



جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام مصدراً للمعلومات عن تنظيم الدولة
الإسلامية في العراق والشام (داعش)

**Dependency of Jordanians on Mass Media as Information
Source about the Islamic State of Iraq and al – Sham (ISIS)**

إعداد

لينا مجلي عليان قرعان

إشراف

الدكتور عبد الباسط أحمد هاشم محمود

قُدِّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

تخصص الإعلام في جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

الفصل الدراسي الأول (2015/2016)

التفويض

أنا الطالبة لينا مجلي عليان قرعان، أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المنظمات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: لينا مجلي عليان قرعان

التوقيع

التاريخ: 2015 / 12 /

قرار لجنة المناقشة

تم مناقشة هذه الرسالة بعنوان

اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام مصدراً للمعلومات عن تنظيم الدولة
الإسلامية في العراق والشام (داعش)

Dependency of Jordanians on Mass Media as Information
Source about the Islamic State of Iraq and al – Sham (ISIS)

إعداد

لينا مجلي عليان قرعان

بكالوريوس إذاعة وتلفزيون، جامعة اليرموك 2010م

أجيزت يوم الـ ٢٨

بتاريخ: 28 / 12 / 2015

أعضاء لجنة المناقشة:

د. عبد الباسط أحمد هاشم محمود عبد الباسط مشرفاً ورئيساً.

أستاذ مساعد في قسم العلاقات العامة والإعلان / كلية الإعلام / جامعة اليرموك

د. حاتم علاونة حاتم علاونة عضواً.

أستاذ مشارك في قسم الصحافة / كلية الإعلام / جامعة اليرموك

د. محمد بني سلامة محمد بني سلامة عضواً.

أستاذ مشارك في قسم العلوم السياسية / كلية الإعلام / جامعة اليرموك

ج

ج

شكر وعرّفان

إلى ذلك الجندي المجهول الذي قدّم بكرم الطائي، أستاذي وأخي الدكتور عبدالباسط شاهين، كلمات الشناء لا توفيك حقك، شكراً لك على عطائك، دُمت ودام علمك يُنتفعُ به ويُخلدُ لأجيالٍ تستتيرُ به، وجزاك الله عنا أفضل ماجزى العاملين المخلصين، وبارك الله لك أينما حطت بك الرحال...

والشكر موصولٌ إلى كلية الإعلام الأمّ الرؤوم، ممثلة بعميدها الدكتور حاتم علاونة، الذي أسّس نهجها فأعلى شأنها، فكانت منارة إعلامية سبّاقة رائدة، بوركت جهودكم الطيبة.

وعظيم الشكر والامتنان لجميع الأساتذة الأفاضل، وللعاملين في الكلية، الذين يسّروا ولم يُعسّروا، وقدّموا لنا كامل الدعم والمساندة، وإلى كل الزملاء الذين تشاطرتُ معهم ساعات العلم وتبادلت معهم المعارف، لكم صادق الشكر، ولي كامل الفخر بكم.

وعلى اليرموك أقسمنا اليميناً أن نبقى لها الحصن الأميناً .

الإهداء

قال الله تعالى: ﴿وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾ {سورة هود: الآية 88}

إلى شريكي وصديقي وزوجي وكُلِّ حياتي، ذلك الذي مد يده لي جسراً أعبر عليه، فكان دعماً وسنداً لي، إلى من يشاركني حياتي وأحلامي وطموحاتي، ويتربع على عرش قلبي، إلى زوجي المهندس محمد حتامله، ليس للكلمات وإن اجتمعت من بطون معاجم اللغة أن تُعبّر عن شكري وامتناني لك، فساعاتُ العلم ليست تُنسى، وسيُخلدُها التاريخ، أعهذك أن أسيرَ في الطريق الذي رسمناه سوياً.

إلى تلك الأرواح الطاهرة التي غادرت أرض البشر وهم أشبه بالملائكة، إلى روح والدي الطاهرة وهو الذي تمنى أن يشهد هذه اللحظات، فأوقفهُ القدرُ، وإلى روح أختاي الشابتين، مجدولين ونسرين.

ولأمي الحبيبة أعظم شكرٍ، ولها أهدي، فدَعَوَاتُهَا كانت بلسماً لروحي، ودعمها وتشجيعها كانا مُحفزين لجهودي ...

ولشقيقتي فراس وسفيان، ولشقيقتي ريم وحنين وياسمين وزوجها الدكتور محمد الروسان، وللأحبة إبراهيم وإيناس وجودي وإنجي. وللفاضلة المربية نوال الناصر، والأخ العزيز عبدالله حتامله.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	التفويض.
ج	قرار لجنة المناقشة.
د	شكر وعرهان.
هـ	الإهداء.
و	قائمة المحتويات.
ح	قائمة الجداول والأشكال.
ي	الملخص باللغة العربية.
ك	الملخص باللغة الإنجليزية.
1	المقدمة.
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.
4	مشكلة الدراسة.
5	أهمية الدراسة.
6	أهداف الدراسة.
6	أسئلة الدراسة.
7	فرضيات الدراسة.
8	مفاهيم الدراسة.
10	نظرية الدراسة.
11	الدراسات السابقة.
11	المحور الأول: الدراسات العربية.
17	المحور الأول: الدراسات الأجنبية.
24	التعليق على الدراسات السابقة.
24	نوع الدراسة ومنهجها.
24	مجتمع وعينة الدراسة.
25	خصائص العينة.
27	أداة جمع البيانات.
27	إجراءات الصدق والثبات.

28	المقاييس الإحصائية.
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.
29	المبحث الأول: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
38	المبحث الثاني: تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش".
58	المبحث الثالث: داعش والحرب الإعلامية.
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة ومناقشتها.
71	نتائج الدراسة ومناقشتها.
93	ملخص نتائج الدراسة.
95	نتائج اختبار فروض الدراسة.
96	التوصيات والمقترحات.
99	قائمة المصادر والمراجع.
	قائمة الملاحق.
116	ملحق رقم 1: الاستبانة.
122	ملحق رقم 2: قائمة المُحكِّمين.

قائمة الجداول والأشكال

الصفحة	الجدول والأشكال
26	جدول 1: العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة.
32	جدول 2: تصنيف أهداف اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
66	جدول 3: أبرز الإصدارات الإعلامية لداعش.
71	جدول 4: مدى اعتماد عينة الدراسة على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش.
72	جدول 5: العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على معلومات عن داعش.
74	جدول 6: طبيعة تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش.
78	جدول 7: التحليل العاملي للتأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات عن داعش.
79	جدول 8: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع الجمهور الأردني ومدى اعتمادهم على الوسائل الإعلامية.
80	جدول 9: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام.
81	جدول 10: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام.
81	جدول 11: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام.
82	جدول 12: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام.
82	جدول 13: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع عينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام.
83	جدول 14: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام.
83	جدول 15: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام.
84	جدول 16: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام.
84	جدول 17: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام.
85	جدول 18: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع عينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.

85	جدول 19: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.
86	جدول 20: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.
87	جدول 21: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.
87	جدول 22: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.
88	جدول 23: اختبار T لدراسة الفرق بين الذكور والإناث نحو التأثيرات الناتجة من اعتمادهم على وسائل الإعلام.
88	جدول 24: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة.
89	جدول 25: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة.
90	جدول 26: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي والتأثيرات.
90	جدول 27: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة.
91	جدول 28: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية وعوامل تعرضهم لهذه الوسائل.
91	جدول 29: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية و طبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.
92	جدول 30: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية و التأثيرات الناتجة من هذه الاعتماد.
92	جدول 31: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين عوامل تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام و التأثيرات الناتجة من هذا التعرض.
93	جدول 32: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التأثيرات الناتجة من تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام وطبيعة تفاعله عبر هذه الوسائل.

قرعان، لينا. اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام مصدراً للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، 2015. المشرف: د. عبدالباسط أحمد هاشم محمود

الملخص

حاولت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للحصول على معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش"، والعوامل المؤثرة على هذا الاعتماد، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة متاحة من الجمهور الأردني قوامها 400 مفردة، باستخدام أداة الاستبانة، وأظهرت نتائج الدراسة أن القنوات التلفزيونية جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور الأردني كمصدر للمعلومات عن داعش، تليها مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية، وأن السرعة في نقل الحدث ودعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي جاءت في مقدمة العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى هذا الاعتماد.

وأوضحت الدراسة أن التأثيرات المعرفية هي أهم التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش، تلتها التأثيرات الوجدانية، وحلّت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأخيرة، كما أظهرت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام تعزى لعاملَي العمر والمستوى التعليمي، ووجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية والتأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد.

الكلمات المفتاحية: الاعتماد على وسائل الإعلام، الدولة الإسلامية في العراق والشام، داعش،

الإرهاب، الجمهور الأردني.

Quraan, Leena. Dependency of Jordanians on Mass Media as Information Source about the Islamic State of Iraq and al - Sham (ISIS), Master thesis, Department of Radio and Television, Faculty of Mass communication, Yarmouk University, 2015.

Supervisor: Dr. Abd El-Basit Ahmed Hashem Mahmoud

Abstract

A questionnaire survey was conducted with a convenient sample of 400 Jordanian respondents to examine their dependency on traditional and new media for getting information about the Islamic States of Iraq and al-Sham (ISIS), and to investigate the reasons and effects of this dependency.

The results of current study indicate that the most respondents depend on TV channels as information source about ISIS more than other mass media, this followed by social networking sites and news sites. The results also reveal that the speedy transmission of information and using multimedia are the most important reasons of this dependency, as well as, the results show that the cognitive effects are most important effects of this dependency, this is followed by emotional and behavioral effects.

The study also shows that there is a significant effect for age and educational level of respondents on the effects of their dependency on mass media for getting information about ISIS, and there is a significant positive relationship between this dependency and its effects.

Keywords: Media System Dependency (MSD), the Islamic States of Iraq and al-Sham, ISIS, Terrorism, Jordanian Audience.

اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام مصدراً للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)

المقدمة:

يعاني العالم من صراعات وتبدلات سياسية، ومنازعات عسكرية وتحولات ديمقراطية، ويتأثر الفكر والحوار السياسي بالعديد من المتغيرات، على رأسها الإرهاب الدولي (الساموك وعبد الرزاق، 2011، ص 11)، ومن أهم القضايا التي باتت تؤرق الشارع العالمي عموماً والعربي خصوصاً، ظهور تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام والمعروف باسم "داعش"، في الجوار العربي السوري والعراقي، فقد بات يحجز مساحة جغرافية وإعلامية واسعة في مختلف النواذ الإعلامية، تقليدية كانت أو حديثة، حكومية أو خاصة. ومن المعروف أن وسائل الإعلام في مجال الأزمات وبخاصة الحروب تؤدي أدواراً مركبة منها ما هو دعائي، ومنها ما هو دبلوماسي، ومنها ما يُعرف بالدور القتالي أو ما اصطلح على تسميته بالحرب الإعلامية (الصرابرة، 2008، ص9)، فعصر العولمة يتميز بسقوط الحدود الزمانية والمكانية، وتلاشي المسافات (عثمان، 2004)، ما جعل وسائل الإعلام جزءاً أساسياً من حياة الشعوب والمجتمعات، بفعل استجابتها ومواكبتها للتطورات والمستجدات الحاصلة في شتى المجالات الحياتية، وقدرتها على الوصول إلى الجماهير ومخاطبتها والتأثير فيها (الدعجة، 2008)، ففي عصر الثورة التكنولوجية تبرز حرية الوصول أو النفاذ إلى المعلومات كأحد أبرز أساسيات الحياة (fosket, 1993, p10).

ولا يخفى على مُطَّلِعٍ أن عموم الجمهور الأردني قد تابع إحراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة عبر فيديو بثته داعش على الإنترنت، أبدعت إنتاجه بوحشية لا نظير لها، بإسلوب تصويري وإخراجي وإنتاجي هوليوودي كما وصفه الخبراء، وربما استطاعت داعش أن توصل رسالتها عبر هذا الفيديو بما يوازي معظم

الفيديوهايات التي بثتها من قبل ومن بعد، كما وقد يجد المطلع أن الهوس الإعلامي والشعبي بمراقبة أخبار التنظيم ومتابعتها لم يتراجع مع مرور الوقت، فالشهرة التي حظي بها التنظيم كانت نتاج سلسلة طويلة من التطورات والأسباب التي حققت جماهيرية كبيرة له ولتقصي المعلومات عنه، فتجد أنيا فيلر تشوك، أن التنظيم قد حظي باهتمام إعلامي واسع بعد اجتياح الموصل واحتلالها في شهر حزيران 2014، وبانت أخباره تلقى اهتماماً ومتابعة متزايدة في جميع أنحاء العالم خاصة بعد قرار التنظيم إعلان "الخلافة"، وقد منحت الوحشية المتطرفة في قتل الرهائن زخماً إعلامياً وجاذبية للتنظيم (أبو هنية وأبو رمان، 2015، ص5). ومازاد رصيد التنظيم من المعلومات هو ما بات يشهده العالم من تغيرات تكاد تكون إنقلابية، تقودها وسائل الإعلام والاتصال لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن الأجيال السابقة، حيث بات الإعلام شريكاً أساسياً في عملية التغير (الرفاعي، 2011، ص ص687-743).

وفي قلب هذه الأحداث وهذه الثورة التكنولوجية، بات من أسهل الأمور الحصول على المعلومات عن داعش من خلال الوسائل الإعلامية، حيث تصدّرت أخباره عناوينها وصفحاتها وتحليلاتها، وليست الإمبراطورية الإعلامية التي أوجدها التنظيم إلا نافذة إعلامية عملاقة لا شبيه لها بين المنظمات الإرهابية عبر ما سجله التاريخ، فالتنظيم تنبّه إلى أن الإعلام يؤدي دوراً هاماً ومؤثراً في توجهات الرأي العام واتجاهاته، وصياغة مواقفه وسلوكياته، إذ لا يستطيع الشخص تكوين موقف معين أو تبني فكرة معينة إلا من خلال المعلومات والبيانات التي يتم توفيرها له، ما يؤكد قدرة الإعلام بكافة صورته وأشكاله على إحداث تغييرات في المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية (الدعجة، 2008)، كما أدرك جلياً، أن وسائل الإعلام والاتصال" تضطلع بدور بالغ الأهمية على مختلف المستويات النظرية والتطبيقية، وعلى نطاق واسع في إيصال معطيات الفكر والمعرفة إلى الناس، بلغة وأدوات أكثر نفاذاً وفاعلية في تشكيل فكر المجتمع ووجدانه

(الرفاعي، 2011، ص ص 687-743). وحيث إن دراسة استخدام وسائل الإعلام في الحروب يمكن أن تكشف الكثير من الحقائق حول حرية تدفق البناء والمعلومات وعلاقات القوة في النظام الإعلامي الدولي (صالح، 2008، ص 49)، ولأن الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد في حالات الكوارث والأزمات والتهديدات، وظهور التنظيم وتبعاته يشكل أزمة نوعية امتدت لسنوات وما زال مستقبلها مجهولاً، كان هذا الجهد المتواضع يهدف إلى التعرف على اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش".

وقد قامت الباحثة بتقسيم الدراسة الى ثلاثة فصول؛ تَضَمَّنَ الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، ويشمل تعريفاً بالدراسة من حيث مشكلتها، وأهميتها، وأهدافها، وأسئلتها، وفروضها، ومفاهيمها، والنظرية التي تتبع لها، بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة، ونوع الدراسة ومنهجها، ومجتمعها وعينتها، وأداة الدراسة وما تم استخدامه من مقاييس إحصائية، وتَضَمَّنَ الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة ويشمل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش"، وداعش والحرب الإعلامية، وتَضَمَّنَ الفصل الثالث نتائج الدراسة ومناقشتها وأبرز توصياتها.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

يتناول هذا الفصل تعريفاً بالدراسة من حيث مشكلتها، وأهميتها، وأهدافها، وأسئلتها، وفروضها، ومفاهيمها، والنظرية التي تتبع لها، بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة، ونوع الدراسة ومنهجها، ومجتمعها وعينتها، وأداة الدراسة وما تم استخدامه من مقاييس إحصائية.

مشكلة الدراسة

في ظل تنامي الاهتمام العالمي والإقليمي والمحلي بتنظيم الدولة الإسلامية، الذي بات يبسط سيطرته على مساحات واسعة من الأراضي العراقية والسورية، وظهوره في ليبيا وسيناء المصرية، وانضمام العديد من الجماعات الجهادية تحت لواء هذا التنظيم (مثل بوكوحرام في نيجيريا وأنصار بيت المقدس في مصر... وغيرها)، وتبنيّه العديد من العمليات الإرهابية أهمها حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة، وتفجيرات كل من تونس وأنقرة وباريس والطائرة الروسية على الأراضي المصرية، إضافة إلى ذبح الأقباط المصريين في ليبيا... إلخ، الأمر الذي دفع الحكومات والمنظمات الدولية للنظر إلى التنظيم على أنه خطر يهدد الإنسانية جمعاء، وهو ما دفع أيضاً وسائل الإعلام للاهتمام الكبير بهذا التنظيم بشكلٍ لم يُسبقَ لأي تنظيم إرهابي آخر، بما في ذلك تنظيم القاعدة، ولأن الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد في حالات الكوارث والأزمات والتهديدات، أصبح الجمهور شغفاً لقراءة وسماع ومشاهدة المزيد من المعلومات عن هذا التنظيم الخطير، ورغم الخطر المُحدق من التنظيم، خاصةً على الأردن؛ لما له من حدود جغرافية معه، ولتأثره المباشر بما يحدث في دول الجوار، لاحظت الباحثة تدني الاهتمام الأكاديمي على المستويين المحلي والعربي بدراسة

اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن المنظمات الإرهابية بما في ذلك تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، وبناءً على ذلك؛ تتبلور مشكلة الدراسة في: التعرف إلى مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام وتأثيرات هذا الاعتماد.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- الاهتمام الدولي والإقليمي والمحلي الذي بات يحظى به تنظيم الدولة الإسلامية؛ حيث بات يحجز مساحة واسعة في الإعلام العالمي بمختلف أشكاله، وبات يشكل تهديداً دولياً وإقليمياً.
- الحاجة لمثل هذه النوعية من الدراسات؛ للاستفادة منها في معرفة المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور الأردني للحصول على المعلومات عن تنظيمات تُصنّف على أنها إرهابية كتتنظيم الدولة الإسلامية.
- تُعدُّ هذه الدراسة في حدود علم الباحثة من الدراسات العربية الأولى التي تهتم بدراسة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- تتيح تهديدات تنظيم الدولة - لاسيما على دول الجوار ومنها الأردن - فرصة مثالية لاختبار فرضيات الاعتماد على وسائل الإعلام، وبعض المتغيرات التي تُؤثّر على مدى ومقدار هذا الاعتماد، خاصة وأن النظرية تقوم على فرضية أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد في وقت الأزمات والتهديدات.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف إلى:

- كثافة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة للحصول على معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- العوامل التي تؤثر على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للحصول على معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- مدى تفاعل الجمهور الأردني مع وسائل الإعلام الحديثة فيما تقدمه من معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للحصول على معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- العلاقات المتبادلة بين متغيرات الدراسة الرئيسية (العوامل الديموغرافية، مدى الاعتماد، عوامل الاعتماد، تفاعل الجمهور مع الوسائل الحديثة فيما تقدمه من معلومات عن تنظيم الدولة، التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد).

أسئلة الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية؟

2. ما العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن

تنظيم الدولة الإسلامية؟

3. ما طبيعة تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الإعلام الحديثة؟

4. ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم

الدولة الإسلامية؟

فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية تُعزى للمتغيرات الديموغرافية.
- **الفرضية الثانية:** هناك تأثير للمتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة على عوامل اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- **الفرضية الثالثة:** يوجد تأثير للمتغيرات الديموغرافية على تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الإعلام الحديثة فيما تقدمه من معلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- **الفرضية الرابعة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الدولة الإسلامية تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية.
- **الفرضية الخامسة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية وعوامل هذا الاعتماد.

• **الفرضية السادسة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية وطبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.

• **الفرضية السابعة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

• **الفرضية الثامنة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عوامل تعرّض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

• **الفرضية التاسعة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية وطبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.

مفاهيم الدراسة:

الإرهاب:

تبنت الباحثة تعريف الجمعية العربية لمكافحة الإرهاب؛ حيث عرّفته أنه أي فعل أو تهديد عنيف - بغض النظر عن دوافعه أو أهدافه- يحدّث عند تقديم أجندة إجرامية فردية أو جماعية، تسعى إلى نشر الهلع بين الناس، مسببة الخوف؛ عن طريق إيذائهم أو وضع حياتهم وحرّيتهم وأمنهم في خطر، أو تسعى لإلحاق الضرر بالبيئة أو بالمؤسسات العامة والخاصة، أو الممتلكات أو احتلالها أو الاستيلاء عليها، أو السعي لتعريض الموارد الوطنية للخطر (Arab Convention for the Suppression of Terrorism,) (1998).

السلفية الجهادية:

تبنت الباحثة تعريف المُنظِّر الجهادي البارز السوري مصطفى عبدالقادر والمعروف بأبي مصعب السوري، صاحب العمل الموسوعي عن التيار الجهادي، الذي عرّف السلفية الجهادية بأنها: "تشمل التنظيمات والجماعات والتجمعات والعلماء والمفكرين والرموز والأفراد الذين تبنا فكرة الجهاد المسلح ضد الحكومات القائمة في بلاد العالم العربي والإسلامي، باعتبارها أنظمة حكم مرتدة؛ لحكمها بغير ما أنزل الله، وتشريعها من دون الله، وولائها لأعداء الأمة من قوى الكفر المختلفة، كما تبنا منهج الجهاد المسلح ضد القوى الاستعمارية الهاجمة على بلاد المسلمين، معتبرين تلك الأنظمة التي أسقطوا شرعيتها وخرجوا عليها حلفاء محاربين للإسلام والمسلمين" (هدهود، 2015).

تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) (ISIS)

إجرائياً: أحد أشهر التنظيمات السلفية الجهادية التي نشأت جزءاً نتوءات في الفكر الجهادي، وكانت بذرتها من جماعة التوحيد والجهاد والتي أسسها أبو مصعب الزرقاوي في العراق، وأعلنت الولاء لاحقاً لتنظيم القاعدة، ومَرَّت بمراحلٍ ومسمياتٍ عدة، ففي البداية حملت اسم تنظيم القاعدة في العراق، تلاه تنظيم دولة العراق الإسلامية، وما لبث أن وصل ما يُسمَّى الربيع العربي إلى سوريا، حتى استغلَّ التنظيم ذلك بهدف التمدد في سوريا، فأوفدَ رجاله لتأسيس جبهة النصرة التي نأت بنفسها لاحقاً عن التنظيم بسبب مبالغته في الوحشية، وخلافاته مع معظم التنظيمات المعارضة الأخرى، ما دفع زعيم التنظيم أبو بكر البغدادي للقدوم بنفسه من العراق إلى سوريا لتأسيس الدولة الإسلامية في العراق والشام المعروفة باسم "داعش"، وفي 2014 سيطر التنظيم على الموصل أحد أكبر المحافظات العراقية معلناً الخلافة الإسلامية، وداعياً إلى مبايعة ما

أسماء "الدولة الإسلامية"، وقد بايعته منظمات من مختلف الدول، وانضمت إليه أعدادٌ كبيرة من المقاتلين من مختلف دول العالم. وقد صنفته الأمم المتحدة بالتنظيم الإرهابي، وياتت له حدود مع عدد من الدول .

نظرية الاعتماد (Media System Dependency theory (MSD):

تفترض هذه النظرية أن الشخص يعتمد أو يُكتفَى من استخدامه لبعض وسائل المعلومات التي تُلبي احتياجاته أو تحقق أهدافه (Ball-Rokeach & Defleur, 1976)، وقدم كل من روبين وفيندال Rubin & Windahl (1986) تفسيراً جديداً لنظرية الاعتماد فيما يُعرف بنموذج الاستخدامات والاعتماد Uses and Dependency Model، قديماً خلاله الأفراد في إطار الأنظمة الاجتماعية التي تساعد في تشكيل احتياجاتهم، كما ربطا بين دوافع واستخدامات الفرد لوسائل الإعلام وتأثيرات اعتماده عليها. ووضّح كل من ديفلير ويول روكتش DeFleur & Ball-Rokeach (1989) أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يرجع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتعلقة بفهم الذات والمجتمع، والتوجيه السلوكي والتفاعلي، وكذلك التسلية الفردية والاجتماعية. وينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)، والتي تختلف باختلاف الوسائل والرسائل الإعلامية، والجمهور، وأيضاً باختلاف المجتمعات والظروف الاتصالية، ومن أهم أمثلة هذه التأثيرات:

1. التأثيرات المعرفية: مثل إزالة الغموض، تشكيل الاتجاهات، ترتيب الأولويات، توسيع المعتقدات، التأثير في القيم.

2. التأثيرات الوجدانية: مثل الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي.

3. التأثيرات السلوكية: مثل التنشيط، الخمول (مكاوي والسيد، 1998).

وخصصت الباحثة المبحث الأول من الفصل الثاني لعرض هذه النظرية وملائمتها لموضوع الدراسة.

الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات العربية.

1. دراسة (شاهين، 2014) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا

الإرهاب - دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية"

سعت الدراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية وتقييم حدود المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب، وتبنت الدراسة مدخلين نظريين: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتم توزيع استبيان على 200 مبحوث يمثلون عينة عشوائية، بالإضافة إلى عينة قوامها 10 مفردات من نخب الإعلام والأمن والعلاقات العامة، وخُصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المصرية للحصول على الأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية بنسبة (92%)، وتصدرت القنوات الفضائية المصرية الخاصة قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأحداث الإرهابية، تليها القنوات العربية، بينما حلت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الإلكترونية بالترتيب الثالث والرابع على التوالي، كما تصدرت التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام.

2. دراسة (الكناني، 2013) بعنوان "دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم

نحو الإرهاب"

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل مدى تعرض عينة الدراسة للرسائل الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية العراقية حول الإرهاب، ورصد وتحليل العلاقة المتبادلة بين درجة تعرض العينة للرسائل

الإعلامية ودرجة الوعي بقضية الإرهاب، وهي دراسة استطلاعية أُجريت على عينة قوامها 150 مبحوثاً، وتوصلت إلى تفضيل عينة الدراسة للأخبار كمصدر للمعلومات عن الإرهاب، وجاءت الموضوعية والمصادقية واتِّفاق القنوات الفضائية العراقية مع التوجُّهات المذهبية للعينة في مقدمة الأسباب التي تدفعهم إلى الاعتماد عليها، كذلك أظهرت نتائج الدراسة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العراقية كمصدر مهم للمعلومات وتشكيل المعارف حول القضايا المختلفة.

3. دراسة (فاروق، 2012) بعنوان "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة

كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011 المصرية، إضافة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل وطبيعة التفاعل معها، والتعرف إلى مدى تحقُّق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بالاعتماد على هذه الوسائل أثناء الثورة، وأُجريت الدراسة على عينة قوامها 300 مبحوث خلال شهري أبريل ومايو 2011، وتوصلت الدراسة إلى تحقق العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام، أما قائمة العوامل التي دفعت الجمهور لمتابعة وسيلة معينة أبان الثورة فتصدرتها: سرعة الوسيلة في نقل المعلومات، واستمرارية تغطية الحدث، إلى جانب تدعيم الخبر بصوِّرٍ أو مشاهد فيديو مصوِّرة، إضافة إلى ذلك الموضوعية وعدم التحيز وثقة الجمهور في الوسيلة.

4. دراسة (علوان، 2011) بعنوان "اعتماد الجمهور العراقي على شريط الأخبار" السبتييل" كمصدر

للأخبار والمعلومات - دراسة ميدانية"

سعت الدراسة إلى معرفة مدى قوة اعتماد الجمهور العراقي على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، ومعرفة أسباب هذا الاعتماد، وأهم القنوات التي يُفَضِّل الجمهور التعرض لشريط الأنباء من خلالها، إضافة إلى معرفة العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على شريط الأنباء ومدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، وجرى توزيع 180 استبانة، وتوصلت الدراسة إلى الاعتماد الكبير من قبل الباحثين على شريط الأنباء كمصدر أساسي لمعرفة الأنباء والمعلومات، وأظهرت أن السبب الرئيس لمتابعته هو لمعرفة الأنباء العاجلة. كما تفوَّق بروز الخبر كعامل مؤثر ودافع قوي لجذب الباحثين في متابعة شريط الأنباء، وأظهرت ارتفاع عدد الباحثين الذين أجابوا بأن متابعتهم لشريط الأنباء (السبتايل) تجعلهم متابعين بصورة فورية وأنية للأحداث وتَفوِّقها على بقية الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الأخرى، والتي يحصل عليها الباحثون من خلال متابعتهم لشريط الأنباء.

5. دراسة (مظهر، 2011) بعنوان "التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء

الأزمات- دراسة مسحية على حادثة تفجيرات مدرسة 7 يوليو للبنات"

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى تعرض طلبة كلية الإعلام اليمنية لمصادر المعلومات أثناء الأزمات، والكشف عن العوامل المؤثرة في اعتماد العينة على الوسائل كمصدر للمعلومات عن أزمة تفجير "مدرسة 7 يوليو للبنات"، كما طُبِّقَت على عينة قوامها (200) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى تعدد مصادر الحصول على المعلومات، واحتلت القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى التي اعتُمدت في استقصاء المعلومات، كذلك ارتفاع نسبة الباحثين الذي يستعينون بمصادر تتوافق مع وجهة نظرهم، وارتفاع نسبة الذين تابَعوا تفاصيل الحادثة في التلفزيون المحلي بصفة منتظمة.

6. دراسة (طالب، 2011) بعنوان "جهود وسائل الإعلام في تزويد طلاب الجامعات الفلسطينية بالمعلومات حول قضية القدس"

سعت الدراسة إلى التعرف على أهم الوسائل المستخدمة للحصول على المعلومات عن القدس، والدور الذي تقوم به الوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي لدى الشباب بقضية القدس، واستخدمت الدراسة أسلوب الاستبانة؛ حيث أُجريت على عينة قوامها (404)، من طلاب الجامعات الفلسطينية، وأبرز نتائج الدراسة تمثلت باعتماد العينة على الإنترنت كمصدر للمعلومات تلاه التلفزيون، ثم الإذاعة وأخيراً الصحف، وأثبتت الدراسة وجود فروق في درجة اهتمام الشباب الفلسطيني بقضية القدس في الإذاعات حسب التخصص ولا توجد فروق في بقية وسائل الإعلام، كما أظهرت تَمَنُّع معظم عينة الدراسة بمستوى متوسط من المعلومات عن قضية القدس، واعتماد الطلاب في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة على المصادر الإعلامية الفلسطينية بشكل رئيس في الحصول على معلومات عن القدس، وجاء في مقدمتها التلفزيون الفلسطيني الرسمي وفي الإذاعات كانت الأقصى الأكثر تفضيلاً للعينة.

7. دراسة (أبو شنب و تريان، 2008) بعنوان "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات - دراسة تطبيقية على الأزمة الداخلية الفلسطينية"

سعت الدراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات خاصة في أوقات الأزمات بوجه عام، وعلى أزمة الاقتتال الداخلي بين حركتي فتح وحماس بوجه خاص، وذلك من خلال تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وذلك باستخدام صحيفة استبيان، وتوزيعه على عينة الدراسة المتمثلة بـ 200 مبحوث، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن

الاعتماد على الفضائيات العربية حلّ في الدرجة الأولى في قائمه الحصول على المعلومات، يليها في الدرجة الثانية مواقع الإنترنت المختلفة، كما جاءت الإذاعات المحلية في قائمة الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل دائم للحصول على المعلومات تليها الإذاعات العربية، ومن حيث الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات، جاء تلفزيون فلسطين في الدرجة الأولى تليه الفضائيات العربية في الدرجة الثانية، وفي الاعتماد على المواقع الإلكترونية أثناء الأزمات جاءت المواقع الإلكترونية المختلفة في المقدمة، تليها المواقع التابعة لحركة فتح، وأخيراً المواقع التابعة لحركة حماس.

8. دراسة (مصطفى، 2008) بعنوان "دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته

نحو الإرهاب - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي"

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل مدى تعرض الجمهور العربي للرسائل الإعلامية للقنوات الفضائية عن الإرهاب، وكذلك رصد وتحليل العلاقة المتبادلة بين درجة تعرض الجمهور لهذه الرسالة، ودرجة المعرفة والوعي بقضية الإرهاب المثارة في هذه القنوات، كما تهدف الدراسة إلى رصد العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين وكل من المعلومات عن الإرهاب والاتجاه نحو الإرهاب ومدى رفضه، وقد استخدمت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وأجريت على عينة قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الفضائيات العربية شكلت المصدر الرئيس للحصول على المعلومات حول الأحداث المختلفة، وحظيت قناة الجزيرة بالمكانة الأولى من حيث كثافة المشاهدة، تلتها الـMBC، وجاءت الفضائيات الوطنية الرسمية في مرتبة متأخرة، أما أسباب الاعتماد فتمثلت في القدرة على المتابعة السريعة والفورية للأحداث في المرتبة الأولى، تلاها التزام القنوات بالموضوعية والمصادقية في المرتبة الثانية، وأخيراً حلّ الاتفاق مع التوجهات السياسية للمبحوثين.

9. دراسة (كافي، 2007) بعنوان "مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الإعلام كمصدر

للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة- دراسة مسحية في أزمة الرسوم المسيئة للنبي محمد صلى

الله عليه وسلم"

تهدف الدراسة إلى معرفة حجم تعرض الشباب الجامعي اليمني لوسائل الإعلام أثناء حدوث

الأزمات الطارئة والتعرف إلى درجة الاعتماد على الوسائل الإعلامية في الحصول على المعلومات حول

الأزمة والأهداف من الاعتماد على تلك الوسائل والتأثيرات الناتجة عن ذلك الاعتماد، واستخدم الباحث

الاستبانة والتي وزعها على 415 مفردة، وتكونت عينة الدراسة من أربع جامعات، وأظهرت النتائج:

الاعتماد على الفضائيات العربية كأهم مصدر لاكتساب المعلومات عن الأزمات، تلاه الاتصال

الشخصي، بينما حل الإنترنت أخيراً كمصدر للمعلومات، وتصدّر التلفزيون اليمني المحلي قائمة

الوسائل المحلية التي يعتمد عليها أفراد العينة كمصدر للمعلومات، وأبرزت الدراسة أن أسباب الاعتماد

تمثلت بالتوجيه، ثم الفهم. وبالنسبة للتأثيرات الناتجة عن الاعتماد فكان أبرزها: الآثار المعرفية، تليها

السلوكية، وأخيراً كانت الآثار الوجدانية.

10. دراسة (الضبع، 2007) بعنوان "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب

المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل

الإعلام لاكتساب المعلومات عن أنفلونزا الطيور، وتقييم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المصري

لإمداد الجمهور بالمعلومات الصادقة أثناء الأزمات، وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم

توزيع استبانة على عينة الدراسة التي تكونت من (700) مفردة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة،

وذلك من المحافظات الغربية، الإسكندرية، كفر الشيخ، القاهرة، سوهاج، وأظهرت الدراسة تصدّر التلفزيون والصحف وسائل الإعلام التي يعتمد عليها أفراد العينة وقت الأزمات، وكانت وسائل الإعلام المصدر المفضل للحصول على المعلومات عن الأزمات التي تحدث في المجتمع وخاصة نشرات الأخبار، فيما كان السبق الإعلامي لأخبار أفراد العينة عن أزمة أنفلونزا الطيور لأول مرة من خلال وسائل الإعلام وخاصة القنوات الأرضية بالتلفزيون، كذلك فقد اعتمد أغلب أفراد العينة على الصحف القومية في الحصول على معلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور، وجاء البرنامج العام في مقدمة البرامج الإذاعية التي اعتمد عليها أغلب أفراد العينة للحصول على معلومات حول أزمة أنفلونزا الطيور.

المحور الثاني: الدراسات الأجنبية.

1. دراسة (Narasimhamurthy, 2014) بعنوان "وسائل الإعلام الجديدة والثقافة الجديدة-

اعتماد مجتمع الإنترنت في الهند"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والتحويلات الثقافية الجديدة على مجتمع الإنترنت في الهند، ومناقشة آلية نسج وسائل الاتصال الجديدة في الحياة اليومية، وعلاقة الاعتماد في مجتمع الإنترنت وهذه الثقافة الجديدة، وأخيراً فهم كيفية تحول وسائل الإعلام إلى ثقافة جديدة في المجتمع الهندي وآثارها. وأبرز ما توصلت إليه الدراسة تمثّل بالتقارب في وسائل الإعلام الجديدة ووجود الأثر العميق على كافة جوانب المجتمع، كما أظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام أثّرت على المجتمع والأفراد بشكل إيجابي؛ حيث أتاحت الحصول على المعلومات والحوار والتعليم، إضافةً إلى الوصول إلى

أن الثقافة الجديدة أدخَلت المجتمع الهندي إلى المعايير الثقافية والاجتماعية، لكنها لم تُلغي المعتقدات الهندية التقليدية، مما أدى إلى التفاعل بين النمطين.

2. دراسة (HA& ZHANG, 2013) بعنوان "الاستهلاك والاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية

باعتبارها أخباراً متوسطة- مقارنة بين طلاب الكلية والسكان المحليين-"

استخدمت الدراسة العينة العشوائية البسيطة على عينة قوامها 688 مفردة، تَمَثَّلَتْ بطلاب جامعة أوهايو بالإضافة إلى السكان المحليين المقيمين في ولاية أوهايو، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الوسيلة الإعلامية الأساسية كمصدر للشباب؛ حيث بينت الدراسة أن الطلبة يعتمدون على المواقع غير الصحفية مثل أخبار جوجل وياهو، والفيديو عبر الإنترنت، وأظهرت الدراسة أن السكان يعتمدون على عدد من وكالات الأنباء التقليدية مثل شبكة الأخبار الفضائية، والصحف اليومية كمصدر للمعلومات الإخبارية.

3. دراسة (Kim, et al, 2013) بعنوان "الاتصال بالإنترنت قبل وبعد 11 سبتمبر 2001"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى المصادر الإعلامية التي اعتمدها الجمهور كمصدر للمعلومات عن أحداث 11 سبتمبر، والتعرف إلى التأثيرات المعرفية و الوجدانية والسلوك الناتجة من هذا الاعتماد، والتعرف على المدة الزمنية التي بات يقضيها الباحثون للحصول على المعلومات عن هذه الأحداث، ولتحقيق هذه الأهداف، تم استطلاع آراء عينة البحث المكونة من 190 مُسْتَطَلَعاً من ولاية لوس انجلوس المعروفة بالتنوع العرقي، وتوصلت الدراسة إلى أن اعتماد الناس على وسائل الإعلام التقليدية، التلفزيون والإذاعة والصحف، زادت بعد أحداث 11 سبتمبر، بغض النظر عما إذا كان لديهم اتصال

بالإنترنت أو لا، وأن المتصلين بالإنترنت بشكل فعال استجابوا أكثر للأحداث من الأقل اتصالاً به، وأظهرت النتائج أنّ (65.7%) من مجموع أفراد العينة يقضون وقتاً أطول من المعتاد لمشاهدة التلفزيون بعد أحداث 11 سبتمبر، تلاه قراءة الصحف بنسبة (41.6%)، وأخيراً الاستماع إلى الراديو بنسبة (33.0%)، أما شراء أو عرض العلم الأمريكي فكان أبرز التأثيرات الناتجة من ذلك الاعتماد بنسبة (73.2%)، تلاه التحدث عن الأحداث مع الجيران بنسبة (67%)، وحلّ أخيراً تقديم مساهمات مالية إلى صندوق الإغاثة بنسبة (65.8%).

4. دراسة (Ognyanova & Rokeach, 2012) بعنوان "الفاعلية السياسية للإنترنت: نهج الاعتماد على وسائل الإعلام"

تمثلت أهداف الدراسة بالتعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة على الفاعلية السياسية واختبار العلاقة بين المواقف السياسية وفائدة الاضطلاع من خلال الويب، كذلك مناقشة فيما إذا كانت تصورات الناس تؤثر على إمكانية الديمقراطية باستخدام معادلة النمذجة الهيكلية، وأجريت الدراسة في 50 ولاية وفي مقاطعة كولومبيا، وتم استخدام المقابلات الهاتفية وأجريت المقابلات بين 27 أبريل و30 أغسطس من عام 2010، وتوصلت الدراسة إلى أن الفاعلية السياسية للإنترنت ترتبط مع الإطلالة الفردية حول شمولية ومصداقية وسائل الإعلام الجديدة، وأن الفاعلية السياسية ترتبط أيضاً بقدرة الاطلاع على الإنترنت للمساعدة في الحفاظ على أيديولوجيا الشبكات الاجتماعية المتجانسة، كما توصلت الدراسة إلى العثور على كثافة علاقات الاعتماد على الإنترنت لشمولية الأخبار على الإنترنت.

5. دراسة (Lee, 2011) بعنوان "استكشاف التعبيرات العاطفية على موقع اليوتيوب من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"

هدفت الدراسة إلى استكشاف التعابير العاطفية المستنبطة من موقع اليوتيوب، والتعرف على دور اليوتيوب كمنصة إعلامية في تسهيل التعبير عن العواطف عقب وفاة شخصية عامة؛ من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتحقيق الهدف السابق قامت الدراسة باختيار عينة عشوائية منشورة على موقع اليوتيوب ممثلة بعشرين شريط فيديو -متعلق بوفاة جاكسون- لكل أسبوع، وكانت مدة الدراسة ثلاثة أسابيع؛ حيث أصبح عدد أشرطة الفيديو 60 شريطاً، وأظهرت النتائج أن يوتيوب يؤدي دوراً هاماً في تسهيل التعبيرات العاطفية، كما كشف التحليل مجموعة متنوعة من المشاعر (الحزن، والأسى، والغضب، والإحباط). وأظهرت أن التعبيرات العاطفية تختلف بين الجنسين فيما يتعلق بمرور الوقت، والأحداث الجارية في البيئة، ووجدت الدراسة أن هناك اختلافاً إحصائياً في التعابير العاطفية بين الذكر والأنثى مضيئةً أن موقع اليوتيوب يقدم الاحتياجات العاطفية لعملية الحزن بعد وفاة شخصية عامة.

6. دراسة (Jackob, 2010) بعنوان "لا بدائل؟ العلاقة بين إدراك نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام،

واستخدام مصادر المعلومات البديلة، والثقة العامة في وسائل الإعلام"

استهدفت الدراسة عينة عشوائية قوامها 850 من السكان الألمان، وتم إجراء البحث عبر مقابلة هاتفية، للإجابة على 45 سؤالاً، وكان متوسط أعمار العينة 48 سنة، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أن الباحثين الأكبر سناً كانوا الأكثر اعتماداً على الإعلام كمصدر للمعلومات، كذلك توصلت إلى أن التعرض للتلفزيون، واستخدام شبكة الإنترنت وقراءة المجلات السياسية والصحف ليس لها دلالة إحصائية بمستوى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأفراد مصادر غير إعلامية وضعف اعتمادهم على وسائل الإعلام، ووجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مصادر المعلومات البديلة والثقة بها، وأخيراً خلصت الدراسة إلى أنه لا

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقة في وسائل الإعلام، واستخدام الإنترنت أو قراءة المجلات السياسية.

7. دراسة (Robertson, 2009) بعنوان "الاعتماد على وسائل الإعلام خلال هجوم إرهابي محتمل على

نظام الغذاء والألياف في الولايات المتحدة"

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام (التوجه العمل، الفهم الاجتماعي) على أساس تصور إرهاب زراعي على الغذاء في الولايات المتحدة، واستخدمت الدراسة العينة المتاحة من طلاب كلية الزراعة في جامعة ولاية أوكلاهوما، وتم توزيع الاستبانة عن طريق البريد الإلكتروني، وأفادت النتائج أن ترتيب اعتماد المشاركين على مصادر المعلومات عن تهديدات إرهابية للنظام الغذائي جاءت تنازلياً كما يلي: التلفزيون، الإنترنت، ثم الراديو، وحلت الوسائل المطبوعة أخيراً، كما جاء التلفزيون والإذاعة على التوالي الأكثر فائدة لتوفير المعلومات عن كيفية مساعدة ضحايا الهجمات الإرهابية في الإمدادات الغذائية، وكان التلفزيون أيضاً في طليعة الوسائل المفيدة في توفير المعلومات حول كيفية حماية المبحوثين لأنفسهم ضد الهجمات الإرهابية لنظام الغذاء والألياف، كما أفاد نصف المستطلعين أنهم لم يستخدموا أي مصادر إعلامية للحصول على معلومات حول التهديدات الإرهابية لنظام الغذاء والألياف، كما أظهرت الدراسة أن الانتماء السياسي ومصادقية وسائل الإعلام ترتبط بشكل غير مباشر بالاعتماد على وسائل الإعلام، أما الثقة في وسائل الأخبار فكان السبب الأبرز لاعتماد الوسيلة الإعلامية كمصدر للمعلومات، كما أظهرت وجود علاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام والعمر والمستوى التعليمي.

8. دراسة (Loveless, 2008) بعنوان "الاعتماد على وسائل الإعلام: وسائل الإعلام كمصادر

للمعلومات في التحول الديمقراطي للدول الأوروبية الوَسْطِيَّة والشرقية"

هدفت الدراسة إلى فحص مدى اعتماد السكان أو الجمهور في الدول التي دخلت إلى الديمقراطية حديثاً على وسائل الإعلام الجماهيري، ومثَّلت عينة الدراسة سِتَّ دولٍ في وسط وشرق أوروبا (بولندا، جمهورية التشيك، سلوفاكيا، هنغاريا، رومانيا وبلغاريا) في الفترة (1996-1997)، وتكونت عينة الدراسة من (10,301) مبحوث من هذه الدول، واستخُصت الدراسة أن وسائل الإعلام تؤثر في التحول الديمقراطي وعمليات التنشئة السياسية، وأن سكان هذه البلدان يعتمدون على وسائل الإعلام لتناول المعلومات السياسية، وكان أكثر هذا الاعتماد على التلفزيون والراديو والصحف على الترتيب، وأن الاعتماد على كل من التلفزيون والصحف تربطه علاقة إيجابية مع الدخل، كذلك أظهرت أن دور وسائل الإعلام في السياسة الديمقراطية الناشئة أكثر بكثير مما كانت عليه في الدول الغربية الأكثر استقراراً، وأخيراً أن استراتيجيات وسائل الإعلام تتراجع مع بداية الاستقرار السياسي.

9. دراسة (Lowrey, 2004) بعنوان "الاعتماد على وسائل الإعلام خلال نطاق واسع من الاضطرابات

الاجتماعية: حالة 11 سبتمبر"

هدفت الدراسة إلى التعرف على اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام المتمثلة بالتلفزيون، الراديو، الإنترنت، ووسائل الإعلام المطبوعة (الصحف والمجلات)، ومعرفة الفائدة من متابعتها كمصدر للمعلومات حول تهديد الإرهاب للأُمَّة، وعن التهديد للمجتمع، وحول كيفية مساعدة ضحايا الهجمات، وحماية أنفسهم من الإرهاب، والتعرف على السلوكيات الناتجة عن اعتمادهم على الإعلام. ولتحقيق هذه الأهداف تم جمع البيانات عبر الهاتف من عينة عشوائية مكونة من 507 مفردة، تعيش

في ممفيس، تينيسي، وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هو عدم وجود علاقة بين المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية كالدخل والتعليم والاعتماد على وسائل الإعلام، كما أظهرت أن المتغير الديموغرافي الوحيد الذي أثر في الاعتماد كان العمر؛ فالأصغر سناً أكثر اعتماداً، كذلك تصدّر الراديو القائمة كمصدر للمعلومات يليه الإنترنت، وأخيراً وسائل الإعلام المطبوعة.

10. دراسة (Li & Jeong, 2003) بعنوان "مشاكل الاستخدام المختلط من استخدام وسائل الإعلام

والاعتماد عليها"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى المشاكل الناتجة من استخدام وسائل الإعلام والاعتماد عليها، والتعرف على العوامل الديموغرافية المؤثرة على هذا الاعتماد، والتعرف على الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد العينة على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 3000 مفردة، باستخدام المقابلة الهاتفية، وتوصلت إلى أن هنالك فرقاً بين استخدام وسائل الإعلام والاعتماد عليها، فالاستخدام يتأثر بعدة عوامل منها سلوك الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام، وأوقات التعرض والاختيارات المتاحة أمام الجمهور، أما الاعتماد فيتأثر بأهداف الجمهور وخبرته في التعامل مع الوسيلة واستخدامها وثقته بما تقدمه من معلومات وأخبار. كما توصلت إلى أن هنالك عوامل مشتركة في التأثير على كل من الاستخدام والاعتماد منها (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، الدخل، الاهتمامات)، وأظهرت نتائج الدراسة أن التلفزيون جاء بالمقدمة كمصدر للمعلومات تلاه محركات البحث على الإنترنت، وحلّت المطبوعات والإنترنت أخيراً على الترتيب، وأظهرت الدراسة أيضاً، أنّ الاعتماد على وسائل الإعلام له تأثيرات مختلفة على المعرفة حول الأحداث الجارية.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها

من خلال استعراض الدراسات السابقة تمثّل تعليق الباحثة فيما يلي:

- أبرزت الدراسات السابقة الاهتمام بدراسة الاعتماد على وسائل الإعلام في وقت الأزمات والتهديدات.
- حداثة الدراسات السابقة؛ حيث أُجريَ معظمها في السنوات العشر الأخيرة.
- وجود قصور في دراسة الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات عن التنظيمات الإرهابية.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في إعداد الاستبانة، بالإضافة إلى صياغة المشكلة البحثية.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي "تهدف إلى وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات" (زغيب، 2009، ص ص 89-90). واعتمدت الدراسة على منهج المسح الذي يَسْتَهْدَف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، واستُخدِمَ منهج مسح جمهور وسائل الإعلام لوصف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية، والوقوف على أسباب هذا الاعتماد، وتحليل التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد، وتحديد العلاقات بين متغيرات الدراسة المختلفة.

مجتمع الدراسة وعينتها

يضم مجتمع الدراسة جميع الجمهور الأردني، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة؛ من خلال وتوزيع الاستبانة كأداة لجمع البيانات، خلال الفترة من 1-30 سبتمبر 2015، بطريقة العينة المتاحة

.Convenient Sample

خصائص العينة

أجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مبحوث أردني، واشتملت العينة على 178 ذكر بنسبة (44.5%)، و222 أنثى بنسبة (55.5%)، حيث تراوحت أعمار معظمهم ما بين "20 إلى أقل من 30 سنة"، إذ بلغ عدد المستجيبين من هذه الفئة العمرية 279 مفردة بنسبة (69.8%)، يليهم من تقل أعمارهم عن 20 سنة بعدد 47 بنسبة (11.8%)، يليهم من تتراوح أعمارهم "من 30 إلى أقل من 40 سنة" حيث بلغ عددهم 46 بنسبة (11.5%)، وانخفض عدد من تتراوح أعمارهم ما بين "40 سنة فأكثر" بشكل ملحوظ، حيث بلغ عدد من تتراوح أعمارهم ما بين "من 40 إلى أقل من 50" 20 مبحوث بنسبة (5%)، بينما بلغ عدد من تتراوح أعمارهم ما بين "من 50 فأكثر" إلى 8 مبحوثين فقط بنسبة (2%) من إجمالي عينة الدراسة.

وأشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى ارتفاع نسبة الحاصلين على شهادة جامعية "البكالوريوس" بعدد 342 مبحوثاً (85.5%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم الحاصلين على شهادة "الدبلوم"، إذ بلغ عددهم 20 مفردة بنسبة (5%)، يليهم الحاصلون على شهادة ثانوية فأقل بعدد 18 مبحوثاً (4.5%)، يليهم الحاصلون على درجة "الماجستير" 17 مفردة بنسبة (4.2%)، وانخفض عدد الحاصلين على درجة الدكتوراة بشكل ملحوظ، حيث بلغ عددهم 3 مبحوثين بنسبة (0.8%) فقط من إجمالي عينة الدراسة.

ويوضح الجدول رقم (1) العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول 1: العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة	المتغير الديموغرافي
44.5	178	ذكر	العمر
55.5	222	أنثى	
11.8	47	أقل من 20 عام	العمر
69.8	279	من 20 إلى أقل من 30 عام	
11.5	46	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	
5.0	20	من 40 عام إلى أقل من 50 عام	
2.0	8	أكثر من 50 عام	
4.5	18	ثانوية عامة فأقل	المستوى التعليمي
5.0	20	دبلوم	
85.5	342	بكالوريوس	
4.2	17	ماجستير	
0.8	3	دكتوراه	
4.0	16	حزبي	الاتجاه السياسي
96.0	384	غير حزبي	
29.2	117	أقل من 500 دينار	الدخل الشهري للأسرة
29.5	118	من 500 إلى أقل من 750 دينار	
19.8	79	من 750 إلى أقل من 1000 دينار	
21.5	86	أكثر من 1000 دينار	
67.0	268	اريد	مكان الإقامة
1.8	7	الزرقاء	
0.2	1	السلط	
1.5	6	المفرق	
1.8	7	جرش	
4.5	18	عجلون	
20.8	83	عمان	
1.8	7	مادبا	
0.8	3	معان	
%100	ن=400	المجموع	

أداة جمع البيانات

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على الاستبانة أداةً بحثيةً ضمّت المحاور الآتية:

- مدى الاعتماد على الوسائل الإعلامية للحصول على المعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- عوامل الاعتماد على الوسائل الإعلامية للحصول على المعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام الحديثة في الحصول على المعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية.
- التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على الوسائل الإعلامية للحصول على المعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية .
- الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

إجراءات الثبات والصدق

اختبار الصدق:

تم عرض فقرات الاستبانة على محكمين* من أساتذة الاتصال الجماهيري والإعلام بجامعة اليرموك من ذوي الخبرة الطويلة بالممارسات البحثية الميدانية؛ للوقوف على وضوح الأسئلة وتركيبها اللغوي وتوافقها مع أهداف البحث وتساؤلاته؛ حيث تم الأخذ بأرائهم وتعليقاتهم.

اختبار الثبات:

تم قياس الثبات من خلال أسلوب كرونباخ ألفا Cronbach Alpha لقياس الاتساق الداخلي لمقاييس أسئلة الدراسة، حيث بلغت درجة الثبات لمقاييس العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل

الإعلام في الحصول على معلومات عن داعش ($\alpha=0.910$)، ولمقياس تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش ($\alpha=0.872$)، ولمقياس التأثيرات ($\alpha=0.920$).

المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة

اعتمدت الباحثة في تحليل بيانات الدراسة على برنامج (SPSS) مستخدمةً الأساليب الإحصائية التالية: (T-Test)، اختبار (One Way Anova)، معامل الارتباط بيرسون (Person Correlation)، كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، الوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation)، والجداول التكرارية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للدراسة في خمسة مباحث هي: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، داعش، داعش والحرب الإعلامية، تمويل داعش، مقاتلو داعش.

المبحث الأول: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات من القرن الماضي؛ حيث كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندر بول روكيتش - Sandra Ball Rokeach وزملائها عام 1974 في ورقة بحثية قاموا بتقديمها بعنوان "منظور المعلومات"، ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثين "ديفلير وبول روكيتش" Defleur & Ball-Rokeach مؤلفا كتاب "نظريات وسائل الإعلام" عام 1976، بعد أن قاما بمليء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والاشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على الجمهور ودوافع التعرض لوسائل الإعلام المختلفة (المزاهرة، 2012، ص ص 207-208). واعتمد واضعو نظريات وسائل الإعلام الأوّلون بشكل عام على منطق دوركايم Durkheim في صياغة الرأي القائل بأن خليطاً من التعقيد الاجتماعي، وتوافق الرأي المحدود، وعدم وجود قواعد، والابتعاد النفسي أو العزلة هي العوامل التي يمكن أن تصنع وسائل اتصال جماهيرية قوية، ومن المعتقد أنه في مثل هذه الظروف يمكن إقناع الأشخاص تغيير مواقفهم بواسطة وسائل الإعلام بسهولة (ديفلير وروكتش، 1993، ص 410).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، أما جوهر هذه النظرية فيقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي دوافعه وحاجاته وتساعدُه في تحقيقها (الموسى، 1986، ص156)؛ فالفكرة الرئيسة التي تقوم عليها النظرية أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد كلما كانت هذه الوسائل قادرة على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، لذا يجب أن تتطور هذه الوسائل بتطور المجتمعات (كنعان، 2015 م، ص 240).

وتجيب هذه النظرية عن سؤالين رئيسين هما: متى ولماذا يعتمد الجمهور وسائل الإعلام، كما تتناول تأثيرات هذا الاعتماد على معتقداتهم وسلوكهم، وهذا ما يُعدُّ تفسيراً لطرق اعتماد الناس على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية (ديفلير وروكتش، 1993، ص 424). وتُحدِّد النظرية طبيعة علاقة الفرد بهذه الوسائل، فكما اعتمد المتلقي على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وتختلف عملية (الاعتماد) عن عملية (التعرض) للوسيلة الاتصالية، فالتعرض قد يتم على سبيل الصدفة أو بطريقة عفوية دون قصد، بينما (الاعتماد) يتم وفق منظور (الجمهور النشط) الذي يختار الوسيلة التي تحقق له اشباعاته ومعتمداً عليها في الحصول على المعلومات التي تحقق له أهدافاً معينة ويَعُدُّها مرجعاً لاتخاذ القرارات. ومهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الاتصالية فإن المضمون الإعلامي أو الرسالة يجب أن تُصاغ وتُقدَّم وفق خصوصية وطبيعة كل مجتمع وإلا قوبلت بالرفض، فالوسيلة الإعلامية والجمهور الذي تُوجَّه إليه الرسالة يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل (علوان، 2008، ص 41).

ويزداد اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات مع تزايد مفاهيم الغموض والتهديد والأزمات والثورات في البيئة الطبيعية والاجتماعية المحيطة، مثل فترات التغيير الاجتماعي والصراع وعدم الاستقرار في المجتمع،

والكوارث الطبيعية والجريمة العنيفة والإرهاب، حيث تسهم وسائل الإعلام بدورها في تهدئة المخاوف وإعادة الطمأنينة، وتفسير المعلومات التي تسهل إعادة ترتيب الأوضاع الجديدة (Loveless, 2008, p.163). فعلى سبيل المثال إزداد اعتماد المصريين على وسائل الإعلام أثناء ثورة 25 يناير في مصر، مما أدى إلى زيادة وعيهم وقدرتهم على اختبار هذه الوسائل التي يمكن متابعة أحداث الثورة من خلالها، وارتفاع تحقق التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (فاروق، 2012، ص 178).

مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يلخص المزاهرة (2012) أهم مميزات نظرية الاعتماد في ثلاث نقاط:

1. تُعدُّ نظرية الاعتماد نموذجاً مفتوحاً لمجموعة من التأثيرات المحتملة، فهي نظرية شاملة تقدم رؤى متكاملة للعلاقة بين وسائل الاتصال والرأي العام، وتأثيرها عليه.
 2. تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من اهتمامها بالمتغيرات الشخصية؛ لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.
 3. تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد يؤدي إلى المطالبة بتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام (ص232).
- ويضيف ملكاوي (2009) خاصية أخرى هي:

4. إن نظرية الاعتماد نظرية بيئية، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات (ص200).

أهداف الجمهور من الاعتماد على وسائل الإعلام:

وضّح ديفلير وبول روكتش (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989) أنّ اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يرجع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتعلقة بفهم الذات والمجتمع، والتوجيه السلوكي والتفاعلي، وكذلك التسلية الفردية والاجتماعية، وقام الباحثان بتصنيف لهذه الأهداف المبينة في الجدول رقم (2).

جدول (2) تصنيف أهداف اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام

(مصدر الجدول: DeFleur & Ball-Rokeach, 1989, p. 306)

التسلية (Play)	التوجيه (Orientation)	الفهم (Understanding)
التسلية الذاتية أو الفردية Solitary Play مثل: الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو الحصول على شيء ما لتقوم بإنجازه بمفردك.	التوجيه الفعلي أو السلوكي Action Orientation مثل: تقرير ما تشتريه، وما ترتديه، وكيف تصبح نحيفاً.	الفهم الذاتي Self-Understanding مثل: التعرف إلى الذات ونمو الشخصية.
التسلية الاجتماعية Social Play مثل: الذهاب إلى السينما أو سماع الموسيقى مع العائلة والأصدقاء.	التوجيه التفاعلي Interaction Orientation مثل: الحصول على إرشادات حول كيفية التعامل مع المواقف الجديدة والصعبة.	الفهم الاجتماعي Social Understanding مثل: التعرف إلى العالم أو المجتمع وتفسيره.

تأثيرات وسائل الإعلام:

يشير مصطلح "التأثير" إلى التغيير الذي يحدث في سلوك الفرد، وينتج عن استقباله لبعض المعلومات التي تؤثر على مخزونه المعرفي، وتدفعه بالتالي للقيام بسلوك مغاير للعمل الذي اعتاد أن يقوم به في السابق (الموسى، 1995، ص 114)، وينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية والتي تختلف باختلاف الوسائل والرسائل الإعلامية والجمهور، وأيضاً باختلاف المجتمعات والظروف الاتصالية، ومن أهم أمثلة هذه التأثيرات:

1. التأثيرات المعرفية: مثل إزالة الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب الأولويات، توسيع المعتقدات، التأثير في القيم.

2. التأثيرات الوجدانية: مثل الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي.

3. التأثيرات السلوكية: مثل التنشيط، الخمول (مكاوي، 2009، ص ص 210 - 214).

وفيما يلي عرض لهذه التأثيرات:

أولاً: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:

تتمثل التأثيرات المعرفية في المعلومات التي يستقبلها الفرد عن طريق الحواس المختلفة، والتي تستحوذ على انتباهه، فيتقبلها الإطار المرجعي أو يرفضها (الموسى، 1995، ص 115)، وتتضمن التأثيرات المعرفية للاعتماد على وسائل الإعلام عدة آثار منها:

1) الغموض Ambiguity:

يفترض مؤسس النظرية "ديلفير وروكتش" بأن الاعتماد على وسائل الإعلام الفردية والجماعية يزداد قوة في الحالات التي تكون فيها البيئة الاجتماعية غامضة أو مهددة أو سريعة التغيير، مثل الأزمات والاضطرابات السياسية والصراعات بين الجماعات (ديفلير وروكتش، 1993، ص 430)،

ويحدث الغموض نتيجة لتناقض المعلومات التي يتعرض لها الأفراد أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، وتزداد نسبة الغموض حين تقع أحداث غير متوقعة وحين يكتنف المعلومات الغموض أو التضارب، ففي هذه الحالة يتولد إحساس بالغموض لتصبح وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات (المزاهرة، 2012، ص 227).

2) تكوين الاتجاه أو تشكيله:

يبدأ تكوين الاتجاه أو تشكيله إذا ما اعتمد المتلقون اعتماداً أساسياً على معلومات وسائل الإعلام ليسايروا عالمهم المتغير؛ حيث تصاغ الاتجاهات باستمرار عندما تبرز شخصيات جديدة أمام الجمهور كالشخصيات السياسية والدينية والرياضية ... إلخ، وهذه الوسائل الجماهيرية تطرح أمام المتلقين الكثير من الأحداث والأشخاص والقضايا، مما يجعل الجمهور يحدد مشاعره تجاهه بتعرضه له (ديلفير وروكيتش، 2001، ص 355)؛ "فوسائل الإعلام هي من يقوم بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها، وخاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الصراعات" (عبد الحميد، 2000، ص 238).

3) ترتيب الأولويات:

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في ترتيب أولويات "Agenda setting" الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع (مكاوي، 2008، ص 211)؛ فليس للناس وقت أو طاقة لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول كل شيء، إذ عليهم أن يختاروا عدداً محدوداً من الموضوعات والقضايا ليهتموا بها، ومن هنا تبرز ضرورة تحديد سلم الأولويات، ولعملية ترتيب الأولويات سمّتان

أساسيتان، أولهما: لماذا تتشابه أولويات المتلقين حول بعض الموضوعات إلى حد كبير؟ والثانية: أنه وعلى الرغم من حالات التشابه، لماذا تظهر فروقات عديدة في سلم أولويات المتلقين فيما تعرضه عليهم وسائل الإعلام من موضوعات؟ (ديلفير وروكيتش، 2001، ص356).

(4) توسيع المعتقدات:

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسة للأنشطة الاجتماعية (كنعان، 2015، ص152)، ويمكن توسيع نظام المعتقدات إما بزيادة عدد الفئات أو زيادة عدد المعتقدات في الفئة الواحدة (ديلفير وروكيتش، 2001، ص 358).

(5) الحفاظ على القيم:

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم (المزاهرة، 2011، ص 228)، فالمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام تستطيع أن تقوم بدور كبير في شرح القيم وتدعيمها.

ثانياً: التأثيرات العاطفية (الوجدانية) "Emotional Effects"

يشمل الجانب الوجداني مختلف المشاعر والعواطف من حُبّ وكرهية وخوف وميول إيجابية وأخرى سلبية، ويعتمد أفراد المجتمع اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم العاطفية أو الوجدانية، كما أن وسائل الإعلام يمكنها تحقيق تأثيرات عاطفية أخرى إلى جانب إشباع هذه الحاجات (ديلفير وروكيتش، 2001، ص 259)، ويظهر هذا التأثير عند تقديم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية؛ تؤثر على

مشاعر الأفراد واستجاباتهم، وبالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل (عبد الحميد، 2000، ص 238)،
ومن أمثلة هذه التأثيرات:

(1) الفتور العاطفي:

هناك فَرَضٌ يَرى أن التعرض المكثف لموضوعات العنف في الوسائل الإعلامية يؤدي إلى
الفتور العاطفي، وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين (عبد الحميد، 2000، ص 238).

(2) الخوف والقلق:

إن التعرض المستمر للرسائل أو الدراما التلفزيونية لأعمال العنف والكوارث يؤدي إلى إثارة
الخوف والقلق، كما أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى إثارة الخوف والتوتر بسبب
ما تقدمه هذه الوسائل من أخبار (كنعان، 2015، ص 153).

(3) الدعم المعنوي والاعتراب:

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام، رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو زيادة
شعورهم بالاعتراب، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها
الفرد (مكاوي، 2008، ص 213).

ثالثاً: التأثيرات السلوكية Behavioral Effects :

يُعرَّفُ السلوك بأنه العمل أو القول الذي يصدر عن الإنسان (الموسى، 1995، ص 117)، وتُعدُّ
التأثيرات السلوكية الأثر الذي يشغل اهتمام العديد من الناس؛ فالتغيرات الخاصة بالاتجاه والمعتقدات
والمشاعر مهمة، فالسلوك يحدث نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية (المزاهرة، 2011، ص 229)،
وتتحصّر هذه الآثار وفقاً لديلفير وروكيتش في سلوكين أساسيين هما: التنشيط "Activation" والتثبيط
"Deactivation"

(1) التنشيط:

يعني قيام الفرد بعمل ما، نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية والعاطفية مثل اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام، وقد يتمثل التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة للإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة، والتنشيط يكون مفيداً اجتماعياً في هذه الحالة، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع مثل العنف والجرائم والاضطرابات (كنعان، 2015، ص 154).

(2) التثبيط

وقد تقوم الرسائل التي تبثها الوسائل الإعلامية بدور كبير في إثارة ردود فعل عاطفية مثل التأييد أو اللامبالاة نتيجة خلق هذه الرسائل حالة من الخوف، وقد تصل إلى ذروتها في تثبيط رغبة الناس من القيام مثلاً بالتصويت في الانتخابات (ديفلير وروكيتش، 2001، ص ص 363-364).

نظرية الاعتماد والنظم السياسية

وفي مجال النظم السياسية وعلاقتها بوسائل الإعلام نجد أن النظم السياسية تعتمد على وسائل الإعلام في:

(1) غرس القيم والمعايير السياسية الخاصة بالمجتمع ودعمها مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والتصويت.... إلخ.

(2) دعم النظام والتماسك الاجتماعي.

(3) تعبئة المواطنين لتبني الأنشطة الضرورية .

(4) السيطرة على الصراعات التي تظهر بين القوى السياسية أو كسبها أو تلك التي تظهر بين النظام

السياسي والنظم الاجتماعية الأخرى (عبد الحميد، 2000، ص ص 141-142).

المبحث الثاني: تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش"

لم تخرُج "داعش" من كهوف الماضي، وإن بدت أشبه بمسلسل تاريخي مُتقن نسبياً، فالظاهرة صعدت من صميم المجتمعات العربية المتعترّة، ومن مناهج التعليم التي قدّست القائد الأوحد وأسلاك التجزئة وغيّبت الوعي وخدّرت الشعوب، هي جاءت من تعطيل السياسة، وخنق المجتمع، وسحق الكرامة، وتجهيل الأجيال، وسرقة خبزها (شاكر، 2014)، وللتعرف على تطور هذا التنظيم ومعرفة خصائصه وأفكاره، قسّمت الباحثة تاريخ التيارات السلفية الجهادية التي ظهرت في أواخر القرن العشرين واستمرت حتى وقتنا هذا إلى أربع مراحلٍ رئيسية، وذلك اعتماداً على قراءاتها في تاريخ هذه التيارات:

- 1) الجهاد الأفغاني العربي ونشأة تنظيم القاعدة (1981 - 2000).
- 2) تنظيم القاعدة وأحداث 11 سبتمبر (2001 - 2009).
- 3) نهاية الصراع بين تنظيم القاعدة والصحوات (2009 - 2011).
- 4) من جبهة النصرة إلى تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (2011 - 2015).

المرحلة الأولى: الجهاد الأفغاني العربي ونشأة تنظيم القاعدة (1981 - 2000)

وهذه المرحلة شهدت نشأة تنظيم القاعدة وامتدت إلى ما قبل أحداث 11 سبتمبر 2001، ومرت بوثنتين

رئيسيتين:

الأولى (1981 - 1990)

كانت البدايات الأولى لتنظيم القاعدة إبان الحرب السوفيتية الأفغانية (1979 - 1989)، حيث أعلن

تأسيس تنظيم القاعدة في أغسطس عام 1989، وذلك وفقاً لمبادئٍ ضبابيةٍ وأجندةٍ غامضةٍ تستند إلى مفهوم

جوهري يؤسس لعلاقات تضامنية بين قدامى المحاربين العرب في أفغانستان، الذين قاتلوا السوفيت، مع وجود تصورٍ أوليٍّ مستقبليٍّ يسعى لتحرير فلسطين، وكان الشيخ عبد الله عزام، والذي عمل على تأسيس "مكتب الخدمات" مع بن لادن منذ وصوله إلى أفغانستان عام 1984 قد وضع أصول النظرية الأولى، وفي هذا السياق ظهر الجيل الأول للقاعدة بزعامة بن لادن (أبو هنية، 2013).

ويُعَدُّ الشيخ عبد الله العزام الأبُّ الروحي لأسامة بن لادن والداعية إلى الجهاد الأممي، والمُنْتَظَرُ الأول للجهاد المهاجر، وجزءاً من قائمةٍ ممن أدوا دوراً في تحول الأصولية الإسلامية إلى أممية دولية، يحذوها أمل تأسيس الخلافة الإسلامية، ويعد العزام العربي الأفغاني الأول، الذي كان له الدور الأكبر والأهم في نشوء ظاهرة العرب الأفغان، والتي بدورها أنتجت في ما بعد تنظيم القاعدة، فالعزام ولد في فلسطين عام 1941، ونال درجة الدكتوراه في أصول الفقه، واعتقدَ أن المناضلين لتحرير فلسطين ابتعدوا عن الإسلام الحقيقي المتمثل بالجهاد بالسلح، الأمر الذي دفعه للسفر إلى أفغانستان والانضمام إلى المجاهدين ضد الاتحاد السوفيتي، وراح العزام يكتف تأكيده على أن الجهاد فرض عين على كل المسلمين، ففي موسم حج 1403هـ عام 1983، وافق أكثر من مائة عالم من دول إسلامية مختلفة على فتوى العزام بأن الجهاد أهم فروض الأعيان، وذلك في مركز التوعية العامة بمبنى (كمال، 2002، ص ص 3-16).

وفي العام 1984 أسس الشيخ أسامة بن لادن بيت الأنصار في بيشاور، وكانت الغاية منه أن يكون محطة لاستقبال الوافدين الجدد من المتطوعين للجهاد قبل إرسالهم إلى معسكرات التدريب، وفي العام 1989، أسس مكتباً لتسجيل أسماء المجاهدين وإعلام عائلات من يُقْتَلُ منهم، وكان مكتب التسجيل هذا يسمى "القاعدة"، ومن هنا نشأ اسم التنظيم، وعقب انسحاب الجيوش السوفيتية من أفغانستان في العام 1989، عاد بن لادن إلى السعودية بعد تلقيه تحذيراً من الاستخبارات الباكستانية مفاده أن وكالة

الاستخبارات المركزية الأمريكية CIA تسعى إلى اغتياله هو والعزام، وبعد مرور أسبوعين على ورود التحذير قُتل العزام عراب الجهاد الأفغاني مع نجليه (عطوان، 2007، ص 52).

أما أحمد فاضل نزال الخلايلة (1966 - 2006)، والملقب "بأبي مصعب الزرقاوي" فقد التحق بالمقاتلين في أفغانستان عام 1989، والتقى بابين لادن وتأثر بأفكاره، ثم لما عاد إلى الأردن سُجن ست سنوات فالتقى في السجن بعاصم طاهر البرقاوي الملقب بأبي محمد المقدسي زعيم التكفيريين في الأردن فتشرب بأفكاره (العوين، 2014).

الثانية (1991 - 2001)

شكّلت حرب الخليج الثانية عام 1991 منعطفاً حاسماً دشّن ظهور "جيل ثانٍ" للقاعدة عقب خروج الاتحاد السوفيتي من أفغانستان عام 1989، ثم انهياره وتفككه ودخول الجماعات الأفغانية في صراع مسلح؛ حيث بدأ المجاهدون العرب والأجانب في أفغانستان بالبحث عن جبهات وملاذات جديدة، وخاضت قتالاً عنيفاً ضد "العدو القريب" في بلدانها خلال عقد التسعينيات كما حدث في الجزائر وليبيا ومصر والشيشان والبوسنة وغيرها (أبو هنية، 2013).

وفي صيف عام 1998، توجّ بن لادن جهوده بالتحالف مع أمير دولة طالبان الملا عمر، وهو التحالف الذي أعطى القاعدة الصورة والتوجه الذي اشتهرت به، والذي ترجمته بإعلانها جبهة لمواجهة "الصليبيين والصهاينة"، وبقيت أفغانستان تمارس دورها كمركز للجهاد، واستمرت الفصائل الجهادية في احتضان العرب حتى أصبحت عاصمة للجهاد الأممي المهاجر (شقير، 2014، ص ص 20 21)، وبإيعاز أمراء الجماعات الإسلامية، خاصة من تنظيمي الجماعة الإسلامية والجهاد الإسلامي، مثل الدكتور أيمن الظواهري وأبو حفص المصري، أسامة بن لادن (إبراهيم، 2004)، وكان الغرض من هذا الاندماج هو

الجهاد ضد الحكومات الكافرة على حد تعبيرهم، وتحرير بلاد المسلمين من الوجود الأجنبي أياً كان، وذلك استناداً إلى الفتوى الشهيرة التي أحلَّ فيها أسامة بن لادن ومجموعة من العلماء، قتل المدنيين الأميركيين في الجزيرة العربية (أبو هنية وأبو رمان، 2010). وتضمن البيان الأول للجبهة الإسلامية العالمية للجهاد ضد اليهود والصليبيين "فتوى دينية" غير مسبقة تسمح بقتل المدنيين في الولايات المتحدة، وتتهمهم بالعمل على إنشاء تحالف صليبي يهودي لمحاربة الإسلام، وبعد ستة أشهر من هذا الإعلان، وفي أغسطس 1998، دَمَّرَ هجومان متزامنان السفارتين الأمريكيتين في كينيا وتنزانيا، ما أدى إلى مقتل 223 شخصاً (الجزيرة نت، 2015).

وتبنت الجبهة استراتيجية قتال "العدو البعيد" المتمثل في اليهود والصليبيين، في ظل ثلاثة ظروف: أولها محلي وطني يتمثل بانغلاق الأنموذج السياسي وفشل وعود التحول الديمقراطي ورسوخ الاستبداد، وثانيها إقليمي يتمثل بعدم التوصل إلى سلام عادل وحقيقي في فلسطين، وآخرها عالمي تمثّل بانهيار الاتحاد السوفيتي وسيادة القطب الأمريكي الواحد وحلول العولمة (أبو هنية، 2013).

المرحلة الثانية: تنظيم القاعدة وأحداث 11 سبتمبر (2001 - 2009)

بُعِدَ تفجيرات 11 سبتمبر 2001، حَشَدَتِ الولايات المتحدة قواتها لغزو أفغانستان بُغية إسقاط نظام طالبان الذي رفض تسليم زعيم القاعدة بن لادن لعدم تقديم الأدلة التي تثبت تورطه، فباتت نقطة فاصلة في تاريخ حركة طالبان التي اعتبرتها الولايات المتحدة هدفاً أولاً لانتقامها (بوابة الحركات الإسلامية، 2014)، وفي إطار ما أَسَمَتْها الولايات المتحدة وحلفاؤها بالحرب على الإرهاب، أوشكت على تفكيك التنظيم والقضاء على مركزيته وتشتيت قيادته وعجلت الإعلان عن وفاته، إلا أن السياسات الخاطئة لإدارة المحافظين الجدد عملت على ولادة ثانية للقاعدة عبر بوابة العراق (هنية، 2013).

فعقب الحرب الأميركية على أفغانستان في السابع من تشرين الأول 2001، بدأت تقارير أمنية غربية تتحدث عن أبي مصعب الزرقاوي المسؤول عن خلايا أصولية في أوروبا، وفي الخامس من فبراير 2003، وقف وزير خارجية الولايات المتحدة كولن باول Colin Powell أمام مجلس الأمن ليتحدث عن الزرقاوي باعتباره يمثل امتداداً لشبكة القاعدة في العراق؛ وذلك لاستخدامه كأحدى ذرائع الهجوم الأميركي على العراق (أبو هنية، وأبو رمان، 2010).

وعقب انتهاء العمليات العسكرية الأميركية الرئيسية في العراق 2004، بدأ الزرقاوي بالعمل على جمع شتات المتطوعين، وعمل لفترة دون أي مسمى، ثم تحول إلى اسم جماعة التوحيد والجهاد بمشورة من المسؤول الشرعي للجماعة أبي أنس الشامي (بوابة الحركات الإسلامية، 2014)، وكان الزرقاوي قد أحاط نفسه بمجموعة من أشد المخلصين له، ومن أبرزهم أبوحمزة المهاجر، مصري الجنسية تولى إمارة التنظيم بعد مقتل الزرقاوي، وأبو أنس الشامي، وهو أردني كان أول مسؤول شرعي للجماعة، ونضال محمد عربيات، خبير متفجرات أردني وآخرون (أبو هنية، 2014، ص ص 33-32).

تنظيم القاعدة في العراق :

عام 2004 عقد أبو مصعب الزرقاوي اجتماعاً مع قادة جماعة التوحيد والجهاد بزعامته لمبايعة زعيم تنظيم القاعدة بن لادن، ليخُرج التنظيم الجديد تحت اسم تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين الذي يمثّل نسخة متطابقة من تنظيم القاعدة في أفغانستان (بوابة الحركات الإسلامية، 2014).

وكان التنظيم في العراق معروفاً ليس فقط لبراعته في ساحة المعركة، ولكن لسفكه الدماء والقمع أيضاً، والتي شملت قتل المدنيين من السنة والشيعة مع الهجمات الانتحارية، وتفجير المساجد الشيعية،

وتحميل مقاطع الفيديو لقطع الرؤوس على المننديات الجهادية، خصوصاً ممن انضموا للصحوات، وإجبار السنة المحليين على الالتزام بتفسير التنظيم للشريعة الإسلامية (Zelin, 2013).

صحوات العراق

بعد الفشل الأمريكي في التصدي لهجمات المقاومة العراقية، وارتفاع وتيرة هجمات المقاومة في معارك الفلوجة، كانت الحاجة إلى تشكيل مجالس الإسناد أو الصحوات عام 2004، وهو المقترح المقدم من معهد راند التابع للبنتاغون، ويتمثل بأن السبيل الوحيد للقضاء على المقاومة هو اتباع أسلوب قتالي يشبه تماماً ذلك الذي استخدمه المسلحون، على أن يكون المقاتلون من البيئة نفسها، ويتغلغلون في أوساطهم، وينفذون عمليات اغتياالات غامضة لوجهاء عشائر ورجال دين، وعلماء، وتقوم بعمليات اختطاف وقتل وتعذيب على أسس طائفية، وهنا ظهر دور حكومة نوري المالكي، من خلال الدعم الكامل للمليشيات التي مارست مختلف أنواع الاختطاف والقتل وتشويه الجثث، فقدمت الصحوات معلومات تفصيلية إلى القوات الأميركية والحكومية، تتضمن أسماء وعناوين كثير من رجال المقاومة وعوائلهم، مما أدى إلى استهدافهم من قبل القوات الأميركية حيث تم إعدام بعضهم رمياً بالرصاص أمام أطفالهم وأمهاتهم، ودمروا بيوتهم على رؤوس ساكنيها، إضافة إلى ممارسات الأجهزة الأمنية الحكومية البشعة ضد من تعتقلهم وتشتهب في أنهم ضد الاحتلال والعملية السياسية (الزبيدي، 2008).

وتشير الاحصاءات الرسمية الأميركية أنه جرى تجنيد حوالي 100 ألف مقاتل في منظومة الصحوات من المثلث السني، براتب 300 دولار شهرياً، نجحت في إضعاف الدولة الإسلامية بالعراق وتأليب معظم أبناء الطائفة السنية ضدها؛ بسبب تشدها أولاً ولاعتقادهم بإمكانية إقامة عراق ديمقراطي كما وعدهم الأميركيان، ما يفسر إنهاء مقاطعتهم للعملية السياسية وخوض انتخابات 2008 التي أفرزت المالكي، الذي

تسلم قيادة الصحوات من الأمريكان في نهاية العام نفسه، حيث طردت حكومته نصف هؤلاء وأوقفت مرتبھاتهم وأخلفت بوعدها مع النصف الثاني باستيعابهم في الوزارات العراقية والأجهزة الأمنية، حيث اعتبرهم طابوراً خامساً، ما أصابهم بالإحباط وحولهم إلى وحوش تتطلع إلى الانتقام والثأر، وهنا كان الذكاء من تنظيم القاعدة الذي استوعبهم في صفوفه شريطة توبتهم، فباتت الصحوات تشكل العمود الفقري لجيش الدولة الإسلامية بالعراق، لا سيما أنها قوات تلقت تدريبات جيدة من الأمريكان مسبقاً (عطوان، 2015، ص ص 81-83).

دولة العراق الإسلامية

بدأت أزمة الزرقاوي مع القوى السنية الأخرى تتضح بصورة أكبر بعد تفجيرات عمان 2005، وبعد فترة محدودة من صدور شريط مصوّر له لقي حتفه في غارة أميركية في شهر يونيو 2006، فحاولت القاعدة سريعاً ملء الفراغ القيادي بتعيين أبي حمزة المهاجر أميراً للتنظيم، ثم الإعلان عن قيام "دولة العراق الإسلامية" بقيادة العراقي أبي عمر البغدادي (أبو هنية، وأبو رمان، 2010).

وفي 21 ديسمبر 2007 دعا أسامة بن لادن إلى مبايعة أبي عمر البغدادي أميراً على دولة العراق الإسلامية، وكانت معظم التشكيلات السلفية الجهادية في العراق قد بايعته، وقد تم اختيار أبي حمزة المهاجر وزير الحرب لدولة العراق الإسلامية ونائباً أولاً لأبي عمر البغدادي رئيس دولة العراق الإسلامية، وقُتِلَ المهاجر والبغدادي في قصف مروحيات أميركية استهدف اجتماعاً للبغدادي والمهاجر، مع جماعة جيش أبي بكر السلفي لضمها للدولة، في 2010/4/19 في تكريت، وكان أبو عمر البغدادي قد أوصى قبل مقتله بأن يكون أبو بكر البغدادي خليفته في زعامة الدولة الإسلامية في العراق، وهذا ما حدث في السادس عشر من

مايو 2010؛ حيث نُصّبَ أبو بكر البغدادي أميراً للدولة الإسلامية في العراق (مناع، 2014، ص ص 11-18).

والخلاصة أن الزرقاوي قد خَلَّفَ إرثاً خاصاً في الحالة الجهادية العراقية، ويبدو أنها اشتدت وتكرست بعد مقتل بن لادن واستلام الظواهري زمام القيادة في القاعدة؛ فالزرقاوي شكّل نتوءاً في مسيرة القاعدة أكثر منه تطوراً طبيعياً حيث:

- عزّز من "سُنَّة" القتل ذبحاً للمخطوفين والأسرى وبنّتها للإعلام بقصد الترويع، بل ربما قد يكون أول من جعلها طريقة متبّعة في التيارات الجهادية.
- بالغ في استهداف السنة من الصحوات أو ممن رضي بأن يكون جزءاً من النظام العراقي الجديد بأي شكل من الأشكال، فضلاً عن إنكاء الصراع والنزاع مع الجماعات الأخرى التي تشاركه الحرب ضد الأميركيين وضد النظام العراقي.
- تكفير الشيعة بالجملة واستهداف جمهورهم في العراق دون تمييز بين مدني وغير مدني، بسبب تحالفهم مع أمريكا ونتيجة لمطاردتهم المقاومة العراقية - ضد الأميركيين - من المجاهدين العراقيين والمهاجرين.
- تعرض للنقد من قيادة القاعدة؛ بسبب تكفيره عامة الشيعة واستهدافهم عشوائياً، وبسبب المبالغة في القتل للسنة إضافة إلى الحروب الجانبية التي أشعلها مع الفصائل الجهادية الأخرى بدلاً من التركيز على المحتل (شقيير، 2014، ص 24).

المرحلة الثالثة : نهاية الصراع بين تنظيم القاعدة والصحوات (2009 - 2011)

خلال الفترة بين (2009 - 2011) أوشك تنظيم القاعدة على الفناء؛ عقب دخوله في صراع عنيف مع حواضنه الاجتماعية، وقدم موجة التغيير الديمقراطي الثوري السلمي في بلدان الربيع العربي من تونس إلى مصر مع بدء "الانتفاضات العربية" السلمية 2011 في تونس مروراً في مصر ثم ليبيا فاليمن وصولاً إلى سوريا والبحرين، ودخول البقية الباقية من الدول العربية آفاق "الحراك الشعبي"، تعالت أصوات عديدة تُبشِّرُ بنهاية تنظيم القاعدة وأيديولوجيته التغييرية العنيفة، وحلول عصر التغيير السلمي وسيادة النهج الديمقراطي التعددي، وساهم مقتل زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن 2011 على الادعاء بوفاة التنظيم، الذي تسلمه زعيمه الجديد أيمن الظواهري، وبهذا استثمرت القاعدة التحولات الميدانية العميقة التي أسفرت عن زوال بعض الأنظمة "السلطوية" (عدوها القريب) وإضعاف منظومة الهيمنة الأميركية (عدوها البعيد) (أبو هنية، 2013).

فالثورات العربية هي التي سمحت بظهور موجة جديدة من السلفية الجهادية التي أصبحت سائدة وشعبية أكثر فأكثر، كما أنها سهّلت الأمر أيضاً، حيث يتمتع التابعون لها بنفس أهداف القاعدة ونظرتها إلى العالم إلا أنهم عادة أكثر إنتقاءً خلال إستخدامهم للعنف؛ إذ يَجْمَعون بين النشاط الاجتماعي والدعوة أو التبشير، مع حماسة جديدة تجاه الصراعات العنيفة في كافة أنحاء العالم، لاسيما محاربة نظام الأسد في سوريا في الوقت الراهن، وغالباً ما يُمَجَّدُ الشباب السلفيون الجهاديون هؤلاء الذين يقاتلون في إطار الجهاد السوري، فضلاً عن أسلافهم في أفغانستان والعراق وغيرها من البلدان (ملكا، لورنس، 2013).

فغياب القاعدة عن الأحداث الجارية في العالم العربي لم يدم طويلاً؛ فعاد أيمن الظواهري إلى الساحة بتسجيل يدعم فيه الثورة السورية، بعد أن هُمِّشَ نجاح الاستراتيجية السلمية لثورات ما يسمى "الربيع العربي"

بنظرية التنظيم المسلح، في وقت يعاني فيه فرع التنظيم في العراق من إشكالات كبيرة بسبب تراجع الحاضنة الشعبية وشراسة الضربات الأمنية، فبات يحذره الأمل بنقل بعض نشاطه للساحة السورية (الزعاترة، 2012).

المرحلة الرابعة (2011- 2015) من جبهة النصرة إلى تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام " داعش "

في أواخر عام 2011 تم الإعلان عن تشكيل جبهة النصرة لأهل الشام، وهي فرع تنظيم القاعدة في سوريا بقيادة أبي محمد الجولاني الذي أوفده تنظيم الدولة الإسلامية في العراق إلى سوريا مع عدد من قادته المتمرسين في العراق (BBC, 2015)، وامتازت النصرة بأنها من أفضل القوات المقاتلة المعارضة، والمقبولة من السكان المحليين، ما تسبب في إغراء أبي بكر البغدادي إلى تغيير اسم الدولة الإسلامية في بلاد الرافدين إلى الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، وهذا ما لم يَزُقْ للجولاني فرفض التغيير، وأكّد الجولاني مجدداً ولاءه لزعيم القاعدة الظواهري، الذي فشلت محاولاته في حصر نفوذ البغدادي في العراق (Zelin, 2013).

وفي تحد صارخ للظواهري أصدر البغدادي رسالة صوتية يعلن فيها أن التنظيم سوف يبقى في سوريا ولن يلتزم بتقسيم يقوم على اتفاق سايكس بيكو الذي يعود إلى الحرب العالمية الأولى (زيلين، 2014)، وفي 9 أبريل 2013 ظهر تسجيل صوتي منسوب لأبي بكر البغدادي يعلن فيه أن "جبهة النصرة" في سوريا هي امتداد لدولة العراق الإسلامية، وأعلن فيه إلغاء اسمي "جبهة النصرة" و"دولة العراق الإسلامية"، تحت اسم واحد هو "الدولة الإسلامية في العراق والشام"، فقابلت جبهة النصرة الانضمام إلى تنظيم الدولة في بداية الأمر بتحفظ، إلا أن الخلافات والمعارك بدأت بعد أن اتهمت الجماعات المعارضة الأخرى بما فيها النصرة بتنظيم الدولة بمحاولة الانفراد بالسيطرة والنفوذ والتشدد في تطبيق الشريعة وتنفيذ إعدامات عشوائية (تنظيم

الدولة الإسلامية، الجزيرة نت، 2014). أما السبب المباشر لاحتدام الخلاف بين تنظيم القاعدة وتنظيم الدولة فكان الهجوم الذي قُتل فيه الشيخ أبو خالد السوري القيادي الكبير في جماعة حركة أحرار الشام الإسلامية، والذي كلفه زعيم القاعدة بالتوسط في الخلاف بين جماعتي جبهة النصرة والدولة الإسلامية في العراق والشام (الحياة، 2014)، وانطلقت مُدّاك الحرب الإعلامية والشرعية بين الطرفين، وشاع وراءها ما أشعل حرباً بين الطرفين في سوريا؛ حيث اتهم القاعدة للتنظيم بأنهم "خارج" وأحفاد "ابن ملجم"، في حين اتهم تنظيم الدولة القاعدة بأنهم غيّروا وأن التنظيم لم يتغير، وأُعلن تنظيم الدولة، في هذا السياق من الخلاف، عن تنصيبه لأبي بكر البغدادي خليفةً ومرجعاً لكل المسلمين ولكل التيارات الجهادية، في خطوة لسحب الشرعية من تنظيم القاعدة، باعتبار أن منصب الخلافة "هو إمارة عامة وهي لأمير تنظيم الدولة، ويعلو على منصب أمير القتال" أي: أمير القاعدة الظواهري، ولينقل مركز العمل الجهادي، إلى الموصل وحاكمها الجديد البغدادي (شقير، 2014، ص 26). وفي مساء 2 فبراير 2014، أصدرت القيادة العامة لتنظيم القاعدة بياناً نأت فيه بنفسها عن جماعة تنظيم داعش بقولها: الدولة الإسلامية في العراق والشام ليست فرعاً لتنظيم القاعدة (زيلين، 2014). وسريعاً سيطر تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام على مدينة الموصل في يونيو 2014، أحد أكبر المدن العراقية وعلى وقع هذه المفاجأة، بدأ العالم ووسائل الإعلام الدوليّة بالانتباه إلى تنظيم داعش، ومع إعلان الخلافة وتجلّي قدرتهم على تحقيق انتصارات حقيقية على الأرض، توقّف الإعلام عن التعامل بسخرية مع التنظيم الذي بات يهدّد شكل العالم كما عرفناه لسنوات (جابر، 2015).

وبالتزامن مع الأحداث الجارية في العراق، وتوالي سقوط المدن التي تقطنها أغلبية سنية في شمال وغرب العراق، أعلن المتحدث الرسمي باسم تنظيم الدولة الإسلامية أبو محمد العذناني 29 يونيو 2014، قيام الخلافة الإسلامية، ومبايعة أمير تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام أبي بكر البغدادي "خليفة"

للمسلمين في أرجاء المعمورة. وفي تسجيل صوتي في 1 يوليو 2014 للخليفة المُعَيَّن من قبل ما يسمى مجلس شورى الدولة الإسلامية، طالب أبو بكر البغدادي المسلمين في العالم بالهجرة إلى "دولته" مبشراً بزمانٍ جديدٍ للمسلمين فيه "كلمة عالية مدويّة" (مصطفى، 2014). وسيطر التنظيم حالياً على أكثر من نصف مساحة سوريا و80 بالمائة من موارد النفط والغاز في البلاد، ورغم أن التنظيم يعاني من تراجعات في بعض المناطق، لكنه حافظ لا بل زاد من رقعة الأراضي التي يسيطر عليها رغم الغارات الجوية الكثيفة التي تشنها طائرات التحالف الغربي العربي على مواقعه في سوريا والعراق (BBC, 2015)، ويعتمد أبو بكر البغدادي في مشروعه على ستة عناصر نضجت خلال عملية استعادة تنظيم داعش لبناء نفسه بعد تجربة الصحوات:

الأول: الاستفادة القصوى من خبرة ضباط الجيش العراقي السابق الذين أصبحوا في موقع تحديد السياسات العسكرية للتنظيم.

الثاني: تأمين موارد مالية ضخمة تسمح للتنظيم بامتلاك القدرة على تحقيق برنامجه.

الثالث: اعتماد الإعلام وسيلة مركزية من وسائل النصر والتأكيد عبر الإعلام على صورة الجبروت والقسوة والرهبنة لتحديد وإخضاع كل المخالفين لمشروع الخلافة.

الرابع: اتّباع سياسة المفاوضات مع العشائر والبنيات الاجتماعية المحلية مستفيداً من درس "الصحوات".

الخامس: عدم التهاون مع أي تنظيم جهادي يريد التعامل مع داعش على قاعدة الندية (البيعة أو القتال).

السادس: الغلو في التعامل مع أية مجموعات سكانية غير سنية لتطهير أماكن تواجد التنظيم ممن يمكن أن يشكل قاعدة احتجاج أو رفض لممارسات التنظيم (مناع، 2014، ص ص 13-14)

الفروقات بين تنظيم الدولة والقاعدة كما يراها عطوان (2015) في خمس نقاط هي :

- (1) إعطاء الدولة الأولوية للتغيير المجتمعي تغييراً جذرياً.
- (2) استخدام التوحش بل والإفراط فيه لتحقيق هذا التغيير وفق الأيدولوجية الجهادية.
- (3) عدم التفريق بين الطواغيت والاستعمار الغربي (الكافر).
- (4) تنظيم القاعدة لم يُقم دولة، وإنما هو فصيل جهادي.
- (5) لم يحرر تنظيم القاعدة أرضاً تكون للانطلاق يتمتع فيها بمقومات السيادة، وإنما كان ضعيفاً في بعض الأماكن مثل اليمن والعراق وأفغانستان، بينما الدولة الإسلامية قامت على أراضٍ شاسعة في العراق وسوريا، تحتوي على النفط والماء (نهري دجلة والفرات)، وتملك السيادة المطلقة عليها، وتقرض قوانينها، وتجمع الضرائب (المكوس)، وتقيم الحدود على من يخالف الشرع والعقيدة (ص10)، ويضيف المصطفى والحيص(2014):

(6) التنظيم لم يُبرز شرعيين ومتصدرين يقومون بالتنظير له، والتبرير لتصرفاته التي يتم انتقادها كثيراً، وهذا قد لا يعود لعدم توفر منظرين شرعيين متعاطفين معه، حتى لو كانوا من خارج مناطق القتال، قدر ما يعود إلى أن التنظيم لا يرى حاجة وظيفية لديه للتواصل والتفاعل، وإنما يركز على بنيته وتماسكها، وذلك عكس القاعدة التي جادلت كثيراً حول مفاهيم مثل مسألة استهداف منشآت البلدان المسلمة.

(7) لا يَرْتَضِ التنظيم التحاكم إلى غير محاكمه الخاصة، فهذا العزوف عن التنظير والأدبيات الإسلامية يُؤكِّدُ أن داعش عصابة من عصابات الارتزاق، التي أبرزت المعطى الديني كغطاء لتصرفاتها، وهي غير مرتبطة بعمق بالثقافة الإسلامية سوى عبر الشعارات (لا ينشط أتباعه في الإنترنت سوى عبر ترديد الشعارات والكيلشيهات والأناشيد الحماسية)، وهذه كلها فارغة من المضمون الثقافي الحيوي.

8) رَفُضَ التنظيم للحواضن الشعبية في الشام، وعدم بحثه عنها، وهذا ما دفع أفراد من داعش لأن يسخروا من جهد جبهة النصرة وتنظيرها حول كسب الحواضن الشعبية في الشام، واهتمامها بعلاقات سليمة مع السكان المحليين.

9) استقلاله ككيان عن التبعية لتنظيم القاعدة، حيث تم الانفصال بينهم وبين الظواهري، وكذلك عزوف التنظيم عن الإدارة أو الإشراف على خلايا أو وحدات إقليمية تابعة له في البلدان الإسلامية الأخرى فهو كما يظهر، يكتفي بحيّزه المكاني ويدير أموره وحدهُ باستقلال تام.

10) جعل الآخرين كلهم غرباء بالنسبة له، غرباء على فكره وعلى منطقته وأيدولوجيته حتى لو كانوا مماتلين له في الدين والوطن والعرق.

أما القواسم المشتركة بين تنظيم الدولة والقاعدة:

1) الحاضنة الأيدولوجية؛ أي التيار السلفي الجهادي العالمي، فهناك أصول مشتركة جامعة، مثل مبدأ الحاكمية أي (تحكيم الشريعة الإسلامية وتطبيقها تطبيقاً محكماً مثلما كان عليه الحال في دولة المدينة).

2) الكفر بالطاغوت (تكفير كل الأنظمة التي لا تطبق الشريعة).

3) الولاء والبراء (الالتزام المطلق بالجماعة المسلمة الموحدة والبراء من الكفار والمشركين والمرتدين).

4) الانطلاق من الدعوة النظرية للإسلام والعقيدة إلى الجهاد المسلح كأداة تغيير لتحقيق الأهداف وأبرزها فرض الشريعة والقضاء على الطواغيت.

5) تميزت الدولة الإسلامية عن ما عداها من التنظيمات بأن حققت الاكتفاء الذاتي في أمرين أساسيين: هما الاكتفاء الذاتي مالياً والاكتفاء الذاتي في ميدان السلاح (عطوان، 2015، ص 10).

مقاتلو داعش

في الوقت الذي شهد فيه التنظيم تطوراً غير مسبوقٍ على الأرض، شهد أيضاً ازدياداً بأعداد المقاتلين الأجانب الذين يلتحقون بصفوفه، كما أن السواد الأعظم من هؤلاء المقاتلين يأتيون من تونس، والمغرب، وفرنسا، وروسيا (روسيا اليوم، 2015).

وقد جُنِّدت داعش نحو 30 ألف مقاتلٍ أجنبي، جاءوا من 100 دولة حول العالم، من بينها دول كانت بمنأى عن نشاط الجماعات الإرهابية، مثل تشيلي وفنلندا وجزر المالديف (سكاي نيوز، 2015)، كما سجلت مشاركة من النرويج، أمريكا، كندا، الصومال، كوريا، الصين، تركمانستان، طاجيكستان، أوزبكستان، مصر، ليبيا، لبنان وبلدان أوروبية أخرى مثل ألمانيا (Karadsheh et al, 2014)، ووفقاً لتقرير للمركز الدولي لدراسة التطرف والعنف السياسي لسنة 2015 تُعدُّ ألمانيا مصدراً كبيراً للمقاتلين الذين ينضمون لداعش بعدد يبلغ 600 مقاتل، حتى أن لهم لواءً خاصاً بهم، وهو الأشد ولاءً لداعش (Heinke & Raudszus, 2015). ويجد (زيلين، 2014) أن هنالك سبعة عوامل رئيسة تساهم في قدرة النزاع السوري على استمالة هذا العدد الكبير من الأفراد للانضمام إلى القتال وبالتالي انضمامهم لداعش:

- سهولة السفر والوصول إلى سوريا والتي تُعدُّ تركيا مدخلاً ميسراً لها لا يُثير الشبهات.
- وجود شبكات دعم أهلية متمرسة تساعد المقاتلين على العبور والاستقرار والتدريب.
- التسهيلات عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تُعدُّ حرب سوريا من نواحٍ عديدة الحرب الأولى التي تمت تغطيتها على نطاق واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمن السهل الدخول إلى موقعي تويتر وفيسبوك، وفي حالة تويتر يمكن للجماعات أن تستهدف جماهير معينة من خلال "الهاش تاغ"، مع احتمال تعريض أولئك لأفكار وخطط الحركة الجهادية العالمية. ويقدم كل من تويتر

والفيسبوك، عن غير قصد، توصيات لغيرهم من الأفراد الذين يتبنون الفكر ذاته من خلال النقر على زر الـ "متابعة" أو الـ "مصادقة"، مما يجعل من السهل نسبياً العثور على هذه الجماعات.

- الصدى العاطفي للقضية السورية .
- جاذبية الجهاد العالية .
- عامل الجذب الديني، والتاريخي.
- تنامي شعور العداوة تجاه الشيعة (زيلين، 2014)

ومنذ ظهور داعش، سجل الأطفال ظهوراً بارزاً في دعايتها؛ حيث أصدرت أفلام فيديو قصيرة للأطفال، وتُطْلَقُ عليهم داعش "أشبال الخلافة" (Bloom, 2015)، فأغلبية المنتسبين إلى داعش بين سن 13- 18 سنة، ونسبتهم ضمن صفوفها تصل إلى 30 أو 40 في المائة (قاسم، 2014)، ولأن الإرهاب في جزء كبير هو سلاح نفسي فقد عمدت الجماعات الإرهابية إلى استخدام المرأة خصوصاً كانتحاريات؛ حيث يمكن الاعتماد عليهن لتحقيق تضخيم إعلامي واهتمام عبر وسائل الإعلام (Speckhard, 2015)، وتمتاز داعش بأنها "تقدم لمقاتليها مالياً أكثر من أي تنظيم في المنطقة؛ حيث تدفع 400 دولار شهرياً، وتقدم المزيد من المعدات العسكرية" (Independent, 2015).

تمويل داعش

لما كانت داعش تُنفق ببذخ على مؤسساتها الإعلامية، وحشد المقاتلين، وقدرتها على الصمود بوجه التحالف الدولف الدولي الذي يَدْكُها، كان لا بد من التعرض لمصادر جني داعش لأموالها ذاتياً؛ حيث تخلت عن الحاجة للمساعدات والتمويل الخارجي؛ وهو الأمر الذي يُفسّر توسعها الجغرافي وتمدد نفوذها بصورة باتت تجعلها تبدو في الحقيقة كدولة، فخلال ثلاث سنوات نما تنظيم داعش من عصابة متشرذمة من

المتطرفين، إلى الجماعة الإرهابية الأكثر غنىً نقدياً وقُدرةً في العالم (Ohm, 2014)، فالبغدادي اليوم يُشرف على إدارة بيت المال وهي التسمية الإسلامية التاريخية للمؤسسة المالية (أبوهنية، 2014، ص ص 31-44).

وضع العرية أمام الحصان، هي استراتيجية داعش لجني الأموال، فباتت تستغل كلَّ أحداثيات الأزمة لتحقيق مكاسب مادية سواء أكانت موافقة أو مخالفة للدين الذي يَنْطُون تحت رايته، فالاعتقاد السائد عندهم إن لم تستغله أنت استأثر به غيرك (Campbell, 2013, p. 130).

فعلى الرغم من أن داعش في المظهر هي مجموعةٌ مستوحاةٌ دينياً، فإن عمليات تمويله تشبه شبكة إجرامية منظمة؛ من خلال جمع الأموال عبر مجموعة واسعة من الأنشطة الإجرامية أساساً (Pauwels, 2014)، وقد أوضح العديد من الخبراء وحاولت كثير من الدراسات البحث في مصادر الاقتصاد الداخلي للتنظيم " بيت مال داعش" ومن هنا فإننا نجمل آليات حصول تنظيم داعش على موارده المالية:

1) **النفط:** حيث حققت داعش تدفقات نقدية ضخمة من حقول النفط، التي سيطرت عليها أواخر عام 2012 (Black, et al., 2014)، ووفقَ تقرير لمفوضية حقوق الإنسان 2015، فقد هاجمت داعش مصفاة بيجي - محافظة صلاح الدين الأكبر في العراق - والتي تحوي أكثر من ربع قدرة الدولة في تكرير النفط (OHCHR, 2015، p3)، كما أن شبكة داعش لمصافي النفط في شمال العراق وسوريا تبلغ قيمتها ما يزيد على ملياري دولار (Independent, 2015)، وتعزُّز داعش إيراداتها بمبالغ كبيرة من عمليات تصدير النفط عبر الحدود (Ohm, 2014)، ويلاحظ خبراء اهتمام النظام السوري بتنظيم داعش، بل وتقديم الحماية والمساعدة له للسيطرة وإدارة الحقول النفطية (البيشي، 2014).

(2) تجارة الآثار: تُعدُّ الآثار والتحف التي نهبتها داعش مصدراً رئيساً للدخل (Pauwels, 2014, pp 63-70)، ويُعتَقَد أنَّ هذه التجارة قد قدمت نحو 36 مليون من منطقة واحدة فقط من سوريا (Independent, 2015).

(3) تجارة الجثث: تتعاون داعش مع مافيا تجارة الأعضاء البشرية؛ إذ يبيعون الجثث وأعضاء الجرحى الذين يعنقلونهم، وهناك مجموعة في داعش يُطلق عليها اسم "مجموعات الانتشال" لجمع المصابين من أرض المعركة، ومن ثم علاجهم للتفاوض عليهم فيما بعد، وأدَّى حجم القتل الكبير في سوريا إلى تراجع سعر الجثة من ٢٠ ألف دولار إلى أقل من ١٠ آلاف (خليل، 2015، ص 10).

(4) الابتزاز: تقوم داعش بفرض ضرائب شهرية على المؤسسات المحلية والفلاحين والموظفين، وتُجبر غير المسلمين على دفع الجزية (أبوزيد، 2014)، ويُشكَّل هذا عائداً مادياً يقدرُ بنحو ثمانية ملايين دولار شهرياً (Boghardt, 2014).

(5) السطو المسلح "الغنائم": لم يَتَسَوَّه وَيَنحَدِر مفهوم الغنائم في التاريخ العربي كما يحدث اليوم على يد داعش؛ فقد أصدر التنظيم العديد من القرارات بمصادرة بيوت وأملاك من قاتلهم على مبدأ الغنائم، وقام بتوزيعها على عناصره (مناع، 2014، ص 5)، وبعد سقوط الموصل نهبت البنوك واستحوذت على الإمدادات العسكرية التي عَزَزَتْ خزائنها إلى نحو ملياري دولار (Black et al, 2014).

(6) التبرعات: تحصل داعش على تمويل من حوالي 31 دولة عبر العالم من: الخليج، وباكستان، والجزائر، وتركيا، ومصر، ولبنان، وغانا، والسودان، وبريطانيا، والسويد، وهولندا، وأستراليا، والسنغال، وتايلاند، وبنجلاديش، وغيرها من الدول؛ حيث تعتمد داعش على شركاء محليين مسجلين

تحت أسماء وهمية، وتمارس نشاطها من وراء ستار قانوني وشرعي (أبوزيد، 2014)، ووَصِّفت واشنطن قطر بأنها بيئة متساهلة مع تمويل الجماعات الإرهابية(بوغارت، 2014).

(7) **تجارة البضائع:** فداعش تجني ما بين عشرين إلى خمسين ألف دولار من بيع الفول السوداني، كما حققت مكاسب من تهريب كلِّ أنواع المواد الخام التي تم نهبها من العراق (Theguardian, 2014)، كما باتت تسطير على حوالي ثلث إنتاج العراق من القمح (أبوزيد، 2014).

(8) **الاتجار بالبشر:** أقامت داعش أسواقاً لتجارة البشر، وتشير تقارير غربية إلى أنّ تجارة الرهائن بات حجمها يُقدَّرُ بأكثر من مليار ونصف المليار دولار سنوياً (خليل، 2015، ص 8).

(9) **عوائد تحرير الأجانب المختطفين:** دأبت داعش على اختطاف المواطنين الأجانب، والموظفين الدوليين، والصحفيين الغربيين، ومساومة ذويهم ودُولِهِم على الإفراج عنهم مقابل ملايين الدولارات كفدية (Independent, 2015)، وقد ذكرت بعض التقارير الصحفية أنّ عوائد هذه الطريقة بلغت أكثر من 25 مليون دولار سنوياً (أبوزيد، 2014).

(10) **تهريب المقاتلين:** عمدت داعش إلى عملية جذب واسعة للعديد من شباب بلدان الربيع العربي، وذلك مقابل أموالٍ، وانطلاقاً من وازعٍ دينيٍّ يرفض بعض أعضائها الحصول على هذا المقابل، وهو ما يشكل وفرة للجهات المسؤولة عن تهريبهم وتجنيدهم؛ حيث تحصل على المقابل المالي، فوفقاً لبعض التقديرات، يكون ذلك من ثلاثة إلى خمسة آلاف دولار على "الراس الواحدة"، حسب المصطلحات الدارجة في هذا السياق (خليل، 2015، ص 4).

(11) **تهريب السلاح:** أفضت الثورات العربية وما تبعها من تزايد مظاهر ضعف القبضة الأمنية لبعض دول الإقليم، إلى انتشار تجارة وتهريب السلاح انتشاراً كبيراً عبَّرَ الحدود الجغرافية (Elliott, 2015)

Howard, Prohov &)، علاوة على ذلك وفرت كثيراً من الأموال لداعش لكونها استطاعت أن تستولي على كثير منها في دول مثل العراق وسوريا وليبيا؛ ما وفر لها أموالاً طائلة (خليل، 2015، ص ص 4-5)، وبانت الأسلحة هي العملة العامة على طول الحدود؛ حيث يطلب السوريون الأسلحة مقابل الآثار (Campbell, 2013, p. 130).

12) الاتجار بالمخدرات: تلجأ داعش إلى كل أشكال التعامل غير الرسمي لتبييض الأموال وبيع الممنوعات بما في ذلك المخدرات على المبدأ الطالباني "Not for Muslims" (مناع، 2014، ص 4)، وأمست أحد أكثر الاقتصاديات رواجاً في الشرق الأوسط، مستغلة معرفتها للمنطقة وبالتالي توفير الحماية لقوافل المخدرات، ومثال ذلك العثور على كمية من الكوكايين في منزل أحد قياديي التنظيم في عين العرب "كوباني" (خليل، 2015، ص ص 5-6).

المبحث الثالث: داعش والحرب الإعلامية

"الإرهاب لا يريد أن يقتل الكثير من الناس بل أنه يريد أن يعرف عنه الكثير من الناس"، هذه العبارة التي تعزى إلى الفيلسوف الفرنسي ريمون آرون، والذي توفي عام 1980، تُرجمت على يد داعش (Latrous, 2014)؛ فالإعلام يخدم أهداف الإرهابيين دون قصدٍ، لأن الإرهابيين يعتبرون ما يفعلونه نوعاً من البطولات يفتخرون بها، مستغلين سقوط الإعلاميين تحت سحر السبق الصحفي (الوروارى، 2014)، وانطلاقاً من اليقين بأن الإرهابي يعتبر وسائل الإعلام السلاح واللاعب الرئيس لصالحه عندما تُغطي الحدث، كانت مقولة مرجريت تاتشر رئيس وزراء بريطانيا الأسبق بأن: الإعلام هو الأوكسجين للإرهاب (صالح، 2004)؛ حيث "إن مقالاً واحداً نُشرَ بصحيفة نيويورك تايمز حول هجومٍ على بلد معينة رفع عدد الهجمات التالية في البلد نفسه بمتوسط نسبة تتراوح بين (11%) إلى (15%)؛ كما أدّى مقالاً آخر للصحيفة ذاتها إلى ظهور ضحية أو اثنتين في هجوم إرهابي آخر في غضون إسبوع" (عاطف، 2015).

فالتغطية الإعلامية والإرهاب تربطهما علاقة وثيقة، وهما عملياً متلازمان ضمن حدود تلك العلاقة؛ إذ يغذي كل منهما الآخر لتحقيق دوافع سياسية وأيديولوجية، فضلاً عن تحقيق الربح التجاري، ويظهر هذا التلازم حسب عبد الرزاق والساموك (2011) عن طريق حاجة الإرهابيين إلى وسائل الإعلام للفت الانتباه نحو قضاياهم، والاهتمام الإعلامي الكبير لتغطية نشاطاتهم التي تحلّ موقِعاً بارزاً ضمن اهتمامات وسائل الاتصال الجماهيري، وتعدّها بعض هذه الوسائل من الأحداث التي تؤدي تغطيتها إلى تعزيز مكانة الوسيلة الإعلامية، وأنها تحتاج إلى الإطالة والتعمق في تناول تلك الأحداث لأن ذلك يُكسبها مزيداً من المتلقين (ص14)، كما أن الإعلام يروج للإرهاب من خلال شرائط العرض التي قدمت للإرهابيين على أنهم أبطال موجودون ويحققون أهدافهم التي يريدونها رغم أنف السلطة والمجتمع، فالإعلام أعطى الشرعية السياسية

للتنظيمات (مركز الدراسات والبحوث، 2014)، والمقابلات الإعلامية الحية مع الإرهابيين تُعدُّ جائزة كبيرة ومكافأة لهم على أفعالهم الإجرامية، ومثال ذلك "المقابلة التلفزيونية التي حظي بها زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن عام 1997 مع شبكة CNN، التي أُجرت المقابلة معه في موقعه، وتحدثت معه عن نشاطاته وأهدافه، تاركَةً له المجال ليعرض الأسباب والدوافع لأفعاله (دعايته الخاصة)، فاستغلها بن لادن وهو يعلم أن ملايين المشاهدين حول العالم يرقبونه، وأوضح بن لادن أن سبب إعلانه الجهاد ضد أمريكا يرجع إلى أنها غير عادلة وعدوانية وطاغية، وأعلن أن الجهاد كان موجهاً ومُركّزاً ضد القوات الأمريكية في الجزيرة العربية وبذلك حظي بتفهم للأسباب والدافع، وليس للأفعال بين جمهور المتلقين (صالح، 2014) تاركاً لهم التجاوب والتعاطف معه ومع تنظيمه.

ومن هنا يرى خبراء أن الإرهابيين قد استفادوا أيّما استفادة من الثورة الإعلامية غير المسبوقة التي شهدتها العالم، حتى أنهم حققوا اختراقات كبيرة وهم يواجهون أعتى الدول في صناعة الإعلام، ولم تكن الدول العربية في منأى عن كل هذا خاصة الدول التي تشهد انفلاتاً غير مسبوق (العرفاوي، 2014)، وتُعدُّ أزمة تنظيم داعش مثلاً صارخاً على ذلك؛ ففي الوقت الذي ازدادت حدة المنافسة بين مختلف الوسائل الإعلامية على نقل المعلومات عن داعش بهدف استقطاب الجمهور المتعطش للتعرف على التنظيم، سواء أكانت وسائل حكومية أو خاصة أو مواقع تواصل اجتماعي، خرج داعش عما هو مألوف بالنسبة للتنظيمات؛ حيث بات يعمل على إيجاد قنوات إعلامية خاصة به، يعبر فيها عن توجهاته وخطته ويحشد لتطلعاته، إذ أن سياسة داعش الإعلامية تعتمد على الدفع بمعلومات تُركّز على الكم والكيف (المالكي، 2014)، وهي بدورها كانت إضافة إلى مصادر معلومات الجمهور حول التنظيم الذي اجتهد بدوره في التسليح بوسائل الإعلام المختلفة لتسويق أغراضه وغاياته وتوظيفها في تضليل الأجهزة الأمنية واكتساب السيطرة على الرأي

العام عن طريق نشر أخبار العمليات الإرهابية التي يقوم بها، على اعتبار أن الحملات الإعلامية التي تغطي هذه العمليات تساعد على تحقيق واستكمال أهداف الإرهابيين، الذين يرون فيها معياراً هاماً لقياس مدى نجاح فعلهم الإرهابي، لدرجة أن بعضهم اعتبر العمل الإرهابي الذي لا ترافقه تغطية إعلامية عملاً فاشلاً في تحقيق أهدافه (الدعجة، 2008)؛ فقبل إحراق الطيار الكساسبة حياً، وغزو الموصل -خلال أيام- وما نجم عنها من صدمة للرأي العام العراقي والعربي والدولي، لم تكن داعش تحظى باهتمام إعلامي كبير، لكنه منذ تلك اللحظة بات يتصدر العناوين الإخبارية، وموضوعاً ساخناً في الندوات والمناظرات التي تؤمها جماهير غفيرة تبحث عن أجوبة مقنعة عن التنظيم وقوته ووحشيته (أبوهندية وأبورمان، 2015)، ولم يكتفِ التنظيم بحجم التغطية الهائل، بل استأثرت بجيش إعلامي عمل بالتوازي مع توسعه في بسط سيطرته على أكبر منطقة جغرافية، فلم يأل جهداً في تسخير إمكاناته وقدراته لاستثمار، أو احتلال الفضاء الإلكتروني، لممارسة نشاطه الإعلامي المتنوع إنتاجاً وإصداراً (مجلات، أفلام وثائقية، التدوين، محطات إذاعية، وكالات الأنباء، ...إلخ)، بل وعمل على ترجمة إصداراته بلغات أجنبية متعددة (الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والأردو... وغيرها)، ومن هنا بات التنظيم مصدراً للخبر، وبناتاً للرسالة الإعلامية عبر وسائط إلكترونية يستخدمها السواد الأعظم من المستخدمين؛ حيث لا تتطلب مهارات خاصة، مستغلاً بذلك الفضاء الإلكتروني المفتوح الذي يستطب الفرد عبر الحدود الجغرافية.

وسعت الدول والمنظمات إلى تثبيط قدرات داعش الإعلامية، وهو ما شكّل ما يُعرف بالحرب الإعلامية الإلكترونية؛ بهدف منَع التنظيم من الهيمنة على المجال العمومي الإلكتروني بخطابه الأيديولوجي، الذي يهدف إلى تطبيع المستخدمين مع منظومته القِيمِيَّة، ثم استمالة المتعاطفين وتجنيد المقاتلين ...إلخ، ومنَع التنظيم من تحويل شبكات التواصل الاجتماعي إلى عنوان لهويته الإلكترونية، وإبقاء تحكم الدول

الكبرى في وسائل الاتصال والإعلام، إضافة إلى التحكم في إنتاج الخطاب (الراجحي، 2015، ص 6)، ومن هنا يأتي السؤال: هل انتصرت داعش في الحرب الإعلامية؟ ويجيب خبيراً أنه من السابق لأوانه معرفة ذلك، ولكن التنظيم قد فاز بالمعركة الأولى (Latrous, 2014)، وبناءً على هذه النتيجة فقد ركزت الباحثة على المنظومة الإعلامية لداعش بوصفها المنتصر في المعركة الإعلامية الأولى؛ ففي الوقت الذي بات مُصطلح الحرب الإعلاميَّة من أكثر الأمور تداولاً خلال النزاعات، المسلحة وغير المسلحة. وقد وضعت داعش قنوات اتصال جديدة، تمكنت من استغلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لإيصال رسالتها، ومن أمثلة هذه الوسائل:

- شبكات التواصل الاجتماعية، وخاصة تويتر والفيسبوك.
- المواقع والمننديات الجهادية التي تربط الجهاديين في جميع أنحاء العالم.
- مواقع الصحف والمجلات على الإنترنت.
- المنتجات البصرية مثل الأفلام وأشرطة الفيديو القصيرة التي تُصوِّرُ النجاحات العسكرية للتنظيم أو حياة المواطنين تحت سلطته.
- وسائل الإعلام التقليدية، مثل محطة البيان الإذاعية التي افتتحت في الموصل في أغسطس 2014، ولوحات وجداريات تحمل شعارات وتعاليم التنظيم، والبيانات والوثائق التي تحمل تعليماته (Maggioni & Magri, 2015, pp 145-146).

اغتنم الجهاديون تكنولوجيا الاتصال والمعلومات منذ أحداث 11 سبتمبر عام 2001، فسَخَّرَت داعش المنصات كالفيسبوك وتويتر والمواقع الإلكترونية الأخرى أفضل من أي حركة جهادية أخرى، وكانت هذه الاستراتيجية مسؤولة عن تحفيز الآلاف من جميع أنحاء العالم للانضمام إليها (Black, et al, 2014).

ويعد تنظيم داعش أول مجموعة إرهابية نشأ أعضاؤها في ظل وجود الإنترنت، فهم يستغلون قوة الشبكة العنكبوتية لخلق تهديد جهادي على المستوى العالمي (العربية، 2014)، فاستخدمت داعش الإنترنت كوسيلة اتصال للإعلام والدعاية ولحشد التأييد لها، وهو ما أطلق عليه وسائل الإعلام الجهادية عبر الإنترنت؛ حيث استخدم التنظيم اليوتيوب، تويتر وإينستيجرام لتعزيز الدعم، وتَحَطَّى المواد المقدمة من خلالها باهتمام وتغطية صحفية كبيرة من قبل وسائل الإعلام العالمية المختلفة (Marshall, 2014).

واستخدم أعضاء داعش أيضاً تويتر لتجنيد الجنود، وكذلك لاستدراج الزوجات، وهم يستهدفون الأطفال الصغار والضعفاء بذات الطرق التي يستخدمها المنحرفون جنسياً على الشبكات الاجتماعية، كما يقوم الفريق الإعلامي لداعش بتركيب سلسلة من مقاطع الفيديو التي تهدف جميعها لإقناع الشباب بالهجرة إلى الدولة الإسلامية، وهنا يبدو الجزء الأكثر إرباكاً وتناقضاً باقتران الدهاء التكنولوجي والحرفية التصميمية (إيفانز، 2015)؛ ففي الوقت الذي يمتلك تويتر وحده أكثر من 300 مليون مشترك من أنحاء العالم، فإن داعش ينشر تفاصيل أنشطته وعملياته عبر الموقع نفسه (العربية، 2014).

واشتهر خبراء داعش الرقميون بالنشاط الكثيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فهم ينشرون حوالي 2000 تغريدة في اليوم على تويتر، وكماً كبيراً من المواد المروَّجة للتنظيم، والتي سرعان ما تتلقفها حسابات وصفحات مناصريه، وتقوم بنشرها على أوسع نطاق قبل حظرها وإزالتها من قبل القائمين على وسائل

التواصل الاجتماعي (المنوري، 2015)؛ فالتنظيم يمتلك جيشاً إعلامياً وإلكترونياً للتغريد على مواقع التواصل الاجتماعي تويتر؛ حيث تعاد تغريداتهم أوتوماتيكياً بفعل خدعة إلكترونية، وآخر فيروس من صنع داعش قام بإطلاق تغريدات، وصل عددها إلى أربعين ألف تغريدة في يوم واحد، وهو رقم قياسي لم يُسجَل من قبل (شوفان، 2015)، وبالرغم من تكاتف الجهود الدولية للحد من انتشار أفكار التنظيمات المتطرفة عبر الشبكة العنكبوتية، فقد باءت بالعجز على أقل تقدير (صحفي، 2014)، فشبكة الإنترنت وشركات التكنولوجيا أصبحت بالنسبة لتنظيم الدولة مركزَ مراقبةٍ وقيادةٍ (الشرق، 2015).

أما الأهداف الأساسية للحرب الإلكترونية على تنظيم داعش فتمثلت بمنع تنظيم الدولة من الهيمنة على المجال العمومي الإلكتروني بخطابه الأيديولوجي، والذي يهدف إلى تطبيع المستخدمين مع منظومته القيميّة، ثم استمالة المتعاطفين وتجنيد المقاتلين... إلخ، ومنع التنظيم من تحويل شبكات التواصل الاجتماعي إلى عنوان إلكتروني لهويته (الراجحي، 2015، ص 6).

المؤسسات الإعلامية لتنظيم داعش:

هناك العديد من المؤسسات الإعلامية اعتمدت عليها داعش في إيصال رسائلها إلى الجماهير المستهدفة في كافة أنحاء العالم، وتتضمن أهم هذه المؤسسات في:

1) **مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي:** تعد الذراع الأساسي للتنظيم، وكانت تابعة لتنظيم القاعدة في السابق، وتجاوزت إصداراتها أكثر من 160 إصداراً، كذلك أصدرت موادً صوتية وأنتجت جميع الكلمات الصوتية لزعيم داعش أبي بكر البغدادي، وكذلك أنتجت جميع الكلمات الصوتية لأبي محمد العدناني الشامي المتحدث الرسمي لتنظيم الدولة، وتتميز إصداراتها بجودة فنية عالية (الفلاحي، 2015)، ومن أبرز إصداراتها: كلمة صوتية لأبي محمد العدناني بعنوان **فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ**، رسائل

من أرض الملاح 5 أجزاء، السلمية دين من؟ لأبي محمد العدناني ، كتاب يهدي .. وسيف ينصر ... إلخ (موقع إصدارات دولة الخلافة الإسلامية، 2015).

(2) **مؤسسة الاعتصام:** وهي مجلة كانت تابعة لجماعة الإخوان المسلمين في السبعينات، ومؤسسة داعشية حالياً، وتلّي الفرقان في الأهمية، ولا تملك موقعاً إلكترونياً باستثناء قناة على اليوتيوب، وتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً تويتر لترويج محتوياتها، ولها عديد من الإصدارات المرئية أبرزها: نوافذ من أرض الملاح، وفشرد بهم من خلفهم (كامل، 2015)، كما تقيم الأكتشاك لتوزيع أقراص الفيديو الرقمية (DVD) عن الأشرطة المصورة التي تعرضها على شبكة الإنترنت (زيلين، 2014)، وسلسلة حياة لكل من (أسامة بن لادن، أنور العولقي، أبو مصعب الزرقاوي، أبو حمزة المهاجر، أبو عمر البغدادي، أبو يحيى الليبي (موقع أنصار الخلافة، 2015)).

(3) **مجلة دابق:** وهي مجلة على قدر عالٍ من الاحترافية تصدر باللغة الإنجليزية، وكل إصدارٍ منها يبدأ باقتباس من أبي مصعب الزرقاوي يقول فيه "إن الشرارة تبدأ من هنا العراق وتستمر حرارتها، بإذن الله، لتُحرق كل المجوس وجيوشهم في دابق"، ومن هنا اقتبست المجلة اسمها بالمُجمل، وكل إصدار للمجلة يقع في حوالي 60 إلى 80 صفحة جميعها ملونة ومنمقة بمهارة واضحة من قبل خبراء في مجال التصميم الحاسوبي البصري Graphic Design (إيفانز، 2015)، ودابق هو اسم قرية سورية صغيرة، قاتلت داعش بشراسة للاستيلاء عليها، ويعتقدون أن المعركة العظيمة التي سينتصر فيها المسلمون ستكون فيها (McCants, 2014).

(4) **مؤسسة ترجمان الأساورتي للإنتاج الإعلامي:** ولها أكثر من 150 إصداراً أبرزها، غزوة باريس، يا أهل الأردن ... معاذ الكساسبة جاء ليقتلنا، يا أهل مصر ... الجهاد أو المهانة، إنا باقون،

صحوات حلب والكذب الرخيص، الطريق إلى بغداد ليس بالنزوح إنما بالفتوح، أيها اللاجئون أرض الخلافة أولى لكم من الصليبيين، بين طالبان دولة الإسلام، الظواهري إذ يتخبّط، شبابكم في التّيه وشابنا ليس لهم شبيهه، الفلوجة مدينة الجهاد ورمز الثبات، شيوخ في خدمة الصليبيين، القديح، حسينية للشرك في بلاد الحرمين، عَزَفٌ ليس عَزْفاً مثل عَزف الملهيات، نتيجة الحملة الصليبية على الدولة الإسلامية، مواقع التواصل الإجتماعية، حرب علينا (موقع دولة الخلافة الإسلامية، 2015).

• **إعلام الولايات، ومنها: ولاية الفلوجة** إصدار مرئي: وإن تعودوا نَعُد (القبض على خلية للتجسس في ولاية الفلوجة)، ولاية سيناء إصدار مرئي: رسائل من أرض سيناء، ولاية الجنوب: زمجرة العبوات، ولاية حلب: الازدهار الاقتصادي في ظل الخلافة، ولاية الخير: مطعم المدينة التابع لديوان الزكاة، ملاحم الأنبار الكبرى: غزوة النعيمية، ولاية الرقة: من حلقات تحفيظ القرآن في المساجد. (موقع إصدارات دولة الخلافة الإسلامية، 2015).

(5) أكثر من 170 ألف موقع: منها شبكات التواصل الاجتماعي، ومنتدى يتبع تنظيم داعش، ومن أهم المدونات والمنتديات الجهادية: شبكة المرسلين الإعلامية، غرفة منبر الأنصار الإسلامية، الدولة الإسلامية، المدونة الجامعة لإصدارات الدولة الإسلامية، دولة الخلافة الإسلامية، الدولة الإسلامية باقية بإذن الله وتتمدد، أنصار المجاهدين للإنتاج الإعلامي، منتدى شبكة الجهاد العالمي، منتديات الملاحم والفتن، منتدى شبكة الزرقاوي الجهادية، منتدى العقاب، منتدى النصر الجهادي، منتديات البُرّاق، أخبار الدولة الإسلامية (كامل، 2015).

(6) إذاعة البيان في العراق وسوريا: تُخاطب جمهورها المحلي بخطب الخليفة البغدادي ونشرات إخبارية تتضمن الأخبار المحلية لانتصارات التنظيم والأخبار العالمية المتعلقة بالحرب ضده، كما أُطّق

أيضاً قناة تلفزيونية باسم قناة الخلافة، تُبث عبر شبكة الإنترنت برنامج وقت التجنيد (شوفان، 2015).

(7) **الكتب:** حيث حرصت داعش على إنتاج عدد من الكتب منها: حقيقة العلمانية لمساعد بن بشير، الإجافة لشبهه خُصوم دولة الخلافة لأبي الحسن الأزدي، القول الصافي في صحة بيعة الشيخ سليم آل بيت النبوة أبي بكر القرشي الحسيني البغدادي ثم السامرائي، اللفظ اللساني في ترجمة العدناني بقلم أبي سفيان تركي بن مبارك البنعلي (موقع دولة الخلافة الإسلامية، 2015). ويوضح الجدول رقم (3) أبرز الإصدارات الإعلامية لداعش.

جدول 3 أبرز الإصدارات الإعلامية لداعش

(المصدر: Maggioni & Magri, 2015, p. 121)

العنوان	النوع	تاريخ الإصدار
مختلف وسائل التواصل الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر	منشورات، صفحات، قصص	إصدار مستمر
صليل الصوارم	فيديو	17 مارس 2014
أخبار الدولة الإسلامية- العدد الثالث	مجلة	يونيو 2014
دابق العدد 1	مجلة	15 يوليو 2014
دابق العدد 2	مجلة	27 يولو 2014
قطع رأس جيمس فولي	فيديو	19 أغسطس 2014
محافظة حلب	بروشور	سبتمبر 2014
قطع رأس ستيفن سوتلوف	فيديو	2 سبتمبر 2014
قطع رأس ديفيد هاينز	فيديو	13 سبتمبر 2014
صليل الصوارم 4	فيديو	18 سبتمبر 2014
لهيب الحروب	مقطع فيديو	18 سبتمبر 2014
سرقة السيارات الكبرى: صليل الصوارم	مقطع فيديو العاب	18 سبتمبر 2014
أصغ إلي مقدمة: Cantlie Lend Me Your Ears Foreword –	فيديو	18 سبتمبر 2014

		Cantlie
23 سبتمبر 2014	فيديو	أصغ إلي 1: Cantlie
24 سبتمبر 2014	فيديو	قطع رأس هيرفي جوردل
29 سبتمبر 2014	فيديو	أصغ إلي 2: Cantlie
19 أغسطس 2014	فيديو	قطع رأس آلان هينينج
3 أكتوبر 2014	فيديو	أصغ إلي 3: Cantlie
12 أكتوبر 2014	مجلة	دابق العدد 3
22 أكتوبر 2014	مجلة	دابق العدد 4
16 أكتوبر 2014	فيديو	أصغ إلي 4: Cantlie
25 أكتوبر 2014	فيديو	أصغ إلي 5: Cantlie
28 أكتوبر 2014	فيديو	داخل عين الإسلام - Cantlie
16 نوفمبر 2014	فيديو	قطع رأس بيتر كاسيج
19 نوفمبر 2014	فيديو	ماذا تنتظرون - مركز الحياة الإعلامي
21 نوفمبر 2014	فيديو	أصغ إلي 6: Cantlie
22 نوفمبر 2014	مجلة	دابق العدد 5
29 ديسمبر 2014	مجلة	دابق العدد 6
3 يناير 2015	فيديو	داخل الموصل - Cantlie
20 يناير 2015	تلفاز شبكي (Web TV)	الخليفة مباشر
24 يناير 2015	فيديو	قطع رأس هارونا يوكاوا
27 يناير 2015	فيديو	الرسالة العامة الثانية من "كينجي غوتو جوجو" لعائلته والحكومة اليابانية
31 يناير 2015	فيديو	قطع رأس كينجي غوتو
2 فبراير 2015 (على تويتر منذ 15 كانون الثاني)	كتاب الكتروني (E-Book)	الدولة الإسلامية 2015
3 فبراير 2015	فيديو	استشهاد معاذ الكساسبة
9 فبراير 2015	فيديو	من داخل حلب - Cantlie

ويُجمَعُ العديد من الخبراء والمحللين أن داعش تعمل وفقاً لخطة إعلامية محكمة التصميم لها أهدافها وتسير حسب توقيت دقيق ورسائلها موجهة بشكل علمي لاستهداف فئات مختلفة ومحددة، من خلال ما يلي:

- استخدام الرسائل الخاصة على تويتر وفيسبوك للتواصل مع المؤيدين واستقطابهم أو توظيفهم في خدمة خطته الإعلامية.

- نشر التغريدات وتنسيقها وجمع المعلومات الاستخبارية وتنسيق عمليات الرد على الأصوات والتغريدات المعادية لنشاط التنظيم وأهدافه.

- استخدام الشبكة العنكبوتية بحرفية من خلال نشر الصور وبث التهديد والوعيد في اتجاه واحد، واستعمالها لفهم حاجات متابعيه واستشارتهم، وقياس وتحليل ردود فعلهم، وبناءً عليه يطور استراتيجياته وأساليب عمله (بوابة الحركات الإسلامية، 2015).

وفي ظل الحرب الإعلامية الحامية الوطيس الدائرة، والتي تتوّع أطرافها، فإن خطورة الدور الانقسامى ازداد خطورة قبل وبعد الانتفاضات الثورية العربية- المجهّزة فى بعضها- فى أشكال عديدة منها:

- صعود دور الجماعات السلفية الجهادية، وتنظيم القاعدة ونظائرها وأشباهاها فى المنطقة العربية، وبعض الدول الأفريقية وسعيها للوصول إلى بناء الدولة الإسلامية.

- الدور الدعوي للإيديولوجيا الدينية المذهبية، فى نشر الأفكار المتطرفة وسط بعض الشرائح الاجتماعية الشابة، خصوصاً ممن عانوا من التهميش التاريخي، والعزلة، فى ظل أزمة الانتماء الوطني وانعكاساتها على نظام الشرعية السياسية.

- وظيفة التجنيد، والتعبئة والحشد لبعض الفئات الشابة.
- أداة لتعليم بعض الشباب، على تكنولوجيا العنف والإرهاب، من إعداد قنابل المولوتوف، والتفجيرات عن بعد، وتفخيخ السيارات، أو التدريب على استخدام بعض الأسلحة.
- أداة لبث خطابات ومواقف بعض الجماعات الإرهابية.
- تبادل الرسائل المشفرة مع كوادرها وشبكاتنا العنقودية (عبدالفتاح، 2014).

المضامين الإعلامية لتنظيم داعش

عمدت داعش إلى بث مواد دعائية تؤكد في الغالب الأعم على فكرة المدينة الفاضلة وما فيها، مثل العدالة الاجتماعية والاقتصادية، والصفاء الديني، والتمدد المستمر للخلافة، وفي أيام أخرى، برز التدريب العسكري أكثر من غيره؛ إذ انتشرت مقاطع فيديو ومقالات معززة بالصور تصور الحياة العسكرية للمقاتلين والاستعراضات العسكرية، إضافة إلى تصوير العمليات العسكرية (وينتر، 2015). لم تركز دعاية داعش على الصراعات العسكرية فحسب، وإنما باتت تبث فيديوهات تبين أسطرة الجانب الناعم لداعش كالاحتفالات بعيد الأضحى وتوزيع المساعدات، وصلاة الاطفال، ليستهدف جمهوراً أوسع، ومع سقوط الموصل 2014، ومع اكتساب مشروع داعش اهتماماً عالمياً، أصدرت داعش ثلاث مواد عالية الجودة للوصول إلى جمهور دولي وإلى عموم المسلمين أهمها فيديو سايكس بيكو (فرنانديز، 2015، ص ص 6-8).

ولم تعد فيديوهات داعش تشد الخائفين ولا القلقين بقدر ما تشد أولئك الذين تستهويهم أفلام الخيال العلمي وربما الأكشن التي تنتجها هوليوود الأمريكية؛ إذ يضم في صفوفه خبرات كبيرة في مجال السينما والتصوير والمونتاج، وينضم إليه الكثير من التقنيين والفنيين والعلماء من حول العالم، وقد استطاع عبر جديده المتجدد دوماً من إصدارات ومقاطع عنف شدّ أنظار الآلاف من الشبان والشابات حول العالم؛ حيث

يقدم مادة دسمة للمتطرفين من مختلف الأديان والأعراق (رامي، 2015)، وللعلم فإن التنظيم كان قد أنتج
فيلمًا قصيرًا لإعدام الطيار الكساسبة، وفيلمًا باسم (فتح بغداد وصليل الصوارم)، استعان فيه بمؤثرات من فيلم
Kingdom of Heaven، مُركِّزاً على لقطات لشخصية صلاح الدين الأيوبي كأنه البغدادي (شوفان،
2015).

الفصل الثالث

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات عن داعش استخدمت الباحثة العبارات الآتية بمقياس خماسي: اعتمد بدرجة كبيرة جداً (4) حتى لا اعتمد مطلقاً (0)؛ لقياس مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام في الحصول على معلومات عن تنظيم داعش، وبيّن الجدول رقم (4) ترتيب هذه الوسائل تنازلياً من الأكثر إلى الأقل اعتماداً.

جدول 4: مدى اعتماد عينة الدراسة على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوسائل الإعلامية
1.057	3.07	القنوات التلفزيونية
1.358	2.87	مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)
1.242	2.72	المواقع الإخبارية
1.389	2.46	اليوتيوب
1.186	2.21	المحطات الإذاعية
1.247	1.50	الصحف المطبوعة
1.223	1.23	المدونات
1.172	1.19	المجلات الإخبارية المطبوعة
1.23	2.16	الإجمالي

جاءت "القنوات التلفزيونية" ($M=3.07$) كأكثر الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور الأردني، يتبعها "مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)" ($M=2.87$)، ثم "المواقع الإخبارية" ($M=2.72$)، وكانت أقل وسيلتين اعتماداً من قبل الجمهور الأردني هما "المدونات" ($M=1.23$) و"المجلات الإخبارية المطبوعة"

(M=1.19)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (شاهين، 2014)؛ حيث تصدرت القنوات التلفزيونية قائمة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر للمعلومات عن الإرهاب تلاها مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق مع نتائج دراسة كل من: (Ha & Zhang, 2013) و(الكناني، 2013) و(Kim,et al, 2013) و(كافي، 2007)؛ التي أظهرت اعتماد المبحوثين على القنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات.

ثانياً: العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل الإعلام

استخدمت الباحثة العبارات الآتية بمقياس خماسي: دائماً (4) حتى مطلقاً (0)؛ لقياس العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على معلومات عن تنظيم داعش، وبلغت قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لهذا السؤال (0.910)، ويظهر الجدول رقم (5) ترتيب هذه العوامل تنازلياً من الأكثر إلى الأقل.

جدول 5: العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على معلومات عن داعش

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العوامل
1.024	3.16	السرعة في نقل الحدث
1.055	3.12	دعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي
.986	3.05	حرص الوسيلة على متابعة الأحداث وتطوراتها
1.025	2.80	عرض جوانب متنوعة للحدث
1.124	2.68	عرض وجهات النظر المختلفة
1.102	2.67	موضوعية الوسيلة في نقل الحدث
1.128	2.66	الثقة فيما تقدمه الوسيلة من أخبار
1.114	2.65	عرض الآراء ووجهات نظر خبراء أثق بهم
1.118	2.59	الثقة بمن يقدم المعلومات

1.120	2.59	عرض وجهات نظر الشخصيات المؤثرة في الأحداث
1.154	2.58	بث أو نشر الوسيلة لموضوعات أو برامج متميزة من وجهة نظرك
1.152	2.52	عدم التحيز الوسيلة في نقل الحدث
1.183	2.36	توافق توجهات الوسيلة مع توجهاتك وأرائك
1.136	2.21	توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر مقدمي البرامج
1.121	2.17	توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر ضيوف البرامج
1.10	2.65	الإجمالي

جاء عامل "السرعة في نقل الحدث" ($M=3.16$) كأكثر العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى التعرض لوسائل الإعلام، وجاء ثانياً "دعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي" ($M=3.12$)، ثم "حرص الوسيلة على متابعة الأحداث وتطوراتها" ($M=3.05$)، وكانت أقل ثلاثة عوامل هي "توافق توجهات الوسيلة مع توجهاتك وأرائك" ($M=2.63$) ثم "توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر مقدمي البرامج" ($M=2.21$) وأخيراً "توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر ضيوف البرامج" ($M=2.17$)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (فاروق، 2012)، لكنها تتعارض مع نتائج دراسة (الكناني، 2013)؛ حيث أبرزت الموضوعية والمصداقية كأبرز الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على هذه الوسائل، ويتعارض كذلك مع نتائج دراسة (Robertson, 2009) التي اكتشفت أن الثقة هي العامل الأبرز، في حين جاء عامل "توافق توجهات الوسيلة مع توجهات وآراء الجمهور" في مكانة متأخرة في قائمة العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي نتيجة لا تتوافق مع نتائج دراسة (مطهر، 2011)؛ حيث جاءت نسبة هذا العامل مرتفعة .

ثالثاً: طبيعة تفاعل الجمهور الاردني عبر وسائل الاتصال الحديثة

استخدمت الباحثة العبارات الآتية بمقياس خماسي: استخدمها بدرجة كبيرة جداً (4) حتى لا استخدمها مطلقاً (0)؛ لقياس طبيعة تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش، وبلغت قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لهذا السؤال (0.872)، ويظهر الجدول رقم (6) ترتيب أساليب التفاعل تنازلياً من الأكثر إلى الأقل.

جدول 6: طبيعة تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أساليب التفاعل
1.683	2.53	رفض قبول أي دعوة للانضمام إلي الصفحات المؤيدة لداعش
1.288	2.25	قراءة موضوعات متعلقة عن تنظيم داعش على المواقع الإخبارية
1.309	2.11	قراءة منشور على مواقع التواصل الاجتماعي عن داعش
1.398	2.07	مشاهدة فيديو متعلق بداعش
1.668	2.01	حذف (Block) صفحات الاصدقاء المؤيدين لداعش
1.623	1.84	حذف (Block) صفحات داعش
1.375	1.69	الدخول إلى رابط متعلق بموضوع داعش
1.444	1.49	التعليق على الموضوعات المتعلقة بداعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي
1.331	1.15	الإشارة بالإعجاب بالمنشورات المتعلقة بداعش
1.245	1.07	مشاركة الموضوعات المتعلقة بتنظيم داعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي
1.445	1.07	الإشارة بالإعجاب بصفحات داعش على مواقع التواصل الاجتماعي
1.377	1.04	التعليق على الموضوعات المتعلقة بداعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي
1.285	.98	تحميل ملفات متعلقة بموضوع داعش
1.42	1.64	الإجمالي

جاء "رفض قبول أي دعوة للانضمام إلى الصفحات المؤيدة لداعش" ($M=2.53$) أكثر الأساليب تفاعلاً، وجاء ثانياً "قراءة موضوعات متعلقة عن تنظيم داعش على المواقع الإخبارية" ($M=2.25$)، ثم "قراءة منشور على مواقع التواصل الاجتماعي عن داعش" ($M=2.11$)، وكانت أقل ثلاثة أساليب تفاعل من قبل الجمهور الأردني هي "الإشارة بالإعجاب بصفحات داعش على مواقع التواصل الاجتماعي" ($M=1.07$) ثم "التعليق على الموضوعات المتعلقة بداعش عبر مواقع التواصل" ($M=1.04$) وأخيراً "تحميل ملفات متعلقة بموضوع داعش" ($M=0.98$).

رابعاً: التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن داعش لقياس التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن داعش، استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الخماسي الذي يتراوح بين (1) معارض بشدة إلى (5) موافق بشدة، وجاء معامل ألفا كرونباخ لهذا السؤال (0.920)، وجاءت هذه التأثيرات على الجمهور بدرجة متوسطة ($SD=1.17, M=3.62$) كما جاء ترتيب هذه التأثيرات كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش وفقاً لإجابات الباحثين كما يلي: "التعرض لوسائل الإعلام ساهم في زيادة ولائي لبلدي الأردن" ($M=3.99$)، "زودتني وسائل الإعلام بمعلومات عن تنظيم داعش" ($M=3.96$)، "التعرض لوسائل الإعلام ساهم في تكوين صورة عن تنظيم داعش" ($M=3.82$)، "زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن أفعال تنظيم داعش" ($M=3.80$)، "متابعتي لوسائل الإعلام دعمت موقفي من تأييد الحكومة الأردنية" ($M=3.79$)، "ساهمت وسائل الإعلام بالتعريف بالعديد من وجهات نظر الآخرين عن تنظيم داعش" ($M=3.76$)، "ساعدتني هذه الوسائل في تشكيل وجهة نظري عن تنظيم داعش" ($M=3.73$)، "متابعتي المستمرة لوسائل الإعلام قللت من خوفي على مستقبل الأردن من تنظيم داعش" ($M=3.67$)، "زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن الأفراد المنضمين

لتنظيم داعش" ($M = 3.55$)، "ساهمت وسائل الإعلام في اقتناعي بنجاح الجهود الدولية لمحاربة داعش"
($M = 3.54$)، "قمت بتوجيه النقد لتنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام" ($M = 3.45$)،
"وسائل الإعلام ومنها الإنترنت جعلتني اشعر أنني أساهم بفاعلية في الحوار عن مواجهة تنظيم داعش"
($M = 3.45$)، "شاركت في حوار حول داعش اعتمادا على ما تابعته في وسائل الإعلام" ($M = 3.26$)،
"شاركت في مظاهرات ضد تنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام" ($M = 2.92$).

واستخدمت الباحثة التحليل العاملي Factor Analysis، الذي يمكنه تصنيف هذه التأثيرات إلى
(التأثيرات المعرفية، التأثيرات السلوكية، التأثيرات الوجدانية) بأهمية نسبية أكبر من الواحد الصحيح، كما
أوضحت هذه العوامل نسبة (67.17%) من إجمالي التباين، أنظر جدول رقم (7).

العامل الأول: التأثيرات المعرفية

جاء هذا العامل في المرتبة الأولى فهو الأكثر أهمية في التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني
على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش؛ حيث جاءت الأهمية النسبية له من مجمل تأثير
العوامل هي (29.17%)، ويضم هذا العامل المتغيرات الآتية: زودتني وسائل الإعلام بمعلومات عن تنظيم
داعش بتشبع مقداره (0.783)، التعرض لوسائل الإعلام ساهمت في تكوين صورة عن تنظيم داعش بتشبع
مقداره (0.728)، زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن أفعال تنظيم داعش بتشبع مقداره (0.810)، ساهمت
وسائل الإعلام بالتعريف بالعديد من وجهات نظر الآخرين عن تنظيم داعش بتشبع مقداره (0.656)،
ساعدتني هذه الوسائل في تشكيل وجهة نظري عن تنظيم داعش بتشبع مقداره (0.739)، زودتني هذه
الوسائل بمعلومات عن الأفراد المنضمين لتنظيم داعش بتشبع مقداره (0.787)، زودتني هذه الوسائل
بمعلومات عن تحركات تنظيم داعش بتشبع مقداره (0.719).

العامل الثاني: التأثيرات الوجدانية

جاء هذا العامل في المرتبة الثانية في أهمية التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش؛ حيثُ جاءت الأهمية النسبية له من مجمل تأثير العوامل هي (20.51%)، ويضم هذا العامل المتغيرات الآتية: التعرض لوسائل الإعلام ساهمت في زيادة ولائي لبلدي الأردن بنسبة مقداره (0.756)، متابعتي لوسائل الإعلام دعم موقفي من تأييد الحكومة الأردنية بنسبة مقداره (0.649)، متابعتي المستمرة لوسائل الإعلام قللت من خوفي على مستقبل الأردن من تنظيم داعش بنسبة مقداره (0.767)، ساهمت وسائل الإعلام في اقتناعي بنجاح الجهود الدولية لمحاربة داعش بنسبة مقداره (0.704)، وسائل الإعلام ومنها الإنترنت جعلتني اشعر أنني أساهم بفاعلية في الحوار عن مواجهة تنظيم داعش بنسبة مقداره (0.559).

العامل الثالث: التأثيرات السلوكية

جاء هذا العامل في المرتبة الثالثة في أهمية التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش؛ حيثُ جاءت الأهمية النسبية له من مجمل تأثير العوامل هي (17.49%)، ويضم هذا العامل المتغيرات الآتية: قمت بتوجيه النقد لتنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام بنسبة مقداره (0.719)، شاركت في حوار حول داعش اعتماداً على ما تابعته في وسائل الإعلام بنسبة مقداره (0.782)، شاركت في مظاهرات ضد تنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام بنسبة مقداره (0.846).

جدول 7: التحليل العاملي للتأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات عن داعش

العوامل					تحميلات العوامل
3	2	1	SD	Mean	
(M = 3.75, SD = 1.10)					العامل الأول: التأثيرات المعرفية
.271	.107	.783	1.08	3.96	زودتني وسائل الإعلام بمعلومات عن تنظيم داعش
-.003	.371	.728	1.15	3.82	التعرض لوسائل الإعلام ساهم في تكوين صورة عن تنظيم داعش
.148	.257	.810	1.07	3.80	زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن أفعال تنظيم داعش
.031	.432	.656	1.08	3.76	ساهمت وسائل الإعلام بالتعريف بالعديد من وجهات نظر الآخرين عن تنظيم داعش
.102	.324	.739	1.19	3.73	ساعدتني هذه الوسائل في تشكيل وجهة نظري عن تنظيم داعش
.277	.117	.787	1.04	3.63	زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن الأفراد المنضمين لتنظيم داعش
.294	.193	.719	1.07	3.55	زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن تحركات تنظيم داعش
(M = 3.69, SD = 1.19)					العامل الثاني: التأثيرات الوجدانية
.039	.756	.360	1.17	3.99	التعرض لوسائل الإعلام ساهم في زيادة ولائي لبلدي الأردن
.378	.649	.231	1.15	3.79	متابعتي لوسائل الإعلام دعمت موقفي من تأييد الحكومة الأردنية
.274	.767	.198	1.23	3.67	متابعتي المستمرة لوسائل الإعلام قللت من خوفي على مستقبل الأردن من تنظيم داعش
.225	.704	.233	1.27	3.54	ساهمت وسائل الإعلام في اقتناعي بنجاح الجهود الدولية لمحاربة داعش
.489	.559	.250	1.14	3.45	وسائل الإعلام ومنها الإنترنت جعلتني اشعر أنني أساهم بفاعلية في الحوار عن مواجهة تنظيم داعش
(M = 3.21, SD = 1.28)					العامل الثالث: التأثيرات السلوكية
.719	.246	.258	1.27	3.45	قمت بتوجيه النقد لتنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام
.782	.219	.236	1.25	3.26	شاركت في حوار حول داعش اعتمادا على ما تابعته في وسائل الإعلام
.846	.146	.044	1.32	2.92	شاركت في مظاهرات ضد تنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام

أثبتت نتائج الدراسة مساهمة وسائل الإعلام في تزويد الجمهور بالمعلومات، وتفعيل مساهمته بالحوار وهي نتيجة تتوافق مع دراسة (Narasimhamurty, 2014)، كما بينت الدراسة أن التأثيرات المعرفية هي الأكثر أهمية في التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش بنسبة (29.17%)، وهي نتيجة تعارضت مع نتائج دراسة (شاهين، 2014)؛ حيث تصدّرت التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام، وتعارضت مع نتائج دراسة (Kim,et. al, 2013) أيضاً؛ حيث أظهرت أن التأثيرات السلوكية كانت الأبرز، وتوافقت مع دراسة (Li & Jeong, 2003) التي أظهرت أن الاعتماد على وسائل الإعلام له تأثيرات مختلفة على المعرفة حول الأحداث الجارية. كما أظهرت الدراسة أن التأثيرات الوجدانية جاءت مرتفعة جراء الاعتماد على وسائل الإعلام وهي نتيجة تتوافق مع نتائج دراسة (Lee, 2011).

نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية تُعزى للعوامل الديموغرافية.

1. النوع

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية ونوعهم، حيث بلغت قيمة ت (-0.364) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.716)، وهي غير دالة إحصائية لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (8).

جدول 8: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع الجمهور الأردني ومدى اعتمادهم على الوسائل الإعلامية

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	درجة الحرية	P
ذكر	178	2.1419	.76692	-.364-	398	.716
أنثى	222	2.1695	.74246			

2. العمر

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائية بين أعمار عينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن داعش؛ حيث بلغت قيمة F (2.858) عند قيمة معنوية (0.023)، وهي دالة إحصائية لأنها أصغر من (0.05)، ولمعرفة مصادر التباين بين فئات الأعمار المختلفة، تم إجراء اختبار بُعدي بطريقة LSD كما في الجدول رقم (9).

جدول 9: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام

الفئة العمرية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	P
أقل من 20 عام	أكثر من 50 عام	47	0.67088*	0.019
من 20 إلى أقل من 30 عام	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	279	0.27991*	0.019
	أكثر من 50 عام	279	0.67529*	0.012

ويتضح من الجدول السابق أن الفئة العمرية "من 20 إلى أقل من 30 عام" هم الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام ثم "أقل من 20 عام" يليه "أكثر من 50 عام" ثم "من 30 عام إلى أقل من 40 عام". أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير للعمر على مدى الاعتماد على وسائل الإعلام، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Robrtson, 2009)، كذلك توافقت مع دراسة (Lowrey, 2004)، في حين أثبتت الدراسة أن المبحوثين الأقل سناً هم الأكثر اعتماداً على الوسائل الإعلامية، وهي تتعارض مع نتائج دراسة (Jackob, 2010) التي أظهرت أن الأكبر سناً هم الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام.

3. المستوى التعليمي

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة F (2.313) عند قيمة

معنوية (0.057)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (10).

جدول 10: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام

P	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.057	2.313	1.293	4	5.173	بين المجموعات
		.559	395	220.834	داخل المجموعات
			399	226.007	المجموع

4. الاتجاه السياسي

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة ت (0.428) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.669)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (11).

جدول 11: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام

P	درجة الحرية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الاتجاه السياسي
.669	398	-.428-	.94525	2.0781	16	حزبي
			.74487	2.1605	384	غير حزبي

5. الدخل الشهري للأسرة

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الدخل الشهري لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ف (0.702) عند قيمة معنوية (0.551)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (12).

جدول 12: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	P
بين المجموعات	1.195	3	.398	.702	.551
داخل المجموعات	224.812	396	.568		
المجموع	226.007	399			

بينت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة بين الدخل الشهري والاعتماد على وسائل الإعلام، وهذا

يتعارض مع نتائج دراسة (Lovless, 2008).

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين عوامل تعرض الجمهور الاردني لوسائل الإعلام تُعزى للعوامل الديموغرافية.

1. النوع

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع عينة الدراسة وعوامل تعرضهم

لوسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ت (0.053) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.958)،

وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (13).

جدول 13: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع عينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	درجة الحرية	P
ذكر	178	2.6577	.76115	.053	398	.958
أنثى	222	2.6538	.71289			

2. العمر

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات

العمرية لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ف (3.073) عند قيمة معنوية

(0.016)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05)، ولمعرفة مصادر التباين بين فئات الأعمار المختلفة، تم إجراء اختبار بعدي بطريقة LSD كما هو موضح في الجدول رقم (14).

جدول 14: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام

الفئة العمرية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	P
أقل من 20 عام	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	47	-0.40395*	.008
أكثر من 50 عام	من 20 إلى أقل من 30 عام	8	-0.55714*	.033
	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	8	-0.74384*	.008
	من 40 عام إلى أقل من 50 عام	8	-0.66167*	.030

يتضح من الجدول السابق أن الفئة العمرية "من 30 عام إلى أقل من 40 عام" تمتلك دوافعاً أكثر للتعرض لوسائل الإعلام، يليها "من 40 عام إلى أقل من 50 عام" ثم "من 20 إلى أقل من 30 عام" ثم "أقل من 20 عام" ثم "أكثر من 50 عام".

3. المستوى التعليمي

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة F (2.078) عند قيمة معنوية (0.083)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما في الجدول رقم (15).

جدول 15: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	P
بين المجموعات	4.429	4	1.107	2.078	.083
داخل المجموعات	210.432	395	.533		
المجموع	214.861	399			

4. الاتجاه السياسي

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ت (0.688) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.492)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (16).

جدول 16: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام

P	درجة الحرية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الاتجاه السياسي
.492	398	.688	.74266	2.7792	16	حزبي
			.73398	2.6503	384	غير حزبي

5. الدخل الشهري للأسرة

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ف (0.751) عند قيمة معنوية (0.522)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (17).

جدول 17: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وعوامل تعرضهم لوسائل الإعلام

P	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.522	.751	.405	3	1.216	بين المجموعات
		.540	396	213.645	داخل المجموعات
			399	214.861	المجموع

الفرض الثالث: توجد فروق دالة احصائياً بين طبيعة تفاعل الجمهور الاردني عبر وسائل الاتصال الحديثة تعزى للعوامل الديموغرافية.

1. النوع

أظهر اختبار (T-Test) وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع عينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة؛ حيث بلغت قيمة ت (2.002) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.046)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (18).

جدول 18: اختبار T لدراسة الفرق بين نوع عينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	درجة الحرية	P
ذكر	178	1.7368	.86785	2.002	398	.046
أنثى	222	1.5568	.91405			

2. العمر

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة ف (7.977) عند قيمة معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05)، ولمعرفة مصادر التباين بين فئات الأعمار المختلفة، تم إجراء اختبار بعدي بطريقة LSD كما هو موضح في الجدول رقم (19).

جدول 19: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة

الفئة العمرية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	P
من 20 إلى أقل من 30 عام	أقل من 20 عام	279	.27450*	.045
	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	279	.48765*	.000
	من 40 عام إلى أقل من 50 عام	279	.56541*	.005

.000	1.17118*	279	أكثر من 50 عام	أكثر من 50 عام
.007	-.89669*	8	أقل من 20 عام	
.040	-.68353*	8	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	

يتضح من الجدول السابق أن الفئة العمرية "من 20 إلى أقل من 30 عام" أكثر تفاعلاً عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش ثم يليه "أقل من 20 عام" ثم "من 30 عام إلى أقل من 40 عام" ثم "من 40 عام إلى أقل من 50 عام" ثم "أكثر من 50 عام".

3. المستوى التعليمي

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة؛ حيث بلغت قيمة ف (5.079) عند قيمة معنوية (0.001)، وهي دالة إحصائية لأنها أصغر من (0.05)، ولمعرفة مصادر التباين بين المستويات التعليمية المختلفة تم إجراء اختبار بعدي بطريقة LSD كما هو موضح في الجدول رقم (20).

جدول 20: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة

P	الفرق بين المتوسطين	العدد (N)	المقارنة مع المستويات الأخرى	المستوى التعليمي
.000	.75349*	342	ثانوية عامة فأقل	بكالوريوس
.046	1.01844*	342	دكتوراه	

ويتضح أن الحاصلين على درجة البكالوريوس أكثر تفاعلاً عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش يليه الثانوية العامة فأقل ثم الحاصلون على شهادة الدكتوراه.

4. الاتجاه السياسي

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة؛ حيث بلغت قيمة ت (0.930) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.353)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (21).

جدول 21: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة

P	درجة الحرية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الاتجاه السياسي
.353	398	.930	.97765	1.8413	16	حزبي
			.89402	1.6284	384	غير حزبي

5. الدخل الشهري للأسرة

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة؛ حيث بلغت قيمة ف (0.314) عند قيمة معنوية (0.815)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (22).

جدول 22: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة وطبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة

P	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.815	.314	.254	3	.763	بين المجموعات
		.809	396	320.389	داخل المجموعات
			399	321.152	المجموع

الفرض الرابع: توجد فروق دالة احصائيا بين التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الاردني على وسائل الإعلام تعزى لعواملهم الديموغرافية.

1. النوع

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع عينة الدراسة والتأثيرات الناتجة من اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ت (1.092) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.275)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (23).

جدول 23: اختبار T لدراسة الفرق بين الذكور والإناث نحو التأثيرات الناتجة من اعتمادهم على وسائل الإعلام

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	درجة الحرية	P
ذكر	178	3.6704	.81999	1.092	398	.275
أنثى	222	3.5823	.78737			

2. العمر

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة من اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ف (7.977) عند قيمة معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) ولمعرفة مصادر التباين بين فئات الأعمار المختلفة، تم إجراء اختبار بعدي بطريقة LSD كما هو موضح في الجدول رقم (24).

جدول 24: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين الفئات العمرية لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة

الفئة العمرية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	P
من 20 إلى أقل من 30 عام	أقل من 20 عام	279	.27450*	.045
	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	279	.48765*	.000
	من 40 عام إلى أقل من 50 عام	279	.56541*	.005
	أكثر من 50 عام	279	1.17118*	.000

.007	-.89669*	8	أقل من 20 عام	أكثر من 50 عام
.040	-.68353*	8	من 30 عام إلى أقل من 40 عام	

يتضح من الجدول السابق أن الفئة العمرية "من 20 إلى أقل من 30 عام" أكثر تأثراً بما تعرضه وسائل الإعلام من معلومات حول تنظيم داعش ثم يليه "أقل من 20 عام" ثم "من 30 عام إلى أقل من 40 عام" ثم "من 40 عام إلى أقل من 50 عام" ثم "أكثر من 50 عام".

3. المستوى التعليمي

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة من اعتمادهم على وسائل الإعلام؛ حيث بلغت قيمة ف (5.079) عند قيمة معنوية (0.001)، وهي دالة إحصائية لأنها أصغر من (0.05)، ولمعرفة مصادر التباين بين المستويات التعليمية المختلفة تم إجراء اختبار بعدي بطريقة LSD كما هو موضح في الجدول رقم (25).

جدول 25: اختبار التباين البعدي بطريقة LSD بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة

P	الفرق بين المتوسطين	العدد (N)	المقارنة مع المستويات الأخرى	المستوى التعليمي
.000	.75349*	342	ثانوية عامة فأقل	بكالوريوس
.046	1.01844*	342	دكتوراه	

ويتضح أن الحاصلين على درجة البكالوريوس أكثر تأثراً بما تعرضه وسائل الإعلام من معلومات حول تنظيم داعش يليه الثانوية العامة فأقل ثم الحاصلون على شهادة الدكتوراه.

4. الاتجاه السياسي

أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين؛ حيث بلغت قيمة ت (0.166) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.868)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (26).

جدول 26: اختبار T لدراسة الفرق بين الاتجاه السياسي والتأثيرات

P	درجة الحرية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الاتجاه السياسي
.868	398	.166	.82596	3.6542	16	حزبي
			.80231	3.6201	384	غير حزبي

5. الدخل الشهري للأسرة

أظهر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الدخل الشهري لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة؛ حيث بلغت قيمة ف (0.314) عند قيمة معنوية (0.815)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (27).

جدول 27: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد بين الدخل الشهري لعينة الدراسة والتأثيرات الناتجة

P	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.815	.314	.254	3	.763	بين المجموعات
		.809	396	320.389	داخل المجموعات
			399	321.152	المجموع

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية و عوامل تعرضهم لهذه الوسائل.

أظهر استخدام معامل اختبار بيرسون (r) وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية وعوامل تعرضهم لهذه الوسائل؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (r= 0.450) عند

مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (28).

جدول 28: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية وعوامل تعرضهم لهذه الوسائل.

عوامل التعرض			الوسائل الإعلامية
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	.450**	400	

أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية وعوامل تعرضهم لهذه الوسائل، وهذا يتعارض مع نتائج دراسة (Jackob,2010) التي أظهرت أن عوامل التعرض لوسائل الإعلام ليس لها دلالة إحصائية بمستوى الاعتماد عليها.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و طبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.

أظهر استخدام معامل اختبار بيرسون (r) وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و طبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (r= 0.341) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (29).

جدول 29: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و طبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.

طبيعة التفاعل			الوسائل الإعلامية
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	.341**	400	

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و التأثيرات الناتجة من هذه الاعتماد.

أظهر استخدام معامل اختبار بيرسون (r) وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و التأثيرات الناتجة من هذه الاعتماد؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r = 0.405$) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (30).

جدول 30: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الاردني على الوسائل الإعلامية و التأثيرات الناتجة من هذه الاعتماد

التأثيرات الناتجة			الوسائل الإعلامية
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	.405**	400	

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية بين عوامل تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام و التأثيرات الناتجة من هذا التعرض.

أظهر استخدام معامل اختبار بيرسون (r) وجود علاقة ارتباطية بين عوامل تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام و التأثيرات الناتجة من هذا التعرض؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r = 0.445$) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أصغر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (31).

جدول 31: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين عوامل تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام و التأثيرات الناتجة من هذا التعرض.

التأثيرات الناتجة			عوامل التعرض
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	.445**	400	

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية بين التأثيرات الناتجة من تعرض الجمهور الاردني لوسائل الإعلام وطبيعة تفاعله عبر هذه الوسائل.

أظهر استخدام معامل اختبار بيرسون (r) عدم وجود علاقة ارتباطية بين التأثيرات الناتجة من تعرض الجمهور الاردني لوسائل الإعلام وطبيعة تفاعله عبر هذه الوسائل؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r = 0.298$) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0.05) كما هو موضح في الجدول رقم (32).

جدول 32: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التأثيرات الناتجة من تعرض الجمهور الاردني لوسائل الإعلام وطبيعة تفاعله عبر هذه الوسائل.

طبيعة التفاعل			التأثيرات الناتجة
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	.298**	400	

ملخص نتائج الدراسة:

تشير نتائج الدراسة فيما يتعلق بالاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش" إلى:

1. أن "القنوات التلفزيونية" قد جاءت بأعلى قائمة الوسائل التي اعتمدت كمصدر للمعلومات عن داعش، يتبعه مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) ثم "المواقع الإخبارية"، وكانت أقل وسيلتين اعتماداً من قبل الجمهور الأردني هما "المدونات" و"المجلات الإخبارية المطبوعة".
2. أن عامل السرعة في نقل الحدث جاء في أعلى قائمة العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى الاعتماد على وسائل الإعلام، يليها "دعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي"، ثم "حرص الوسيلة على متابعة الأحداث وتطوراتها"، وكانت أقل ثلاثة عوامل هي "توافق توجهات الوسيلة مع"

توجهات وآراء الجمهور" ثم "توافق وجهة نظر الجمهور مع وجهات نظر مقدمي البرامج"، وأخيراً "توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر ضيوف البرامج".

3. أن طبيعة تفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الإعلام كان أبرزها خيار "رفض قبول أي دعوة للانضمام إلى الصفحات المؤيدة لداعش" الذي جاء أولاً كأكثر أساليب التفاعل للجمهور الأردني، يليه "قراءة موضوعات متعلقة عن تنظيم داعش على المواقع الإخبارية".

4. أن التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن داعش جاءت بدرجة متوسطة، وجاء ترتيبها كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش وفقاً لإجابات المبحوثين كما يلي: أولاً حل خيار "التعرض لوسائل الإعلام ساهمت في زيادة ولائي لبلدي الأردن"، يليه "زودتني وسائل الإعلام بمعلومات عن تنظيم داعش"، ثم خيار "التعرض لوسائل الإعلام ساهمت في تكوين صورة عن تنظيم داعش"، يليه "زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن أفعال تنظيم داعش"، وجاء خامساً خيار "متابعتي لوسائل الإعلام دعمت موقفي من تأييد الحكومة الأردنية".

5. أن التأثيرات المعرفية جاءت في المرتبة الأولى؛ فهي الأكثر أهمية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش.

6. أن التأثيرات الوجدانية جاءت في المرتبة الثانية في أهمية التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش.

7. أن التأثيرات السلوكية جاءت في المرتبة الثالثة في أهمية التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش.

نتائج اختبار فروض الدراسة

- ثبت عدم صحة الفرض الأول القائل بوجود تأثير للعوامل الديموغرافية للجمهور الأردني، عينة الدراسة، على مدى اعتمادهم على الوسائل الإعلامية باستثناء العمر.
- ثبت عدم صحة الفرض الثاني القائل بوجود تأثير للعوامل الديموغرافية للجمهور الأردني عينة الدراسة، على عوامل اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية (النوع، المستوى التعليمي، الاتجاه السياسي، الدخل الشهري للأسرة) باستثناء العمر.
- ثبت صحة الفرض الثالث القائل بوجود تأثير للعوامل الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي) للجمهور الأردني عينة الدراسة، على طبيعة تفاعلهم عبر وسائل الاتصال الحديثة.
- ثبت صحة الفرض الرابع القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين التأثيرات الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام تعزى إلى عواملهم الديموغرافية (العمر، المستوى التعليمي) فقط، كما ثبت عدم صحة الفرضية في باقي المتغيرات الديموغرافية (النوع، الدخل الشهري والاتجاه السياسي).
- ثبت صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية وعوامل تعرضهم لهذه الوسائل.
- ثبت صحة الفرض السادس القائل بوجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية وطبيعة تفاعلهم عبر هذه الوسائل.
- ثبت صحة الفرض السابع القائل بوجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على الوسائل الإعلامية والتأثيرات الناتجة من هذه الاعتماد.

- ثبت صحة الفرض الثامن القائل بوجود علاقة ارتباطية بين عوامل تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام والتأثيرات الناتجة من هذا التعرض.
- ثبت عدم صحة الفرض التاسع القائل بوجود علاقة ارتباطية بين التأثيرات الناتجة من تعرض الجمهور الأردني لوسائل الإعلام وطبيعة تفاعله عبر هذه الوسائل.

التوصيات والمقترحات :

- في ضوء النتائج العامه للدراسة، تتقدم الباحثة بهذه التوصيات والمقترحات :
- تطوير استراتيجية إعلامية عربية تهدف إلى مكافحة الفكر الإرهابي وتحجيم نشر أفكاره .
 - ضرورة تعامل القنوات التلفزيونية، التي ظهرت كأبرز الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر للمعلومات، بحرص في نقل الأحداث الإرهابية كي لا تكون أداة دعاية للجماعات الإرهابية دون قصد.
 - لا بد للقنوات التلفزيونية من إبراز الجوانب الإنسانية للجريمة الإرهابية وإدانتها لتحفيز المجتمع على رفضها.
 - تسليط الضوء على الوسائل والأساليب الإعلامية التي يتبعها الإرهابيون لاستقطاب المؤيدين لهم، وحث الجمهور على التعاون مع الأجهزة الامنية للتصدي للإرهاب.
 - لابد للتلفزيون الأردني الرسمي من أخذ مكانه كمصدر لمعلومات الجمهور الأردني عن تنظيم داعش؛ انطلاقاً من أن التلفزيون هو المصدر الأكثر اعتماداً من قبل الجمهور للحصول على معلومات عن تنظيم داعش؛ من خلال تغطية ومتابعة الاحداث المتعلقة بتنظيم داعش بسرعة.

- ضرورة أن يقوم الإعلام بدور أساسٍ في بناء الهوية الثقافية الوطنية بعيداً عن الانتماءات السياسية أو الدينية.
- يجب أن تقوم وسائل الإعلام بمسؤولياتها تجاه الجمهور؛ من خلال دعم وتطوير المعايير المهنية والالتزام بميثاق الشرف المهني.
- العمل على مشاركة خبراء في مجال الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع والقانون والتاريخ...، وتكامل جهودهم ورؤاهم في إعداد مواد إعلامية إيجابية يحقّ نشرها وعرضها بالوسائل الإعلامية المختلفة آثارا إيجابية في تعريف الجمهور بالإرهاب وآثاره على المجتمع والمنظور الديني له.
- تجد الباحثة ضرورة إجراء مزيدٍ من الدراسات والبحوث المتعلقة باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش، ومن خلال القراءة في مجال الدراسة تقترح الباحثة إجراء بحوث أخرى عن:

- اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية كل على حده؛ للتعلم في معرفة حجم الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن تنظيم داعش.
- المعالجة الإعلامية لظاهرة إرهاب تنظيم داعش ودورها في الترويج لأفكار تنظيم داعش.
- التغطية الإعلامية للإرهاب عامة، وإرهاب تنظيم داعش خاصة.
- اتجاهات الشباب العربي نحو تنظيم داعش.
- الصورة الذهنية لتنظيم داعش من وجهة نظر الشباب من خلال ما يَبْنُهُ التنظيم من رسائل إعلامية.
- بحوث عن الحرب الإعلامية بين تنظيم داعش والإعلام المضاد له.

- بحوث عن الأفلام وألعاب الفيديو التي يبيثها تنظيم داعش وانعكاساتها على الجمهور.
- بحوث عن الاستخدامات والإشباع المتحققة من متابعة الجمهور للرسائل الإعلامية التي يبيثها تنظيم داعش.
- بحوث عن الرسائل الإعلامية التي يبيثها تنظيم داعش؛ بهدف التعرف على ماهيتها وحجمها وحجم انتشارها وتأثيرها والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن التنظيم.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب العربية

أبو هنية، حسن، أبو رمان، محمد (2015) تنظيم الدولة الاسلامية الأزمة والصراع على الجهادية العالمية (عمان: مؤسسة فريديش ايبيرت).

الساموك، انتصار، الساموك، حسام (2011) الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة (بغداد: جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع).

الصريرة، محمد (2008) تغطية الصحافة العربية للحروب: دراسات في فلسفات التغطية ومضامينها في حربي الخليج الثانية والثالثة (عمان: دار الفارس للدراسات والنشر).

المزاهرة، منال (2011) نظريات الاتصال (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع).

الموسى، عصام (1986) المدخل في الاتصال الجماهيري، ط1 (أربد: دار الكندي للنشر والتوزيع).

ديفلر، ملفين، روكيتش، ساندر (1993) نظريات وسائل الاتصال، ترجمة: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر).

ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندر (2003) نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع).

زغيب، شيماء ذوالفقار (2009) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية).

صالح، سليمان (2008) تغطية الصحافة العربية للحروب: دراسات في فلسفات التغطية ومضامينها في حربي الخليج الثانية والثالثة، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر).

عبد الحميد، محمد (2000) *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية* (القاهرة: عالم الكتب).

عطوان ، عبد الباري (2015) *الدولة الإسلامية الجذور والتوحش والمستقبل* (بيروت: دار الساقي).

عطوان، عبد الباري (2007) *القاعدة: التنظيم السري* (بيروت: دار الساقي).

فوكست، د.ج (1993) *سبل الاتصال: الكتب والمكتبات في عصر المعلومات*، ترجمة: عبد القادر حمد (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية).

كمال، عبد الله (2002) *الرايات السود: عبد الله العزام من الجهاد إلى الاغتيال* (سلسلة نشرتها جريدة الشرق الاوسط بين

1-6 أيار 2002) على موقع: [/http://archive.aawsat.com](http://archive.aawsat.com)

كنعان، علي عبد الفتاح (2015) *نظريات الاتصال والإعلام الحديثة* (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع).

مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (1998) *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية).

مكاوي ، حسن عماد (2009) *نظريات الاتصال* (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع).

مناع، هيثم (2014) *السلفية والإخوان وحقوق الإنسان* (دبي: مركز المزمرة للدراسات والبحوث).

ثانياً: الرسائل الجامعية العربية

علوان ، محمد حسن (2008) ،الارهاب في الفضائيات العربية: دراسة في الشكل والمضمون، أطروحة دكتوراة غير

منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

ثالثاً: الدراسات العربية

أبو زيد، أحمد (2014) *داعش والخليج: إرهاب وتهديدات متشابكة*، معهد العربية للدراسات،

Retrieved August 11, 2015 from: <http://goo.gl/tyeln>

أبو هنية، حسن (2014) *البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية*، مركز الجزيرة للدراسات، ملفات تنظيم "الدولة الإسلامية":
النشأة والتأثير والمستقبل،

Retrieved July 7, 2015 from:

<http://studies.aljazeera.net/ResourceGallery/media/Documents/2015/4/19/20>

[1541910947717734daeesh-file.pdf](http://studies.aljazeera.net/ResourceGallery/media/Documents/2015/4/19/201541910947717734daeesh-file.pdf)

أبو هنية، حسن، أبو رمان، محمد (2010) *السلفية الجهادية في الأردن بعد مقتل الزرقاوي: مقارنة الهوية وأزمة القيادة*
وضبابية الرؤية، مدونة جدران،

Retrieved January 15, 2015 from: <http://www.judran.net/?p=103>

الراجي، محمد (2015) *أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية*، مركز الجزيرة للدراسات،

Retrieved March 2, 2015 from:

<http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2015/03/2015328541077152.htm>

الرفاعي، محمد خليل (2011) *دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية*، مجلة جامعة دمشق، المجلد
27، العدد الأول والثاني (دمشق: جامعة دمشق).

الضبع، رفعت (2007) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور،
المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 28 (القاهرة: جامعة القاهرة) ص 125-200.

الكناني، محسن (2013) دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب، مجلة الباحث
الاعلامي، العدد 19 (بغداد: جامعة بغداد) ص 154-180.

المصطفى، حمزة، الحيص، عبد العزيز (2014) سيكولوجية داعش، منتدى العلاقات العربية والدولية،

Retrieved November 11, 2015 from: <http://fairforum.org>

بوابة الحركات الاسلامية (2015) أنزع "داعش" الإعلامية تتساقط، العدد 31028،

Retrieved November 13, 2015 from: <http://www.islamist-movements.com/31028>

بوابة الحركات الاسلامية (2014)، تنظيم القاعدة في العراق، العدد 2620،

Retrieved November 13, 2015 from: <http://www.islamist-movements.com/2602>

بوغارت، لوري (2014) قطر وتمويل «داعش»: المقارنة الأمريكية، مركز روابط لبحوث والدراسات الاستراتيجية،

Retrieved November 15, 2015 from: <http://www.washingtoninstitute.org>

[/ar/policy-analysis/view/qatar-and-isis-funding-the-u.s.-approach](http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/qatar-and-isis-funding-the-u.s.-approach)

خليل، محمد عبد القادر (2015) الأنماط العشرة: اقتصاديات الصراعات الداخلية في الشرق الاوسط، المركز الاقليمي
للدراستات الاستراتيجية، القاهرة،

Retrieved November 7, 2015 from: <http://www.rcssmideast.org/Article/3287/>

زيلين، هارون (2014) *المقاتلون السنة الأجنبي في سوريا: الخلفية والعوامل المسهّلة والاستجابات المختارة*، معهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى

Retrieved November 15, 2015 from:

<http://www.washingtoninstitute.org/ar/policyanalysis/view/sunni-foreign-fighters-in-syria-background-facilitating-factors-and-select>.

شقيق، شفيق (2014) *الجنور الأيديولوجية لتنظيم الدولة الإسلامية*، مركز الجزيرة للدراسات، ملفات تنظيم "الدولة الإسلامية": النشأة والتأثير والمستقبل،

Retrieved July 7, 2015 from: <http://studies.aljazeera.net/ResourceGallery/media/Documents/2015/4/19/2015419102947717734daeesh-file.pdf>

صالح، أحمد (2004) *الإرهاب: الحرب والسلام*، الحوار المتمدن، العدد: 869،

Retrieved December 4, 2015 from: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=19589>

طالب، موسى (2011) *جهود وسائل الاعلام في تزويد طلاب الجامعات الفلسطينية بالمعلومات حول قضية القدس*، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 7 (السعودية: جامعة الملك سعود) ص 235 - 273.

علوان، محمد (2011) *اعتماد الجمهور العراقي على شريط الأنباء "السبتايتل" كمصدر للأخبار والمعلومات*، *مجلة القضايا السياسية*، العدد 25 (العراق: جامعة النهرين) ص 99-120.

فاروق، أحمد (2007) *اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات*، *احتياجات التدريب وتقييمه لدى العاملين في العلاقات العامة: دراسة على عينة من العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام بمنظمات وشركات مصرية وخليجية*، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 27 (مصر: جامعة الأزهر).

فاروق، أحمد (2012) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 39 (القاهرة: جامعة القاهرة) ص 127-186.

كافي، محمد (2007) مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة: دراسة مسحية في أزمة الرسوم المسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 2 (السعودية: جامعة الملك السعودية) ص 12-70.

مصطفى، هويدا (2008) دور الفضائيات العربية في تشكل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب، *سلسلة بحوث ودراسات إناعية*، العدد 63 (تونس: اتحادات إذاعات الدول العربية) ص 1-112.

مطهر، عبد الرحمن (2011) التماس الشباب الجامعي الاعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الازمات: دراسة مسحية على حادثة تفجيرات مدرسة 7 يوليو للبنات، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 7، (السعودية: جامعة الملك السعودية) ص 187-234.

ملكا، حاييم، لورنس، وويليام (2013) *الجيل التالي من السلفية الجهادية*، مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية، برنامج الشرق الأوسط في مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية.

رابعاً: الندوات والمؤتمرات

أبو شنب، حسين، تزيان، ماجد (2008) اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على الأزمة الداخلية الفلسطينية، بحث مقدم للمؤتمر الرابع للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام بعنوان *وسائل الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل*، أيار 2008 (القاهرة: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام).

الدعجة، هايل (2008) الاعلام والارهاب، ورقه مقدمة إلى مؤتمر جامعة الحسين بن طلال الدولي حول الإرهاب في العصر الرقمي، 10 - 12 / 7 / 2008 (الأردن: جامعة الحسين بن طلال).

شاهين، هبة (2014) المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب (الرياض: من 16-18 / 12 / 2014).

عثمان، نزار (2004) دور الرسالة الاعلامية في توحيد جهود المسلمين حول قضاياهم الكبرى: فلسطين نموذجاً، بحث مقدم للمؤتمر العلمي: العمل الإسلامي بين الاتفاق والافتراق، 10-12/7/2004 (السودان: جامعة الخرطوم).

مركز الدراسات والبحوث (2014) دور الإعلام الجديد في نشر ظاهرة الإرهاب، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، الرياض، 16-18/12/2014،

Retrieved November 4, 2015 from: <http://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/60014>

خامساً: الكتب الأجنبية

DeFleur, M. L. & Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication* (5th ed.) White Plains, NY: Longman.

Maggioni, M., & Magri, P (2015), *Twitter and Jihad: the Communication Strategy of ISIS*, (Milano: Edizioni Epoké).

Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M.L. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3, 3-21.

Boghardt, L. P. (2015) Saudi Funding of ISIS, *Washington institute*. Retrieved July 11, 2015 from: <http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/saudi-funding-of-isis>

Campbell, P. B (2013) The illicit antiquities trade as a transnational criminal network: Characterizing and anticipating trafficking of cultural heritage, *International Journal of Cultural Property*, 20:113-153

Ha, L & Zhang. X (2013) Consumption and Dependency of Social Network Sites as a News Medium: A Comparison between College Students and General Population, *Journal of Communication and Media Research*, 5 (1), 1-14.

Heinke, D, R. (2015) ICSR Insight: German Foreign Fighters in Syria and Iraq, The International Center for the Study of Radicalization and Political Violence, Retrieved November 21, 2015 from: <http://icsr.info/2015/01/icsr-insight-german-foreign-fighters-syria-iraq>

Howard. R, Prohov. J., & Elliott. M (2015) Digging in and Trafficking out: How the Destruction of Cultural Heritage Funds Terrorism, *CTC "combating terrorism center" Sentinel*, 8 (27).

- Jackob, N. (2010) No Alternatives? The Relationship between Perceived Media Dependency, Use of Alternative Information Sources and General Trust in Mass Media, *International Journal of Communication*, No.4, p 589–606
- Kim. Y et al. (2004) Internet Connectedness Before and After September 11 2001, *New Media & Society*, 6 (5), 611–631
- Latrous, N. (2014) Les terroristes communiquent-ils mieux que les Etats? Retrieved December 2, 2015 from: <http://niarunblog.unblog.fr/lalgerie-a-travers-la-presse/le-1er-mai-2009-en-algerie/lappel-a-la-reddition-de-lemir-recruteur-du-gspc/les-terroristes-communicent-ils-mieux-que-les-etats/>
- Lee. C (2011) Exploring Emotional Expressions on YouTube through the Lens of Media System Dependency Theory, *New Media & Society*, 14, (3), 457–475.
- Li. Z, & Jeongn. I (2003) Problems with the Mixed Usage of Media Use and Reliance, *Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association*, San Diego, CA.
- Loveless, M. (2008) Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe, *Democratization*, 15 (1), 162–183.
- Lowrey, W. (2004) Media Dependency during a Large–Scale Social Disruption: The Case of September 11, *Mass Communication and Society*, 7 (3), 339–357.

McCants, W. (2014) *ISIS Fantasies of an Apocalyptic Showdown in Northern Syria*,

Brookings Center, Retrieved November 25, 2015 from: <http://www.brookings.edu/blogs/markaz/posts/2014/10/03-isis-apocalyptic-showdown-syria-mccants>

Narasimhamurthy, N. (2014) New Media and New Culture: The Dependency of Indian Online Community, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)* 19(10), 42-49.

Ognyanova, K, Rokeach. S (2012) Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach, presented at the NCA 2012 Convention, Orlando FL, *Top Papers in Political Communication Panel*, 11-8-2012, This study takes an MSD approach to look at the impact of the Internet on political efficacy.

Pauwels, A (2014) ISIS and illicit trafficking in cultural property: Funding Terrorism through Art, *Freedom From Fear Magazine*, 11, 63-70.

Peter B. (2013) The Illicit Antiquities Trade as a Transnational Criminal Network: Characterizing and Anticipating Trafficking of Cultural Heritage, *International Journal of Cultural Property*, 20, 113-153.

Robertson, J. (2009) Media dependency during A Potential Agricultural Terrorist Attack on the U.S. Food and Fiber System, *Unpublished PhD Thesis*, (USA: College of the Oklahoma State University).

Rubin, A. M. & Windahl, S. (1986). The uses and dependency model of mass communication. *Critical Studies in Mass Communication*, 3 (2), 184-199.

Zelin, Y (2013) Al-Qaeda in Syria: A Closer Look at ISIS (Part I), PolicyWatch 2137, Washington institute, Retrieved August 31, 2015 from:
<http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/al-qaeda-in-syria-a-closer-look-at-isis-part-i>

سابعاً: المواقع الإلكترونية

ابراهيم، حسن (2004) تنظيم القاعدة، تقرير تلفزيونوني-الجزيرة،

Retrieved November 13, 2015 from:

<http://www.aljazeera.net/specialfiles/pages/c4a58a23-00db-414e-895e-dec433ff1c79>

أبو هنية، حسن (2013) القاعدة واندماج الأبعاد: ولادة ثالثة ونشأة مستأنفة، الجزيرة نت،

Retrieved from: <http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2013/8/24/>

البيشي، محمد (2014) خبراء وسياسيون الشرق الأوسط، دمشق وطهرات المشتري الوحيد لفظ داعش،

Retrieved November 13, 2015 from: <http://aawsat.com/home/article/148781>

الحياة (2014) «وسيط القاعدة» قُتل برصاصه في صدره قبل أن يفجّر «انتحاريان» حزامين ناسفين بمقر الأحرار

Retrieved from: <http://www.alhayat.com/Articles/752220/>

الزبيدي، وليد (2008) صحوات العراق وسرعة الأفيول،

Retrieved November 13, 2015 from: <http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2008/9/25/>

الزعاترة، ياسر (2012) حول دخول القاعدة على خط الثورة السورية، الجزيرة نت،

Retrieved from: <http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2012/2/18/>

الظواهري، أيمن (2015) الجزيرة نت،

Retrieved November 15, 2015 from: <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons>

[/2015/4/20/](http://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons)

العربية (2015) فيسبوك وتويتر متهمان بالتعرف وداعش بتحليل،

Retrieved from: <http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/syria/2014/11/30/>

العوين، عبد الله (2014) قصة داعش من التوحيد والجهاد إلى الخلافة المزعومة

Retrieved November 11, 2015 from: <http://www.al-jazirah.com/2014/20140721/ln41.htm>

الفلاحي، صهيب (2015) تنظيم الدولة: مؤسسات داعش الإعلامية

Retrieved November 23, 2015 from: <http://www.noonpost.net/content/5637>

المنوري، حنان (2014) داعش يفرض قواعد جديدة لاستخدام الإنترنت،

Retrieved August 30, 2015 from: <http://www.alarabiya.net/ar/arab-andworld/iraq/2014/11/30/>

الموقع الرسمي للجبهة الشامية(2015) إصدارات داعش بين السخافة والتشويق،

Retrieved from: <http://www.shamiah.net/ar/>

الورواربي، محمود (2014) الإعلام والإرهاب، صحيفة الوطن الإلكترونية،

Retrieved December 2, 2015 from: <http://www.elwatannews.com/news/details/416615>

إيفانز، روبرت (2015) أشياء تعلمتها من قراعتي لكل أعداد مجلة دابق التابعة لداعش، نون بوست،

Retrieved from: <http://www.noonpost.net>

جابر، جابر (2015) أغنية داعش، موقع حبر،

Retrieved November 1, 2015 from: <http://www.7iber.com/2015/02/isis-music/?abT5march=most>

روسيا اليوم (2015) مقاتلون أجانب: هجرة إلى داعش والقاعدة،

Retrieved November 12, 2015 from: <http://ar.rt.com/gp2g>

سكاي نيوز عربي (2015) 30 ألف أجنبي بداعش من 100 دولة،

Retrieved December 1, 2015 from: <http://www.skynewsarabia.com/web/article/748367/>

شاكر، حسام (2014) ظاهرة داعش ونقاش لم يبدأ بعد

Retrieved September 1, 2015 from: <http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions>

[/2014/8/26/](#)

عاطف، هدير (2015) دراسة بريطانية: التغطية الإعلامية للإرهاب تؤدي لمزيد من العنف، صحيفة التحرير،

Retrieved December 2, 2015 from: <http://www.tahrirnews.com/posts/270087>

قاسم، روشن (2014) داعش تعلم "الإرهاب" للأطفال في مدارسها العسكرية: إرهابيون دون العاشرة، مجلة المجلة،

Retrieved December 1, 2015 from: <http://arb.majalla.com/2014/11/article55252483/>

مصطفى، حمزة (2014) إعلان الخلافة: فائض قوة أم خطوة استباقية، جريدة زمان الوصل،

Retrieved November 13, 2015 from: <https://www.zamanalwsl.net/news/51292.html>

موقع أنصار الخلافة (2015) موقع تابع لتنظيم داعش،

Retrieved December 2, 2015 from: <http://ansarkhelafa.weebly.com>

موقع دولة الخلافة الإسلامية (2015)،

Retrieved December 2, 2015 from: <https://akhbardawlatislam.wordpress.com>

موقع صحفي (2014) رئيس الاتصالات البريطانية يطالب بالاهتمام بـ"تويتر وفيسبوك"

Retrieved August 15, 2015 from:

هارون، ي. زيلين (2014) تنظيم «القاعدة» ينفصل عن «الدولة الإسلامية في العراق والشام»

Retrieved July 7, 2015 from: <http://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/view/al-qaeda-disaffiliates-with-the-islamic-state-of-iraq-and-al-sham>

هدهود، محمود (2015) السلفية الجهادية: المفهوم ومنطق التكوين، موقع مصر العربية،

Retrieved December 2, 2015 from: <http://www.masralarabia.com>

وينتر، تشارلي (2015) الدعاية والعنف في تنظيم الدولة الإسلامية،

Retrieved November 26, 2015 from:

http://www.bbc.com/arabic/middleeast/2015/10/151007_isis_propaganda_machine

CNN العربية (2014) دابق "مجلة داعش: اسم قرية سورية وردت في صحيح مسلم تشهد حرب "آخر الزمان" التي يقاتل فيها داعش 80 راية قبل "فتح" اسطنبول ونزول المسيح،

Retrieved November 25, 2015 from:

<http://arabic.cnn.com/middleeast/2014/10/14/dabiq-syria-isis-islamic>

BBC العربية (2015) كيف ظهر تنظيم "داعش"؟ ومن المستفيد من ذلك؟

Retrieved November 22, 2015 from:

http://www.bbc.com/arabic/interactivity/2015/06/150601_comments_is_birth_beneficiaries

Black ,I , Abouzeid, R,, Tran, M. Maher S, Tooth R,and Martin Chulov(2014) *The terrifying rise of Isis: \$2bn in loot; online killings and an army on the run*, Retrieved November 22, 2015 from: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/16/terrifying-rise-of-isis-iraq-executions>

Bloom, Mia (2015) *Cubs of the Caliphate The Children of ISIS* ,Published by the Council on Foreign Relations, Retrieved November 12, 2015 from: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-07-21/cubs-caliphate>

Independent (2015) *The rise of Isis: Terror group now controls an area the size of Britain*, expert claims, Retrieved August 8, 2015 from: <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/the-rise-of-isis-terror-group-now-controls-an-area-the-size-of-britain-expert-claims-9710198.html>

Karadsheh,J, Scitutto.J and Smith.L (2014) *How foreign fighters are swelling ISIS ranks in startling numbers*, CNN, Retrieved November 21, 2015 from: <http://edition.cnn.com/2014/09/12/world/meast/isis-numbers/>

Marshall, A (2014) *How Isis got its anthem*, theguardian, Retrieved November 25, 2015 from:

<http://www.theguardian.com/music/2014/nov/09/nasheed-how-isis-got-its-anthem>

Ohm, Shawna (2014) *ISIS: World's scariest terrorist group also the richest*, Yahoo Finance,

Retrieved from <http://finance.yahoo.com/news/isis-the-world-s-richest-terrorist-organization--knights-151427465.html>

Report of OHCHR on the human rights situation in Iraq in light of abuses committed by the so-called Islamic State in Iraq and the Levant and associated groups (2015) (published on 19 March 2015).

Speckhard, Anne (2015) *Female Terrorists In ISIS; Al Qaeda And 21st Century Terrorism*,

TRENDS Research & Advisory, Retrieved November 7, 2015 from:

<http://trendsinstitution.org/?p=1185>

ملحق رقم 1: الاستبانة.



كلية الإعلام

عزيزي المبحوث، عزيزتي المبحوثة:

تجري الباحثة دراسة ميدانية حول مدى "اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الاسلامية "داعش"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة اليرموك. يرجى التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة وفقراتها بدقة وموضوعية بما يتفق مع اتجاهاتك وأرائك حول هذا الموضوع، علماً بأن الإجابات التي ستدلون بها سوف تستخدم لغايات البحث العلمي فقط، وسوف يتم التعامل معها بسرية تامة .

شاكراً لكم حسن تعاونكم

اسم الباحثة: لينا مجلي القرعان

إشراف

د. عبد الباسط شاهين

1. ما مدى اعتمادك على الوسائل الإعلامية الآتية في الحصول على المعلومات عن تنظيم داعش؟

الرقم	الوسيلة	اعتمد بدرجة كبيرة جداً	اعتمد بدرجة كبيرة	اعتمد بدرجة متوسطة	اعتمد بدرجة ضعيفة	لا أعتمد مطلقاً
1.	الصحف المطبوعة					
2.	المجلات الإخبارية المطبوعة					
3.	المحطات الإذاعية					
4.	القنوات التلفزيونية					
5.	المواقع الإخبارية					
6.	المدونات					
7.	اليوتيوب					
8.	مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)					

2. ما العوامل التي تدفعك إلى التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات عن تنظيم داعش؟

	العامل	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	مطلقاً
1.	السرعة في نقل الحدث					
2.	حرص الوسيلة على متابعة الأحداث وتطوراتها					
3.	دعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي					
4.	موضوعية الوسيلة في نقل الحدث					
5.	عدم التحيز الوسيلة في نقل الحدث					
6.	الثقة فيما تقدمه الوسيلة من أخبار					
7.	عرض جوانب متنوعة للحدث					

					8. عرض الآراء ووجهات نظر خبراء أثق بهم
					9. بث أو نشر الوسيلة لموضوعات أو برامج متميزة من وجهة نظرك
					10. عرض وجهات النظر المختلفة
					11. الثقة بمن يقدم المعلومات
					12. عرض وجهات نظر الشخصيات المؤثرة في الأحداث
					13. توافق توجهات الوسيلة مع توجهاتك وأرائك
					14. توافق وجهة نظرك مع وجهات نظر مقدمي البرامج
					15. توافق وجهة نظرك مع وجهات نظريوف البرامج

3. ما طبيعة تفاعلك عبر وسائل الاتصال الحديثة حول تنظيم داعش؟

الرقم	أساليب التفاعل	استخدمها بدرجة كبيرة جدا	استخدمها بدرجة كبيرة	استخدمها بدرجة متوسطة	استخدمها بدرجة نادرة	لا استخدمه مطلقا
1.	الإشارة بالإعجاب بصفحات داعش على مواقع التواصل الاجتماعي					
2.	الإشارة بالإعجاب بالمنشورات المتعلقة بداعش					
3.	الدخول إلى رابط متعلق بموضوع داعش					
4.	مشاهدة فيديو متعلق بداعش					
5.	قراءة منشور على مواقع التواصل الاجتماعي عن داعش					
6.	قراءة موضوعات متعلقة عن تنظيم داعش على المواقع الإخبارية					
7.	التعليق على الموضوعات المتعلقة بداعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالإيجاب					
8.	مشاركة الموضوعات المتعلقة بتنظيم داعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي					
9.	تحميل ملفات متعلقة بموضوع داعش					

					10. التعليق على الموضوعات المتعلقة بداعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالسلب
					11. حذف (Block) صفحات داعش
					12. حذف (Block) صفحات الاصدقاء المؤيدين لداعش
					13. رفض قبول أي دعوة للانضمام إلي الصفحات المؤيدة لداعش

4. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتمادك على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن داعش؟

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	التأثيرات
					1. زودتني وسائل الإعلام بمعلومات عن تنظيم داعش
					2. زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن الأفراد المنضمين لتنظيم داعش
					3. زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن تحركات تنظيم داعش
					4. زودتني هذه الوسائل بمعلومات عن أفعال تنظيم داعش
					5. ساعدتني هذه الوسائل في تشكيل وجهة نظري عن تنظيم داعش
					6. التعرض لوسائل الإعلام ساهم في تكوين صورة عن تنظيم داعش
					7. ساهمت وسائل الإعلام بالتعريف بالعديد من وجهات نظر الآخرين عن تنظيم داعش
					8. التعرض لوسائل الإعلام ساهم في زيادة ولائي لبلدي الأردن
					9. ساهمت وسائل الإعلام في اقتناعي بنجاح الجهود الدولية لمحاربة داعش
					10. متابعتي المستمرة لوسائل الإعلام قللت من خوفي على مستقبل الأردن من تنظيم داعش
					11. وسائل الإعلام ومنها الانترنت جعلتني اشعر أنني أساهم بفاعلية في الحوار عن مواجهة تنظيم داعش
					12. متابعتي لوسائل الإعلام دعمت موقفي من تأييد الحكومة الأردنية
					13. شاركت في حوار حول داعش اعتمادا على ما تابعته في وسائل الإعلام
					14. شاركت في مظاهرات ضد تنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام
					15. قمت بتوجيه النقد لتنظيم داعش بناء على ما تابعته في وسائل الإعلام

البيانات الديموغرافية

- () أنثى (1) النوع: () ذكر
(2) العمر:

- () أقل من 20 سنة
() من 20 إلى أقل من 30 سنة
() من 30 إلى أقل من 40 سنة
() من 40 إلى أقل من 50 سنة
() أكثر من 50 سنة

- (3) المستوى التعليمي:

- () ثانوية عامة فأقل
() دبلوم
() بكالوريوس
() ماجستير
() دكتوراه

- () غير حزبي (4) الاتجاه السياسي: () حزبي
(5) الدخل الشهري للأسرة:

- () أقل من 500 دينار
() من 500 إلى أقل من 750 دينار
() من 750 إلى أقل من 1000 دينار
() أكثر من 1000 دينار

- (6) مكان الإقامة (اسم المحافظة):

- (7) الوظيفة الحالية التي تشغلها

شكرا لكم حسن تعاونكم

ملحق رقم 2: قائمة المحكمين

أ.د. تحسين منصور

أ.د. محمد السلعوس

د. حاتم علاونة

د. خلف الطاهات

د. زهير الطاهات