيديوهات ، واتجاه التفاعل معها .

٢. **الحدود الزمانية** : وتتضمن الحيز الزمني الممتد خلال شهرين من ٢٠١٦/٢/١ إلى ٢٠١٦/٣/٣٠ ، وتمثل هذه المدة وقت تصميم الاستمارة الاستطلاعية وتوزيعها وترميز البيانات ، ومعالجتها احصائياً ، واستخراج النتائج وتفسيرها .

٣. **الحدود المكانية** : وتتضمن الحيز المكاني الخاص بجامعة بغداد - مجمع الجادرية للكليات ، وتضم كليات إنسانية وهي : (كلية العلوم السياسية، والإعلام، والتربية) ، وكليات علمية وهي : (كلية الهندسة ، والعلوم ، والعلوم للبنات ، الزراعة) .

٤. الحدود البشرية : وتتضمن طلبة جامعة بغداد بكلياتها كافة العلمية والإنسانية المذكورة في الحد المكاني أعلاه ؛ في مرحلة البكلوريوس حصراً .

سادساً : مجتمع البحث وعينته : يمثل مجتمع البحث جمهور طلبة جامعة بغداد، الممثلين بطلاب البكلوريوس حصراً، وبسبب صعوبة الحصر الشامل لهذا المجتمع الكبير الذي يبلغ متوسط عدده 60000 ألف طالب وطالبة التجأت الباحثة إلى اختيار عينة عشوائية بسيطة ، قوامها (30) طالباً وطالبة ، ودراسة هذه العينة تأتي لأغراض استطلاعية استكشافية يمكن استخدام نتائجها أساساً لبحوث أكثر شمولاً وتمثيلاً من حيث مجتمع البحث وعينته المحددة .

سابعاً : أدوات البحث :

١. أداة الاستبانة : وتمثل المحور الأول والمتضمن البيانات الديموغرافية للبحث والتي تشمل الجنس ذكراً كان أو انثى ، والفئة العمرية التي تتراوح بين ٢٢-٢٤ سنة و فئة (٢٤) سنة فأكثر) ، والمرحلة الدراسية والتي تبين انهم جميعاً ينتمون إلى مرحلة البكلوريوس .

٢. أداة المقياس : وهي الأداة الرئيسية التي تم اعتمادها للوصول إلى أهداف البحث، والتي عن طريقها حددت الباحثة إجابات المبحوثين إزاء مجموعة من الفقرات التي تم إعدادها بنحو علمي ومنهجي ، إذ تضمن المقياس محورين الأول يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين الذين سيخضعون لفقرات المقياس وتضمن (٨) أسئلة حول أساليب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، والمحور الثاني تضمن (١١) سؤالاً حول تعرض المبحوثين لفيديوهات العنف المنشورة من تنظيم داعش، وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي ، فقد سبقت عملية بناء المقياس إجراء اختبار تمهيدي على عينة صغيرة من مجتمع البحث بلغت (٥) مبحوثين بهدف معرفة جوانب الغموض في الأسئلة ومدى وضوحها للمبحوث ، وبهدف معرفة أبرز جوانب الغموض والوضوح في مؤشرات القياس ، وحساب متوسط الوقت المستغرق للإجابة الذي لم يتجاوز (١٠) دقائق ، وهو وقت مناسب لا يولد الملل لدى المبحوثين بخاصة إنهم جميعاً ينتمون إلى فئة الشباب ، فيعدّ هذا الوقت مناسباً بالنسبة لهم ، ثم وزعت بصورة عشوائية على المبحوثين الذين بلغ عددهم (٣٠) .

• بناء المقياس : اعتمدت الباحثة في بناء المقياس على التدرج الخماسي في قياس مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، واساليب التعرض للفيديوهات ، وكالاتي : (موافق جداً ، موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق جداً) ، وقد مر بناء مقياس التحكيم العلمي وإعداده بخطوات كان أولها تطبيق المقياس إذ قامت الباحثة بتهيئة استمارة المقياس بصورتها النهائية وتحتوي على محورين رئيسيين ، ومن ثم وزعت على عينة البحث العشوائية المختارة البالغة (٣٠) والمبين تفاصيلها في جدول (١) .

ثامناً : الصدق والثبات**١. الصدق : صدق استمارة المقياس :**

تم التحقق من الصدق الظاهري للمقياس والذي نعني به عرض المقياس على المحكمين للتأكد من أن المقياس لديه القدرة على قياس متغيرات الدراسة التي صمم لقياسها، وهم مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم الاتصال عامة وفي مناهج البحث الإعلامي خاصة في أقسام الصحافة والصحافة الإذاعية ، وأسفرت نتائج التحكيم حصول المقياس على درجة اتفاق (٨٥%)، ويتبين من ملاحظات المحكمين(*)^٢ إن معظم عبارات المقياس جيدة وتحمل صدقاً ظاهرياً ، وملائمة للتطبيق والمعادلة الاتية توضح ذلك.

$$\text{حساب درجة صدق المقياس} = \frac{\text{مجموع العبارات التي اتفق عليها المحكمين}}{\text{عدد العبارات الكلية} \times \text{مجموع المحكمين}} \times 100$$

$$89\% = 100 \times \frac{51}{57} = 100 \times \frac{51}{3 \times 19}$$

٢. الثبات :

اعتمدت الباحثة في تقدير مستوى ثبات نتائج المقياس على إتباع طريقة الاختبار - إعادة الاختبار test - retest إذ قامت الباحثة بإجراء الاختبار الأول على (٥%) من الحجم الأصلي للمبحوثين الذين خضعوا للقياس وبعد مرور شهر أعيد إجراء الاختبار على العدد نفسه من المبحوثين وباستخدام آليات القياس والترميز نفسها، وبعد مقارنة النتائج التي توصلت لها الباحثة في الاختبار الثاني مع نتائج الاختبار الأول للتحقق من قدر الثبات تبين إن نسبة درجة الثبات (٨٢%) ، وتحقق هذه النسبة درجة جيدة من الثبات والاستقرار في النتائج التي بينها المقياس ، إذ قامت الباحثة بترميز إجابات ستة مبحوثين خضعوا للقياس في الاختبار الأول عن (١٩) عبارة بمؤشراتها جميعها، وأعادت ترميز العدد نفسه من إجابات المبحوثين الخاضعة للقياس وبالآليات ونظام الترميز نفسه الذي اتبعته في الاختبار الأول ، وكانت نتائج الاختبارين متفقة على ترميز (١٤) عبارة في الحالات المدروسة جميعها من مجموع (١٩) عبارة ، وقد طبقت الباحثة معادلة معامل الثبات(*)^٣ التي حصلت بموجبها على معامل ثبات بلغت نسبته (٨٢,٣%) ، وهي نسبة جيدة .

$$\text{درجة ثبات المقياس} = \frac{2 \times \text{عدد العبارات المتفق عليها في الاختبارين}}{2 \times \text{عدد العبارات الأصلية}} = \frac{16 \times 2}{19 \times 2} = \frac{32}{38} = 0,84$$

العلاقة بين الصدق والثبات

تحققت الباحثة من إيجاد العلاقة بين الصدق والثبات باستخراج قيمة الصدق الذاتي من معامل الثبات وذلك لأن كل اختبار صادق لابد أن يكون ثابتاً ، ويمكن التحقق من معامل صدق الاختبار بأخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات(*)^٤ وكالآتي :

الصدق الذاتي لاختبار استمارة المقياس = معامل ثبات الاختبار = $\sqrt{0.84}$ وهي نسبة صدق ذاتي جيدة .

تاسعاً : الأساليب الإحصائية الوصفية :

استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية الوصفية متمثلة بالنسبة المئوية وذلك لمعرفة انخفاض أو ارتفاع استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من العبارات مع العلم إن ذلك يُفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى نسبة موزونة ، كما استخدمت الباحثة الجدولة ذات البعد الواحد في تحديد المعلومات الديموغرافية للمبحوثين وبعض جداول الدراسة التحليلية، والجدولة المركبة في بعض جداول عبارات المقياس .

الإطار النظري للبحث

تنظيم داعش .. البدايات والفكر

بعد أحداث التاسع من نيسان عام ٢٠٠٣ واحتلال العراق من قبل الولايات المتحدة الأمريكية ، وانهارت الدولة العراقية وحل الجيش العراقي بقرار من الحاكم المدني "بول بريمر" الذي عده متخصصون من أسوء القرارات التي اتخذها الأخير^(٦) ، اختفى الحرس الجمهوري العراقي وعناصر أجهزة الأمن العراقية ، وانتقل البعض منهم للعمل بسرية تحت غطاء جماعة التوحيد والجهاد في بلاد الرافدين التي تأسست بتاريخ ١٧/١٠/٢٠٠٤ بقيادة ابو مصعب الزرقاوي***^(٧) ، هذه الجماعة أعلنت بيعتها لزعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن في ٢٠٠٤ وأصبح اسمها "قاعدة الجهاد في بلاد الرافدين" تميز هذا التنظيم بعمليات استهدفت النجف ، وكربلاء ، والحجاج الشيعة ، وأماكن العبادة الإسلامية ، والمسيحية ، والايديوية^(٨) . ومن أجل توحيد جهود التنظيمات التي يسميها تنظيم القاعدة بالجهادية في العراق قام بإعلان "مجلس شورى المجاهدين في العراق" في ١٥ كانون الثاني ٢٠٠٦ وتم اختيار عبد الله رشيد البغدادي (ابو عمر البغدادي)*****) لأمانة المجلس وضم كل من : تنظيم قاعدة الجهاد في بلاد الرافدين ، جيش الطائفة المنصورة سرايا الغرباء ، كتائب الأهوال ، جيش أهل السنة والجماعة . وكان الهدف المعلن للمجلس " إدارة الصراع في مواجهة الاحتلال الأمريكي ومن وصفهم بالعملاء والمرتدين" ^(٩) .

تم حل المجلس بكل تشكيلاته في ١٥/١٠/٢٠٠٧ ، وإعلان دولة العراق الإسلامية تحت قيادة أبو عمر البغدادي وتسلمت الجهاد العالمي بقبعته الجديدة (تنظيم دولة الإسلام).^(١٠) وفي ١٩ نيسان ٢٠١٠ قتل أبو عمر البغدادي مع وزير حربه أبو حمزة المهاجر في منطقة الثرثار بعد مواجهات عنيفة مع القوات الأمريكية ، وبادر تنظيم دولة العراق الإسلامية سريعا إلى استبدال كبار قادته ، فقد أعلن بتاريخ ١٦ ايار ٢٠١٠ " إن الكلمة قد اجتمعت على

بيعة أبي بكر البغدادي الحسيني القرشي (*****) أميراً للمؤمنين بدولة العراق الإسلامية، وكذا على تولية أبي عبد الله الحسيني القرشي وزيراً أول ونائباً له، كما تم تعيين أبي سليمان وزيراً للحرب خلفاً للمهاجر.^(١١) يشار إلى أن القائد العسكري المعروف بإسم حجي بكر الذي كان مقرباً من أبو عمر البغدادي وكان متواجداً معه اثناء المواجهات في منطقة الثرثار لكنه نجا من القتل ، عرض الأمانة على ابي بكر بعد ساعات من مقتل أبو عمر ، وحينها أبدى ابو بكر البغدادي تخوفه من تولي الأمانة لكن حجي بكر طمأنه بأنه سيتلقى الدعم والمساندة.^(١٢) . وفي ٢٠١٣/٤/٩ وبرسالة صوتية بثت عن طريق شبكة "شموخ الإسلام" ، أعلن خلالها أبو بكر البغدادي تأسيس "الدولة الإسلامية في العراق والشام" ككيان جامع يضم تنظيم الدولة الإسلامية ، وجبهة النصرة بعد تمده إلى سوريا منتصف عام ٢٠١٣ ، وسيطرته على مناطق واسعة في محافظات ادلب والرقه ودير الزور وصولاً إلى محافظتي نينوى والأنبار.^(١٣)

عقيدة ونهج تنظيم داعش

اتخذ تنظيم داعش من الدين غطاء له وهو لا يخرج عن أصول منظومة فكر الجهاد العالمي التي تحتكم في تنفيذ "شرع الله" وإقامة "الحكم الإسلامي" المتمثل في دولة الخلافة الإسلامية ، وذلك لا يتحقق إلا بالجهاد^{١٤}. ويعتقد منظرو تنظيم القاعدة الذي يعد الأب الروحي لتنظيم الدولة الإسلامية (برغم خلافات بينهما تجسدت في رسالة أيمن الظواهري لمصعب الزرقاوي في عام ٢٠٠٥ حيث يتناول في أحد فقراتها أخطاء الزرقاوي في عمليات ذبح الرهائن ، " لخطورتها في معركة الإعلام التي هي في سباق على قلوب وعقول أمتنا "١٥ على حد وصفه ، وحذره من الانسياق وراء ثناء بعض الشباب المتحمس الذين يصفونه بشيخ الذباحين)^(١٦) ، يعتقد هؤلاء المنظرون إن انحرافاً كبيراً حصل لمعنى الشهادة "لا إله إلا الله" حصل عن عمد من قبل أعداء الإسلام ، وقد خضع لهذا التشوية أغلب المسلمين اليوم ، ومن هنا تأتي أهمية ما يقوم به التيار الجهادي (بحسب نهجه) وهو إعادة الشهادة إلى معناها الصحيح ، وهذا يتطلب إعادة النظر في كثير مما يعتبر من المسلمات الدينية في عصرنا ، وبناءً عليه أعاد هذا التيار الحفر في ثنايا النصوص المقدسة ، وتفسيرات أصحاب القرون الثلاثة ومن سار على دربهم ، وخرجوا بأمور تمايزو بها عن غيرهم من التيارات الإسلامية في المذاهب السنية.^(١٧)

فهذا التيار يكفر الحاكمين المسلمين برغم تفرقه بين الكفر وفاعله ، إذ يجد إن حكام اليوم في ردة عن الإسلام : "لقد تربوا على غير شرائع الإسلام كونهم يحملون من الإسلام بعض صوره الظاهرية ، وهنا عقوبته أعظم من الكافر أصلاً" ، واستند تنظيم القاعدة وغيره من التيارات السلفية الجهادية إباحة قتال حكام المسلمين ، إلى فتوى ابن تيمية الشهيرة

بـ"فتوى التتار" غير إنه قد توالى نقد هذا التفسير من زوايا عدة ، أهمها إنه يتناقض مع مذهب ابن تيمية في عدم جواز الخروج على الحاكم المسلم ، حيث يقول في "والصبر على جور الأئمة أصل من أصول أهل السنة والجماعة" ، أما الردة فهي أغلظ من الكفر بحسب عقيدة القاعدة "وكفر الردة أغلظ بالاجماع من من الكفر الأصلي" ، لذا كان قتال المرتدين أولى عندنا من قتال الكافر الأصلي" . وبعد ثبات كفر الحكام وردتهم وجب قتالهم لاسقاطهم وتعيين حكام شرعيين ، ويقرر التنظيم موقفه من المذاهب السياسية الحديثة بالقول "ونؤمن بأن العلمانية على اختلاف راياتها وتنوع مذاهبها - كالقومية والوطنية والشيوعية والبعثية - هي كفر مناقض للإسلام " ، كما يدعو التنظيم إلى ضرورة اجتماع الأمة - والمجاهدين خاصة - تحت راية واحدة ، وقتل من يرفض أمارتهم أو امتنع عن تطبيق أوامرهم ويجيز العمليات الانتحارية ، وقتل أطفال ونساء المحاربين من رجال الشرطة والجيش (المرتدين بحسب وصفهم).^(١٨)

الأساليب الدعائية والنفسية المستخدمة من قبل تنظيم داعش في مواقع التواصل

الاجتماعي :

العديد من الأساليب الدعائية والنفسية استخدمها تنظيم داعش لاختضاع من يقف أمامه بالضد وجعله ينصاع إلى توجهات التنظيم وأوامره وتبني أفكاره ونهجه ، ومنها :

١. أسلوب الترويع وإثارة الرعب :

يستخدم على مستوى الدول ويشمل كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والعسكرية ، وقد يصل إلى حد القمع والإرهاب وارتكاب المذابح البشعة للمبالغة في الإرهاب وذلك لإجبار العدو المستهدف على اتباع سلوك معين أو اتباع مشيئة المخططين.^(١٩) جسد تنظيم داعش وحشيته في الفيديوهات المصورة التي يبثها على شبكة الانترنت لعمليات القتل والذبح والتعذيب والجلد والرجم حتى الموت مستخدماً تقنيات حديثة وجودة عالية في التصوير أثارت العديد من التساؤلات حول من يقف وراء تقديم هذه التكنولوجيا للتنظيم ومن أين أتى التنظيم بكوادر متخصصة في تكنولوجيا المعلومات وعالم التصوير الرقمي والسينمائي ، فلم تعد منابر المساجد هي الوسيلة الإعلامية الرئيسية التي تعتمد عليها التنظيمات الجهادية المتطرفة ، بل بات اعتلاء المنابر الإلكترونية في إطار ما يسمى بالجهاد الإعلامي الوسيلة الأكثر فعالية وقدرة على الانتشار ، تشير العديد من التقارير إلى أن داعش سخر وبشكل لم يسبق له مثيل في التاريخ مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الرعب ، واستخدم تقنيات حديثة لنشر وتوثيق أعمال ميدانية ، ومقاطع فيديو بشعة.^(٢٠) فيديو إعدام الطيار الأردني (معاذ الكساسبة) بطريقة وحشية الذي نشره التنظيم مؤخراً ، يعد امتداداً للسياسة الدعائية القائمة على إثارة الرعب والفرع لكل من يناهض فكره ، ونهجه ، ويقف ضده ، والترويع على ان

التنظيم لا يمكن القضاء عليه بسهولة ، وبحسب خبراء في التصوير السينمائي فإن الفيديو الذي يصور إعدام الرهينة بالحرق حتى الموت داخل قفص حديدي ، نفذ بطريقة سينمائية وصوّر بأربعة كاميرات ، ومن زوايا مختلفة ، واستخدم فيه كومبيوتر غرافيك ، مع تقنيات عالية في المونتاج ، واحترافية لا تقل عن تصوير أي فلم في ستوديوهات هوليوود الأمريكية.^(٢١) وكان التنظيم قد نشر سابقا فلما آخرا لعملية إعدام ٢٢ جنديا من الجيش السوري تم اعتقالهم في محافظة الرقة السورية ، قدر خبراء أميركيون تكلفة تصوير ذلك الفيلم البالغ مدته ١٦ دقيقة، بـ ٢٠٠ ألف دولار، بالنظر للمعدات الاحترافية وطريقة الإخراج التي اعتمدها التنظيم.^{٢٢} يقول الكاتب هيثم المناع في كتابه (خلافة داعش) : "لم يكن بإمكان التكوين الهجين لدولة العراق الإسلامية تحقيق الانسجام الداخلي بدون تأصل التعصب قاعدة ، والغلو فقهاً ، والصرامة والرعب منهجاً " (٢٣) .

يؤشر خبراء علم النفس عدة عوامل يمكن من خلالها التعرف على التفسير النفسي لممارسات العنف التي يقوم بها تنظيم داعش وهي " الوحشية ، رأيهم في الجماعات المخالفة لفكرهم ، الثأر ، قادة الجماعات" ويوضح إيان روبرتسون أستاذ علم النفس في كلية الثالث في ديبلن ، ومدير ومؤسس سابق لمؤسسة علم الأعصاب ، في تفسيره لعامل للوحشية " أن الوحشية تستدعي الوحشية، فثلاثية القسوة ، والعدوانية ، وانعدام التعاطف تُعدّ ردود فعل مشتركة من قبل الناس الذي عوملوا بشكل قاسٍ " (٢٤) . وهنا يتوجب الإشارة إلى أن العديد من قادة تنظيم داعش ومنهم أبو بكر البغدادي ، تم اعتقالهم وسجنهم في سجون أمريكية وعراقية مثل "بوكا" و "أبو غريب" ومن ثم أطلق سراحهم أو هربوا في حادثة اقتحام سجن أبو غريب في تموز عام ٢٠١٣.

٢. استغلال العاطفة الدينية

يؤدي الدين دوراً كبيراً في توجيه الرأي العام في معظم بلاد العالم ، وفي كافة ميادين الحياة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والعلمية، والثقافية ، وهو بالنسبة لجماهير الشعب من المسلمين التي لا تقبل الجدل.^(٢٥) وتهدف الدعاية الدينية إلى تحويل الناس من معتقداتهم الدينية إلى معتقد آخر ، وهي بالنسبة لنشر الدين الإسلامي تعرف بالدعوة ، وفي النشاط الدعائي المسيحي باسم التبشير (٢٦) . يبرز سيد قطب مؤسس تيارات الجهادية مثل "الجماعة الإسلامية " و "تنظيم الجهاد في مصر" و "تنظيم القاعدة" عند تيار الجهاد العالمي مفكراً ومجدداً وشهيداً ، وقد استلهم تنظيم القاعدة (الأب الروحي لداعش) أفكاره وأدبياته مما بثه سيد قطب من نظريات فقهية أكسبها صفة اليقينية، وجرى التعامل معها على إنها جوهر الإسلام الذي اختفت معالمه بحسب رأيهم ، "فكان قطب أول من استخدم مصطلح "الجاهلية" في وصف واقع المجتمعات المسلمة ، عني بها المجتمعات التي لا تحكم بشرع

الله في حياتها السياسية والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية ، فالمجتمع الجاهلي هو كل مجتمع غير المجتمع المسلم ، كما يذهب قطب باتجاه تفسير جاهلية الامة اليوم إلى عدم فهمها للإسلام كما فهمه الرعيل الأول من المسلمين ، فهو منهج للحياة وضعه الله لعباده ، يجب تطبيقه بأكمله دون تحريف أو اجتزاء ، لذا يجد إن حاكمية الله غير متحققة في المجتمعات الإسلامية ، ويدعو المؤمنين إلى العزلة الشعورية ، أو المادية عن المجتمع الجاهلي ، وهذه الأخيرة وإن حققت تمايز المؤمنين عن غيرهم لكن لن تحقق المراد في أن ينخرطوا في عصابة واحدة ، وبجسد واحد ، ورأس واحد مسلح بكل ما يملكه من أدوات ، ووسائل الحماية والقوة ، ليدافع عن نفسه ، ويزيح وشاح الجاهلية عن أعين الأمة^(٢٧) ويتوضح مما ذكر أعلاه إن التنظيمات الجهادية الأولى والتي استلهم تنظيم داعش منها أفكاره ونهجه ، قامت على أساس ديني متزمت واعتمدوه وسيلة لاستمالة الناس واقناعهم بضرورة الانتماء لهم إن كان بالترغيب أو الإكراه ، والاخيرة وصلت إلى حد التعنيف والقتل والسبي .

٣. أسلوب التكرار

جاء في كتاب الآراء والمعتقدات لجوستاف لوبون : " إن التوكيد والتكرار عاملان قويان في تكوين الآراء وانتشارها ، وبهما يستعين رجال السياسة والزعماء كل يوم في خطبهم." وللتكرار مزايا عديدة فهو يقوي الصلة بين طرفي عملية الاتصال ، ويقوي أيضاً الاستجابة للقيام بالفعل المطلوب، كذلك يساعد التكرار على استمرار تأثر الناس بالدعاية، والحيلولة دون استجابتهم لدوافع أخرى مضادة.^(٢٨) يستخدم تنظيم داعش أسلوب التكرار في توجيه رسائله الدعائية ، فيقوم بتوثيق كل ممارسات العنف التي يرتكبها من خلال تصويرها ونشرها على الانترنت بشكل دوري ، وبتكرار ذات السيناريوهات التي تصور تعنيف الضحية إن كان بالجلد، أو الرجم، أو القتل وبطرق مختلفة . واقرب مثال على اتباع التنظيم لاسلوب التكرار هو قيامه بعد ايام قليلة من نشر فيديو اعدام الرهينة الاردني بالحرق حتى الموت ، قام بتكرار ذات الفعل باعدام ثلاثة عراقيين حرقاً في قضاء هيت بتهمة التجسس لصالح القوات العراقية.^(٢٩)

المؤسسة الإعلامية والإعلام الإلكتروني لتنظيم داعش

بداية نستشهد بمقولة ابو بكر البغدادي اعتبرت منهجاً له وهي " التكتيك الإعلامي اهم من النتائج والتضحيات "، وتدلل على الاهمية التي يوليها قائد التنظيم للجانب الإعلامي، وهو يمسك بزمام أهم مفاصل داعش التنظيمية، ومنها الإعلام المركزي الذي يتكون من (مركز الفجر للإعلام و مؤسسة الفرقان الإعلامية).^(٣٠) لقد أصبح مفهوم "الجهاد الإلكتروني " أحد أهم الأركان الرئيسية في فترة مبكرة منذ تأسيس جماعة "التوحيد والجهاد"، ثم القاعدة

في بلاد الرافدين ، وكان أبو ميسرة العراقي يتولى رئاسة القسم الإعلامي، وفي حقبة "دولة العراق الإسلامية" عام ٢٠٠٦ تولى المنصب أبو محمد المشهداني تحت اسم وزير الإعلام ، وكان أبو عبد الله محارب عبد اللطيف الجبوري ناطقاً باسم تنظيم الدولة ، وفي عام ٢٠٠٩ أصبح أحمد الطائي وزيراً للإعلام ، ويقود المؤسسة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية اليوم هيئة موسعة بقيادة أبي الأثير عمرو العبسي.^(٣١)

وبرزت القوة الإعلامية لتنظيم داعش في الإعلام الإلكتروني، إذ اعتبره من أهم جبهات انتصاراته ، وهذا ما دعاه إلى وضع مشرفين من السلفيين السعوديين على كيانات الإعلام الجهادي سواء كانت منتديات أم مواقع أم مدونات أو مجموعات بريدية ، لما يتصفون به من فصاحة اللغة، وأدبيات الخطابة ، وغزارة الاستدلال الشرعي والولاء للبغداد. ويتميز القائمون على الإعلام الإلكتروني للتنظيم بتنوع تخصصاتهم، وتوجهاتهم، ومهنتهم وكثرة عددهم يعتقدون ان عملهم هذا واجب شرعي وعليهم نصرة التنظيم ونشر، ثقافته، وخطاباته، ومنهجه، وعقائده بكل الأساليب الإعلامية والإمكانات المتاحة .^(٣٢)

وللتنظيم مؤسسات إعلامية أخرى تنشر مضامينه المرئية والمسموعة مثل "الاعتصام" و"أجناد للإنتاج الصوتي"، إضافة لمركز "الحياة" للإعلام وهي المنصات التي تستخدم تقنيات عالية لنشر أخبار وفيديوهات تصور معارك التنظيم وتوثق الإعدادات. ولعل آخر إنتاجها فيلم "نيران الحرب" و"ولو كره الكافرون"، والذي يصور ذبح الجندي الأمريكي بيتر كاسينغ. كما أصبح للتنظيم مسلسلات، وأفلام، وألعاب إلكترونية، وأناشيد جهادية بألحان قريبة للإذن مثل نشيد "مرهب الأعادي" و"رصوا الصفوف". وأحدث وسيلة إعلامية إلكترونية أطلقها تنظيم داعش كانت قنواته التلفزيونية "قناة الخلافة" من إنتاج مؤسسة الفرقان، والمكتب الإعلامي لولاية الرقة، التي تبث على شبكة الانترنت.^(٣٣)

ومن المؤسسات الإعلامية الأخرى للتنظيم : مؤسسة أعماق، ومؤسسة البتار، ومؤسسة أجناد للإنتاج الإعلامي، ومؤسسة الغراء للإعلام ، ومؤسسة الإسراء للإنتاج الإعلامي ، ومؤسسة الصقيل، ومؤسسة الوفاء ، ومؤسسة نسائم للإنتاج الصوتي ، ومجموعة وكالات تبعا للولايات والمناطق التي تسيطر عليها ، كوكالة أنباء "البركة" و"الخير" وغيرها. كما أصدر عدد من المجالات بالعربية والإنجليزية أمثال: "دابق" و"الشامخة"، وأنشأت الهيئة إذاعات محلية ، مثل: إذاعة "البيان" في مدينة الموصل في العراق، وإذاعة أخرى في مدينة الرقة في سوريا.^(٣٤)

عنف داعش في مواقع التواصل الاجتماعي

رغم ان تنظيم داعش ليس الجماعة المتطرفة الأولى والوحيدة التي تستغل وسائل التواصل الاجتماعي لنشر ثقافتها وافكارها والترويج عن نهجها ، وإثارة الرعب والفرع بين

المتلقين لاختصاصهم لسطوته ، فإنه يتميز بكثافة استعمالها واعتمادها على استراتيجيات إعلامية متطورة جدا وخطط ترويجية أكثر تقدما من غيرها ، أغلب الجماعات المتطرفة في السابق كانت تستخدم المنتديات المغلقة لنشر رسائلها الإعلامية ولاستقطاب الأعضاء الجدد، لكن داعش يعتمد أكثر على الشبكات المفتوحة للجميع، مثل (تويتر) و (فيسبوك) و (إنستغرام)، وبالتالي يصل لعدد أكبر من الناس وشرائح متنوعة من الجمهور.^(٣٥) واستغل تنظيم داعش هذه المواقع لنشر بياناته وتغريداته ومقاطع صوتية وفيديوية تظهر عمليات العنف التي يمارسها ، والعنصر الأساسي الذي ساهم في نجاح التنظيم في استقطاب الشباب هو استخدام أشرطة الفيديو المباشرة حيث كان تنظيم القاعدة يستخدم أشرطة صوتية، وأشرطة فيديو غير ذات جودة ، في حين أن تنظيم داعش استخدم فيديوهات واضحة، تظهر عمليات لقطع الرؤوس، أو عمليات تفجيرية مباشرة ، وهي التي تعطي الشباب إحساسا بالقوة.^(٣٦)

وتبين إن الأشرطة والمواد الدعائية التي تصدرها المؤسسات الإعلامية التابعة للتنظيم كمؤسستي "الفرقان" "الاعتصام" ، تحولا كبيرا في بنيته وقدراته الفائقة، وتكتيكاته العنيفة ، واستراتيجيته القتالية المرعبة ، فقد أصدر سلسلة من الأفلام المتقنة ، أطلق عليها: "صليل الصوارم" بأربعة أجزاء.^(٣٧) هذه المواد الفلمية والصوتية التي ينتجها تنظيم داعش تتميز بالتقاء مجموعة خبرات لأشخاص لا تربطهم أي صلات مجتمعية، أو عقائدية، أو مهارات سابقة ، كل ذلك فقد في بوتقة مجتمع جديد، وضع أسسه مؤسسي ومنظري التنظيمات الجهادية، إذ يصف باحثون البنية الاجتماعية المكونة لداعش بالخليط غير المتجانس وتجربة (دولة) تبدو مستحيلة، واستثنائية، وجديدة كل الجد على العلوم الإنسانية ، ويركزون على البعد المشهدي ويجدون فيه جوهر أداء التنظيم لنشاطه وطبيعته ، ومتصل إلى حد كبير بمروحة الإنهيارات الاجتماعية التي رفدت التنظيم وشكلت بنيته.^(٣٨)

ومن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها تنظيم داعش هما موقعي "تويتر" و "يوتيوب" وقد كشفت دراسة أعدها مركز "بروكينغز" وقدمت إلى الكونغرس الأمريكي ان لتنظيم داعش نحو ٤٥ ألف مستخدم، على موقع تويتر وحده.^(٣٩)

الإطار العملي للبحث الدراسة الميدانية

تعد الدراسة الاستطلاعية نواة للدراسات المستقبلية والتي تقود إلى بحوث أوسع ، إذ اعتمدت على أدوات الاستبانة والمقياس، وشملت عينة عشوائية بسيطة مكونة من 30 مبحوثاً من طلبة جامعة بغداد ، وتضمنت ثلاث محاور، الأول: بيانات عامة حول المبحوثي: الجنس ، الفئة العمرية ، المرحلة الدراسية والثاني: ثمانية أسئلة حول اساليب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، والثالث تضمن أحد عشر سؤالاً حول تعرض

المبحوثين لفيديوهات العنف المنشورة من قبل تنظيم داعش، وفقاً لمقياس خماسي وكالاتي :
أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لا أوافق ، لا أوافق بشدة .

المحور الأول: للمقياس : البيانات العامة : وتضمن هذا المحور السمات الشخصية لعينة البحث العشوائية من طلبة جامعة بغداد ، وقد توزعت الخصائص المطلوب بحثها وفقاً للمتغيرات التالية:

١- الكليات الخاضعة للبحث وعدد المبحوثين : أظهرت نتائج الدراسة إن المبحوثين هم طلبة في خمسة كليات ، جاءت النسبة الأكبر من طلبة كلية العلوم، والبالغ عددهم (8) طلبة K ونسبة 27% ، فيما حلت بالمرتبة الثانية كلية الزراعة إذ بلغ عدد المستطلع ارائهم (7) طلبة بنسبة 23.3% ، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت كلية العلوم – بنات بعدد (6) طالبات بنسبة 20% ، وفي المرتبة الرابعة جاءت كلية التربية – بنات بعينة قوامها (5) طالبات بنسبة 16.6% ، أما في المرتبة الخامسة فجاءت كلية الإعلام بعدد (4) طلبة، ونسبة 13.3%

جدول (1) الكليات الخاضعة للبحث وعدد المبحوثين

ت	الكلية	عدد المبحوثين	النسبة المئوية	المرتبة
١.	العلوم	8	27%	الأولى
٢.	العلوم – بنات	6	20%	الثانية
٣.	الزراعة	7	23%	الثالثة
٤.	تربية بنات	5	17%	الرابعة
٥.	الإعلام	4	13%	الخامسة
	المجموع	30	100%	---

٢- نوع الجنس : شمل الاستبيان (16) مبحوثاً من الإناث ونسبة (53%) ، و (14) مبحوثاً من الذكور ونسبة (46%) ، حيث إن عدد الإناث احتل المرتبة الأولى، في حين احتل عدد الذكور المرتبة الثانية، وهي نسبة مقاربة حرصت الباحثة على الوصول إليها أثناء توزيعها للاستبانة لتشمل كلا الجنسين نظراً لأن العينة عشوائية، وأن موضوع البحث يهم كلا الجنسين، ولا يخص جنس دون الآخر.

جدول (2) يوضح نوع جنس المبحوثين

ت	النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	إناث	16	53 %	الأولى
٢.	ذكور	14	47 %	الثانية
	المجموع	30	100%	---

٣- الفئة العمرية : أظهرت الدراسة فئتان، الأولى: (18-23) سنة (بواقع (28) مبحوثاً ونسبة (93%) ، والثانية (24) سنة -فأكثر (شملت مبحوثان فقط بنسبة (7%)

جدول (٣) الفئات العمرية للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية	ت
الأولى	93 %	28	18-23	١.
الثانية	7 %	2	24 - فاكثر	٢.
----	100 %	30	المجموع	

المحور الثاني: للمقياس : أساليب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

١. استخدام أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

شمل البحث خمسة خيارات وهي بحسب التسلسل في الاستبانة هي: فيسبوك ، تويتر ، يوتيوب ، انستغرام ، واخرى تذكر (، وأعطى الحق لأكثر من خيار بحسب نسب الاستخدام، وصل مجموع التكرارات لجميع المواقع (51) تكراراً ، احتل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بعدد تكرارات (23) تكراراً ونسبة (45%) ، وجاء موقع اليوتيوب بالمرتبة الثانية بـ (12) تكراراً بنسبة (24%) ، وانستغرام بالمرتبة الثالثة بـ (10) تكرارات ونسبة (20%) ، وبالمرتبة الرابعة موقع تويتر بثلاث تكرارات فقط ونسبة (6%) ، أما في حقل اخرى تذكر (فقد أضاف المبحوثون : بتكرارين للأول، وتكرار واحد للثاني، ونسبة (4%) لموقع kiki ، و ٢% لموقع ASK - FM .

جدول (4) مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي	ت
الأولى	45%	23	فيسبوك	١.
الثانية	24%	12	يوتيوب	٢.
الثالثة	20%	10	انستغرام	٣.
الرابعة	6 %	3	تويتر	٤.
الخامسة	4 %	2	kik	٥.
السادسة	2 %	1	Ask-fm	٦.
----	100 %	51	المجموع	

٢. متابعة أخبار تنظيم داعش على مواقع التواصل الاجتماعي

تسعة عشر مبحوثاً من بينهم ممن لا يتابعون أخبار التنظيم في مواقع التواصل الاجتماعي ، بنسبة وصلت إلى (37%) ، في حين أن (11) منهم كان مهتماً بمتابعة تلك الأخبار وبنسبة وصلت إلى (63%) .

جدول (5) نسب متابعة أخبار تنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	ت
الأولى	٦٣,٣٣%	19	كلا	١.
الثانية	٣٦,٦٦%	11	نعم	٢.
----	١٠٠%	30	المجموع	

٣. مشاهدة مقاطع فيديو لتنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي.

اثنان وعشرون مبحوثاً شاهدوا فيديوهات عنف لتنظيم داعش وقد وصلت نسبتهم إلى (73.33%) في حين إن (8) منهم لم يشاهدوا سابقاً أي من تلك المشاهد ، وبلغت نسبتهم (29.67%)، وننوه بأن الباحثة سألت المبحوثين الثمانية عن أسباب عدم مشاهدته (تعرضهم) لتلك الفيديوهات وتبين أن الأسباب تتراوح ما بين عدم الاهتمام ، والخوف والفرع من مشاهد العنف والقتل. وبذلك استبعد (8) مبحوثين.

جدول (6)

يوضح نسب مشاهدة مقاطع العنف لتنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	هل شاهدت مقاطع فيديو لتنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي		
	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	22	73.33%
٢	كلا	8	29.67%
	المجموع	30	100%

٣. مواقع التواصل الاجتماعي التي يشاهد فيها المبحوثون الفيديوهات.

يوضح الجدول إن من بين 22 مبحوثاً كان 15 منهم وبنسبة 68.181% يشاهدون فيديوهات داعش على الفيسبوك ، ومن بعده جاء موقع اليوتيوب بـ 11 تكراراً وبنسبة 50% ، فيما نجد ان موقعي تويتر وانستغرام هما من المواقع الأقل استخداماً ، إذ حصل كل منها على تكراراً واحداً فقط ، وبنسبة 4.505. ، فيما لم ينل موقعي kiki , asf - fm اي نسبة تذكر .

جدول (7) مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في مشاهدة فيديوهات تنظيم داعش

ت	المواقع المستخدمة في مشاهدة الفيديوهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	فيسبوك	15	68%	الأولى
٢	يوتيوب	11	50%	الثانية
٣	تويتر	1	5 %	الثالثة
٤	انستغرام	1	5 %	الثالثة
	المجموع	30	100%	---

٤. الفيديوهات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي قبل سقوط محافظة نينوى.

أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتابعون أخبار التنظيم وفيديواته قبل سقوط محافظة نينوى بعدد تكرارات وصلت إلى 12 وبنسبة 55% ، في حين عشرة مبحوثين لم يتابعوا أخبار التنظيم إلا بعد دخوله إلى الموصل وصلت نسبتهم إلى 45.454%.

جدول (8) متابعة فيديوهات تنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي قبل سقوط محافظة نينوى

الفديوهات كانت تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي قبل سقوط محافظة نينوى				
ت	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نعم	12	55%	الأولى
٢	كلا	10	٤٥%	الثانية
	المجموع	30	١٠٠%	----

٥. مدى التأثير بمضمون مقاطع الفيديو

تساوت نسب المتأثرين وغير المتأثرين بمضمون الفيديوهات، بواقع 11 تكراراً لكل من الخيارين "نعم" و"كلا" فقد جاءت النسبة مناصفة بين الرأيين بـ 50% لكل منهما.

جدول (9) نسب تأثر المبحوثين بالفيديوهات المنشورة من قبل تنظيم داعش

هل تأثرت بمضمون الفيديوهات التي شاهدتها				ت
المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	
الأولى	50%	11	نعم	١
الأولى	٥٠%	11	كلا	٢
----	١٠٠%	22	المجموع	

١٠. نوع التأثير الناتج عن مشاهدة فيديوهات العنف لداعش

باستطلاع طبيعة التأثير الذي تحدثه مشاهدة تلك الفيديوهات "سلبية" أم "إيجابية"، تبين بعد استبعاد استمارتي استبيان بسبب عدم احتوائها على إجابة لهذا السؤال، إن المبحوثين أكدوا بالإجماع أن مشاهدة تلك الفيديوهات تؤثر عليهم سلباً.

جدول (10) نوع التأثير على مبحوثين أثناء تعرضهم إلى الفيديوهات

ت	نوع التأثير	عدد المبحوثين	النسبة المئوية	المرتبة
١.	سلبية	30	100%	الأولى
٢.	إيجابي	0	0	---
	المجموع	30	100%	----

١. رسم صورة نمطية للتنظيم من خلال مقاطع الفيديو

ثمانية عشر مبحوثاً أكد أن التنظيم استطاع رسم صورة نمطية في ذهنهم حول فضاغة التنظيم وعنفه ووصلت نسبتهم إلى 82% في حين ٤ فقط ونسبتهم 18% لم يصل مستوى تأثرهم إلى رسم صورة نمطية عن التنظيم.

جدول (11) الصورة النمطية التي تكونت لدى المبحوثين عن التنظيم

هل تكونت لديك صورة نمطية عن التنظيم بعد مشاهدة فيديواته				
المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	ت
الأولى	82 %	18	نعم	١.
الثانية	18 %	4	كلا	٢.
---	100%	٢٢	المجموع	

ثالثاً : أساليب التعرض لفيديوهات تنظيم داعش

للوصول إلى تفاصيل أكثر دقة عن أساليب التعرض لمشاهد الفيديو المنشورة من تنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى التأثير بها وطبيعة هذا التأثير ، اعتمدت الباحثة على مقياس خماس ، وكالاتي : (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لا أوافق ، لا أوافق بشدة) لقياس نتائج الأجوبة على أحد عشر سؤالاً في هذا الاتجاه.

١. الاهتمام بمشاهدة تلك المقاطع قبل سقوط محافظة نينوى

جاءت نسبة الإجابة على خيار لا أوافق بشدة الأعلى بثمانية تكرارات ونسبة 36% ، وخيار لا أوافق بسبعة تكرارات ونسبة 32% ، ومجموع التكرارات في الخيارين هو 15 مبحوثاً، وهنا يجب مقارنة هذا النتيجة مع السؤال الذي يبين نسب متابعة أخبار تنظيم داعش وفيديواته قبل سقوط محافظة نينوى ، فقد أظهرت نتائجه إن 12 من المبحوثين كانوا يشاهدون تلك الفيديوهات قبل سقوط محافظة نينوى أما خيارات أوافق بشدة (و) أوافق فقد جاءت نتائجها متساوية بتكرارين لكل منها ونسبة 9% ، فيما بين ثلاثة مبحوثين ونسبتهم 13% بينوا حيادهم .

جدول (12) اهتمام المبحوثين بمشاهدة فيديوهات تنظيم داعش قبل سقوط محافظة نينوى

كنت أهتم بمشاهدة تلك المقاطع قبل سقوط محافظة نينوى				
المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	36%	8	لا أوافق بشدة	١.
الثانية	31%	7	لا أوافق	٢.
الثالثة	14%	3	محايد	٣.
الرابعة	9%	2	أوافق	٤.
الرابعة	٩%	٢	أوافق بشدة	٥.
---	١٠٠%	22	المجموع	

٢. هذه الفيديوهات تتواجد في مواقع التواصل الاجتماعي مع كل استخدام لها

جاء خيار أوافق بالمرتبة الأولى بثمان تكرارات ونسبة 36% ، في حين إن كل من الخياران أوافق بشدة ومحايد جاءا بالمرتبة الثانية بستة تكرارات لكل منهما ونسبة 27% ،

كما حل في المرتبة الثالثة كل من الخيارين لا أوافق (و) لا أوافق بشدة بتكرار واحد لكل منهما بنسبة 5%.

جدول (13) وجود فيديوهات تنظيم داعش مع كل استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

الفديوهات موجودة في مواقع التواصل الاجتماعي مع كل استخدام لها				
ت	المقياس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	أوافق	8	36%	الأولى
٢.	أوافق بشدة	6	27%	الثانية
٣.	محايد	6	27%	الثانية
٤.	لا أوافق	1	5%	الثالثة
٥.	لا أوافق بشدة	1	5%	الثالثة
المجموع		22	22%	100%

٣. الاهتمام بمشاهدة الفيديوهات مع كل مصادفة لها في مواقع التواصل الاجتماعي جاء خيار محايد بالمرتبة الأولى بثمانية تكرارات ونسبة 36% ، وبالمرتبة الثانية كل من الخيارين أوافق بشدة و أوافق بخمسة تكرارات ونسبة 23% ، في المرتبة الثالثة فجاء الخيارين لا أوافق و لا أوافق بشدة بتكرارين لكل منها ونسبة 9% .

جدول (14) اهتمام المبحوثين بمشاهدة فيديوهات داعش كلما تصادفهم

درجة الاهتمام بمشاهدة المقاطع منشورة على مواقع التواصل				
ت	المقياس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	محايد	8	36%	الأولى
٢.	أوافق	5	23%	الثانية
٣.	أوافق بشدة	5	23%	الثانية
٤.	لا أوافق	2	9%	الثالثة
٥.	لا أوافق بشدة	2	9%	الثالثة
المجموع		22	100%	---

٤. المشاهد الفيديوية حقيقة ولا توجد فيها اي فبركة

جاء خيار (محايد) بالمرتبة الأولى بثمان تكرارات ونسبة 36% ، وبالمرتبة الثانية خيار (أوافق) بستة تكرارات ونسبة 27% ، وحل خيار (لا أوافق) بالمرتبة الثالثة بخمسة تكرارات ونسبة 23% ، أما خيار (لا أوافق) بشدة جاء بالمرتبة الأخيرة بنسبة 0% بالمئة.

جدول (15) الفيديوهات الحقيقية ولا توجد فيها فبركة

مدى اعتقاد الجمهور بالفيديوهات ان كانت حقيقية وغير مفبركة				
ت	المقياس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	محايد	8	36%	الأولى
٢.	أوافق	6	27%	الثانية
٣.	أوافق بشدة	5	23%	الثالثة
٤.	لا أوافق	3	14%	الرابعة
٥.	لا أوافق بشدة	0	0%	-----
	المجموع	٢٢	100%	-----

٥. المشاهد الفيديوية تظهر الامكانات العسكرية والقدرات التسليحية لتنظيم داعش.

ثلاثة عشر مبحوثاً وافق على أن الفيديوهات التي ينشرها تنظيم داعش تظهر امكاناته العسكرية وقدراته التسليحية، إذ جاء خيار (أوافق) بالمرتبة الأولى بثلاثة عشر تكراراً ونسبة 59%، في حين حل خيار (أوافق بشدة) بالمرتبة الثانية بأربعة تكرارات ونسبة 18%، أما الخياران (محايد) و (لا أوافق)، فقد تقاسما المرتبة الثالثة بتكرارين لكل منهما ونسبة 9%، وجاء بالمرتبة الثالثة خيار (لا أوافق بشدة) بنسبة صفر بالمئة.

جدول (16) الفيديوهات تظهر الامكانات العسكرية والتسليحية لتنظيم داعش

تظهر الفيديوات الامكانات العسكرية والتسليحية لتنظيم داعش				
ت	المقياس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	أوافق	13	59%	الأولى
٢.	أوافق بشدة	4	18%	الثانية
٣.	محايد	2	9%	الثالثة
٤.	لا أوافق	2	9%	الثالثة
٥.	لا أوافق بشدة	0	0%	-----
	المجموع	٢٢	100%	---

٦. المشاهد الفيديوية تظهر فضاة أعمال العنف الممارسة من قبل تنظيم داعش

جاء خيار (أوافق بشدة) بالمرتبة الأولى إذ بين خمسة عشر فرداً وبنسب 68% من المستطلع ارائهم موافقتهم الشديدة عن أن الفيديوهات المنشورة من قبل تنظيم داعش تظهر مدى فضاة أعمالهم وممارساتهم العنيفة، وخيار (أوافق) حل بالمرتبة الثانية بعدد (6) تكرارات ونسبة 27%، في حين جاء خيار (لا أوافق بشدة) بالمرتبة الثالثة بتكرار واحد

ونسبة 5% ، أما الخياران (محايد) و (لا أوافق) فقد تقاسما مناصفة المرتبة الثالثة بنسبة صفر بالمئة لكل منهما.

جدول (17) الفيديوهات تعكس فضاة أعمال العنف الممارسة من تنظيم داعش

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	68%	15	أوافق بشدة	١.
الثانية	27%	6	أوافق	٢.
الثالثة	5%	1	لا أوافق بشدة	٣.
----	0%	0	لا أوافق	٤.
----	٠%	٠	محايد	٥.
----	100%	٢٢	المجموع	

٠٧ مشاهدة المقاطع الفيديوية التي ينشرها تنظيم داعش للنهاية برغم فضاعتها.

جاءت نسب الإجابات متقاربة إلى حد ما ، فالمرتبة الأولى كانت لخيار (أوافق) إذ وصل تكراراته سبعة تكرارات بنسبة 31.818% ، والمرتبة الثانية جاء فيها الخيار (لا أوافق بشدة) بخمسة تكرارات ونسبة 22.727% ، أما خيار محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة بأربعة تكرارات ونسبة 18.181% ، فيما تقاسم الخياران (أوافق بشدة) و (لا أوافق) المرتبة الرابعة بثلاثة تكرارات لكل منهما ونسبة 13.636% .

جدول (17) مشاهدة فيديوهات تنظيم داعش كاملة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	32%	7	أوافق	١.
الثانية	23%	5	لا أوافق بشدة	٢.
الثالثة	18%	4	محايد	٣.
الرابعة	14%	3	أوافق بشدة	٤.
الرابعة	14%	3	لا أوافق	٥.
---	100%	٢٢	المجموع	

٠٨ مشاركة المقاطع الفيديوية لتنظيم داعش مع الأصدقاء

تم استبعاد استمارتين بسبب عدم ورود إجابة فيهما لهذا السؤال، جاء في المرتبة الأولى خيار (لا أوافق بشدة) بعدد تكرارات (16) تكراراً ونسبة 80% ، وفي المرتبة الثانية خيار (لا أوافق) بثلاث تكرارات ونسبة 15% ، والمرتبة الثالثة خيار (أوافق) بتكرار واحد ونسبة 5% ، أما الرابعة فتقاسمها الخيارين (أوافق بشدة) و (محايد) بنسبة 0%

جدول (18) مشاركة فيديوهات تنظيم داعش مع الأصدقاء الافتراضيين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	80%	16	لا أوافق بشدة	١.
الثانية	15%	3	لا أوافق	٢.
الثالثة	5 %	1	أوافق	٣.
----	0%	0	أوافق بشدة	٤.
----	0%	0	محايد	٥.
----	100%	٢٢	المجموع	

٩٠. التفاعل مع مقاطع الفيديو بالتعليق أو الإعجاب

جاء في المرتبة الأولى خيار (لا أوافق) بشدة بنسبة 54% ، والمرتبة الثانية (لا أوافق) بخمسة تكرارات ونسبة 23% ، والمرتبة الثالثة تقاسمها كل من الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) بتكرارين لكل منها ونسبة 9% ، والمرتبة الثالثة جاء فيها الخيار (محايد) بتكرار واحد بنسبة 5% .

جدول (19) التفاعل مع الفيديوهات بالتعليق أو الإعجاب

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	55%	12	لا أوافق بشدة	١.
الثانية	23%	5	لا أوافق	٢.
الثالثة	9%	2	أوافق	٣.
الثالثة	9%	2	أوافق بشدة	٤.
الرابعة	4%	1	محايد	٥.
---	100%	٢٢	المجموع	

١٠٠. نقل مضامين الفيديوهات المنشورة من قبل داعش إلى الأصدقاء والمعارف

جاءت النسبة الأكبر من المستطلع آرائهم باتجاه عدم الموافقة بشدة ، إذ حصل خيار (لا أوافق بشدة) على المرتبة الأولى، بثمانية تكرارات ونسبة 36% ، أما في المرتبة الثانية فقد جاء خيار (لا أوافق) بخمسة تكرارات ونسبة 23% ، والثالثة تقاسمها كل من (أوافق بشدة) و (أوافق) و (محايد) بثلاث تكرارات ونسبة 14% .

جدول(20) نقل مضامين الفيديوهات التي ينشرها التنظيم إلى الأصدقاء والمعارف

هل تنقل مضامين فيديوهات داعش إلى الاصدقاء والمعارف				
المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	36%	8	لا أوافق بشدة	١.
الثانية	22%	5	لا أوافق	٢.
الثالثة	14%	3	أوافق	٣.
الثالثة	14%	3	أوافق بشدة	٤.
الثالثة	14%	3	محايد	٥.
100%	22		المجموع	

١١ . عدم تداول مقاطع العنف لتنظيم داعش بين الأشخاص دون سن الرشد .

جاء في المرتبة الأولى خيار (أوافق بشدة) بستة عشر تكراراً ونسبة 72.727% ،
والمرتبة الثانية لخيار (أوافق) بخمسة تكرارات ونسبة 22.727% ، وجاء ثالثاً الخيار (لا
أوافق بشدة) بتكرار واحد بنسبة 4.545% ، أما المرتبة الرابعة فتقاسمها الخيارين (محايد)
و (لا أوافق) بنسبة تكرارات 0% بالمئة.

جدول(21) عدم تداول مقاطع العنف لتنظيم داعش بين الأشخاص دون سن الرشد

هل تؤيد عدم تداول مقاطع العنف لتنظيم داعش بين أشخاص دون 18 سنة.				
المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقياس	ت
الأولى	73 %	16	أوافق بشدة	١
الثانية	23%	5	أوافق	٢
الثالثة	4%	1	لا أوافق بشدة	٣
---	0%	0	لا أوافق	٤
---	٠%	٠	محايد	٥
---	%100	٢٢	المجموع	

النتائج:

١. أغلب المبحوثين شاهدوا فيديوهات عنيفة لتنظيم داعش في مواقع التواصل الاجتماعي،
ويعد موقع الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل طلبة جامعة
بغداد ، وفيه يشاهدون أكثر تلك الفيديوهات.

٢. هناك تناقض ما بين تأكيد نصف عدد المبحوثين على متابعتهم لأخبار داعش قبل سقوط
محافظة نينوى العراقية ، في الوقت الذي أكد أغلبهم عدم اهتمامه بمتابعة أخبار التنظيم

بصورة عامة ، إذ إنه من المنطقي زيادة الاهتمام بمتابعة تلك الأخبار بعد دخول التنظيم إلى العراق.

٣. التنظيم تمكن من التأثير على متابعيه تأثيراً سلبياً، ورسم صورة نمطية عنه في أذهان المتلقين .

٤. ازدياد عدد الفيديوهات المنشورة من التنظيم في مواقع التواصل الاجتماعي بعد دخوله إلى محافظة نينوى.

٥. اختلفت الآراء بنسب مقاربة حول مدى الاهتمام بهذه الفيديوهات، في حين العدد الأكبر من المبحوثين فضلوا الحياد في بيان اهتمامهم بتلك المنشورات .

٦. على الرغم من تأكيد نصف عدد المبحوثين على فضاة الممارسات التي يقوم بها تنظيم داعش ، إلا إن أغلبهم يشاهدون فيديوهات العنف تلك حتى النهاية.

٧. هناك توجه بعدم التفاعل مع تلك الفيديوهات بالإعجاب، أو التعليقات، وعدم مشاركتها مع الأصدقاء، لكن الآراء تقاربت ما بين مؤيد، ومعارض لنقل مضامين تلك الفيديوهات إلى العائلة، والمعارف مع العلم إن نسبة غير الموافقين بشدة كانت هي الأكبر ، فضلاً عن إن هناك توجه عام بعدم جواز تداول فيديوهات العنف الموثقة من قبل داعش بين من هم أقل من ١٨ سنة .

الاستنتاجات :

١. اهتمام فئة الشباب بمشاهدة أفلام فيديو عن العنف بلجوهم إلى مشاهدة أفلام عنف انتجها تنظيم "داعش"، على الرغم من نبذهم لتلك الممارسة كما يظهر في نتيجة (٦) و (٧) ، مما يفسر سبب انتشار سلوك العنف في المجتمع العراقي عامة .

٢. إن أغلب المبحوثين لم يكونوا مهتمين بأخبار التنظيم وفيديواته إلا بعد أن مس التنظيم جزء من أراضيهم، الأمر الذي يشير إلى سبب اهتمام المبحوثين بمتابعة الأفلام الفيديوية بعد احتلال التنظيم لمحافظة نينوى .

٣. تأثر المبحوثين بالأساليب الدعائية لتنظيم "داعش" والمنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أكد عبر تكون الصورة الذهنية والنمطية التي يملكها المبحوثين عن التنظيم عند تعرضهم للفيديوات المنتشرة بمواقع التواصل الاجتماعي ، مما أثر في تكوين أفكارهم واتجاهاتهم الذهنية العامة عن التنظيم وأهدافه عبر التعرض للفيديوات المنتجة من مكاتبه الدعائية .

٤. اهتمام التنظيم بنشر أهدافه، ومبادئه، وسياساته، وممارساته عبر مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة إنتاج فيديواته المنشورة من أجل إقناع الجمهور وإيصال رسائله بخاصة بعد احتلال محافظة نينوى.

٥. تخوف المبحوثين من إبداء رأيهم بشأن مديات الاهتمام بالفديويات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على تأثير التنظيم في نفوس المبحوثين سلباً .
٦. يتجه الجمهور إلى مشاهدة فيديويات العنف على الرغم من معارضتهم لبثها ونشرها والتفاعل معها ، ويتضح من ذلك إن المبحوثين لا يدركون أنهم يقومون برفع مشاهدة تلك الفيديويات عند مشاهدتهم لها ، مما يضمن استمرار ظهورها ورفعها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ، على الرغم من أنهم يعارضون تداولها ونشرها والتفاعل معها .
٧. يعي المبحوثون خطورة تداول فيديويات التنظيم بخاصة تلك التي تعرض مشاهد العنف ، لذا فهم لا يؤيدون تداول تلك الفيديويات بين فئة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الذين لم يتجاوزوا سن الثامنة عشر ، وذلك لتأثيرها في أدنى تقدير على الناحية السلوكية والنفسية وفي الأفكار والمعتقدات .

التوصيات :

١٠. يجب اقامة الندوات التثقيفية للشباب في الجامعات وتوعيتهم إزاء الأساليب الدعائية الممارسة من التنظيمات المسلحة والتي تهدف إلى نشر سلوك العنف بين أفراد المجتمع والتأكيد على أهمية تعرض الشباب إلى مضامين تؤكد على روح التسامح وقبول الآخر المختلف دينياً وطائفاً ، مع والخذ بنظر الاعتبار نشر التعاليم السماوية التي تؤكد على نبذ ذلك السلوك في المجتمع .
١١. توعية الشباب على أهمية التبليغ عن الصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أفلاماً وفيديوهات تحمل في طياتها مضامين العنف، والقتل، والسلوك العدواني، والتجاوز الديني والعنصري ، من أجل اتخاذ الموقع إجراء بإغلاقها ، نظراً لتجاوزها وانتهاكها المعايير الاجتماعية والدينية ، ويأتي ذلك الإجراء للحد من انتشار تلك الثقافة والأفكار والمعتقدات التي تحملها تلك الفيديويات، ومن أجل الحد من تأثيرها على المجتمع لاسيما فئة المراهقين.
١٢. أهمية إجراء البحوث التي تبحث في مجال تأثيرات الدعاية والحرب النفسية الممارسة من التنظيم داعش خاصة والتنظيمات المسلحة الأخرى عامة، مع النظر إلى أهمية إجراء بحوث تشير إلى الآثار النفسية والسلوكية لاعلام تلك التنظيمات على الجمهور عامة، لاسيما إن خطورة تلك التنظيمات تكمن في نشر أفكارها ومضامينها عبر الوسائل المطبوعة: الورقية والالكترونية ، والأفلام المرئية، والصوتية في الوسائل الاتصالية والإعلامية كافة، مع الإشارة إلى أهمية إجراء بحوث وصفية أو مقارنة ، أو سببية تبحث في العلاقة بين نوع وطول التعرض لتلك الأفلام، وكثافته وبين مستوى التأثير .

الهوامش :

- (١) محمد عبد الحميد ، دراسة جمهور في بحوث الاتصال ، (القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣) ، ص ١٠٦ .
(٢) عامر إبراهيم قنديلجي ، الإعلام الالكتروني ، (عمان ، دار المسيرة للنشر ، ٢٠١٥) ، ص ٤٢ .

* ينظر : محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، (بيروت، مكتبة الهلال، ٢٠٠٨) ، ص ٢٢٦
** ينظر: زيد الهويدي، أساسيات القياس والتقويم التربوي ، (الإمارات ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٥) ، ص ٦٣

(١) واشنطن: قصة حل الجيش العراقي والتضارب حول أحد أسوأ القرارات ، مقال منشور في موقع جريدة الشرق الأوسط ، على الرابط التالي : <http://archive.aawsat.com/>
*** (ابو مصعب الزرقاوي : اسمه احمد فاضل نزال الخلايله ، أردني من الزرقاء ، ولد عام ١٩٦٦ ، اتهم بحيازة المخدرات والاعتداء الجنسي في عمر ١٩ سنة ، في عام ١٩٨٩ سافر إلى أفغانستان وانضم إلى ما يعرف بالأفغان العرب ضد الغزو السوفيتي ، هناك التقى بأبي محمد المقدسي الذي شكل بالنسبة له أول معلم سلفي جهادي ، عاد إلى الأردن واعتقل في ١٩٩٣ بعد العثور على متفجرات في منزله ، حكم بخمسة عشر سنة وأطلق سراحه في ١٩٩٩ بعفو ملكي ليعود إلى أفغانستان ويقيم معسكرا تدريبيا ، أسس في العراق عام ٢٠٠٦ ما سمي بتنظيم "التوحيد والجهاد" وظل يترجمه حتى مقتله في عام ٢٠٠٦ بغارة جوية أمريكية.

(٧) نضال حمادة ، خفايا وأسرار داعش ، بيسان للنشر والتوزيع ، بيروت ٢٠١٥ ، ص ٨١ .
(٨) هيثم المناع ، خلافة داعش ، بيسان للنشر والتوزيع ، بيروت ٢٠١٥ ، ص ٢٨
**** (ابو عمر البغدادي : اسمه الحقيقي حامد داوود محمد خليل الزاوي ، ولد في قرية الزاوية التابعة لمحافظة الأنبار العراقية عام ١٩٦٩ ، تخرج من كلية الشرطة في بغداد وعمل ضابطاً ، عرف بتزيمته الديني ، ما أدى إلى فصله دون اعتقاله بتهمة الوهابية في عام ١٩٩٣ ، أصبح فيما بعد إماماً لجامع العساف وكان يعطي دروساً في العقيدة السلفية ، بعد احتلال العراق شكل مجموعة من المقاتلين وانضم إلى مجموعة (التوحيد والجهاد) وتسلم فيها مسؤوليات عدة ، في ٢٠٠٧ بايعه أسامة بن لادن أميراً على "دولة العراق الإسلامية" قتل عام ٢٠١٠ مع ابو حمزة المهاجر (المصري) خلال مواجهات مسلحة مع القوات الأمريكية في منطقة الثرثار . هيثم المناع ، المصدر السابق ، ص ٣٠
(١٠) نضال حمادة ، مصدر سابق ، ص ٨٢ .

(١١) حسن أبو هنية ، البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية ، بحث منشور في موقع الجزيرة الالكتروني على الرابط :

<http://studies.aljazeera.net>

***** (ابو بكر البغدادي : اسمه إبراهيم بن عواد بن إبراهيم البدري السامرائي ، ولد عام ١٩٧١ في مدينة سامراء ، يتحدر من عائلة تأخذ بالمنهج السلفي في فهم العقيدة الإسلامية ، تخرج من الجامعة الإسلامية في بغداد ، وحاز على شهادتي الماجستير والدكتوراه ، عمل أستاذاً ومعلماً وداعية ، أصبح إماماً لعدد من الجوامع في سامراء ، وبغداد ، والفوجة ، أنشأ أول تنظيم سماه "جيش أهل السنة والجماعة" ونشط عملياته في بغداد وسامراء وديالى ، اعتقل من قبل قوات التحالف في ٢٠٠٤ ، وأطلق سراحه في ٢٠٠٦ ، انضم إلى مجلس شورى المجاهدين وشغل فيه مناصب عدة ، كان يعد اليد اليمنى لأبي عمر البغدادي وأوصى الأخير قبل مقتله أن يكون أبو بكر خليفة له في زعامة الدولة الإسلامية في العراق.
(١٢) نجيب عبد القادر ، أسرار دولة البغدادي # داعش ، تغريدات ويكليكس البغدادي ، منشورة على الرابط:

<https://docs.google.com>

(١٣) محمد علوش ، داعش وأخوتها من القاعدة إلى الدولة الإسلامية ، كتب رياض الرئيس ، بيروت ٢٠١٥ ، ص ١٣٤ .

(١٤) معتز الخطيب ، تنظيم الدولة الإسلامية: البنية الفكرية وتعميدات الواقع ، بحث منشور في موقع مركز الجزيرة للدراسات ، على الرابط

<http://studies.aljazeera.net/files/isil/2014/11/2014112355523312655.htm>

- (١٥) معتز الخطيب ، المصدر السابق
(١٦) نضال حمادة ، مصدر سابق ، ص ٥٤
(١٧) محمد علوش ، مصدر سابق ص ٥٥-٥٦ .
(١٨) محمد علوش ، مصدر سابق ، ص ٥٥-٦٧ .
(١٩) محمد منير حجاب ، الحرب النفسية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ٢٠٠٥ ، ص ١٤٤-١٤٥ .

- (٢٠) أحمد دابا ، داعش من أضغاث أحلام الخلافة إلى حمات الدم، بحث من ثلاثة أجزاء منشور في موقع منوال على الرابط: <http://anwalpress.com>
- (٢١) «داعش» يستنسخ هوليوود دعائياً.. بما سر الجودة العالية والاحترافية في تصوير عمليات التنظيم الإرهابية؟، تقرير منشور في الطبعة الإلكترونية لجريدة الشرق الأوسط، العدد ١٣٢٢٠، بتاريخ ٦-٢-٢٠١٥
- (٢٢) المصدر السابق نفسه.
- (٢٣) هيثم المناخ ، مصدر سابق ، ص ٢٢.
- (٢٤) أمل الصيفي – أحمد الهنداوي ، داعش وجز الرقاب.. صناعة مخبرات أم ترويع للخصوم ، تحقيق منشور على موقع شبكة الإعلام العربية ، على الرابط : <http://moheet.com>
- (٢٥) محمد منير حجاب ، مصدر سابق ، ص ١٦١.
- (٢٦) مي العبدالله ، الدعاية وأساليب الإقناع ، دار النهضة العربية ، بيروت ٢٠٠٦، ط١، ص ٢٤
- (٢٧) محمد علوش ، مصدر سابق ، ص ٤٤-٤٧.
- (٢٨) محمد منير حجاب ، مصدر سابق ، ص ١٦٨.
- (٢٩) موقع الجزيرة أون لاين : <http://www.al-jazirahonline.com>
- (٣٠) هشام الهاشمي ، عالم داعش ، دار بابل ، بغداد ، ط١ ، ٢٠١٥ ، ص ١٧٩، ١٩٩.
- (٣١) حسن ابو هنية ، البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية ، بحث منشور على موقع مركز الجزيرة للدراسات ، على الرابط <http://studies.aljazeera.net/files/isil/2014/11/2014112363816513973.htm>:
- (٣٢) المصدر السابق ، ص ١٦٢، ١٦٣.
- (٣٣) امبراطورية داعش: ٥ منافذ إعلامية للتنظيم آخرها قناة الخلافة ، تحقيق منشور على الموقع الإلكتروني : <http://www.sasapost.com/isis-new-channel/>
- (٣٤) حسن ابو هنية ، مصدر سابق
- (٣٥) رنيم حنوش ، تويتر ويوتيوب سلاحا داعش في تجنيد المتطرفين ، جريدة الشرق الأوسط ، الطبعة الإلكترونية ، العدد ١٣٢٢١ ، بتاريخ ١١/٦/٢٠١٤.
- (٣٦) الموقع الإلكتروني لفضائية "دوتشا ويلا" الألمانية ، إعلام داعش الإلكتروني وسيلة لاستقطاب الشباب ، على الرابط : <http://www.dw.de/>
- (٣٧) حسن ابو هنية ، مصدر سابق.
- (٣٨) حازم الامين ، عن داعش ومجتمعاتها : اللعب خارج السوسيولوجيا ، بحث منشور على الموقع الإلكتروني لمركز الجزيرة للدراسات ، على الرابط : <http://studies.aljazeera.net/>
- (٣٩) وكالة سنا السورية للأنباء ، تنظيم "داعش" الإرهابي يعتمد على ٤٥ ألف مستخدم لموقع تويتر الإلكتروني للترويج له ، على الرابط : <http://www.sana.sy/>

**Marleen Awish Hormuz, Youth Exposure For
videos group " Disis" Published In social networking sites -
Exploratory study for students of the University of Baghdad for
the period from 1/2/2016 to 30/3/2016 College
of Esra University , 2017**

Abstract

Taking the subject of exposure at the present time another new form of certified technology, Vtaddt exposure methods varied with the advent of modern technologies and means of communication, through the use of electronic advertising and dissemination of films produced professionally in the social networking sites, and here comes the problem of search of the answer to the question follows a : What is the extent of exposure of young people to the videos of the

organization " Disis " in social networking sites? And how students are exposed to the University of Baghdad For videos Organizing a preacher On , And what is the extent to which young people are convinced of the contents of the organization's films ? , And what kind of impact does exposure to regulatory videos have? , And the amount of conviction obtained content?, And what are the attitudes of youth towards the elements of participation and interaction with the published videos about the organization? .

It aims research to identify ways of exposure and use of the sites of communication and image formed by the exposure in the minds of young people about the organization and its leaders to get to the effectiveness and activity of propaganda institutions for the organization as well as propaganda offices of the mandates in the practice of psychological warfare electronically, and belongs to this research to research exploratory - Scout, and resorted In which the researcher to use one of the types of survey approach is a sample survey, which aims to study a diverse part of the units of the research community to detect the phenomenon subject to research and analysis .

The researcher used a tool The resolution The scale tool: to reach the goals of the research, and through which we aim to Knowing the level of use of social networking sites , And the search included twoframes including a framework Theoretical M and was such as Chapter II, and frame Applied Representative Chapter three ,the research found a set of results, including the Most respondents have seen Videos Violent organization to advocate in social networking sites , Fflf Opinions at rates close about the extent of interest in these videos, while the largest number of respondents preferred neutrality in a statement of interest to those publications, and although half of the respondents confirm the practices abomination by the organization Disis, but most of them are watching Videos This violence to the end , and there emerged a tendency not to Interact with those videos with admiration, comments and not Share them With friends , The results were then followed by a set of conclusions and recommendations on the phenomenon being investigated .