



# دور صحافة المواطن في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي إزاء جهاز مكافحة الإرهاب

د. مجاشع محمد علي

معهد التدريب الاعلامي - شبكة الإعلام العراقي  
بغداد - العراق

## **The Role of Citizen Journalism in Shaping the Iraqi Public View of the Counter-Terrorism Force**

**Dr. Mujashaa Mohammed Ali**

Media Training Institute, Iraqi Media Network

Baghdad, Iraq

mujashaa@yahoo.com



## المستخلص

هذا البحث هو في إطار العلاقة بين صحافة المواطن والجماعات الإرهابية وتنظيماتها، وتحدد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما مدى دور صحافة المواطن على الصورة المتكونة لدى الجمهور في العراق عن جهاز مكافحة الإرهاب بعد عمليات تحرير العراق عام 2017؟. وفي هذا الإطار تم تطبيق منهج المسح من خلال صحيفة استبيان تعتمد هذا البحث على عينة من المواطنين العراقيين من سكنة بغداد حصراً قوامها 400 مفردة تم اختيارها عشوائياً من فئات وشرائح مختلفة للمجتمع العراقي وقد تم مراعاة المتغيرات على مستوى (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي وكذلك الجنس). وخلص البحث إلى أن مقياس كثافة تعرض الجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن كان بمستوى مرتفع بنسبة %51، ثم بمستوى متوسط بنسبة %27، وأخيراً بمستوى منخفض بنسبة %22 وهي نسب مقبولة كون المرحلة السابقة والحالية شهدت سيطرة داعش الارهابي مما جعل الاهتمام عالية بالقضايا الامنية والعسكرية ومنها الجهاز. كما بينت النتائج أن أسباب تفضيل الجمهور العراقي صحافة المواطن كانت (لتنوع موضوعاتها) وحصلت على بنسبة %57، ثم في المرتبة الثانية (للبحث عن الأخبار والمعلومات) بنسبة %50.75، ثم (تناولها لقضايا لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية) في المرتبة الثالثة بنسبة %43، ثم (اهتمامها بقضايا الجمهور بشكل هادف وجاد) في المرتبة الرابعة بنسبة %41.25، وأخيراً (لما توفره من أدوات تفاعلية) بنسبة %24.75..

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، جهاز مكافحة الارهاب، صحافة المواطن، الصورة الذهنية، جهاز مكافحة الارهاب، صحافة المواطن.



## Abstract

The research is concerned with a framework of the relationship between the new media means and the terror groups, the problem of the research is being notified in the following main question. What is the citizen's media effect on the audiences imagination in Iraq toward Counter terrorism Unit after liberation operations during 2017? upon the mentioned context a survey had been applied through a newspaper questionnaire relies on studying a sample of Iraq citizens who currently live in Baghdad consists of 400 words which had been chosen haphazardly from different levels conforming (age, academic title, social, economic levels and gender..... etc.). The research concluded that the criterion of the Iraqi citizen was at a high level rating 51%, then at a medium level rating 27%, finally at 22%, which are considered as an acceptable rates because the ISIS used to control which urged the majority to concern by the security & military issues in addition to the (CTU). The results clarified the reasons of accepting the citizen's media in the Iraqi audience are (the variety of its topics) which rated 57%, the second level, (searching for news and information) rating 50,75 %, (dealing with issues which are neglected by the traditional media means), the third one rated 43%, (which is seriously concerned by the audience's issues), the fourth one rated 41,25 %, finally (how can it provide interactive means) rating 24,75%.

Keywords: Mental image or image, Iraqi special operations forces, Citizen journalism.



## المقدمة

أحدثت ثورة الاتصال والمعلومات تغييرات هامة على عدة أصعدة في حياة البشر باختلاف أماكنهم وتوجهاتهم وأجناسهم وثقافتهم، وتعد شبكة الإنترنت أحد أبرز وأهم أشكال تلك الثورة، حيث حولت بالفعل العالم إلى قرية صغيرة، وجعلت المجتمعات أكثر انفتاحا، وبات من السهل التعارف وتبادل الآراء والأفكار والخبرات خاصة مع ظهور وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، التي صارت تتنافس فيما بينها في تقديم خدمات متنوعة لمستخدميها، فاستحوذت على اهتماماتهم وشغلت جزءاً كبيراً من أوقاتهم لاسيما فئة الشباب، فوجدوا فيها منبرا للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم بصورة أوسع انتشارا مما هو متاح لهم في الواقع، كما دعمت علاقاتهم الاجتماعية، وصقلت شخصياتهم من خلال اندماجهم مع محيطهم الثقافي إلكترونياً، بالإضافة إلى أنهم استطاعوا من خلالها توصيل أصواتهم إلى متخذي القرار في بلادهم، وتشكيل رأي عام يتفق مع ما يرونه في مصلحتهم. ومن المعروف أن الشبكات الاجتماعية تؤدي في الفترة الحالية دورا هاما لدى مستخدمي شبكة الإنترنت، وهو دور يمكن تلخيصه بالمدة التي يقضيها المستخدم في تصفح واستخدام الشبكات الاجتماعية وكذلك كمية المعلومات التي يقوم المستخدمون بضعها في تلك المواقع ونشرها وتبادلها.

ويتزايد حجم القضايا التي يتم تداولها في شبكات التواصل الاجتماعي، ويكبر معها حجم المشاركة الشعبية (Twitter, Facebook, Keck) وحتى على مواقع المحادثات (whatsapp, Linkedin, Tango, Nmbz, Viper, Anstgeram).

ومع هذا التطور التكنولوجي باتت الأزمات الأمنية من أخطر التهديدات التي تواجه المجتمعات نظراً لأنها تمس كياناتها الداخلي وتهدد أمن المجتمع واستقراره، وعند حدوث مثل هذه العمليات الإرهابية تستنفر الحكومات كل طاقاتها وجهودها لمحاصرتها والتقليل من أثرها ومحاصرة ما قد ينتج عنها من أخطار وتمثل هذه الأزمات حالة استثنائية في المجتمعات تتوجه لها جهود المؤسسات السياسية والأمنية وتنشط فيها برامج التغطية



الإعلامية الاستثنائية لتتكامل مع الجهود الرسمية في تقديم المعلومات للرأي العام عن طبيعة العمل الإرهابي ومواقع حدوثه والخسائر البشرية والمادية المترتبة عليه وتنوير جمهور الوسيلة الإعلامية بآثاره ومخاطره بهدف تشكيل رأي عام تجاهه، وهذا ما تجلى واضحا في العراق منذ بدايات عمليات تحرير العراق نهاية العام 2014 والتي كان لجهاز مكافحة الإرهاب اليد الطولى في هذه العمليات.

### مشكلة البحث

في إطار العلاقة بين صحافة المواطن والجماعات الإرهابية وتنظيماتها، واستخدام هذه الجماعات والتنظيمات لهذه الوسائل بكافة أشكالها، ودور وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته المتنوعة ما بين المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومواقع الإذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية والمدونات والمنديات وشبكات التواصل الاجتماعي في تناول الأحداث الإرهابية، ومن هنا يمكن أن نحدد دور صحافة المواطن كاتجاه حديث أو تطور للعمل الصحفي في تشكيل الصورة عن جهاز مكافحة الإرهاب. في ضوء ما سبق نتحدد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما مدى دور صحافة المواطن على الصورة المتكونة لدى الجمهور في العراق عن جهاز مكافحة الإرهاب بعد عمليات تحرير العراق عام 2017؟

### تساؤلات البحث:

1. ما مدى تعرض الجمهور العراقي لصحافة المواطن عبر شبكة الانترنت؟
2. ما أهم أشكال صحافة المواطن التي يتعرض لها الجمهور العراقي؟
3. ما أهم أسباب استخدام الجمهور العراقي لصحافة المواطن؟
4. ما أسباب اهتمام الجمهور في العراق بمتابعة أخبار مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن؟
5. هل تعد صحافة المواطن بالنسبة للجمهور العراقي كمصدر للحصول على المعلومات عن جهاز مكافحة الإرهاب؟
6. ما المنشورات التي يفضل الجمهور العراقي متابعتها عبر تلك المواقع؟



7. ما الفوائد التي تعود للجمهور العراقي من استخدام صحافة المواطن؟
8. ما درجة ثقة الجمهور العراقي في المضامين الجارية المقدمة من خلال صحافة المواطن؟
9. هل يهتم الجمهور العراقي بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن؟
10. ما أهم المضامين والأحداث التي يفضل الجمهور العراقي متابعتها من خلال صحافة المواطن؟
11. ما درجة اعتماد الجمهور العراقي على صحافة المواطن في تشكيل انطباعاته عن القضايا المختلفة؟

#### أهداف البحث:

1. ما دور صحافة المواطن في تناول القضايا الخاصة بجهاز مكافحة الإرهاب؟.
2. ما اسباب استخدام الجمهور العراقي لصحافة المواطن؟
3. ما درجة الثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن واهتمام الجمهور بها؟
4. هل تعد صحافة المواطن مصدر معلوماتي لدى الجمهور العراقي عن جهاز مكافحة الإرهاب؟
5. ما أهم المضامين المقدمة عن جهاز مكافحة الإرهاب والتي يقبل الجمهور عينة البحث عليها؟.
6. ما مدى معرفة الجمهور بالقضايا والأحداث التي تتناول جهاز مكافحة الإرهاب وأفراده من خلال القضايا المطروحة من خلال صحافة المواطن؟.
7. ما مدى مشاركة صحافة المواطن في تشكيل صورة الجمهور اتجاه جهاز مكافحة الإرهاب؟



## أهمية البحث:

1. تنبع أهمية هذا البحث من حيث أنه يجمع بين متغيرين على درجة كبيرة من الأهمية وهما صحافة المواطن وصورة جهاز مكافحة الإرهاب.
2. لم تجر دراسات حول مدى استقلالية صحافة المواطن.
3. غياب دراسة جمهور صحافة المواطن وكيفية استخدامهم لها وإلى أي مدى وبأي طريقة يتم تعبيئتهم.
4. النظر إلى جمهور صحافة المواطن في سياقات مختلفة حيث أنهم يلعبون ادوار المنتجين والمشاركين وأيضا المستخدمين.
5. تعد تلك البحث استكمالا لسلسلة البحوث والدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة الصورة الذهنية لدى الجمهور عن جهاز مكافحة الإرهاب.
6. تتيح صحافة المواطن الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية، وتبادل معلومات وأفكار حول القضايا والأحداث الموجودة على الساحة الإعلامية وخاصة القضايا السياسية التي تناول صورة جهاز مكافحة الإرهاب.

## مصطلحات البحث

### أولا: صحافة المواطن

هي صحافة متنوعة، سواء من ناحية الشكل، أو الإمكانيات، أو طبيعة الملكية، وقد أثارت اهتمام الباحثين، لقدرتها على حفز المشاركة العامة في الحياة الديمقراطية عند دمجها بوسائل الإعلام. وتشمل صحافة المواطن في متن البحث جميع وسائل الإعلام الجديد مثل: شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، والمجموعات الإخبارية، واليوتيوب، والمنتديات الاجتماعية، والسياسية، وغيرها.

صحافة المواطن هو ما يقوم به المواطن أو مجموعة من المواطنين من دور نشط في عملية جمع وتحرير وتحليل ونشر الأخبار بغرض تقديم معلومات دقيقة ومحايدة ومستقلة وموثوق بها تهم نطاقا جماهيريا واسعا وتستجيب لمتطلبات الديمقراطية (بخيت، 2008).



صحافة المواطن أو إعلام المواطن Citizen Journalism مفهوم مراوغ لا يوجد اتفاق حوله بين الباحثين والممارسين، فقد اختلفوا حول معناه وحدوده ومكوناته، والإشكاليات التي يثيرها، ومع ذلك انتشر على نطاق واسع وأصبح حقيقة يومية يستخدمها الجمهور والصحف الكبرى وقنوات التلفزة ومتخذو القرار، ويخشون تأثيراتها ويحاولون الاستفادة منها كل بطريقته (شومان، 2017)

وأطلق عليه العديد من المسميات منها: صحافة المواطن، والصحافة الشعبية، وصحافة المشاركة، وأصبح يشكل إعلاما بديلا فعليا عن الوسائل التقليدية، ولجأ إليه جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاما لنفسه، ولغيره من أفراد الجمهور، وفئاته الذين يستخدمون شبكة الانترنت (زغيب، 2017).

### أنواع صحافة المواطن:

هناك العديد من أنماط وأشكال صحافة المواطن الموجودة حاليا، وفيما يلي سنعرض أهم هذه الأشكال:

1. **المدونات الإلكترونية:** موقع إلكتروني يحتوي على الكثير من المؤثرات التي تكون مرتبة بشكل زمني من حيث الحديثة حتى المنشورات القديمة بحيث تكون الحديثة دائما أولاً، وهي موقع يمتلكها أفراد (غالبا) ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة، وقد بدأ ظهور المدونات على الإنترنت عام 1996 مع ظهور موقع Dave Winner لكتابة الأخبار وتسجيل ردود الأفعال حولها ثم توالى ظهور مواقع مشابهه، وفي مصر كانت بداية الإهتمام بالتدوين بشكل محدود عام 2001 ثم إتسع الإنتشار حتى أصبحت المدونات ملاذاً لكثير من الشباب للتعبير عن آرائهم أما المدونات العربية ظهرت عام 2003، والمدونات عادة تكون مؤرخة من الأحدث للأقدم ويتم تحديثها باستمرار، وهناك مدونات تستخدم وسائط مساندة مثل الصور، Photo Blogs، الرسومات Sketch Blogs، الفيديو Video cast blogs، والصوت Podcast blogs (،) وهناك تصنيفات أخرى للمدونات منها: مدونات شخصية، مدونات التعليق على الأحداث اليومية بالدولة، مدونات التسويق



والإعلان، مدونات المال والأعمال، مدونات المؤسسة الداخلية لتبادل الآراء بين أعضائها (العبد، 2015).

## 2. وسائل الإعلام الاجتماعية: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي (Social

Networks) مواقع إلكترونية؛ يستطيع الناس من خلالها التواصل فيما بينهم، وهي مجتمعات افتراضية، تُمكن مُستخدميها من المشاركة في الأفكار والآراء والتعرف على الأخبار الخاصة بهم، بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة، وقد أتاحت تلك التكنولوجيا وفتحت عصراً جديداً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، وفي وفرة المعلومات والمعارف التي تقدمها لمستخدميها وتسهيل التواصل بين الأفراد وتقليل تكلفته ومدته عن ذي قبل. وتُعدّ مواقع الفيس بوك (Facebook)، وتويتر (Twitter)، وإنستجرام (Instagram) من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي المعروفة حالياً (نصر، 2016) وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية حيث إنها توفر رجوع الصدى بشكل فوري مما يمكن القائم بالاتصال من تعديل مساره أو يشرح وجهة نظره للجمهور عكس الاتصال التقليدي (Joseph, 2013)

## 3. وتعد شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما

تمتلكه من خصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية الأخرى من حيث سهولة الاستخدام، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام (سيد، 2018)

## 4. مواقع بث الفيديو: وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة

Prodcasting أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جداً لدرجة أنها أصبحت تباع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها: يوتيوب و ماي فيديو (YouTube and My video).

وقد كان لمواقع بث تسجيلات الفيديو والبرود كاست تأثيراً كبيراً في المجال السياسي، خاصة أن البث عبر الإنترنت يتم تبنيه بسرعة أكثر من التدوين، لأن



الناس يدركون أن هذه التطبيقات بإمكانها أن تغير طريقة نظرهم لوسائل الإعلام، ونظرا لان التسجيل والتصوير والبت لا يتطلب مهارات كثيرة ومستوى ثقافي مثل الكتابة والتدوين.

5. **المواقع الإخبارية التساهمية:** وهي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية، لكن أن يشارك في محتواها أو تحرير مضمونها مواطنون عاديون، من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة، وهي المواقع التي تقوم على توظيف آليات يكون من شأنها تسهيل عمليات التنظيم والتصنيف الآلي، لكافة المحتويات الإعلامية التي يتضمنها الموقع ومن أشهرها موقع oh my news الكوري

6. **مواقع التحرير الجماعي:** هي مواقع تقوم على إنتاج ونشر الصفحات على الإنترنت حيث يسمح لزوار المواقع بأن يضيفوا أو يعدلوا أو يكتبوا ما يريدون، وينشروا ذلك بصورة لحظية على الإنترنت. ومن ثم فإن هذه التقنية تتيح الفرصة لظهور مشروعات كبرى قائمة على المشاركة التطوعية من عدد كبير من الأفراد، ومن أشهر الأمثلة عليها (موسوعة ويكيبيديا).

7. **أنواع أخرى تسمى الإعلام الرقيق:** وهي القوائم البريدية ونشرات البريد الالكتروني.

## ثانيا: جهاز مكافحة الإرهاب

يعود تاريخ تأسيس جهاز مكافحة الإرهاب، إلى 14 كانون الأول 2003، بعد، وهو عبارة عن وحدات عراقية خاصة.

كما صوت مجلس النواب في (13 اب 2016) بأغلبية الحاضرين على قانون جهاز مكافحة الارهاب ويهدف هذا القانون للتصدي بفعالية للعمليات الارهابية التي تستهدف الدولة والمواطنين وممتلكاتهم.

وقد اظهر جهاز مكافحة الإرهاب انضباطاً أعلى مستوى من وحدات عراقية أخرى، وعانى أقل بكثير من الفساد واختراق الجماعات المسلحة له لدرجة أن الحكومات العراقية والتحالف الدولي منه الولايات المتحدة كانوا يشعرون بالارتياح إزاء مشاركته في العمليات



العسكرية من حيث الانضباط العسكري ومعايير حقوق الانسان والقوة والحسم في المعارك، ونجح "الجهاز" في التركيز على الاحتراف، والتعدد الطائفي والولاء للعراق، الذي ما يزال لا مثيل له داخل قوات الأمن العراقية. وكان "جهاز مكافحة الإرهاب" الوحيد بين القوات العراقية (ميلو، 2017).

وفي ميدان المعركة، قام "جهاز مكافحة الإرهاب" بعمليات مكافحة الإرهاب الضخمة وعلى نطاق هائل في العراق منذ تأسيسه، محافظاً على وتيرة شاقة ومستمرة لعملياته التي لا تضاهيها أي قوة عمليات خاصة أخرى في العالم. وطوّر هذا "الجهاز" الاستخبارات، واستخدم قضاة داخليين لإصدار أوامر في الوقت المناسب، وأجرى عدة عمليات إلقاء قبض على خلايا ارهابية، وقام بتشغيل قوات المروحيات الخاصة به، واضطلع بالاستغلال والدمج السريعين للاستخبارات لشنّ مجموعات جديدة من الهجمات، وعزز سمعته باعتباره أحد أفضل قوات العمليات الخاصة في الشرق الأوسط.

### الإجراءات المنهجية للبحث:

تناول هذا الجزء تحديد نوع ومنهج البحث، وكذلك مجتمع البحث الميدانية، وخصائص عينة البحث المسحوبة من المجتمع، وذلك على النحو الآتي:

### نوع البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً، وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة، من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها (الحميد، 2000).

### منهج البحث:

يعتمد هذا البحث على منهج المسح Survey الذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو يعتبر المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، ويعرف



أيضاً بأنه جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل البحث.

اعتمد البحث على المنهج التحليلي ويتم من خلال تحليل استمارات استبيان التي تقدم إلى عينة البحث لاستطلاع رأيهم واتجاهاتهم.

ويهدف المسح التحليلي إلى وصف وتفسير أسباب الأوضاع الراهنة، وفي هذا المنهج تُدرس العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما، وتفيد النتائج في الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فروضه، ومن ثم استنتاج تفسيرات لتلك العلاقات. مثل المسح الذي يجريه أصحاب محطة تلفزيونية على السوق لتحديد تأثير أنماط حياة المشاهدين على أنماط مشاهداتهم ومعدلات تعرضهم (زغيب، 2017).

1. اتجاه رجال جهاز مكافحة الإرهاب والصورة المتكونة عنهم بعد عمليات

تحرير العراق من داعش الارهابي عام 2017.

2. تناول الإعلام بشكل عام صورة جهاز مكافحة الإرهاب وقضاياها وصحافة

المواطن على وجه الخصوص.

### مجتمع وعينة البحث:

يمثل مجتمع البحث بجميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها (زغيب، 2017)، لكن لكبر حجم مجتمع البحث، لجأ الباحث إلى أسلوب العينة التي يتم سحبها من مجتمع البحث لاستيفاء البيانات منهما عبر أداة مخصصة لكل دراسة، وذلك على النحو التالي:

**مجتمع وعينة البحث الميدانية:** يعتمد هذا البحث على الجمهور العراقي كمجتمع

لهذا البحث، وتعتمد هذه البحث على عينة من المواطنين العراقيين وتم الاعتماد على توزيع

الاستمارة الكترونياً عبر Google drive وإرسالها لصفحات الفيس بوك الأكثر انتشاراً

وعبر تطبيق الواتس آب والماسينجر من الأصدقاء والمضامين لدى صفحات تواصل

الباحث. ووصل عدد من استجابوا للبحث من الباحثين حوالي 412 مبحوث وتم استبعاد

اثني عشر بسبب الشك في جدتهم والاكتفاء بال 400 فقط

وقد بدأ تطبيق الاستبيان الإلكتروني في العاشر من تموز 2018، أي بعد عام على

التحرير من خلال نشره وإرساله عبر صفحات الفيس بوك الأكثر انتشاراً ومنها صفحة



جهاز مكافحة الإرهاب ((العاملات الخاصة (Iraqi Special Operations Forces)) وعبر تطبيق الواتس آب والماسينجر من الأصدقاء والمضاهين لدى صفحات تواصل الباحث لعينة ممن تنطبق عليهم المواصفات المطلوبة، للإجابة على الاستبيان.

**إجراءات الصدق والثبات:** ويُقصد بصدق التحليل Validity: هو أن يقيس الاختبار أو المقياس ما أُعد لقياسه، بمعنى أنه إذا كان قد تم قياس ظاهره معينة أو مجال معين، أو مجال معين، فإن "الصدق" هو أن يكون الاختبار أو المقياس يقيس هذه الظاهرة أو هذا المجال، والصدق ليس مطلقاً، انه نسبي (العزیز، 2012)، ومن ذلك يمكن القول بأن أسلوب القياس هو أسلوب يقيس ما يفترض قياسه بالفعل. ولقياس صدق التحليل قام الباحث بإعداد استمارة ميدانية بدقة وضبطها وترتيب الفئات الواردة بها ترتيباً دقيقاً، ثم تم عرضها على مجموعة من المحكمين<sup>(1)</sup>، الذين أشاروا بصلاحيه الاستمارة، وأنها تقيس ما يفترض قياسه.

ويقصد باختبار ثبات التحليل Reliability هو مدى ثبات النتائج التي توصل إليها القياس على الخاصة ذاتها (زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، 2017). ولقياس ثبات التحليل استخدم أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest على عينة عشوائية مقدارها 20 من إجمال العينة الأصلية، وقد بلغت قيمة معامل الثبات 85%، وهي قيمة عالية تشير إلى فاعلية المقياس وصدقه.

## أدوات البحث:

**استمارة استبيان:** هي عبارة عن استمارة تتضمن بدورها الأبعاد الرئيسية للدراسة والأبعاد الفرعية المرتبطة بها، وتراعي الباحث الإجراءات الخاصة بإعداد الأداة من حيث الثبات والصدق والدقة والموضوعية، وسيتم من خلال هذه الأداة استطلاع رأي الجمهور العام لمعرفة ملامح الصورة المتكونة رجال جهاز مكافحة الإرهاب والصورة المتكونة عنهم بعد عمليات تحرير العراق من داعش الإرهابي عام 2017.

1- تم عرض استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وذلك حسب الترتيب الأبجدي لأسمائهم:

- أ. م. د. ابتسام اسماعيل \ كلية الإعلام - جامعة السلیمانية.
- أ. م. د. عادل عبد الرزاق مصطفى \ كلية الإعلام - جامعة بغداد.
- أ. د. عمار طاهر \ عميد كلية الإعلام - جامعة بغداد.



## الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل البحث والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للبحث الحالي، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع البحث الحالية، وفيما يلي عرض هذه الدراسات علي أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلي الأحدث.

## دراسات الإعلام وقضايا الإرهاب:

دراسة ولاء محمد علي حسين 2019 (حسين، 2019): وتوصلت البحث إلى عدة نتائج تمثلت باهتمام وسائل الاعلام الدولية بظاهرة الارهاب وتشابهها الكبير من حيث استخدامها للغة، فضلا عن ان معالجتها للإرهاب تتم باستخدام الاوصاف الشديدة القوة للعمليات الارهابية ومحاربة الارهاب، في حين توصلت دراسة حسين علي صالح 2019 (صالح، 2019) مجموعة من النتائج والتوصيات اهمها ان براءة الاسلام وخطابة الاصيل من التطرف والارهاب والتحريض واتصاف الخطابات الاسلامية بالرفق والدعوة إلى التعايش السلمي واحترام حريات الاخرين وحماية حقوقهم، واتصافه بطابع التعليم والارشاد والدعوة والتبليغ والحكمة والموعظة الحسنة. فيما خلصت دراسة محمد عبدالوهاب الفقيه الكافي (الصالح، 2017) إلى العديد من النتائج، أهمها: يلتمس الشباب من شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى المعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في بلدانهم، يليها معلومات حول الحوادث الإرهابية التي تحصل في البلدان الأخرى، ثم معلومات عامة حول الإرهاب. جاء عامل إشباع الحاجات الأساسية كالحاجة للمعرفة في مقدمة العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب

وأظهرت دراسة فاتن عبد الرحمن (الرحمن، 2017) النتائج ارتفاع معدل استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع معدل متابعة الأحداث الإرهابية التي حدثت في مصر عام 2015. كما ارتفعت أيضاً درجة الثقة في المعلومات المقدمة فيما يتعلق بالأحداث الإرهابية بمواقع التواصل الاجتماعي. وارتفعت مصداقية مواقع التواصل



الاجتماعي في نقل المعلومات المقدمة عن الأحداث الإرهابية، وتأتي الصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى، يليها جوجل في المرتبة الثانية، ثم موقع تويتر في المرتبة الثالثة، وتعددت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لأفراد العينة بدرجة دالة إحصائية.

كما هدفت دراسة (Mutsvairo, Bruce, Columbus, Simon and Leijendekker) إلى معرفة أخلاق المواطن الصحفي والمجال العام للشبكة الناشئة، (Mutsvairo, 2014) بالاعتماد على المنهج المسحي علي عينة من الصحفيين الإفريقيين في دول إفريقيا جنوب الصحراء، وبين البحث أن الدوافع الأخلاقية للصحفيين المواطنين في إفريقيا مبنية علي المسؤولية الاجتماعية، والرغبة بإبلاغ القراء والجمهور العام بكل الأحداث التي تدور، وأظهر البحث أن الصحفيين المواطنين يقومون بمكافحة الاستبدادية.

كما خلصت دراسة عادل عبد الرزاق مصطفى (مصطاف، 2014) انه يعظم خطر العمليات الإرهابية إذا كانت تنطلق من توجهات فكرية أو مصالح اقتصادية تخدم فئة معينة وتتسع دائرة تأثيرها على أفراد المجتمع بحيث تزهق فيها أرواح بريئة وأنفس معصومة وتتلف بسببها الممتلكات الخاصة والعامة وتنتشر الرعب والهلع في المناطق التي تنشط فيها.

كما هدفت دراسة (Hebatalla ElSemary, 2013) ElSamary and AlKhaja الاستكشافية إلى مسألة مصداقية الصحافة التلفزيونية التقليدية وصحافة المواطن، بالاعتماد علي المنهج المسحي، علي عينة قوامها 298 من مستخدمي وسائل الإعلام الإماراتيين، 93 من الصحفيين المواطنين، وذلك في كانون الأول من عام 2012م، حيث قام المستطلعين بتقييم مصداقية الصحافة التلفزيونية التقليدية وصحافة المواطن باستخدام مقياس المصداقية والذي يتألف من 12 عنصراً، وأكدت نتائج البحث أن مصداقية الصحفيين المواطنين في صحافة المواطن أعلى من مصداقية مراسلي التلفزيون، كما بينت نتائج البحث أن مصداقية وسائل الإعلام الجديدة، وأظهرت النتائج أن مصداقية الصحافة التقليدية تنبع من خبرة ذوي المهارات العالية من المراسلين والمحريين، وذلك عمق التغطية الإخبارية المقدمة من خلال تحليلات الأحداث ومجريات الأمور.

دراسة محمد أحمد مكين (مكين، 2005): جاء في مجملها مقترحات للقضاء على الإرهاب منها: تعظيم العدالة الناجزة السريعة - علاج ما تعانيه المجتمعات من مشكلات



اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية، في حين توصلت دراسة البسيوني عبد الله جاد (البسيوني، 2006) أن هناك عدة متغيرات تعد ديناميتا للإرهاب وأن حصيلة الرؤية السيسولوجيا لمواجهة الإرهاب تنطوي على تدعيم آليات الضبط الاجتماعي والمشاركة المجتمعية، وجاءت دراسة دينا يحيى (يحيى، 2006) وهي دراسة وصفية تحليلية استدلالية، اعتمدت على أسلوب المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للمضمون المقدم في الصحف القومية والحزبية و قد استخدمت أداة تحليل المضمون. لتثبت أن هناك تباين بين جريدتي الأهرام والوفد في الاهتمام بالقضايا الفرعية.

### أسلوب جمع البيانات:

تضمن البحث تصميم استمارة تطبق ميدانيا على الجمهور من إعداد الباحث تسعى إلى:  
 أولاً: التعرف على الصور المكونة لدى المواطن العراقي عن جهاز مكافحة الإرهاب.  
 ثانياً: التعرف على دور صحافة المواطن في تناول صورة جهاز مكافحة الارهاب ودورها.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science) وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين، اختبار مربع كاي (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)، اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحثين في احد متغيرات الفئة والنسبة (Interval or Ratio).



جدول 1: يوضح البيانات الشخصية للجمهور العراقي (عينة البحث)

الإجمالي		إناث		ذكور		البيانات الشخصية	
%	ك	%	ك	%	ك		
30	132	15.5	62	17.5	70	من 18-23	السن
42.75	171	18.75	75	18.75	96	من 24-29	
24.25	97	11.5	46	12.75	51	من 30 فأعلى	
8.25	33	2.75	11	5.5	22	متوسطة	المستوى التعليمي
15.75	63	8	32	7.75	31	اعدادية	
49.75	199	25.25	101	24.5	98	جامعة	
26.25	105	8.75	35	17.5	70	دراسات عليا	
58	232	30.25	121	27.75	111	حضر	محل الإقامة
42	168	17.5	70	24.5	98	ريف	
400						المجموع	

يوضح الجدول السابق البيانات الشخصية للجمهور العراقي عينة البحث من حيث السن والمستوى التعليمي ومحل الإقامة على النحو التالي:

#### 1 - خصائص الباحثين بالنسبة للسن:

توزعت عينة البحث في المرحلة العمرية لثلاث مراحل حيث كانت (من 24 سنة إلى 29 سنة) بنسبة 42.75%، بينما (من 18 سنة إلى 23 سنة) بنسبة 30%، بينما من (30 سنة فأكثر) بنسبة 24.75%.

أما بالنسبة للنتائج التفصيلية الخاصة بالذكور والإناث فكانت على

النحو التالي:

- بالنسبة للذكور: حيث كانت (من 24 سنة إلى 29 سنة) بنسبة 18.75%، بينما من (18 إلى 23 سنة) بنسبة 15.5%، بينما (من 30 سنة فأكثر) بنسبة 11.5%.



- بالنسبة للإناث: حيث كانت (من 24 سنة إلى 29 سنة) بنسبة 18.75%، بينما من (18 إلى 23 سنة) بنسبة 17.5%، بينما (من 30 سنة فأكثر) بنسبة 12.3%.

### 2 - خصائص عينة البحث وفقا للحالة التعليمية:

يتضح أن غالبية أفراد العينة حاصلين على المؤهل الجامعي بنسبة 49.75% بواقع 199 مفردة، تلاها بفارق كبير الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة 49.75%، تلاه الحاصلين على مؤهل اعدادي بنسبة 15.75%، وأخيرا أفراد العينة الحاصلين على إعدادية فاقل بنسبة 8.25%.

أما بالنسبة للنتائج التفصيلية الخاصة بالذكور والإناث فكانت على النحو التالي:

- بالنسبة للذكور: يتضح أن غالبية أفراد العينة حاصلين على المؤهل الجامعي بنسبة 24.5% بواقع 98 مفردة، تلاها بفارق كبير الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة 17.5%، تلاه الحاصلين على إعدادية فاقل بنسبة 7.75%، وأخيرا أفراد العينة الحاصلين على المؤهل المتوسط بنسبة 5.5%.

- بالنسبة للإناث: يتضح أن غالبية أفراد العينة حاصلين على المؤهل الجامعي بنسبة 25.25% بواقع 101 مفردة، تلاها بفارق كبير الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة 8.75%، تلاه الحاصلين على المؤهل الاعدادية بنسبة 8%، وأخيرا أفراد العينة الحاصلين على المتوسطة فاقل بنسبة 2.75%.

### 3 - خصائص عينة البحث وفقا للإقامة:

كان غالبية أفراد العينة من الحضر بنسبة 54.5%، ثم الريف بنسبة 45.5%.  
أما بالنسبة للنتائج التفصيلية الخاصة بالذكور والإناث فكانت على النحو التالي:  
- بالنسبة للذكور: كان غالبية أفراد العينة من الحضر بنسبة 27.75%، ثم الريف بنسبة 24.5%.

- بالنسبة للإناث: كان غالبية أفراد العينة من الحضر بنسبة 30.25%، ثم الريف بنسبة 17.5%.



جدول 2: يوضح البيانات الشخصية للجمهور العراقي عينة البحث

الدالة	كا	الإجمالي		إناث		ذكور			
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة 0.646	0.874	66.25	265	33.5	134	32.75	131	دائما	تصفح صحافة المواطن
		24.75	99	12.75	51	12	48	أحيانا	
		9	36	3.75	15	5.25	21	نادرا	
غير دالة 0.065	7.243	0.25	1	0	-	0.25	1	اقل من ثلاثة أيام	عدد أيام التصفح
		2.75	11	1.75	7	1	4	ثلاث أيام أسبوعيا	
		8	32	6.5	26	1.5	6	خمس أيام أسبوعيا	
		89	356	41.75	167	47.25	189	يومية	
غير دالة 0.118	4.273	39	156	16.25	65	22.75	91	دائما	مدى الاهتمام بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن
		25.75	103	6.5	26	19.25	77	أحيانا	
		35.25	141	27.25	109	8	32	لا	
		400						المجموع	

مقياس كثافة تعرض للجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة

المواطن: تم تكوين مقياس له على النحو التالي:

يتكون مقياس المستوى الكثافة من مجموعة من الأسئلة التي تتكامل مع بعضها

البعض، ويتمثل بيان هذه الأسئلة على النحو التالي:

#### 1 - مدى تصفح صحافة المواطن:

حيث كانت دائما بنسبة 66.25% من الإجمالي بنسبة 32.75% ذكور و33.5%

إناث، بينما كانت أحيانا بنسبة 24.75% من الإجمالي بنسبة 12% ذكور و12.75%

إناث، بينما كانت نادرا بنسبة 9% من الإجمالي بنسبة 5.25% ذكور و75.3% إناث.

#### 2 - عدد أيام التصفح:

حيث كانت اقل من ثلاثة أيام بنسبة 0.25% من الإجمالي بنسبة 0.25% ذكور

و0% إناث وهذه نسبة مقبولة ومطابقة للدراسات التي تتحدث عن ارتفاع نسب المتابعة

لصحافة المواطن بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، بينما يوميا بنسبة 89% من



الإجمالي بنسبة 47.25% ذكور و 41.75% إناث، بينما خمس أيام أسبوعياً بنسبة 8% من الإجمالي بنسبة 1.5% ذكور و 6.5% إناث، بينما ثلاث أيام أسبوعياً بنسبة 2.75% من الإجمالي بنسبة 1% ذكور و 1.75% إناث.

### 3- مدى الاهتمام بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن:

حيث كانت دائماً بنسبة 39% بنسبة 22.75% ذكور و 16.25% إناث، بينما أحياناً بنسبة 25.75% من الإجمالي بنسبة 19.25% ذكور و 6.5% إناث، بينما لا بنسبة 35.25% من الإجمالي بنسبة 8% ذكور و 27.25% إناث. وهي نتيجة مقبولة كون النساء في العراق لا تهتم بالقضايا الامنية والعسكرية

وكانت نتيجة مقياس كثافة تعرض الجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن خلال إجابات الباحثين على الأسئلة السابقة على النحو التالي:

جدول 3: نتائج مقياس كثافة تعرض الجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن

النسبة	التكرار	النتيجة
51	204	مستوى مرتفع
27	108	مستوى متوسط
22	88	مستوى منخفض
100	400	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مقياس كثافة تعرض الجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن حيث كان بمستوى مرتفع بنسبة 51%، ثم بمستوى متوسط بنسبة 27%، وأخيراً بمستوى منخفض بنسبة 22% وهي نسب مقبولة كون المرحلة السابقة والحالية شهدت سيطرة داعش الارهابي مما جعل الاهتمام عالية بالقضايا الامنية والعسكرية ومنها الجهاز.



#### جدول 4: أسباب تفضيل الجمهور العراقي بمتابعة لصحافة المواطن

الترتيب	المتوسط المرجح	(%)	(ك)	الأسباب
1	0.54	57	228	لتنوع موضوعاتها
2	0.36	50.75	203	للبحث عن الأخبار والمعلومات
3	0.46	43	172	تناولها لقضايا لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية
4	0.45	41.25	165	اهتمامها بقضايا الجمهور بشكل هادف وجاد
5	0.55	38.75	155	كل اصدقائي يستخدموها
6	0.63	33.75	133	تعرض الرأي والرأي الآخر
7	0.37	30.25	121	تنقل لي الأخبار بشكل اوضح واكثر تفصيلا
8	0.27	24.75	99	لما توفره من أدوات تفاعلية
		100	400	الإجمالي

بين الجدول السابق أسباب تفضيل الجمهور العراقي صحافة المواطن حيث جاء في مقدمة هذه الأسباب (لتنوع موضوعاتها) بنسبة 57%، ثم في المرتبة الثانية (للبحث عن الأخبار والمعلومات) بنسبة 50.75%، ثم (تناولها لقضايا لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية) في المرتبة الثالثة بنسبة 43%، ثم (اهتمامها بقضايا الجمهور بشكل هادف وجاد) في المرتبة الرابعة بنسبة 41.25%، وأخيرا (لما توفره من أدوات تفاعلية) بنسبة 24.75%.

#### جدول 5: أسباب اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن

الترتيب	المتوسط المرجح	(%)	(ك)	الأسباب
1	0.66	53.75	215	يجعلني جزء من الأحداث ولست منفصلا عنها
2	0.42	48.25	193	تكوين رأي شخصي حول القضايا المتعلقة بجهاز مكافحة الإرهاب
3	0.57	45.5	182	للحصول على معلومات اتحدث فيها مع الآخرين
4	0.37	33.5	134	معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا المتعلقة بجهاز مكافحة الإرهاب
5	0.38	33	132	فهم ما يدور من حولي من أحداث
6	0.47	31.5	126	لأنني مهتم بمختلف القضايا المتعلقة بجهاز مكافحة الإرهاب
		100	375	الإجمالي



يبين الجدول السابق أسباب اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن حيث جاء في مقدمة هذه الأسباب (تكوين رأي شخصي حول القضايا المتعلقة بجهاز مكافحة الإرهاب) بنسبة 48.25%، ثم في المرتبة الثانية للحصول على معلومات اتحدث فيها مع الآخرين) بنسبة 45.5%، وأخيرا (لأنني مهتم بمختلف القضايا المتعلقة بجهاز مكافحة الإرهاب) في المرتبة السادسة بنسبة 31.5%.

جدول 6: احداث عرفها الجمهور العراقي عبر صحافة المواطن عن جهاز مكافحة الإرهاب

الترتيب	المتوسط المرجح	(%)	(ك)	الأسباب
1	0.66	66.4	249	تفاصيل معركة الموصل-الايسر
2	0.52	51.7	194	تفاصيل معركة الموصل-الايمن
3	0.43	48	180	تفاصيل معركة الفلوجة والرمادي
4	0.53	42.9	161	تفاصيل معركة بيجي وتكريت
5	0.28	28.3	106	تفاصيل دخول محافظة كركوك
		100	375	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أسباب اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن حيث جاء في مقدمة هذه الأسباب (تفاصيل معركة الموصل-الايسر) بنسبة 66.4%، ثم في المرتبة الثانية (تفاصيل معركة الموصل-الايمن) بنسبة 51.7%، ثم (تفاصيل معركة الفلوجة والرمادي) في المرتبة الثالثة بنسبة 48%، ثم (تفاصيل معركة بيجي وتكريت) في المرتبة الرابعة بنسبة 42.9%، وأخيرا (تفاصيل دخول محافظة كركوك) في المرتبة الخامسة بنسبة 28.3%.

جدول 7: أهمية صحافة المواطن بالنسبة لك كمصدر للحصول على المعلومات عن جهاز مكافحة الإرهاب

الترتيب	(%)	(ك)	المصدر
1	42	122	مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى اقل أهمية
2	27	79	مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية
3	18.5	54	المصدر الأهم والوحيد للمعلومات
4	1.5	24	مصدر كأى مصدر معلومات آخر
5	1	12	مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى
	100	375	الإجمالي



يبين الجدول السابق كيفية اعتبار صحافة المواطن بالنسبة للمبشرين كمصدر للحصول على المعلومات عن جهاز مكافحة الإرهاب حيث جاء في المقدمة (مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصدر أخرى اقل أهمية) بنسبة 42%، ثم (مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية) في المرتبة الثانية بنسبة 27%، ثم (المصدر الاهم والوحيد للمعلومات) في المرتبة الثالثة بنسبة 18.5%، وأخيرا (مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى) بنسبة 1%.

جدول 8: مشاهدة الشباب العراقي خبر عن جهاز مكافحة الإرهاب أثناء تصفح صحافة المواطن

الترتيب	(%)	(ك)	المصدر
1	44	176	اتوقف لمشاهدته من البداية إلى النهاية واكتب تعليق
2	24.5	98	اتوقف لمشاهدته من البداية إلى النهاية دون كتابة تعليق
3	19.25	77	اتوقف لمشاهدة بعض أجزاء منه
4	6.75	27	تغيير الموضوع في الحال إلى موضوع اخر
5	5.5	22	تغيير الموضوع إذا كان قد سبق لي مشاهدته
	100	400	الإجمالي

يبين الجدول السابق عند مشاهدة الشباب العراقي خبر عن جهاز مكافحة الإرهاب أثناء تصفح صحافة المواطن حيث جاء في المقدمة (اتوقف لمشاهدة بعض أجزاء منه) بنسبة 44%، ثم (اتوقف لمشاهدته من البداية إلى النهاية دون كتابة تعليق) في المرتبة الثانية بنسبة 24.5%، ثم (اتوقف لمشاهدة بعض أجزاء منه) في المرتبة الثالثة بنسبة 19.25%، ثم (تغيير الموضوع في الحال إلى موضوع اخر) في المرتبة الرابعة بنسبة 6.75%، وأخيرا (تغيير الموضوع إذا كان قد سبق لي مشاهدته) بنسبة 5.5%.

جدول 9: نتائج مقياس صدق المحتوى

النسبة	التكرار	مستوى صدق المحتوى
42	145	مستوى صدق مرتفع
46.5	161	مستوى صدق متوسط
11.5	41	مستوى صدق منخفض
100	347	الإجمالي



توضح بيانات الجدول السابق أن العينة تتسم بمستوى صدق متوسط بنسبة 46.5%، تلاه مستوى صدق مرتفع بنسبة 42%، وأخيرا مستوى صدق منخفض بنسبة 11.5%، وتم قياس هذا المتغير بناء على موافقة المبحوث على العبارات الآتية: مرتبة من اعلى متوسط حسابي مرجح فاقل:

مقياس صدق وموضوعية المحتوى لدى المبحوث، ويتكون هذا المقياس من خلاصة آراء المبحثن على مجموعة من العبارات كما يلي:

جدول10: نتائج مقياس صدق المحتوى

الترتيب	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	90.67	3.25	12	24.25	91	72.5	272	ما نقرأه يكتمل بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو
2	66.67	9.5	35	47.5	178	43	162	تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا احد وجهة نظره
3	64.53	9	33	53	199	38	143	تركز على السلبيات والمبالغة في نشرها
4	64.27	21.5	81	35.5	133	43	161	اشعر معها بالكفاية التي لا اجدها مع أي وسيلة إعلامية اخرى
5	57.20	37.5	141	39	146	23.5	88	تتمتع أخبار صحافة المواطن بمصداقية لدى معظم الناس
6	54.93	9.5	35	68	256	22.5	84	تطرح الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات
7	54.93	9.25	35	71.5	268	19.25	72	تهتم بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا
8	52.40	15	56	56	211	30	112	أخبار صحافة المواطن أفضل لأنها مفصلة للحدث
9	47.73	13	49	71	267	16	60	تطرح حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية
10	45.20	11.25	42	53.5	201	35.25	132	تقدم لنا صحافة المواطن ما نريد أن نعرفه عن جهاز مكافحة الإرهاب



يبين الجدول السابق مقياس صدق وموضوعية المحتوى لدى المبحوث حيث جاء في المقدمة (ما تقرأه تكتمل جوابه بالصور الثابتة والمتحركة والفيديو) بمتوسط 90.67، ثم (تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا احد وجهة نظره) في المرتبة الثانية بمتوسط 66.67، ثم (تركز على السلبيات والمبالغة في نشرها) في المرتبة الثالثة بمتوسط 64.53، ثم (اشعر معها بالكفاية التي لا اجدها مع أي وسيلة إعلامية اخرى) في المرتبة الرابعة بمتوسط 64.27، ثم (تتمتع أخبار صحافة المواطن بمصداقية لدى معظم الناس) في المرتبة الخامسة بمتوسط 57.20، ثم (تهتم بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا) في المرتبة السادسة بمتوسط 54.93، ثم (أخبار صحافة المواطن أفضل لأنها مفصلة للحدث) في المرتبة السابعة بمتوسط 54.93، ثم (تطرح حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية) في المرتبة الثامنة بمتوسط 52.40، ثم (تطرح صحافة المواطن حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية) في المرتبة التاسعة بمتوسط 47.73، وأخيرا (تقدم لنا صحافة المواطن ما نريد أن نعرفه بشأن جهاز مكافحة الإرهاب) بمتوسط 45.20.

#### جدول 11: نتائج مقياس

النسبة	التكرار	مستوى تأثير استخدام صحافة المواطن
76.5	287	مستوى تأثيرات مرتفع
23.5	88	مستوى تأثيرات متوسط
0	0	مستوى تأثيرات منخفض
100	375	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة تتسم بمستوى تأثير مرتفع بنسبة 76.5%، تلاه مستوى تأثير متوسط بنسبة 23.5%، وتم قياس هذا المتغير بناء على موافقة المبحوث على العبارات الآتية - مرتبة من اعلى متوسط حسابي مرجح فالأقل:



## مقياس تأثيرات استخدام صحافة المواطن جدول 12: نتائج مقياس صدق المحتوى

الترتيب	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه الغبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.80	0	0	39.2	147	60.8	228	ساعدتني في تكوين رأيي واتجاهاتي نحو جهاز مكافحة الإرهاب
2	78.053	28	105	40.2	151	31.7	119	من خلالها اتعرف على كل ما يتعلق برجال جهاز مكافحة الإرهاب من قضايا واحداث
3	73.497	0	0	47	176	53	199	اشعر بالخوف والقلق من تكرار مشاكل جهاز مكافحة الإرهاب
4	69.93	0	0	44	165	56	210	أصبحت موضوعات جهاز مكافحة الإرهاب ضمن اولويات الموضوعات التي تهمني وافضل متابعة تطوراتها
5	69.33	2.2	8	50.6	190	47.2	177	ارغب في تقديم العون والمساعدة للمتأثرين بأضرار من جهاز مكافحة الإرهاب
6	68.93	0	0	35.7	134	64.3	241	اشعر بالبغض والكراهية تجاه المسؤولين عن احداث العنف التي حدثت للجهاز
7	59.73	5.8	22	41.8	157	52.2	196	زادت معلوماتي بشأن الجهاز الإداري للجهاز
8	59.60	0	0	43	161	57	214	اشعر بالتفاعل مع الأحداث عل الرغم من تكرار ازماتها
9	57.07	28.5	107	38.5	143	33.3	125	اتعاطف مع اهالي ضحايا جهاز مكافحة الإرهاب

يوضح الجدول السابق مقياس صدق المحتوى حيث جاء في المقدمة (ساعدتني في تكوين رأيي واتجاهاتي نحو جهاز مكافحة الإرهاب) بمتوسط 80.80، ثم (من خلالها اتعرف على كل ما يتعلق برجال جهاز مكافحة الإرهاب من قضايا واحداث) في المرتبة الثانية بمتوسط 78.53، ثم (اشعر بالخوف والقلق من تكرار مشاكل جهاز مكافحة الإرهاب) في المرتبة الثالثة بمتوسط 73.497، ثم (أصبحت موضوعات جهاز مكافحة الإرهاب ضمن اولويات الموضوعات التي تهمني وافضل متابعة تطوراتها) في المرتبة الرابعة بمتوسط 69.93، ثم (اشعر بالبغض والكراهية تجاه المسؤولين عن احداث العنف التي حدثت للجهاز) في المرتبة الخامسة بمتوسط 69.33، ثم (زادت معلوماتي بشأن الجهاز الإداري للجهاز) في المرتبة السادسة بمتوسط 68.93، ثم (اشعر بالتفاعل مع الأحداث عل الرغم من تكرار ازماتها) في المرتبة السابعة بمتوسط 59.73، ثم (اشعر بالخوف والقلق من تكرار مشاكل جهاز مكافحة الإرهاب) في المرتبة الثامنة بمتوسط 59.60، وأخيرا (اتعاطف مع اهالي ضحايا جهاز مكافحة الإرهاب) بمتوسط 57.07.



جدول 13: نتائج مقياس الصورة الذهنية نحو جهاز مكافحة الإرهاب

النسبة	التكرار	الصورة الذهنية
47.2	177	صورة ذهنية مرتفع
52.8	198	صورة ذهنية متوسط
0	0	صورة ذهنية منخفض
100	375	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة تتسم بمستوى صورة ذهنية متوسط بنسبة 52.8%، تلاه مستوى صورة ذهنية مرتفع بنسبة 47.2%، وتم قياس هذا المتغير بناء على موافقة المبحوث على العبارات الآتية - مرتبة من أعلى متوسط حسابي مرجح فالأقل:

جدول 14: نتائج مقياس الصورة الذهنية نحو جهاز مكافحة الإرهاب

الترتيب	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	78.53	79	296	6	23	15	56	يستخدم جهاز مكافحة الإرهاب العنف ضد أفراد المجتمع
2	71.47	43.5	162	14.5	55	42	158	يتعالي جهاز مكافحة الإرهاب على أفراد المجتمع
3	66.67	2.4	9	53.6	201	44	165	غالبا ما يعيش جهاز مكافحة الإرهاب مستقل عن باقي أفراد المجتمع
4	64.27	22.4	84	38.4	144	39.2	147	لا توجد رقابة من الدولة على جهاز مكافحة الإرهاب
5	63.07	10	38	55	206	35	131	يستخدم أفراد جهاز مكافحة الإرهاب العنف عند مواجهة المشكلات
6	59.60	81	304	16.5	62	2.5	9	يتجه جهاز مكافحة الإرهاب إلى الرشوة من أجل الحصول على المال
7	55.28	80.3	301	7.5	28	12.2	46	جهاز مكافحة الإرهاب غير مقبول اجتماعيا
8	49.73	22	83	53.6	201	24.4	91	لا يستطيع جهاز مكافحة الإرهاب التغلب على المواقف المفاجئة
9	47.60	35	131	49.6	186	15.4	58	يوجد ترابط دائم بين أفراد جهاز مكافحة الإرهاب
10	47.60	12.3	46	75.2	282	12.5	47	المستوى الاقتصادي للجهاز مرتفع
11	45.07	54.7	205	23.7	89	21.6	81	لا يشعر جهاز مكافحة الإرهاب بالمسؤولية تجاه وطنه

يوضح الجدول السابق مقياس الصورة الذهنية نحو جهاز مكافحة الإرهاب حيث جاء في المقدمة (يستخدم جهاز مكافحة الإرهاب العنف ضد أفراد المجتمع) بمتوسط 78.53، ثم (يتبع إلى جهاز مكافحة الإرهاب على أفراد المجتمع) في المرتبة الثانية بمتوسط 71.47، ثم (غالبا ما يعيش جهاز مكافحة الإرهاب مستقل عن باقي أفراد المجتمع) في المرتبة الثالثة بمتوسط 66.67، ثم (لا توجد رقابة من الدولة على جهاز



مكافحة الإرهاب) في المرتبة الرابعة بمتوسط 66.53، ثم (لا توجد رقابة من الدولة على جهاز مكافحة الإرهاب) في المرتبة الخامسة بمتوسط 64.27، ثم (يتجه جهاز مكافحة الإرهاب إلى الرشوة من أجل الحصول على المال) في المرتبة السادسة بمتوسط 63.07، ثم (يظهر جهاز مكافحة الإرهاب حرصه على أبناء وطنه) في المرتبة السابعة بمتوسط 59.73، ثم (يتجه جهاز مكافحة الإرهاب نحو الرشوة من أجل الحصول على المال) في المرتبة الثامنة بمتوسط 59.60، ثم (يوجد ترابط دائم بين أفراد جهاز مكافحة الإرهاب) في المرتبة التاسعة بمتوسط 49.73، ثم (المستوى الاقتصادي للجهاز مرتفع) في المرتبة العاشرة بمتوسط 47.60، ثم (لا يشعر جهاز مكافحة الإرهاب بالمسؤولية تجاه وطنه) في المرتبة الحادية عشرة والاختيرة بمتوسط 45.07.

جدول 15: يوضح مدى تأثير صحافة المواطن في تكوين الصورة الذهنية للجمهور العراقي محل البحث

الدالة	كا	الإجمالي		إناث		ذكور			
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة 0.226	0.749	81	304	45.8	172	35.2	132	يوجد تشابه عالي	مدى التشابه بين الصورة والحقيقة لضابط جهاز مكافحة الإرهاب وما تصوره صحافة المواطن
		19	71	5.4	20	13.6	51	يوجد تشابه إلى حد ما	
		0	0	0	0	0	0	لا يوجد تشابه	
غير دالة 0.484	1.453	24	90	13	49	11	41	بالسلب	مدى تشعر أن صحافة المواطن يغير من اتجاهات نحو جهاز مكافحة الإرهاب
		37	179	24.5	92	32.2	87	بالإيجاب	
		28	106	13.6	51	14.7	55	لا تأثير	
غير دالة 0.117	4.289	40.8	153	29.6	111	11.2	42	بدرجة كبيرة	تعتقد أن صحافة المواطن ساعدتك على تكوين صورة عن جهاز مكافحة الإرهاب لديك أكثر من الاتصال الشخصي
		55.7	209	21.6	81	34.1	128	إلى حد ما	
		3.5	13	0	0		13	اطلاقاً	
375								المجموع	

يوضح الجدول السابق مدى تأثير صحافة المواطن في تكوين الصورة الذهنية للشباب العراقي محل البحث وذلك على النحو التالي:



مدى يوجد تشابه بين الصورة الحقيقية لضابط جهاز مكافحة الإرهاب وما تصوره صحافة المواطن حيث كان يوجد تشابه إلى حد ما بنسبة 19% من الإجمالي بنسبة 13.6% من الذكور وبنسبة 5.4% من الإناث، بينما كان يوجد تشابه عالي بنسبة 81% من الإجمالي بنسبة 45.8% من الذكور وبنسبة 35.2% من الإناث.

مدى تشعر أن صحافة المواطن يغير من اتجاهات نحو جهاز مكافحة الإرهاب حيث كان بالإيجاب بنسبة 37% من الإجمالي بنسبة 32.2% من الذكور و 24.5% من الإناث، بينما لا تأثير بنسبة 28% من الإجمالي بنسبة 14.7% من الذكور، و 13.6% من الإناث، بينما بالسلب بنسبة 28% من الإجمالي بنسبة 34.1% ذكور و 21.6% إناث.

تعتقد أن صحافة المواطن ساعدتك على تكوين صورة عن جهاز مكافحة الإرهاب لديك أكثر من الاتصال الشخصي حيث كان ساعدتني إلى حد ما بنسبة 55.7% من الإجمالي بنسبة 34.1% ذكور و 21.6% إناث، بينما ساعدتني بدرجة كبيرة بنسبة 40.8% من الإجمالي بنسبة 11.2% ذكور و 29.6% إناث، بينما لا تساعدني على الإطلاق بنسبة 1.1% كلهم من الذكور.

## مناقشة النتائج و الاستنتاج:

1. أوضحت النتائج أن مقياس كثافة تعرض الجمهور العراقي لأخبار جهاز مكافحة الإرهاب في صحافة المواطن كان بمستوى مرتفع بنسبة 51%، ثم بمستوى متوسط بنسبة 27%، وأخيرا بمستوى منخفض بنسبة 22% وهي نسب مقبولة كون المرحلة السابقة والحالية شهدت سيطرة داعش الارهابي مما جعل الاهتمام عالية بالقضايا الامنية والعسكرية ومنها الجهاز.
2. بينت النتائج أن أسباب تفضيل الجمهور العراقي صحافة المواطن كانت (لتنوع موضوعاتها) وحصلت على بنسبة 57%، ثم في المرتبة الثانية (للبحث عن الأخبار والمعلومات) بنسبة 50.75%، ثم (تناولها لقضايا لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية) في المرتبة الثالثة بنسبة 43%، ثم (اهتمامها بقضايا الجمهور بشكل هادف وجاد) في المرتبة الرابعة بنسبة 41.25%، وأخيرا (لما توفره من أدوات تفاعلية) بنسبة 24.75%.



3. اوضح البحث أن أسباب اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة أخبار جهاز مكافحة الإرهاب على صحافة المواطن كانت لمعرفة (تفاصيل معركة الموصل-الايسر) بنسبة 66.4%، ثم في المرتبة الثانية (تفاصيل معركة الموصل-الايمن) بنسبة 51.7%، ثم (تفاصيل معركة الفلوجة والرمادي) في المرتبة الثالثة بنسبة 48%، ثم (تفاصيل معركة بيجي وتكريت) في المرتبة الرابعة بنسبة 42.9%، وأخيرا (تفاصيل دخول محافظة كركوك) في المرتبة الخامسة بنسبة 28.3%.
4. كما توصل البحث أن العينة من الجمهور العراقي تتسم بمستوى صورة ذهنية متوسط بنسبة 52.8%، تلاه مستوى صورة ذهنية مرتفع بنسبة 47.2%.



## المراجع

### أولاً: المراجع العربية

1. بركات عبد العزيز، (2012) مناهج البحث الإعلامي "الأصول النظرية ومهارات التطبيق" ط1 (القاهرة: دار الكتاب الحديث).
2. حسني نصر، (2016)، من المطبعة الى الفيس بوك، الإمارات، دار الكتاب الجامعي.
3. حسين علي صالح، (2019)، الخطاب الاسلامي المعتدل ودوره في مواجهة الارهاب- دراسة حديثة اجتماعية اعلامية، اطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة تكريت- كلية التربية للعلوم الانسانية).
4. دينا يحيى، تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام، دراسة في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية، بحث منشور، كلية تربية نوعية، جامعة عين شمس.
5. سحر منصور سيد، (2018)، "فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية: دراسة اجتماعية"، مجلة كلية التربية، (جامعة الأزهر: كلية التربية)، العدد (178)، الجزء (2).
6. سيد بخيت، (2008)، "أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، دراسة في المفاهيم وبيئة العمل"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد9، العدد2.
7. شيماء ذو الفقار، (2017)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط3 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية).
8. عادل عبد الرزاق مصطفى، (2014)، دور التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الارهاب (دراسة ميدانية لعينة من جمهور مدينة بغداد) مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد (مجلد 6 عدد 23).
9. عبد الله جاد البسيوني، (2006)، صناعة الإرهاب.. آليات إنتاجه وسبل مواجهته رؤية سيولوجيا، ورقة مقدمة إلى مؤتمر "نحو مواجهة علمية لمكافحة الإرهاب" الذي نظمته مؤسسة الأهرام.
10. فاتن عبد الرحمن، (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام 2015: دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة العربية للأعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية (العدد 17).



11. مايكل نايتس والكسندر ميلو، (2017)، جهاز مكافحة الارهاب العراقي افضل انجاز حققته اميركا في الشرق الاوسط متاح على الانترنت <https://www.faceiraq.org/inews.php?id=5776901>.
12. محمد أحمد مكي، (2005)، مفهوم الإرهاب: أسبابه - أنواعه - صورته - العلاج، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي للأبعاد الاجتماعية والتربوية للإرهاب، مؤسسة الأهرام.
13. محمد شومان، مستقبل صحافة المواطن مقال متاح على الانترنت <http://a7walmasr.com/show-73332.html>.
14. محمد عبد الحميد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتاب).
15. محمد عبد الحميد، (2009)، المدونات الإعلام البديل، ط1 (القاهرة: عالم الكتب).
16. محمد عبدالوهاب الفقيه الكافي وحاتم علي حيدر مقبل الصالحي، (2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب: دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية، المجلة العربية للأعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، العدد 17.
17. نهي عاطف العبد، (2015) اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يوليو، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون إبريل - يونيو.
18. ولاء محمد علي حسين، (2019)، المعالجة الاخبارية لظاهرة الارهاب في الفضائيات الدولية الموجهة بالعربية" اطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الاعلام قسم الصحافة الانذاعية والتلفزيونية).

## ثانيا: المراجع الانكليزية

1. Hebatalla ElSernay and May Al Khaja, (2013) ' The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth: Comparative Study", American International Journal of Contemporary Research, Vol. 3, No. 11.
2. Joseph, R. Dominick.(2013) The Dynamics of Mass Communication: Media In Transition. (USA: McGraw Hill).
3. Mutsvairo, Bruce, Columbus, Simon and Leijendekker, (2014) African Citizen ethics and the emerging Networked Public sphere", International Symposium on Online Journalism, 20 -21Austin.

