



دور الأعلام الجديد في توعية الجمهور بالأمن القومي في الحرب ضد داعش في إقليم كردستان

طالب الدكتوراه : عبد الخالق ابراهيم مصطفى
الجامعة التقنية – أربيل - العراق
الايمل: abdulkhaliq.mstaffa@epu.edu.iq

إشراف: أ.م.د. رضوان خضر علي
جامعة صلاح الدين – أربيل – العراق
الايمل: Radwan-ali@su.edu.iq

المخلص

هذا البحث الى معرفة الدور الذي لعبه وسائل الأعلام الجديدة في إقليم كردستان في توعية الجماهير بأبعاد الأمن القومي أثناء الحرب ضد تنظيم الدولة الإسلامية في العراق و الشام المعروف ب"داعش"، و قد استخدم الباحث منهج المسح الأعلامي لمعرفة مدى استخدام عينة البحث للمواقع الألكترونية الخيرية، إضافة الى حجم مساهمة المواقع الألكترونية الكوردية في نشر المعلومات الصحيحة و الهامة و التي من شأنها ان تساعد الجمهور على فهم ما يجري حوله و الأخطار التي تحيط به و مدى اعتماده على هذه المواقع في الحصول على المعلومات التي يحتاجه، وفي هذا الأطار قام الباحث بتوزيع استمارة استبيان على عينة من الصحفيين و الكتاب و أساتذة الجامعات قوامها (526) مفردة لمعرفة آرائهم تجاه دور المواقع الألكترونية الخيرية الكوردية. توصل البحث الى مجموعة من النتائج، من أهمها، ان غالبية عينة البحث يستخدمون المواقع الألكترونية الخيرية من أجل متابعة اخبار الحرب على داعش، و و أن غالبية المبحوثين اعتمدوا بمستويات متباينة على تغطية تلك المواقع للحرب على داعش لفهم الأبعاد المختلفة للأمن القومي لأقليم كردستان، و تبين أن غالبية المبحوثين اهتم بالمعلومات التي تتعلق بالبعد الأمني و العسكري للحرب على داعش.

الكلمات المفتاحية: الامن القومي، داعش، اقليم كردستان، الاعلام.



The Role of New Media In Rising Public Awareness of National Security in Iraqi Kurdistan Region

PhD Candidate: Abdel Khaleq Ibrahim Mustafa

Technical University - Erbil - Iraq

Email: abdulkhaliq.mstaffa@epu.edu.iq

Supervision: Prof. Dr. Radwan Khadr Ali

Salah Al-Din University - Erbil - Iraq

Email: Radwan-ali@su.edu.iq

ABSTRACT

This study aims to know the role of new media in rising public awareness about the difference dimensions of national security in Kurdistan region during the war on Islamic state organization in Iraq and al-sham known as “ISIS”, media survey method have used to know the attitudes of audience toward the impact of new media on them as a main sources of important and true information about the war on terror that would help the public to understand what is happening around it and the dangers surrounding it and the extent of its dependence on these sites to obtain the information that it needs.

For this purpose, the researcher distributed a questionnaire to a sample of journalists, Authors and Lecturers, consisting of (526) individuals, in order to know their views regarding the role of the Kurdish news websites.

The study reached a set of results, the most important of which is that the majority of the sample of study uses news websites to follow the news of the war on ISIS. That the majority of respondents relied heavily on coverage of Kurdish news websites for the war on ISIS to understand the different dimensions of the national security of the Kurdistan Region. and it turned out The majority of the respondents were interested in information related to the military dimension of the war on ISIS.

Keywords: national security, ISIS, Kurdistan region, media.



المبحث الأول الأطر المنهجية للبحث

المقدمة

الحروب و الأزمات التي شهدتها اقليم كردستان في السنوات القليلة الماضية، جعلنا نعيد النظر في دور و مسؤولية وسائل الاعلام التي وجدت من اجلها تجاه المجتمع و التفكير في الأدوار الجديدة للأعلام الجديد على المستوى المحلي و الدولي، حيث تلعب المعلومات التي تتدفق من خلال تلك الوسائل دورا محوريا في كل المجتمعات و الدول مهما كانت قوتهم العسكرية و الاقتصادية و السياسية و الثقافية.

لا شك أن لكل دولة الحق في الوقوف ضد الدعاية و المعلومات المضللة و حماية المجتمع من أثارها السلبية و الخطيرة على وحدة الصف الداخلي و الجانب المعنوي للجيش و مستقبل الدولة، في عصرنا الحالي، و في رأي العديد من الخبراء فإن مفهوم الأمن القومي لا يقتصر في البعد العسكري التقليدي فحسب، بل يشمل أيضا جوانب و ابعاد حيوية مختلفة منها البعد الأمني، الاقتصادي، السياسي، و الأنساني، أو اي تهديد أو خطر غير مباشر لا يقل خطورته عن خطورة تهديد عسكري مباشر والذي من شأنه ان يزرع البلبلة و النزاعات داخل المجتمع و يدفعه الى حافة الأنهيار.

لذلك يمكن القول ان مفهوم الأمن القومي مفهوم جماعي، بمعنى، أن على جميع مؤسسات المجتمع (بما فيها المؤسسات الإعلامية) العمل لحماية و تعزيز الأمن القومي للدولة، خاصة في عصر السماوات المفتوحة و انحسار قدرة الدول في السيطرة على حدودها و الحد من حركة و تبادل المعلومات. هذا البحث يدرس دور و تأثير الاعلام الجديد في توعية الجمهور بأبعاد الأمن القومي في الحرب على داعش في إقليم كردستان. و ينقسم البحث الى ثلاث مباحث: المبحث الأول: الأطر المنهجية للبحث، المبحث الثاني: الأطر النظري للبحث و المبحث الثالث و الأخير الجانب الميداني للبحث.

مشكلة البحث:

تملك وسائل الاعلام الجديدة العديد من الخصائص الفريدة التي تجعل منها أداة مهما و خطيرة في نفس الوقت، و لعل أهمها سرعة نشر المعلومات و الأفكار و قدرتها في الوصول الى أكبر عدد من المستخدمين و تخطي وحدتي الزمان و المكان و استخدامها اللامحدود للوسائط المتعددة، المحتوى الثري و الشكل الجذاب، كل هذه السمات جعلها أداة مؤثرا للبناء و التدمير في آن واحد، إذ أصبح أداة خطيرة بيد المنظمات الإرهابية لنشر الفكر المتطرف و كسب مؤيدين جدد و تجنيد المقاتلين في أنحاء العالم و توظيف تلك الوسائل كأداة للحرب النفسية ضد الآخرين.

في المقابل، يمكن لهذه الوسائل الجديدة أن تكون وسيلة لتوعية الجمهور و تعزيز الأمن القومي و الرد على دعاية الإرهابيين، من هذا المنظور، يمكن القول، أن مشكلة هذا البحث هي دراسة العلاقة بين قدرة وسائل الاعلام الجديدة في إقليم كردستان في نشر المعلومات الصحيحة و الدقيقة حول الحرب على داعش من جهة و بين مستوى اعتماد الجمهور على تلك المعلومات و انعكاسها على مستوى وعيهم و أدراكهم لأبعاد الأمن القومي المختلفة أثناء تلك الحرب.

أهمية البحث:

تتمكن أهمية هذا البحث في أهمية الموضوع محل الدراسة و هو دور و تأثير الاعلام الجديد في مرحلة مهمة و حساسة جدا وهي مرحلة الحرب ضد داعش، في نشر الأخبار و المعلومات لتوعية الجمهور بالأخطار التي تواجهها الدولة و كيفية مواجهة هذه المخاطر و احتوائها، خاصة اذا أخذنا في الاعتبار حقيقة أن الإرهابيين بشكل عام و تنظيم داعش على وجه الخصوص استخدم وسائل الاعلام الجديدة كوسيلة اساسية في أنشطته المختلفة. كما أن اتساع حجم التهديدات التي مثلتها المنظمات الإرهابية على المستوى الدولي، أجبرت الجامعات و الأوساط الأكاديمية في العديد من الدول الى الأهتمام بقدر أكبر بدراسة العلاقة بين الاعلام و الإرهاب.

**أهداف البحث:**

يهدف البحث الى مجموعة الأهداف:

- 1- تحديد مستوى اهتمام عينة البحث بأخبار الحرب على داعش من خلال وسائل الإعلام الجديدة.
- 2- تحديد مستوى متابعة عينة البحث لقضايا الأمن القومي من خلال وسائل الإعلام الجديدة أثناء الحرب على داعش.
- 3- تحديد مستوى مصداقية التغطية الاخبارية لوسائل الإعلام الجديدة للحرب على داعش و انعكاسها على مستوى اعتماد عينة البحث على تلك الوسائل.
- 4- تحديد عوامل اعتماد عينة البحث على وسائل الإعلام الجديدة في متابعتها لأخبار الحرب على داعش.
- 5- تحديد مستوى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على توعية الجمهور بالأمن القومي أثناء الحرب على داعش.

أسئلة البحث:

- 1- ماهي معدل متابعة عينة البحث لأخبار الحرب على داعش من خلال وسائل الإعلام الجديدة في إقليم كردستان؟
- 2- ماهي معدل تعرض عينة البحث للمواضيع المتعلقة بالأمن القومي المنشورة في الوسائل الإعلامية الجديدة؟
- 3- ما هي عوامل اعتماد عينة البحث على تغطية وسائل الإعلام الجديدة للحرب على داعش؟
- 4- ما مدى ثقة عينة البحث بتغطية وسائل الإعلام الجديدة للحرب على داعش؟
- 5- ماهي أهم تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الجمهور فيما يتعلق بالأمن القومي أثناء الحرب على داعش؟
- 6- الى أي مدى اهتمت عينة البحث باستخدام الوسائل المتعددة و التفاعل و المشاركة أثناء متابعتها لتغطية وسائل الإعلام الجديدة للحرب على داعش؟
- 7- ماهي أكثر الفنون الصحفية التي تستخدمها عينة البحث أثناء متابعتها لمواضيع الأمن القومي في تغطية الإعلام الجديد للحرب على داعش؟

مجتمع و عينة البحث:

يمثل المجتمع الكوردي في إقليم كردستان بجميع فئاته و طبقاته مجتمع هذا البحث، نظرا لأن كلمة "الجمهور" في هذا البحث يعبر عن كل فرد بإمكانه استخدام وسائل الإعلام الجديدة لغرض الحصول على الأخبار، ولكن بحكم أن فهم أبعاد الأمن القومي و تأثير الإعلام الجديد في توعية الجمهور بهذه الأبعاد يحتاج الى مستوى ثقافي و علمي جيد، لذلك حدد الباحث أساتذة الجامعات و الكتاب و الصحفيين في إقليم كردستان كعينة للبحث. تتكون عينة البحث من (210) استاذ جامعي، (151) كاتب و (165) صحفي.

حدود البحث:

- 1- الحدود المكاني: الحدود المكاني للبحث هو مدن إقليم كردستان العراق (أربيل، السليمانية، دهوك و كركوك)، حيث كانت أغلب هذه المدن لها حدود تماس مباشرة مع دولة الخلافة التي أعلنته داعش و بالتالي كانت هذه الحدود و المساحات الشاسعة ميدانا للحرب ضد هذا التنظيم، كما أن مجتمع و عينة البحث هم من سكان هذه المدن.
- 2- الحدود الزمني: يبدأ من (2016/7/1 الى 2016/12/31)، وهي الفترة التي حددها الباحث من تغطية المواقع الخيرية الكوردية للحرب على داعش لتحليلها، و جاء الاختيار عليها كونها شهدت عملية تحرير الموصل من يد داعش و هي أكبر و أطول عملية عسكرية من قبل قوات البيشمركة و الجيش العراقي و بدعم جوي من التحالف الدولي ضد داعش.
- 3- الحدود البشري: يشمل جميع فئات و طبقات المجتمع في إقليم كردستان.



الدراسات السابقة:

الدراسات باللغة الكوردية:

- دراسة (حمهسالج، 2017): تهدف الدراسة الى معرفة دور الاعلام في بلورة اجماع سياسي و جماهيري في مواجهة الأزمات و حلها. وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة استبيان على (200) خبيراً في مجال السياسة و الاعلام. توصلت الدراسة الى أن الاعلام و بشكل كبير هو لسان حال الأحزاب التي هي مصدر هذه الأزمات، لذلك كان الاعلام أداة لتنفيذ الأجندة السياسية لهذه الأحزاب.
- دراسة (صابر، 2017): تهدف هذه الدراسة الى تشخيص التأثيرات المتركمة للصحافة في كوردستان على ثقافة الأمن القومي. وهي دراسة وصفية مستخدمة المنهج المسحي، عن طريق توزيع استمارة الاستبيان على عينة من طلاب جامعة صلاح الدين في مدينة أربيل بلغت قوامها (400) مفردة، أخذت العينة بطريقة عشوائية بسيطة، من أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن أغلبية عينة البحث يقرأون الصحف الورقية الكوردية و يتقنون بالمعلومات التي تنشرها هذه الصحف حول الأمن القومي.

الدراسات باللغة العربية

- دراسة (شريف، 2015): تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية و استخدمت منهج المسح الاعلامي، تهدف الدراسة الى تحديد دور الصحف الكوردية في تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور، ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان أكثر المواضيع التي اهتمت بها الصحف الكوردية كانت تتعلق بموضوع (الانتماء) ثم موضوع (تعزير الأمن القومي).
- دراسة (قادر، 2017): هي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الاعلامي، تهدف الدراسة الى تشخيص اسلوب معالجة الصحف الكوردية لقضية داعش و توصلت الدراسة أن الصحف الكوردية اهتمت بموضوع داعش بشكل كبير من خلال المواضيع التي نشرتها تلك الصحف حسب السياسة الاعلامية التي تتبعها.

الدراسات باللغة الانكليزية

- دراسة (سيرينك، 2016): تهدف الدراسة الى تحديد اساليب تغطية وكالات الأنباء الدولية لموضوع داعش و الإرهاب و كيفية تصويرها لهذا التنظيم، السؤال الرئيسي لهذه الدراسة هي كيف تنقل وكالات الأنباء الدولية الأخبار التي تتعلق بالإرهاب و تنظيم داعش، استخدمت الدراسة منهج التحليل النقدي للخطاب، من أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي: أن الثقافة و الاتجاه السياسي أثرت على اسلوب تغطية وكالات الأنباء و خاصة الوطنية و الإقليمية منها في تغطيتهم لموضوع الإرهاب و تنظيم داعش.
- دراسة (وودارد، 2017): تهدف الدراسة الى تحديد عوامل و كيفية اتصال الشباب بتنظيم داعش في الولايات المتحدة الأميركية و دول الاتحاد الأوربي، في اطار هذه الدراسة تم جمع مجموعة من حالات اتصال الشباب بداعش في هذه الدول، و ذلك من خلال اخضاعها لتحليل البيانات المتوفرة حول هذه الحالات. السؤال الرئيسي للدراسة كيف تم استخدام التكنولوجيا و مواقع التواصل الاجتماعي من قبل داعش لتجنيد الأعضاء الجدد الى جانب المحافظة على تعاطف الموالين للتنظيم، اهم ما توصلت اليها الدراسة ان الدافع الديني و المذهبي و الاضطرابات العقلية من أهم عوامل ألتحاق الشباب في اميركا و دول اوربا بتنظيم داعش.

تحديد مصطلحات البحث

1- دور: الدور في هذا البحث يأتي بمعنى وظيفة و مسؤولية وسائل الاعلام و مدى فعاليتها في أداء هذه الوظيفة و المسؤولية من أجل توعية الجمهور من خلال جمع و نشر المعلومات التي تعزز من أبعاد الأمن القومي في إقليم كوردستان العراق، الى جانب معالجة الاعلام و مواجهته التهديدات التي تقوض أمن الإقليم أثناء الحرب ضد داعش.

2- الاعلام الجديد: ضمن هذه الدراسة مصطلح الاعلام الجديد يأتي بمعنى كل شكل و محتوى الكتروني للاعلام و الذي يتم نشره من خلال وسيلة اعلامية لا تدخل في دائرة وسائل الاعلام القديمة مثل التلفزيون و



الأداعة و الجريدة، بسبب تطور تكنولوجيا الأنتاج و توزيع المحتوى الإعلامي، كما أن الأعلام الجديد في هذا البحث يقصد به الأندماج الحاصل بين التكنولوجيا الأتصال القديمة و الجديدة مع الحاسوب.

3- الوعي: الأشياء التي يمكن لنا ان ندرکها في لحظة معينة و نتمكن من فهمها، فيصبح جزءا من وعينا تجاه انفسنا و الأحداث التي تجري من حولنا و البيئة التي نعيش فيها، لذلك و وفق رأي الخبراء فإن الوعي يتعلق بداخل الإنسان و عالمه الخارجي في نفس الوقت. (Schneider, Velmans, 2008, pp.18 -19)، و في البحث فإن الوعي يأتي بعنى مستوى ادراك الجمهور و فهمه للتهديدات و الفرص التي كانت أمام اقليم كوردستان أثناء الحرب على داعش و و بالتالي دفعه الى تحمل مسؤولياته و دعم قوات البيشمركة التي كانت تحارب ضد التنظيم.

4- الجمهور: يقصد بجمهور الأعلام الذين يستخدمون و يتعرضون بمستويات متباينة لوسيلة اعلامية أو اكثر و يستقبلون جزءا من محتواها، يمكن أن يكون الجمهور مجموعة من الناس أو فردا من ثقافات و قوميات و أديان مختلفة و لديهم أهتمامات مختلفة. (Ross, Nightingale, 2003, p.4)

5- الأمن القومي: يأتي مفهوم هذا المصطلح في هذا البحث سعي الدولة و الجماعات السياسية في الحفاظ على وجودها و ضمان استمراريتها ازاء التهديدات التي تشكل خطرا على وجودها. (مراد، 2017، ص24)

6- داعش: تنظيم الدولة الإسلامية في العراق و الشام و المعروف بشكل واسع ب "داعش" و هي منظمة مسلحة و تحمل الفكر الجهادي السلفي و غاية اعضاء هذا التنظيم هي بناء دولة الخلافة و تطبيق الشريعة(حسب خطاباتهم الرسمية) (Wikipedia, 2018)

المبحث الثاني

الأطار النظري للبحث

نظرية الأعتداع على وسائل الأعلام

ترتبط دراسة دور لأعلام الجديد في توعية الجمهور بالأمن القومي في إقليم كوردستان أثناء الحرب على داعش بنظرية

الأعتداع على وسائل الأعلام وخصوصاً المواقع الألكترونية الخبرية بوصفها جزءاً مهماً من الأعلام الجديد الذي يفترض به أن يعتمد على تزويد الناس بالمعلومات السليمة و الحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، وهو ما يعني أن الأعلام يسعى إلى الإقناع عن طريق المعلومات و الحقائق و الأرقام و الإحصائيات.

و تأسيساً على ما سبق، يمكن القول: إن الناس لا يعتمدون أبداً على إعلام لا يعبر عن ثقافتهم و تفكيرهم، وإن الأعلام الذي لا يقوم على أساس من الواقع بل من الافتراضات ينفي عن نفسه مفهوم الأعلام ليدخل حدود الدعاية التي تعتمد على التضخيم و ربما التظليل في أوقات معينة خصوصاً أثناء الحروب الأزمات. فالناس حينما يشعرون بالخطر أو التهديد فإنهم يلجأون إلى وسائل الأعلام المختلفة لإشباع النقص المعرفي حول الأحداث الجارية.

و تعود نشأة نظرية الأعتداع على وسائل الأعلام " إلى حقبة السبعينيات، و هي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور و وسائل الأعلام و النظام الاجتماعي". (مكاوي، 2009، ص 125).

و تعرف علاقة الأعتداع بأنها " العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الأعلام مصدراً للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، و تعمل وسائل الأعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي: جمع المعلومات و تنسيقها و نشرها، و يعتمد الغرض الأساسي لنظرية الأعتداع على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الأعلام و الجمهور و المجتمع و النظم القائمة به، و من خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم و إدراك تأثير وسائل الأعلام على المجتمع

و على الأفراد" (Bell Rokeach, 1986, p. 485)

و تتمثل فكرة نظرية الأعتداع في " أن استخدام وسائل الأتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن و وسائل الأتصال، و الطريقة التي نستخدم بها وسائل الأتصال و نتفاعل بها مع تلك الوسائل



تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن

-الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة". (إسماعيل، 2003، ص 278-279)
إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على "علاقة اعتمادية، بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي مع أحد أجزائها، مثل التلفزيون أو الصحافة أو الإذاعة". (أبو إصبع، 2006، ص 164).
وتقوم نظرية الاعتماد بتحديد "طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعمل النظرية على تعريف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، وكذلك دورها في أوقات التغيير والأزمات (Stanely, Dennis, 2003, pp 320-322) .."

وأما " محور هذه النظرية فيقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلي حاجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات ". (الموسى، ٢٠٠٩، ص ٢٠٤). ومن المهم الإشارة إلى أن هذا النموذج يشتمل على ثلاثة أنماط من التأثيرات: التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي. وتأثيرات الاتصال الجماهيرية في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام. (أبو إصبع، 2010، ص 212).

وتمر نظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بأربع مراحل هي:- (ديفليرو ووكيتش، 1999، ص 425-428)
المرحلة الأولى: أن القائمين بالاختيار الذين يتسمون بالنشاط، يعرضون أنفسهم لمحتويات وسائل الإعلام ما يدعوا لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، أو التوجيه أو التسلية.

المرحلة الثانية: تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يعرضون أنفسهم بطريقة مختارة لمحتويات وسائل إعلام معينة، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خلال فترة تعرض عرض عارضة، وسوف تكون التغييرات في شدة اعتماد الأفراد على وسائل

الإعلام من إحداث اختلافات في أهدافهم الشخصانية وأوساطهم الاجتماعية والتوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام. وأنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم.
المرحلة الثالثة: يعد الاشتراك مفهوماً أساسياً. والأشخاص الذين أثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض.

المرحلة الرابعة: أن الأشخاص الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعريضهم لمحتويات وسائل الإعلام. ويمكن القول بأن هذه النظرية تعد " نظرية شاملة وتقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وأهم ما أضافته أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام. فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة ليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج ". (إسماعيل، 2003، ص 282).

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية: (مكاوي والسيد، 2009، ص 320):

1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

3- التسلية: وتشتمل على التسلية المنزلة مثل الراحة والاستثارة، أو التسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

وتؤكد دراسات " أن الاعتماد على وسائل الإعلام يؤدي إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد على تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء (Doris, 1997, p6) واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به. وبالنظر إلى أن " الأفراد يختلفون في أهدافهم ومصالحهم فإنهم يختلفون أيضاً في درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام، ويشكلون نظماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بأهداف وحاجات الأفراد وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، وهذا ما دعا إلى اتجاه وسائل الإعلام إلى التخصص في



تلبية الأهداف وتقديم، محتوى يرتبط بأهداف هذه الفئة أو تلك من جمهور المتلقين ". (عبد الحميد، 1997، ص 236-237).

ويستفيد الباحث من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل في تحديد درجة الأهمية التي تحظى بها المواقع الإلكترونية الكوردية كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات و خاصة أثناء الحرب على داعش بين أفراد العينة من المجتمع الكوردستاني.

وفي هذا الصدد تؤكد دراسة علمية " أن الأفراد يقيمون علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام بصفة عامة، أو وسيلة إعلامية معينة وفقاً لحدود أهميتها لهم، مصدراً للمعلومات حول الأحداث الجارية" (Miller, 2002, p20). ويرتبط نجاح وسائل الإعلام بصفة عامة في تحقيق هذه العلاقة على عاملين أساسيين، يتصل الأول بقدرة هذه الوسائل على مواجهة احتياجات الأفراد للمعلومات، فيما يرتبط العامل الثاني بظروف الاستقرار في المجتمع مقابل ظروف عدم الاستقرار خلال الأزمات

والصراعات، إذ يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام مصادر للمعلومات إبان الأزمات والكوارث. (Stephen, 2002, p. 325)

المبحث الثالث

العلاقة بين الإعلام الجديد وقضايا الأمن القومي

أثناء الحرب لا تقتصر مهمة و دور الإعلام في عرض الحقائق الجارية و التطورات المتلاحقة في منطقة معينة فحسب ، بل ان دوره يمتد ليشمل تقديم صورة شاملة عن السياسة و الأمن القومي للدولة (Hussain, Sultan, 2008,p.4)، بعد الحرب الباردة طرأت على وسائل الإعلام تغييرات عملاقة، تميزت هذه التغييرات بالعلومية و تطور تكنولوجيا المعلومات، فقد تحول دور هذه الوسائل من مجرد الكتابة و صياغة النصوص و و وجود مكاتب في أماكن بعينها الى عملية بناء رسالة تصل الى كل الناس في أنحاء المعمورة باستخدام تكنولوجيا الهواتف المحمولة و تلفزيون الكابل و القنوات الفضائية و الأنترنت (Kaid, Holtz-Bacha, 2008, p.496) كما أسلفنا في السابق ، أن مفهوم الأمن والحرب لم يعد حبيس التصورات التقليدية ، فبعد انتهاء الحرب الباردة تغير معنى الحرب ولم يعد يعني بالضرورة مواجهة التهديدات باستخدام القوة العسكرية ، بل يشمل القدرات والمؤهلات التي تملكها الدولة في الجانب الاقتصادي ، السياسي ، العلمي والاجتماعي والثقافي ، كل هذه المجالات يمكن أن يساهم بشكل فاعل و مؤثر في الإنتاج والنمو في جميع نواحي الحياة ، و هذا الهدف يمكن أن يترجم الى أرض الواقع من خلال المعلومات والبيث و النشر (خليفة ، 2019، 180) .

بسبب طبيعة المعلومات التي تنتشرها وسائل الإعلام حول الأحداث الجارية ، فإن الإعلام يلعب دوراً إيجابياً او سلبياً فيما يتعلق بأبعاد الأمن القومي ، ففي أغلب الأحيان التهديدات التي تواجه الأمن القومي تكون ذات طابع غير عسكري ، الى جانب ان الإعلام يهتم أكثر بالتهديدات الداخلية على الدولة مقارنة بالتهديدات الخارجية ، ويرى كثيرون أن هناك حاجة ماسة لخلق حوار شامل حول مسؤولية الإعلام إزاء الأمن القومي (Klepka, 2019, p.251).

بسبب غياب قوانين منظمة في كثير من الدول ، فإن الإعلام الجديد يمكنه التنقل من تحمل المسؤولية الذي ينشره ، لهذا السبب يعتبر الإعلام الجديد بكل وسائله أحد مصادر التهديد للأمن القومي ، رغم هذه الهواجس تعمل المؤسسات الإعلامية والأمنية بشكل حثيث للتكيف مع هذه التطورات و التغييرات العملاقة في مجال التكنولوجيا و التحديات التي أفرزتها تلك التطورات . (Kaid, Holtz-Bacha, 2008, p.498)

دانيل هيدريك (2000) يربط قوة و نفوذ الدولة بامتلاكها للمعلومات و نظام لجمع و تصنيف و تخزين وإسترجاع المعلومات ، يمكن تلخيص التهديدات و التحديات التي تمثلها الإعلام الجديد على الأمن القومي في أربع نقاط و هي :

1. التهديدات على أمن و إستقرار الدولة : من العوامل المهمة لحماية إستقرار الدولة ، هي القدرة على ضبط عملية نشر المعلومات ، فأية دولة يمكنها و بسهولة إجبار و إلزام وسائل الإعلام الجديدة باتجاهاتها في نشر



المعلومات ، ولكن بقدم الأعلام الجديد تواجه كل الدول بدون إستثناء صعوبات كبيرة في فرض سيطرتها على تداول المعلومات (Kirshner, 2006, p.80).

2. التهديدات التي تواجه توازن القوة العسكرية التقليدية : يقول والتر ريبستون (1992) "أن ثورة المعلومات غيرت شكل العالم الذي نعيش فيه ، الى درجة أن العلم والتكنولوجيا اصبحا المحركين الرئيسيين للتأريخ و العلاقات الدولية و سلطة الدولة "، حيث أن الدولة التي تمتلك المعلومة لن يكون الجانب الأضعف في أي مواجهة أو معادلة، فهذه الفجوة و عدم التوازن في قوة المعلومات تقود الى فوارق كبيرة في القدرات العسكرية بين الدول، على سبيل المثال يعتقد الجيش الأمريكي أن التفوق العسكري في المستقبل يعتمد بالأساس على التفوق المعلوماتي (Thayer, 2000, p.53)، وهذا يتفق مع رؤية جون بيري بارلو الخبير في مجال السابير حيث يقول " أن ثورة المعلومات التي هي في تطور مستمر ولا ترجع الى الوراء ، ستؤثر على كافة مناحي الحياة" (Cavelty, Mauer, Krishna-Hensil, 2007,p.5).

3. التهديدات التي تمثلها الفواعل غير الحكوميين: تكنولوجيا المعلومات غيرت ميزان القوة من الدول الى الفواعل الغير الحكوميين، مما صعب على الحكومات أكثر مهمة حماية مواطنيها من التهديدات. قلة تكلفة الإتصال و عمليات المعلومات الى جانب سرعة و سهولة الحصول عليها، كل هذه المميزات للأعلام الجديد شجع التنظيمات الصغيرة واللامركزية و ايضا الجماعات التي ليست لها بناء و هيكل إداري واضح على الإستفادة من هذه الوسائل لتحقيق مآربهم مثل التنظيمات الإرهابية (Erbschloe, 2019, 50).

4. التهديدات على فعالية نفوذ الدولة: يعتقد هارولد إنييس رغم أن الأعلام الجديد على المستوى المكان والزمان يعطي الفرصة و القدرة للدولة على بسط سلطتها و نفوذها، في نفس الوقت يمكن ان يكون مصدرا و عاملا لتهديد فاعلية سلطة الدولة، خاصة في بعض المجالات بعينها مثل التداول المالي و العملات الألكترونية، باعتبار أن العملة هي من السمات البارزة لسيادة أي دولة.

هذه جزء من تهديدات التكنولوجيا على الأمن القومي و سيادة الدولة ، ولكن بالمقابل ، الأعلام الجديد بأدواتها المختلفة يعتبر وسيلة فعالة و مؤثرة في خلق الدافع الجماعي ، فالأمة التي ليست لها دافع لايمكنها بأي شكل من الأشكال أن يقف ضد الظلم والعدوان لحماية حريتها و معتقداتها و أيديولوجيتها و الأمة التي تملك هذا الحافز و العامل المعنوي لا يقبل بالخصوع لأي طرف أو قوة و لا يتنازل عن حقها في النضال، من هنا يمكننا أن نقول أن الأعلام الجديد له دور مؤثر في تعزيز وعي الجمهور بالأمن القومي (Hussain, Sultan, 2008,p.4) لأن العمليات النفسية تعتبر من الأسلحة الهامة والفعالة لأجبار العدو على الإستسلام و التنازل عن كثير من مطالبها (كافي، 2018، ص 239).

وهنا يجب أن نشير الى أهمية الإعلام الحربي، وهو مساهم رئيسي ومؤثر في التعامل مع قضايا و أبعاد الأمن القومي سواءاً كان سياسياً أو عسكرياً أو إقتصادياً أو غير ذلك، يمكن أن يكون التركيز على هذه الأبعاد من خلال برامج دقيقة و مدروسة و مخططة مسبقاً و تقدم بأسلوب حضاري و جذاب، و من خلال هذه المضامين الهادفة يكون الإعلام مشاركاً في تحقيق و حماية الأمن القومي (كافي، 2018، ص 241).

وهذا الدور المنتظر لوسائل الأعلام يزداد حساسية و خطورة حين نتعامل مع أحداث و تنظيمات إرهابية، العلاقة بين الأعلام و الإرهاب علاقة جدلية و لا تخلو من الإشكالية، خصوصاً عندما تكون مرتبطاً بالأمن القومي من جهة و خدمة الأهداف الإستراتيجية لهذه التنظيمات من جهة ثانية، أحياناً تبدو كعلاقة بين طرفين، طرف يصنع الحدث و الآخر يسوق لهذا الحدث (علي، 2016، ص 296).

يقال أن قوة و تأثير الإرهاب يعتمدان بالأساس على أسلوب التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية و التي تقدم في أحيان كثيرة بأسلوب مشوق و في شكل جذاب (Seib, 2007, p.237)، بريان مايكل جينكينز في بحثه حول العلاقة بين الأعلام و الإرهاب يقول "أن الإرهابيين يخططون بكل دقة للهجمات الإرهابية لجذب إهتمام وسائل الأعلام، بالمقابل أثبتت وسائل الأعلام عدم قدرتها على تجاهل هذه الأحداث، كون هذه الأحداث تلبى جزءاً من إحتياجاتها و بالتالي يصبح الأعلام عاملاً لتعزيز الإرهاب و أهدافه لاسيما وأن هذه الأحداث هدفها كسب إهتمام تغطية وسائل الأعلام" (Ghetti, 2008, p.489).

وفي هذا الصدد يؤكد الباحثان في جامعة زيورخ بسويسرا برونو فيري و دومنيك رونر (2006) في بحثهما بعنوان "الدم والخبر لعبة المصلحة المشتركة بين الأعلام و الإرهابيين " على أن الإرهاب هو المستفيد الأكبر من هذه العلاقة، لحصولهم على دعاية مجانية، ثم يأتي الأعلام ليستفيد من هذه العلاقة و يزيد من عائدته المالي



من خلال نشر هذه الأخبار التي دائماً ما تكون لها أكبر عدد من المشاهدين و المستخدمين، الأمر الذي دفع الصحفي الأمريكي بجريدة واشنطن بوست ديفيد برودر (2015) للمطالبة بمنع وصول الإرهابيين إلى الإعلام، ففي نظره تغطية الأحداث الإرهابية و مقابلة الإرهابيين بمثابة مكافئتهم مقابل جرائمهم و أعمالهم الإرهابية و التي تعطيهيم الفرصة للتحدث إلى الناس و بيان أسباب إرتكابهم لهذه الجرائم (علي، 2016، ص 299). وينظر بريجن ناكوس إلى هذه العلاقة على أنها عقد زواج في إطار علاقة معقدة يكون الإعلام فيها بين إختيارين لا ثالث لهما وهو إما أن يسعى الإعلام إلى تعزيز مكانتها أو يركزون على حماية الأمن القومي للدولة (Cole, 2006, p.2).

إن غياب التخصص و ضعف الخلفية المعرفية للمرسلين و الصحفيين الذين يقومون بتغطية الأحداث الإرهابية كان له تأثير سلبي على حل هذه المعضلة، وأدى إلى تغطية سطحية لهذه الأحداث ، بل أحياناً تكون هذه النوعية من التغطية الإعلامية محرصاً على الإرهاب و تتضمن أحكاماً مسبقة و كانت مانعاً لفهم صحيح و عميق للخطاب الإعلامي للتنظيمات الإرهابية و نظام عملهم و مراجعها الفكرية، فكثيراً ما تلجأ هذه التغطيات إلى التقليل من حجم الأحداث الإرهابية أو تضخيمها، ما أثرت بشكل واضح على مصداقية الأخبار و المعلومات التي تنقلها حول الإرهاب (علي، 2016، ص 300).

إن مهمة الإعلام في هذا الصدد من وجهة نظر ديورا تشيلي هي أن يبذل ما بوسعه من جهد لنقل المعلومة الصحيحة و المتوازنة ليكون الجمهور واعياً بما يدور حوله وفي نفس الوقت محمياً من الدماغوجية و الدعاية المضادة للعدو، إن التغطية الإعلامية يجب أن تكون أكثر عمقاً و تأخذ بعين الإعتبار كل الزوايا التي تتعلق بالقضايا ذات الصلة بالأمن القومي حتى لو كان هذا الأمر على حساب إنتهاك المبادئ و المعايير المهنية (Shapley, 1982, p.208)

في مقال مشترك في صحيفة نيويورك تايمز بعنوان "متى ننشر الأسرار" في عدد يوم 2006/6/1 يوضح كل من ديبين جاكوبيت المحرر في صحيفة لوس انجلوس تايمز و بيل كيلر المحرر المنفذ في صحيفة نيويورك تايمز كيفية ترجمة مقترح ديورا إلى أرض الواقع حول كيفية الحفاظ على التوازن بين ضرورة حماية الأمن القومي و القيام بالمهام الإعلامية في جمع و نشر المعلومات، الصحفيان أشاروا إلى أن الصحافة الأمريكية في السنوات السابقة قامت بنشر معلومات لم تكن الحكومة ترغب بالكشف عنها أو نشرها من قبل الصحافة، على سبيل المثال المعلومات التي قادت أميركا إلى الحرب ضد العراق ، سوء معاملة الجنود الأميركيين لسجناء أبو غريب في العراق، نقل المتهمين من أميركا إلى دول متهمون بممارسة التعذيب ضد السجناء.

يقول الصحفيان أن الأمر يبدأ من المرسلين حين يتصلون بمصادرهم ، والتي ربما البعض منهم يخاف من إعطاء أي معلومة و البعض منهم لديه معلومات حول جانب من الحدث أو الموضوع و البعض الآخر بالأساس لهم أجندة خاصة بهم و هذا يجب الكشف عنه و أخذه بالحسبان، نبحت عن المصادر التي لديها رؤى مختلفة و متناقضة، ندقق في صحة المعلومات مرتين و ثلاث، نواجه هذه المصادر عندما نحصل على معلومات متناقضة، الخطوة التالية هي الإستماع إلى الحكومة لتدلي برأيها حول الموضوع، ولا نقوم بنشر أي معلومة حول الموضوع حتى نعطي الحكومة الفرصة العادلة للتعليق على المعلومات والآراء المختلفة، وحين يصير المسؤولون في الحكومة على أن هذه المعلومات تضر بالأمن القومي، نعلق العمل لفترة محدودة، ثم نجتمع مع الحكومة مرة أخرى ليدافعوا عن وجهة نظرهم، و بناءً على طبيعة المعلومات التي يكشفونها لنا نتوقف عن العمل الموضوع أو نشر أي معلومات حوله (Sedler, 2008, 7)، أو حذف جانب من الحقائق داخل الموضوع، ثم نتخذ القرار النهائي حوله.

في المقابل، هناك اتجاه آخر يشدد على ضرورة عدم المساس بالمعلومات التي ترغب الحكومة في عدم الكشف عنها، اصحاب هذا الاتجاه يرون ان الإعلام ليس له الحق في نشر أي معلومة يحصل عليها و يجب محاسبتها حال نشره معلومات سرية حول العمليات العسكرية والأمنية أثناء الحرب (commentary..). أنصار هذا الاتجاه يسألون كيف يمكن السماح بالمحررين في الصحف الكبرى لكي يصبحوا سلطة غير منتخبة ثم يحددوا لنا ما هي الأسرار الحكومية التي يجب الكشف عنها (Commentary, 2006).

على الصحفيين أثناء تغطيتهم للحرب و الصراعات و الأزمات أن يتعاملوا بحذر شديد مع المعلومات، فهو فن رئيسي من فنون الإعلام ، بعد أن يتم جمع المعلومات و كتابتها من قبل المرسلين، ثم يأتي الدور على المحررين ليقرررو ما الذي ينبغي أن ينشر و ما الذي ينبغي أن لا ينشر، إستناداً إلى معايير و مبادئ مهنية، يتم إنتاج



الأخبار من قبل فريق عمل، وحسب نظرية البناء الوظيفي للمجتمع تقوم هذه الأخبار بإشباع حاجات المجتمع في معرفة ما يدور حوله في البيئة الطبيعية و البشرية والتي تساعدهم في البقاء ضمن الواقع المادي و الاجتماعي لهم. (Donsbach, 2015, pp. 401-402)

الأخبار التي تتعلق بالعلاقات الدولية والشؤون الخارجية للدولة تسيطر عليها أخبار الحروب و الصراعات السياسية و التي في أغلب الأحيان يتم تسييسها من قبل الإعلاميين و المؤسسات الإعلامية كإعكاس طبيعي لواقع العلاقات الدولية و توازن القوى بين الدول. (Klepka, 2019, p.253)

الأخبار التي تتعلق بالجانب الأمني ، عادة ما تكون مرتبطة بالدولة أو منطقة معينة في الدولة، و تتناول بشكل كبير الجرائم و الأحداث الخطيرة و الكوارث، في الجانب الآخر، الأخبار الداخلية حول حوادث الحروب أو نشاطات إنسانية فردية تعتبر أخباراً ذا قيمة محدودة و غير خطيرة.

بشكل عام الأخبار التي لها آثار سلبية على الإنسان خاصة في البعد الأمني يكون الخبر الأهم في الإعلام و يطغى على باقي الأخبار (Klepka, 2019, 253).

أخبار الحرب يمثل الجزء الأكبر من الأخبار اليومية حول قضايا الأمن في وقتنا الحالي، الإعلام أصبح المصدر الرئيسي لمعرفة أخبار الحروب و الصراعات، كما أنه عامل مهم لتكوين إتجاه و آراء المجتمعات حول الحروب، إن للإعلام تأثير عميق على المعرفة، الإتجاهات، العواطف و السلوك الاجتماعي. وأسلوب تقديم هذه الأخبار من قبل وسائل الإعلام لها أثر كبير على طبيعة الصورة و الإتجاه الذي يتكون لدى الجمهور حول الحروب (Karmasin, Melischek, Seethaler, Wöhlert, 2013, p.IX)

المبحث الرابع عرض الجداول و النتائج

الجدول رقم (1)
يوضح مهنة عينة البحث

ت	المهنة	التكرارات	%	التصنيف
1	استاذ جامعي	210	39.9%	الأول
2	كاتب	151	28.7%	الثالث
3	صحفي	165	31.4%	الثاني
	المجموع	526	100%	

الجدول رقم (1) يوضح أن أساتذة الجامعات بنسبة (39,9%) يمثلون عينة البحث، في المرتبة الثانية و بنسبة (31,2%) يأتي الصحفيين و الكتاب في المرتبة الثالثة بنسبة (28,9%).

الجدول رقم (2)
يوضح نوع الجنس لعينة البحث

ت	الجنس	التكرارات	%	التصنيف
1	الذكر	421	80%	الأول
2	الأنثى	105	20%	الثاني
	المجموع	526	100%	

يوضح الجدول رقم (2) أن الذكر بنسبة (80%) يمثلون أكثرية عينة البحث، في المرتبة الثانية و بنسبة (20%) يأتي الأنثى.



الجدول رقم (3) يوضح الفئة العمرية لعينة البحث

ت	الفئة العمرية	التكرارات	%	التصنيف
1	خوار 30 سال	48	9.1%	الرابع
2	30 بو 39 سال	235	44.5%	الأول
3	40 بو 49 سال	168	31.9%	الثاني
4	50 بو 59 سال	50	9.5%	الثالث
5	سروو 60 سال	25	4.8%	الخامس
	المجموع	526	100%	

الجدول (2) يوضح أن أغلبية عينة البحث ، تتراوح أعمارهم بين (30-39) سنة بنسبة (44,5%)، وفي المرتبة الثانية يأتي من هم بين (40-49) سنة بنسبة (31,9%)، في المرتبة الثالثة يأتي من هم أعمارهم بين (50-59) سنة بنسبة (9,5%) . ويفارق ضئيل يأتي من هم أعمارهم أقل من 30 سنة بنسبة (9,1 %) ، وفي المرتبة الأخيرة يأتي من هم أعمارهم أكثر من 60 سنة بنسبة (4,8 %).

الجدول رقم (4) الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

العمر	الجنس	المهنة			المجموع
		استاذ جامعي	كاتب	صحفي	
اقل من 30 سنة	الذكر	8	2	27	37
	الأنثى	7	0	4	11
	المجموع	15	2	31	48
من 30 الى 39 سنة	الذكر	68	39	74	181
	الأنثى	32	9	13	54
	المجموع	100	48	87	235
من 40 الى 49 سنة	الذكر	42	50	42	134
	الأنثى	16	17	1	34
	المجموع	58	67	43	168
من 50 الى 59 سنة	الذكر	21	22	2	45
	الأنثى	3	2	0	5
	المجموع	24	24	2	50
أكبر من 60 سنة	الذكر	12	10	2	24
	الأنثى	1	0	0	1
	المجموع	13	10	2	25
المجموع	الذكر	151	123	147	421
	الأنثى	59	28	18	105
	المجموع	210	151	165	526



الجدول رقم (5)
يوضح نسبة استخدام المواقع الإلكترونية

التصنيف	%	التكرارات	الجواب	ت
الأول	96.9%	510	نعم	1
الثاني	3.1%	16	لا	2
	100%	526		المجموع

يوضح الجدول رقم (6) الى أن أغلبية عينة البحث يستخدمون المواقع الإلكترونية الكوردية للحصول على الأخبار و المعلومات بنسبة (96,1%) ، وفي المرتبة الثانية يأتي الذين لا يستخدمون تلك المواقع بأي شكل من الأشكال بنسبة (3,1%).

الجدول رقم (6)
نوع المواقع الإلكترونية التي تستخدمها عينة البحث

التصنيف	%	التكرارات	نوع	ت
الثالث	4.4%	23	حزبي	1
الثاني	24%	126	مستقل	2
الأول	69%	363	كلاهما	3
	97.3%	524		المجموع

يوضح الجدول رقم (6) الى أن أغلبية عينة البحث يستخدمون المواقع الإلكترونية الكوردية للحصول على الأخبار و المعلومات بنسبة (96,1%) ، وفي المرتبة الثانية يأتي الذين لا يستخدمون تلك المواقع بأي شكل من الأشكال بنسبة (3,1%).

الجدول رقم (7)
يوضح أسباب عدم استخدام المواقع الإلكترونية لدى عينة البحث

التصنيف	%	التكرارات	الأسباب	ت
الثالث	20.7%	76	ليسوا في مستوى توقعاتي	1
الرابع	17.9%	66	لا تتمتع بمحتوى جاذب و مشوق	2
الأول	25%	92	يعبر عن اتجاه سياسي معين	3
الخامس	15.25%	56	أتابع الأخبار من خلال وسائل إعلامية اخرى	4
الثاني	20.9%	77	لا أثق في هذه المواقع	6
	100%	367		المجموع
		3.20		الأنحراف المعياري
		1.452		المتوسط الحسابي

كما هو مبين في الجدول رقم (7) أن أغلبية عينة البحث يستخدمون المواقع الإلكترونية الحزبية و الأهلية للحصول على الأخبار بنسبة (99%) ، وفي المرتبة الثانية يأتي من هم يستخدمون المواقع الإلكترونية الأهلية فقط بنسبة (24%) وفي المرتبة الثالثة أتى من هم يستخدمون المواقع الأليكترونية الحزبية بنسبة (44%) في الجدول رقم (6) بيان لأهم أسباب عدم استخدام المواقع الإلكترونية الحزبية في كوردستان، وجاء في المرتبة الأولى تعبير



المواقع الإلكترونية عن اتجاه سياسي واحد كان السبب الأول بنسبة (26%) والسبب الثاني الذي حل في المرتبة الثانية بنسبة (20.9%) كان ضعف ثقة بالمحتوى الى مستوى توقعات وطموح عينة البحث بنسبة (20.6%) وفي المرتبة الرابعة بنسبة (17.9%) عدم جاذبية المحتوى الخبري لهذه المواقع كان سبباً في عدم استخدام المبحوثين لها والأعتماد على وسيلة إعلامية أخرى كان السبب الأخير في عدم استخدام عينة البحث للمواقع الإلكترونية الكوردية.

وواضح من السبب الأول أنه سبب ذاتي يتعلق بمصادقية المواقع الإلكترونية الكوردية و السبب الثاني سبب موضوعي يرتبط بجماهيرية تلك الواقع و منافستها مع الوسائل الإعلامية الأخرى خصوصاً مع القنوات الفضائية والتي أثرت سلبا على مستوى اعتماد الجمهور على المواقع الخبرية الإلكترونية.

الجدول رقم (8)

يوضح مستوى اهتمام عينة البحث بأخبار الحرب على داعش

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	نعم	388	73.8%	الأول
2	أحيانا	117	22.2%	الثاني
3	لا	22	4%	الثالث
	المجموع	526	100%	
	الانحراف المعياري	1.30		
	المتوسط الحسابي	.540		

في الجدول رقم (8) يجسد مستوى اهتمام المبحوثين بأخبار الحرب على داعش، أغلبية عينة البحث بنسبة (73,8%) إهتمت بأخبار الحرب على داعش و متابعة هذه الأخبار في المواقع الإلكترونية الخبرية الكوردية، يأتي في المرتبة الثانية من كان لهم إهتمام محدود بهذه الأخبار بنسبة (22,2%)، وفي المرتبة الثالثة نسبة ضئيلة من عينة البحث لم تكن لديهم أي إهتمام بأخبار الحرب.

الجدول رقم (9)

يوضح مستوى استخدام الوسائل الإعلامية الأخرى من قبل عينة البحث

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	القنوات الفضائية	452	73.8%	الأول
2	الراديو	86	14.05%	الثاني
3	الجريدة	74	12.09%	الثالث
	المجموع	612	100%	
	الانحراف المعياري	1.33		
	المتوسط الحسابي	.770		

في الجدول رقم (9) يتبين أن غالبية المبحوثين لا يعتمدون على المواقع الإلكترونية الخبرية فقط في متابعتهم لأخبار الحرب على داعش، بل إضافة الى المواقع الإلكترونية، يعتمدون على الوسائل الإعلامية التقليدية، فأغلبية المبحوثين يستخدمون القنوات الفضائية بنسبة (14.5%)، بعد ذلك يأتي الراديو بنسبة (14.05%) في اعتماد المبحوثين والصحافة الورقية بنسبة (12.9%) تأتي في المرتبة الثالثة، و قد تبين من خلال اجابات المبحوثين أنهم يستخدمون أكثر من وسيلة اعلامية للحصول على المعلومات التي يحتاجونها بهذا الخصوص. وهنا يمكن أن نستدل على نقطة هامة، وهي أن على الأقل لدى غالبية عينة البحث لا تمثل وسائل الإعلام الجديدة خصوصاً المواقع الإلكترونية الخبرية الوسيلة الإعلامية البديلة للأعلام القديم، بل أن اجابات المبحوث تشي بأن



هذه الوسائل قديمها و جديدها تؤدي دورا تكامليا ، الى جانب أن الإعتماد على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر رئيسي من مصادر الحصول على الأخبار زادت بشكل واضح.

الجدول رقم (10)

يوضح معدل الساعات لأستخدام المواقع الألكترونية من قبل عينة البحث

ت	المدة	التكرارات	%	التصنيف
1	أقل من ساعة	151	28.7%	الثاني
2	من ساعة الى ثلاث ساعات	266	50.6%	الأول
3	من ثلاث الى ست ساعات	84	15.9%	الثالث
4	من ست الى تسع ساعات	16	3%	الرابع
5	أكثر من تسع ساعات	8	1.5%	الخامس
المجموع		526	100%	
الأنحراف المعياري		1.96		
المتوسط الحسابي		.837		

تبين من جدول رقم (10) أن أكثر من نصف عينة البحث يستخدمون المواقع الألكترونية الكوردية من (ساعة الى ثلاث ساعات) يوميا بنسبة (50.6%)، في المرتبة الثانية يأتي من هم يستخدمون تلك المواقع أقل من ساعة يوميا بنسبة(28.7%)، وفي المرتبة الثالثة يأتي من هم يستخدمون المواقع الألكترونية من (ثلاث الى ست ساعات) بشكل يومي بنسبة (15.9%)، وبشكل محدود جدا يأتي من هم يستخدمون المواقع الألكترونية من (ست الى تسع ساعات) يوميا يأتون في المرتبة الرابعة بنسبة (3%) وفي المرتبة الأخيرة يأتي من هم يستخدمون تلك المواقع أكثر من تسعة ساعات يوميا بنسبة (1.5%).

الجدول رقم (11)

يوضح نسبة اعتماد عينة البحث على المواقع الألكترونية

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	كثيرا	142	27.4%	الثاني
2	بشكل متوسط	287	55.4%	الأول
3	قليل	89	17.2%	سنيهم
المجموع		518	100%	
الأنحراف المعياري		1.90		
المتوسط الحسابي		.561		

نلاحظ في الجدول رقم (11) بأن هناك تباين في درجة اعتماد المبحوثين على تغطية المواقع الألكترونية للحرب على داعش، نجد من خلال اجابات المبحوثين أن أكثر من نصف المبحوثين يعتمدون بشكل متوسط على تغطية المواقع الألكترونية بنسبة (55.4%)، في المرتبة الثانية يأتي من هم يعتمدون بشكل كبير على أخبار المواقع الألكترونية حول الحرب على داعش بنسبة (17.2%) وهذه النقطة تتعلق مباشرة بالأطاري النظري للبحث، حيث حدد نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام اطارا للعمل لتحديد مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديدة أثناء الحرب على داعش و تشخيص أسباب الإعتماد أو عدم الإعتماد على هذه الوسائل والتأثيرات الناتجة عن هذا الإعتماد



الجدول رقم (12)

مستوى اعتماد العينة على المواقع الإلكترونية الكوردية أثناء الحرب مقارنة بالأوقات العادية

التصنيف	%	التكرارات	هلام	ت
الثاني	43%	222	نعم	1
الأول	43.2%	223	أحيانا	2
الثالث	13.8%	71	لا	3
	100%	516		المجموع
		1.71		الأنحراف المعياري
		.695		المتوسط الحسابي

يبين الجدول رقم (12) مستوى اعتماد عينة البحث على تغطية المواقع الإلكترونية للحرب على الداعش أثناء الحرب مقارنة بمستوى اعتمادهم على تلك المواقع في الأوقات العادية، في المرتبة الأولى أجاب المبحوثين بأنهم غي فترات متفاوتة كانوا يعتمدون على هذه المواقع أثناء الحرب بشكل أكبر مقارنة بالأوقات العادية بنسبة (43.2%)، في المرتبة الثانية و بنسبة متقاربة (43%) أجاب جزء من المبحوثين بأنهم اعتمدوا بشكل أكبر وباستمرار على هذه المواقع أثناء الحرب مقارنة بالأوقات العادية. وعكس هؤلاء ، أجاب جزء من المبحوثين وبنسبة (13%) بأن اعتمادهم على تلك المواقع أثناء الحرب لم يتغير مقارنة بالأوقات الأخرى.

وهنا يجب الإشارة الى موضوع مهم وضرورة التوقف عند مستوى اعتماد عينة البحث على تغطية المواقع الإلكترونية أثناء الحرب على داعش، نظرا لأن إحدى الفرضيات الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقترض زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الحروب والنزاعات. يزداد نسبة اعتماد الفرد على الإعلام بسبب وجود ظروف غامضة و معقدة و عدم قدرته على فهم تلك الظروف، لذلك يحتاج الى المعلومات لأزالة هذا الغموض و هذا التعقيد.

الجدول رقم (13)

يوضح اسباب اعتماد عينة البحث على تغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش

التصنيف	%	التكرارات	الجواب	ت
الأول	37.77%	428	الفعالية و الإستمرارية في نقل الأخبار و المعلومات الجديدة	1
الرابع	12.18%	138	جعلني في قلب الحدث	2
الثالث	15.09%	171	تمدني بمعلومات حول أبعاد الأمن القومي	3
هشتم	3.44%	39	كانت تنقل الحقائق	4
السادس	4.32%	49	كانت لها خطاب قومي و وطني	4
السابع	3.61%	41	تعمل بشكل موضوعي و محايد	6
الخامس	6.35%	72	تعبير عن الرأي العام الكوردي	7
الثاني	17.21%	195	اضافة الى نقل الأخبار، يقدمون تحليلا للحدث	8
	100%	1133		المجموع
		2.38		الأنحراف المعياري
		1.718		المتوسط الحسابي



نجد في الجدول رقم (13) عوامل اعتماد عينة البحث على تغطية المواقع الإلكترونية للحرب على داعش، فأغلبية العينة يعززون اعتمادهم على تلك المواقع الى الفعالية و الإستمرارية في نقل الأخبار و المعلومات الجديدة حول الحرب من قبل تلك المواقع بنسبة (37,77%)، في المرتبة الثانية يأتي من هم يبحثون على تحليل الأخبار و معرفة الأسباب و العوامل المؤثرة في الأحداث كعامل من عوامل اعتمادهم على أخبار المواقع الإلكترونية الكوردية بنسبة ، اذقدرة تلك المواقع على تقديم تحليل و تفسير شامل و عميق يساعد الجمهور على فهم أفضل للأحداث يزيد من نسبة اعتماد الجمهور على أخبار المواقع الإلكترونية .

في المرتبة الثالثة يأتي من هم يجدون المعلومات الكافية من أبعاد الأمن القومي في أخبار تلك المواقع بنسبة (15,9%) ، في المرتبة الرابعة و بنسبة (12,18%) يرجع المبحوثين سبب اعتمادهم الى قدرة هذه المواقع على التفاصيل الدقيقة لأحداث الحرب الى درجة أن جعل الجمهور في قلب الحدث على مدار تغطيتهم لأحداث هذا الحرب . وفي المراتب الخامسة و السادسة و السابعة و بفارق ضئيل بينهم كان أسباب الاعتماد كالتالي: قدرة هذه المواقع على التعبير عن الرأي العام الكوردي ، العمل بشكل موضوعي و محايد ، وأن هذه المواقع كانت لها خطاب قومي و وطني ، كل هذه الأسباب كانت عوامل اعتماد جزء من العينة على تغطية المواقع للحرب على داعش.

الجدول رقم (14)

مناقشة عينة البحث مع آخرين حول أخبار المواقع الإلكترونية حول الحرب على داعش

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	نعم	462	89%	الأول
2	لا	57	11%	الثاني
	المجموع	519	100%	
	الانحراف المعياري	1.61		
	المتوسط الحسابي	.577		

في الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية عينة البحث بنسبة (89%) تحدثوا مع آخرين حول الأخبار التي قرأوها في المواقع الإلكترونية الكوردية بشأن الحرب على داعش ، وهذه نسبة مرتفعة ، يمكن أن تؤخذ على أنها إشارة واضحة في مستوى اعتماد و إهتمام المبحوثين لهذه الأخبار ، في المرتبة الثانية يأتي من هم لم يتحدثوا بأي شكل مع آخرين حول الأخبار التي قرأوها في هذه المواقع بشأن الحرب على داعش بنسبة (11%).

الجدول رقم (15)

الأشخاص الذين ناقش معهم عينة البحث حول أخبار الحرب على داعش

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	أعضاء العائلة	201	24.1%	الثالث
2	الأصدقاء	241	29%	الثاني
3	الأقارب و الجيران	83	9.9%	الرابع
4	زملاء العمل	293	35.2%	الأول
5	علماء الدين	40	4.8%	الخامس
	المجموع	831	100%	
	الانحراف المعياري	2.62		
	المتوسط الحسابي	1.328		

في الجدول رقم (15) يبين أن أغلبية عينة البحث تحدثت مع زملائهم في العمل حول الأخبار التي قرأوها في المواقع الإلكترونية الكوردية بشأن الحرب بنسبة (35,2%) ثم يأتي في المرتبة الثانية بنسبة (29%) من هم تحدثوا مع أصدقائهم حول هذه الأخبار ، و في المرتبة الثالثة و بنسبة (24,1%) من تحدثوا مع العائلة حول



مواضيع هذه الأخبار ، وفي المرتبة الرابعة و الخامسة أتى من هم تناولوا هذه الأخبار مع الأقارب و الجيران و علماء الدين و ناقشوا معهم حول الحرب و تطوراتها بنسبة (9.9%) و (4.8%) على التوالي.

الجدول رقم (16)

مستوى استفادة عينة البحث من الفنون الصحفية أثناء متابعتهم لأخبار المواقع الإلكترونية حول الحرب على داعش

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	الخبر	342	38.4%	الأول
2	التقرير الخبري	221	24.8%	الثاني
3	القصة الخبرية	68	7.6%	الخامس
4	المقابلة	104	12.1%	الثالث
5	التحقيق الصحفي	107	12.02%	الرابع
6	المقال	48	5.3%	السادس
المجموع		890	100%	
الانحراف المعياري		2.18		
المتوسط الحسابي		1.540		

كما هو مبين في الجدول رقم (16) أن الفنون الخبرية كان مثار إهتمام المبحوثين بشكل أكبر أثناء متابعتهم لأخبار الحرب على داعش ، في المرتبة الأولى ، تقريبا نصف العينة استفادوا من الأخبار في تغطية هذه المواقع للحرب بنسبة (48,4%) ، في المرتبة الثانية و بنسبة (24,8%) استفادت عينة البحث من التقارير الخبرية خلال تغطية الحرب من قبل هذه المواقع، وهذه النسب تبين مكانة الخبر و التقارير الخبرية ضمن العمل الإعلامي بشكل عام و خصوصا تغطية الحروب و الصراعات و الأزمات، حيث تزداد قيمة المعلومات و و تزداد حاجة الجمهور الى هذه المعلومات، في هذه الظروف مقارنة بالظروف العادية لفهم الواقع و السيطرة على حالة الغموض و الضبابية فيما يتعلق بالحقائق على الأرض.

في المرتبة الثالثة و الرابعة بفارق بسيط بينهما استفاد المبحوثين على المقابلة و التحقيق الصحفي في متابعتهم لأخبار الحرب في المواقع الإلكترونية بنسبة (12.1%) و (12.02%) على التوالي، و في المرتبة قبل الأخيرة جاءت القصة الخبرية بنسبة (7.6%)، و المقال في المرتبة بنسبة (5.3%).

الجدول رقم (17)

مستوى اهتمام عينة البحث بأبعاد الأمن القومي في تغطية المواقع الإلكترونية للحرب على داعش

ت	الأبعاد	التكرارات	%	التصنيف
1	العمليات العسكرية	269	22.8%	الثاني
2	الخلافات السياسية الداخلية	132	11.2%	الخامس
3	الوضع الأمني	295	25.1%	الأول
4	الأزمة الاقتصادية	180	15.3%	الرابع
5	الخلافات بين أربيل و بغداد	118	10.04%	السادس
6	النازحين و المدنيين	181	15.4%	الثالث
المجموع		1175	100%	
الانحراف المعياري		2.53		
المتوسط الحسابي		1.589		



في الجدول رقم (17) يبين أهم أبعاد الأمن القومي و مستوى اهتمام الباحثين بهذه الأبعاد أثناء متابعة الأخبار المتعلقة بالحرب على داعش في المواقع الإلكترونية الكوردية، كما نلاحظ أن الاهتمام بالبعد الأمني جاء في المرتبة الأولى بنسبة (25.1%)، في المرتبة الثانية و بنسبة (22.8%) اهتم الباحثون بأخبار العمليات العسكرية، ثم في المرتبة الثالثة و بنسبة (15.4%) اهتمت عينة البحث بالأخبار التي تتعلق بأوضاع اللاجئين و النازحين و المدنيين المتضررين من أحداث الحرب.

في المرتبة الرابعة و بنسبة (15.3) كان الاهتمام بالبعد الاقتصادي و الأزمة الاقتصادية التي عصفت بالأقليم جراء الخلاف بين أربيل و بغداد حول صلاحية الأقليم في بيع النفط دون الرجوع الى بغداد، و في المرتبة الخامسة كانت الخلافات السياسية الداخلية بين الأحزاب السياسية الكوردية مصدر اهتمام و متابعة عينة البحث بنسبة (11.2%)، و في المرتبة الأخيرة اهتم الباحثون بالعلاقة بين أربيل و بغداد و الخلافات الدائرة بينهما حول الصلاحيات الدستورية في استخراج الثروات النفطية و بيعها بنسبة (10.04%).

الجدول رقم (18)

تأثير خصائص الإعلام الجديد على متابعة عينة البحث أخبار الحرب على داعش في المواقع الإلكترونية

ت	الخصائص	التكرارات	%	التصنيف
1	توفر المحتوى على مدار 24 ساعة	295	43.9%	الأول
2	تقديم المعلومات العميقة من خلال الوصلات التشعبية و المواضيع ذات الصلة	44	6.5%	الرابع
3	استخدام الوسائط المتعددة (multimedia)	274	40.8%	الثاني
4	اعطاء فرصة المشاركة و التفاعل	58	8.6%	الثالث
	المجموع	671	100%	
	الانحراف المعياري	2.78		
	المتوسط الحسابي	1.821		

في الجدول رقم (18) يبين خصائص الإعلام الجديدة التي أثرت على اعينة البحث في اعتمادهم على تغطية المواقع الإلكترونية للحرب على داعش، في المرتبة الأولى جاء توفر المحتوى الخبري لهذه المواقع على مدار أربع و عشرين ساعة يوميا و بنسبة (43.9%)، و في المرتبة الثانية استخدام و فير الوسائط المتعددة (multimedia) مثل الفيديو الصوت و الصورة و الألوان و الرسوم... الخ كان من بين العوامل المؤثرة على الباحثين لجذبهم و اعتمادهم على هذه المواقع بنسبة (40.8%).

في المرتبة الثالثة و بنسبة (8.6%) جاء فرصة المشاركة و التفاعل للمستخدمين كعامل محفز للباحثين للاعتماد على تغطية تلك المواقع، في تامة مرتبة الرابعة جاء الوصلات التشعبية (hyperlink) و قدرة هذه المواقع على تقديم المعلومات بشكل عميق و شامل كعامل من عوامل اعتماد عينة البحث على المواقع الإلكترونية الكوردية بنسبة (6.5%).

الجدول رقم (19)

الجوانب السلبية لتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش

ت	الجوانب السلبية	التكرارات	%	التصنيف
1	كانت الأخبار تضر بالأمن القومي	319	31.67%	الأول
2	الأخبار كانت منقولة من وكالات الأنباء و القنوات العلامية	130	12.9%	الرابع
3	الأخبار كانت متحيزة	222	22.04%	الثاني
4	الأخبار كانت كانت متكررة و متشابهة بين المواقع	182	18.07%	الثالث
5	الأخبار كانت فقط دعاية ضد داعش	79	7.8%	الخامس



6	مصادر الأخبار كانت حزبية و غير موثوق بها	75	7.4%	السادس
	المجموع	1007	100%	
	الأنحراف المعياري	2.15		
	المتوسط الحسابي	1.426		

في الجدول رقم (19) توضيح للجوانب السلبية من وجهة نظر المبحوثين لتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش، في المرتبة الأولى و بنسبة (31.67%) ترى عينة البحث أن المعلومات التي تنقلها تلك المواقع أضرت بالأمن القومي في إقليم كردستان ، في المرتبة الثانية و بنسبة (22.04%) تعتقد عينة البحث بأن الأخبار في المواقع الإلكترونية الكوردية كانت متحيزة، و في المرتبة الثالثة و بنسبة (18.7%) يرى المبحوثين أن أغلبية أخبار تلك المواقع كانت متكررة و متشابهة مع بعضها البعض، و في المرتبة الرابعة يرى المبحوثين ان هذه الموقع تعتمد و بشكل كبير على أخبار وكالات الأنباء العالمية و بنسبة (12.9%). في المرتبة الخامسة و السادسة و بافرق بسيط ترى عينة البحث أن أخبار المواقع الإلكترونية الكوردية حول الحرب على داعش كانت فقط دعاية ضد داعش و كانت أكثرية مصادرهم للمعلومات كانت مصادر حزبية لم تكن هذه المصادر ذو مصداقية لدى الجمهور بنسب (7.8%) و (7.4%) على التوالي.

الجدول رقم (20)

درجة ثقة عينة البحث بتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش

ت	الجواب	التكرارات	%	التصنيف
1	كثيرا	61	11.8%	الثاني
2	قليلا	403	78.1%	الأول
3	لا أثق بهم اطلاقا	52	10.1%	الثالث
	المجموع	516	100%	
	الأنحراف المعياري	1.98		
	المتوسط الحسابي	.468		

الجدول رقم (20) يشير الى مستوى مصداقية المواقع الإلكترونية الخيرية الكوردية لدى الجمهور و درجة ثقتهم ازاء محتوى هذه المواقع، في المرتبة الأولى و بنسبة (78.1%) اغلبية عينة البحث تثق بشكل محدود بالتغطية الاخبارية لهذه المواقع للخرب على داعش، و في المرتبة الثانية و بنسبة (11.8%) تثق عينة البحث كثيرا بتغطية المواقع الإلكترونية، وفي المرتبة الأخيرة و بنسبة (10.1%) لا تثق بهذه المواقع بشكل مطلق. و يرى الباحث أن ضعف ثقة المبحوثين بالمحتوى الخيري للمواقع الإلكترونية الكوردية يعود الى كون هذه المواقع متميزة و يسيطر عليها الخطاب الحزبي و السياسي بدلاً من الخطاب القومي و الوطني.

الجدول رقم (21)

أخبار المواقع الإلكترونية حول الحرب على داعش كانت تحفز عينة البحث ل:

ت	هلام	التكرارات	%	التصنيف
1	المشاركة في حملة جمع التبرعات و ايصالها للبيشمركة	264	29.01%	الثاني
2	المشاركة في التبرع بالدم لجرحي البيشمركة	141	15.4%	الثالث
3	المشاركة في مسيرات الدعم للبيشمركة	99	10.8%	الخامس
4	دعم البيشمركة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	282	30.9%	الأول
5	زيارة جبهات القتال للتعبير عن دعم البيشمركة	124	13.6%	الرابع



	%100	910	المجموع
		2.69	الأنحراف المعياري
		1.658	المتوسط الحسابي

في الجدول رقم (21) يوضح تأثير المواقع الإلكترونية الكوردية على عينة البحث في إظهار الدعم لقوات البيشمركة في الحرب على داعش ، في المرتبة الأولى و بنسبة (30,9%) يقول المبحوثين أن تغطية هذه المواقع الخيرية للحرب على داعش كانت محفزاً لهم لتأييد البيشمركة من خلال المواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) ، في المرتبة الثانية و بنسبة (29,1%) يرى المبحوثين أن هذه المواقع أثرت عليهم و شجعتهم على المشاركة في حملة جمع التبرعات و إيصالها لقوات البيشمركة في ميادين الحرب. في المرتبة الثالثة و بنسبة (15,4%) يقول المبحوثين أن تغطية المواقع الخيرية في كوردستان دفعتهم للتبرع بالدم الى جرحى بيشمركة.

الجدول رقم (22)

التأثيرات المعرفية و الوجدانية لتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش

التصنيف	%	التكرارات	الجوانب الايجابية	ز
جوارهم	20.9%	184	تعزز من قدرتي على فهم الواقع و المشاكل التي تحيط بنا	1
سنيهم	23.2%	204	ساعدتني في تكوين الرأي حول القضايا الراهنة	2
دوهم	25.1%	221	أزالت خوفي عن داعش و رفعت من معنوياتي	3
يهكم	30.5%	268	عززت من رفضي لأفكار و ممارسات داعش	4
	100%	877	المجموع	
		3.49	الأنحراف المعياري	
		1.689	المتوسط الحسابي	

الجدول رقم (22) يحدد التأثيرات المعرفية و الوجدانية الناتجة عن تعرض عينة البحث للمحتوى الخيري للمواقع الإلكترونية الكوردية ، في المرتبة الأولى ترى عينة البحث أن المحتوى الخيري لهذه المواقع أثرت و بشكل واضح على رفضه لداعش و أيديولوجية المتطرفة بنسبة (30,5%) ، إزالة الخوف حول أسطورة داعش التي لا تقهر و رفع معنويات عينة البحث كان من ضمن التأثيرات الواضحة لهذه المواقع على عينة البحث بنسبة (25,1%).

في المرتبة الثالثة و بنسبة (23,2%) ترى عينة البحث أن تغطية المواقع الإلكترونية الكوردية ساعدتهم في تكوين رأي حول القضايا الراهنة و خصوصاً الحرب على داعش ، وفي المرتبة الأخيرة و بنسبة (20,9%) زادت تغطية هذه المواقع من قدرة عينة البحث على فهم الواقع و ما يدور فيه من حروب و صراعات و أزمات .

الاستنتاجات

- 1- الأغلبية المطلقة لعينة البحث يستخدمون المواقع الإلكترونية الخيرية الكوردية و كانت لهم اهتمام بأخبار الحرب على داعش.
- 2- أغلبية عينة البحث يستخدمون كلا النوعين من المواقع الإلكترونية الكوردية معاً سواء الأهلية أو الحزبية لمتابعة أخبار الحرب على داعش.
- 3- السبب الرئيسي لأستخدام عينة البحث للمواقع الإلكترونية الخيرية تتعلق بتعبير هذه المواقع عن اتجاه سياسي معين و ضعف الثقة بمحتوى هذه المواقع.
- 4- الى جانب استخدام المواقع الإلكترونية الكوردية، يستخدم المبحوثون وسائل إعلامية أخرى مثل القنوات الفضائية و الراديو و الجرائد.
- 5- نصف عينة البحث يستخدمون المواقع الإلكترونية الكوردية من ساعة الى ثلاث ساعات يومياً، و ربع المبحوثين يستخدمون تلك المواقع أقل من ساعة يومياً.



- 6- أكثر من نصف عينة البحث يعتمدون بشكل متوسط على المواقع الإلكترونية الكوردية لمتابعة أخبار الحرب على داعش و أكثر من ربع الباحثين يعتمدون بشكل كبير على تغطية تلك المواقع للحرب على داعش.
- 7- أثناء الحرب على داعش زاد مستوى اعتماد الباحثين على المواقع الإلكترونية الكوردية مقارنة بالأوقات العادية.
- 8- تقديم المواقع الإلكترونية للمعلومات حول أبعاد الأمن القومي و قدرتهم على جعل المستخدم أن يكون في قلب الحدث.
- 9- الوضع الأمني و العمليات العسكرية كان من أكثر أبعاد الأمن القومي اهتماما و متابعة من قبل الباحثين، و بشكل هناك توازن نسبي في الأهتمام بهذه الأبعاد من قبل عينة البحث.
- 10- كانت لخصائص الأعلام الجديد تأثيرا واضحا على الباحثين لمتابعة أخبار الحرب على داعش في المواقع الإلكترونية الكوردية، خاصة خاصية توفر محتوى هذه المواقع على مدار (24) ساعة اضافة الى استخدام الوسائط المتعددة.
- 11- يرى الباحثون أن الأخبار في المواقع الإلكترونية الكوردية كانت متحيزة و متشابهة فيما بينهم و جزء كبير من هذه الأخبار منقولة من وكالات الأنباء و القنوات الفضائية.
- 12- كانت لتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش تأثيرا متفاوتا من الجانب المعرفي و الوجداني على عينة البحث، من هذه التأثيرات أنها كانت ساعدت الباحثين على فهم الواقع و شكلت لديهم رأيا حول القضايا الراهنة و أزلت عنهم الخوف ازاء داعش.
- 13- كانت لتغطية المواقع الإلكترونية الكوردية للحرب على داعش تأثيرا واضحا على سلوك الأغلبية المطلقة لعينة البحث في حثهم على المشاركة في حملة جمع التبرعات و إيصالها الى قوات البيشمركة و التعبير عن دعمهم لهذه القوات من خلال مواقع التواصل الاجتماعية.

المصادر

المصادر الكوردية

1. صادق حمه غريب حمه صالح. (2017). *رؤى راكهياندنى كوردى له بهر توميردى قهيرانه سياسيه كان له هسريمى كوردستاندا- توتيرينه ميهكى رويويه له ماوهى نيوان (2011/1/1 - 2015/21/31)*، تيزيكى دكتوراي بلاونه كراويه (زانكوى سه لاهدين).
2. كارزان محمد صابر. (2017). *رؤى روتنامه له چهسياندنى هزرى ناسيشى نهته ميهكى، توتيرينه ميهكى رويويه بو سامبليك له قوتابيانى زانكوى سه لاهدين، ناميهكى ماستمى بلاونه كراويه، هولير (زانكوى سه لاهدين)*.

المصادر العربية

3. هاوكر ياسين شريف. (2015). *دور الصحف الكردية في تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، مصر: جامعة المنصورة.*
4. سارا محسن قادر. (2016). *المعالجة الصحفية لقضية داعش في الصحافة الكردية و دورها في تشكيل اتجاهات الجمهور، اطروحة دكتوراه منشورة مصر: جامعة الأسكندرية.*
5. ايهاب خليفة. (2019). *مجتمع ما بعد المعلومات، تأثير الثورة الصناعية الرابعة على الأمن القومي، القاهرة، مصر: دار العربي للنشر و التوزيع، المستقبل للأبحاث و الدراسات المتقدمة.*
6. مصطفى يوسف كافي. (2018). *العسكرتاريا و الأمن الوطنى و الاعلامى، عمان: دار الأبتكار للنشر و التوزيع.*
7. علي عباس مراد. (2017). *الأمن و الأمن القومي مقاربات نظرية، الجزائر: ابن النديم للنشر و التوزيع- بيروت: دار الروافد الثقافية- ناشرون.*
8. ديفلير، وروكيتش. (1999). *نظريات وسائل الإعلام.* (ترجمة كمال عبد الرؤوف)، (ط 3)، القاهرة: الدار الدولية للنشر و التوزيع.
9. صالح خليل أبو إصبع. (2010). *الاتصال الجماهيري.* عمان: دار البركة للنشر و التوزيع.



10. صالح خليل أبو ناصب. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. (ط 5)، عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
11. محمد عبد الحميد . (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة : عالم الكتب.
12. حسن عماد مكايي . (2009). نظريات الإعلام، القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع.
13. محمود حسن إسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

References

1. Ali Abbas Murad. (2017). *Security and National Security Theoretical Approaches*, Algeria: Ibn al-Nadim Publishing and Distribution - Beirut: Dar al-Rawafid Cultural Center - Publishers.
2. Cavelty, M. D. Victor Mauer, V. Krishna-Hensil, S. F. (2007) . *Power And Security In The Information Age*, Hampshire nd Burlington,, Ashgate.
3. Cole, B. (2006) . *Conflict, Terrorism and the Media in Asia*, London And New York, Routledge.
4. Defler, and Rukic. (1999). *Media Theories*. (Translated by Kamal Abdel Raouf), (3rd edition), Cairo: International Publishing and Distribution House.
5. Donsbach (red.), Wiley Blackwell, Malden, Oxford, Chichester 2015, s. 122–123; Fearn-Banks, Crisis Communication, op. cit., s. 743–748
6. Doris A. Gaber (1997). *Mass Media And American Politics*, (5th Edition), USA: ca press, p6.
7. Ehab Khalifa. (2019). *The Information Society, The Impact of the Fourth Industrial Revolution on National Security*, Cairo, Egypt: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, Al-Mustaqbal for Advanced Research and Studies.
8. Erbschloe, M. (2017) . *Social Media Warfare Equal Weapons for All*, Boca Raton London New York, CRC Press.
9. Frey, B. S. Rohner, D. (2006) . *Blood and Ink! The Common-Interest-Game Between Terrorists and the Media*, Center For Research in Economics, Management And The Arts.
10. Ghatti, M. W. (2008) *The Terrorist Is A Star!: Regulating Media Coverage of Publicity-Seeking Crimes*, *Federal Communications Law Journal*, Vol. 60, Issue 3, pp. 481-534.
11. Hassan Imad Makkawi. (2009). *Media Theories*, Cairo: The Arab House for Publishing and Distribution.
12. Hawkar Yaseen Sharif. (2015). *The Role Of Kurdish Newspapers In Developing Security Awareness Among The Public, An Analytical Field Study*, unpublished Master Thesis, Egypt: Mansoura University.
13. Headrick, D. R. (2000) .*When Information Came of Age: Technologies of Knowledge In the Age of Reason and Revolution, 1700–1850* (Oxford, New York: O xford University Press.



14. Hussain, N. Sultan, M. (2008) .*The Role of Media in National Security:A Case Study of 1998 Nuclear Explosions by Pakistan*, London, South Asian Strategic Stability Institute.
15. Innis, H. (2008).*The Bias Of Communication*, Toronto Buffalo London, University Of Toronto Press.
16. Jonathan Kirshner (2006) . *Globalization and National Security*, New York And Oxon, Routledge.
17. Jonathan Kirshner (2006).*Globalization and National Security*, New York And Oxon, Routledge
18. Littlejohn, Stephen. W.(2002) .*Theories of Human Communication*, Wadsworth, United States.
19. Lynda Lee Kaid, L. L. Holtz-Bacha, C. (2007). *Encyclopedia of Political Communication*, California, London, New Delhi, Sage Publications, Inc
20. M. Karmasin, G. Melischek, J. Seethaler, R. Wöhlert (2013). *Perspectives on the Changing Role of the Mass Media in Hostile Conflicts*, Selling War: The Role of the Mass Media in Hostile Conflicts from World War I to the „War on Terror”, J. Seethaler, M. Karmasin, G. Melischek (red.), Intellect Books, Bristol, Chicago.
21. Mahmoud Hassan Ismail. (2003). *Principles Of Communication Science And Influence Theories*. Cairo: The International Publishing House.
22. Miller, Katherine (2002). *Communication Theories :Perspectives, Process, and Context*, Mc Graw Hill, Boston
23. Mohammed Abdulhameed . (1997). *Media Theories And Influence Trends*. Cairo: The World of Books.
24. Mustafa Youssef Kafi. (2018). *The Secretariat, National Security and Media*, Oman: Innovation House for Publishing and Distribution.
25. Patrick Cockburn (2015) *The Rise of Islamic State ISIS and the New Sunni Revolution*, London and New York, Verso .
26. Ross, K., Nightingale, V. (2003). *Media And Audiences New Perspective*, Open University Press.
27. Saleh Khalil Abu finger. (2010). *Mass communication*. Amman: Dar Al-Baraka for Publishing and Distribution.
28. Saleh Khalil Abu Issa. (2006). *Communication And Media In Contemporary Societies*. (5th Edition), Amman: Majdalawi Publishing and Distribution House.
29. Sarah Mohsen Qadir. (2016). *Journalistic Treatment Of The ISIS Issue In The Kurdish Press And Its Role In Shaping Audience Trends*, PhD thesis published Egypt: Alexandria University.
30. Seib, P. (2007) .*New Media and the New Middle East*, New York, Palgrsve.
31. SJ. Bell Rokeach (1986). *The origins of individual media system dependency*, Communication Research, vol.12,No 4.Pp.485 – 510
32. Stanely J. Baran, Dennis K. Devis (2003). *Mass Communication Theory : foundations, ferment and future*,(3rd edition), USA: Wadsowrth , pp.320.



33. Sundberg, A. S. (2016) *Media Coverage Of The Islamic State And Terrorism Around The World*, thesis (MA), Uppsala University.
34. Thayer, B. A. (2000) . *The Political Effects of Information Warfare: Why New Military Capabilities Cause Old Political Dangers*, Security Studies 10(1): 43–85.
35. **Velmans**, M., Schneider, S. (2008) *The Blackwell Companion To Consciousness*, Oxford, Blackwell Publishing.
36. W.T. Coombs, (N.D). *Crisis Communication*, The Concise Encyclopedia of Communication, W.
37. Walter B.(1997) *The Twilight of Sovereignty: How the Information Revolution is Transforming Our World*, Wriston, Replica Books.
38. Woodard, C. T. (2017). *From Family To Facebook To Foreign Fighter – The Attraction Of Young Adults To ISIS Through Societal Relationships And Social Media*, thesis (MA), Duke University.
39. Gabriel Schoenfeld, “Has the New York Times Violated the Espionage Act?” COMMENTARY, March 2006 .
40. <https://www.commentarymagazine.com/articles/has-the-new-york-times-violated-the-espionage-act/> accessed at 26 October 2019.
41. <https://www.wikipedia.org/>
42. Rafał Klepka, The role of media in informing and acting - for the sake of national security https://www.researchgate.net/publication/330881190_The_role_of_media_in_informing_and_acting_for_the_sake_of_national_security