

اتجاهات الجمهور العراقي أزاء المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية (دراسة ميدانية)

م. سعد محمد خضير

جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم الصحافة

مستخلص

تضمن هذا البحث الموسوم {اتجاهات الجمهور العراقي أزاء المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية} والمتمثلة بتنظيمات داعش، القاعدة، وجمهية النصر، دراسة ميدانية على أساتذة كلية الاعلام وطلبتها في جامعة بغداد عام ٢٠١٤.

وبعد إعلان الحرب العالمية على {الارهاب} في ١١ سبتمبر ٢٠٠١، وجد الباحث أهمية دراسة هذا الموضوع لخطورته على وحدة العراق وسيادته بعد احتلال {داعش} جزءاً من أراضيها. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية لدراسة تعرض الجمهور العراقي لمنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية، كما استخدم الباحث أسطورة {الاستبانة} لإظهار النتائج والتعبير عن دلائلها الرقمية.

أن الدعاية تتجه الى مخاطبة العاطفة عند أفراد الجمهور أولاً ثم الجانب العقلي ثانياً، وتستغل التنظيمات الارهابية الجانب العاطفي كركيزة أساسية لتحقيق مآربها وأهدافها أبان الازمات التي ترتدي الطابع الطائفي. أن تنظيم {داعش} يمثل أقصى درجات الخطورة والتطرف الديني على المجتمع العراقي من {القاعدة وجمهية النصر}، ويشكل تهديداً للامن والسلم في المنطقة العربية، وأن فلسفته تكفيرية لتفتيت العالم العربي والاسلامي سيما أن مصادر تمويله هو تمويل دولي.

كما أنه يستخدم الاساليب الدعائية المتعددة لاقتناع الجمهور وخلق فتنة طائفية بالعنف والقوة بين مكونات المجتمع العراقي وكانت دعوته الى الجهاد من أكثر الطروحات تأثيراً في الجمهور المستجيب لها وخاصة الشباب منهم. ويعتمد تنظيم {داعش} على وسائل الاعلام الالكترونية أكثر من الوسائل التقليدية لسعة أنتشارها وسهولة تصفحها من معظم المواطنين.

ومن أهم أسباب تراجع هذا التنظيم على الارض هو تشكيل الحشد الشعبي لدعم القوات المسلحة العراقية .

Abstract

The research entitled “the attitudes of Iraqi People towards the Logic Propaganda for Terrorist Organization such as Daash Regulation, as-Qaida, and Jabhat al-Nasra”. It is a field study on the professors and the students of the College of Mass Media at Baghdad University in 2014.

After the global war on terrorism declared in September 11, 2011, the researcher finds it is important to study such subject as it threatens the unity and sovereignty of Iraq especially after the invasion of Daash regulation of parts of its lands. This research is a descriptive one. The researcher has used the “questionnaire form” to show the results and to express their digital implications. Propaganda addresses firstly the emotions of people and secondly their minds. The terrorist organizations exploit the emotional side as an essential pillar to achieve their goals especially in crisis of a sectarian character. Daash regulation represents religious extremism on the Iraqi society. It threatens peace and security in the Arab Homeland; its philosophy is non-religious in order to break up the Arabs and Muslim world particularly its funding sources are an international funding.

It also uses different styles of propaganda to convince the public and create an environment of sectarian through violence and power (force) among the components of Iraqi society. Daash regulation depends on electronic media more than the traditional one due to its quickly spread and easily browsed by most people.

One of the most important reasons behind the decline of this regulation is the formation of the popular crowd troops to support the Iraqi armed forces.

المقدمة:

بعد احداث (١١) سبتمبر ٢٠٠١ انتهت الى الابد حالة الرضا بالامن والسلام التي سادت العديد من دول العالم بعد انتهاء الحرب الباردة، وظهر الى الوجود- عدو جديد- بفعل تنظييات تحمل تهديدات فلسفية غطاؤها الاسلام وجوهرها التطرف، الا وهو (الارهاب الكوني) ... مستغلة الازمات وثورات الربيع العربي لبسط نفوذها وهيمنتها لاقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية. وقد شهد العالم متغيرات في السنوات الاخيرة ما بعد اعلان الحرب العالمية على الارهاب، الذي بات يهدد القريب والبعيد والفكر الانساني والارادة الحرة للشعوب دون هوادة.

وبالرغم من الخطط التي وضعها التحالف الدولي بعد احتلال مدينة الموصل في حزيران عام ٢٠١٤ من تنظيم (داعش) الارهابي ، ألا أنها جاءت متاخرة وبطيئة على أرض الواقع، وان مسألة السيطرة عليه وأيقافه ليست سهلة بل تحتاج الى بعض الوقت سيما ان المتطوعين العرب يرفدون هذا التنظيم باستمرار، وان سر بقاءه وديمومته مرهون بالمتغيرات السياسية والعسكرية في ساحات القتال .

المبحث الاولمنهجية البحثمشكلة البحث

يمكن تلخيص مشكلة البحث في الاجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما حجم تعرض الجمهور العراقي لمنطق التنظيمات الارهابية الدعائي (القاعدة، داعش، جبهة النصرة)؟.
٢. أي الطروحات والأفكار وجدت صدى لدى الجمهور؟.
٣. ما هي الاساليب التي استخدمتها هذه التنظيمات لبث دعايتها؟.

اهمية البحث

ان الأزمة التي خلقها تنظيم (داعش) الارهابي بعد احتلاله جزء من شمال العراق وغربه في شهر حزيران من العام ٢٠١٤، طرحت الكثير من التساؤلات على الصعيد المحلي والاقليمي والدولي ، مما يستلزم اقامة تحالفات سياسية جديدة لأدارة الصراع والبحث عن القوى التي يمكن تكتيلها لمعالجة الازمة . من هنا وجد الباحث اهمية دراسة هذا الموضوع لخطورته على وحدة العراق من جانب، وتهديده للامن والسلم في المنطقة من جانب آخر.

هدف البحث:

يأتي هذا البحث للوقوف ولدراسة المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية المتمثلة بتنظيم القاعدة وداعش وجبهة النصرة، ومدى تعرض الجمهور للوسائل والاساليب التي استخدمتها اثناء احتلالهم مدينة الموصل بتاريخ ٢٠١٤/٦/٩ حتى تشكيل حكومة حيدر العبادي في ٢٠١٤/٩/٩. وما هي الاجراءات الكفيلة لمواجهة اساليب هذا التنظيم.

مجتمع البحث:

استند الباحث في دراسته على عينة عمدية من اساتذة وطلاب المرحلة الرابعة في اقسام (الصحافة، الاذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة) في كلية الاعلام- جامعة بغداد للعام الدراسي ٢٠١٣-٢٠١٤، وبلغ عدد المبحوثين (١٥٠) مبحوثاً وكالاتي:

المجموع	الاساتذة (المبحوثين)		طلبة المرحلة الرابعة (المبحوثين)		الاقسام
	اناث	ذكور	اناث	ذكور	
٤٩	٩	١٠	١٠	٢٠	الصحافة
٥٣	٨	١٥	١٠	٢٠	الاذاعة والتلفزيون
٤٨	٨	١٠	١٠	٢٠	العلاقات العامة
١٥٠	٢٥	٣٥	٣٠	٦٠	

بلغ عدد الاستمارات المسترجع منها (١٢٢) استمارة استبانة تمثل العينة المبحوثة , وبلغ عدد الاستمارات المهملة (٢٨) استمارة .

منهج البحث:

يمكن استخدام عدة مناهج في اعداد بحث ما، خاصة وان المنهج العلمي هو جملة العمليات العلمية التي يقوم بها الباحث منذ بداية بحثه حتى نهايته من اجل الكشف عن الحقيقة او البرهنة عليها^(١).

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث نوعه، وهو يستخدم منهج المسح في دراسة تعرض الجمهور العراقي للمنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية لمعرفة اتجاهاتهم وميولهم بما يسمح اظهار النتائج والتعبير عن دالاتها الرقمية بشكل يسهم في بناء تصورات وتعميمات علمية واعلامية.

كما استخدم الباحث استمارة (الاستبانة) بوصفها اداة علمية يمكن بواسطتها تحقيق اهداف البحث .

حدود البحثالمجال المكاني

يتحدد البحث في عينة مختارة من اساتذة وطلبة الاقسام العلمية في (الصحافة، الاذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة) في كلية الاعلام- جامعة بغداد.

المجال الزماني

هي المدة المحصورة لاجراء البحث بين سقوط مدينة الموصل بيد الارهابيين في ٢٠١٤/٦/٩ وتشكيل الحكومة الجديدة برئاسة حيدر العبادي بتاريخ ٢٠١٤/٩/٩. وأختار الباحث هذه المدة بسبب انتهاء مهام عمل الحكومة السابقة برئاسة نوري المالكي وحصول فراغ سياسي انسحب على أجهزة الدولة وخاصة القوات المسلحة .

التعريف بالمصطلحات:الاتجاه:

يعرف الاتجاه بأنه (شعور الفرد وسلوكه حيال المواقف والاحداث الاجتماعية التي تسود الجماعة)^(٢).

كما يعرف بانه (استعداد او تهيؤ عقلي يتكون عند الشخص نتيجة العوامل المؤثرة في خبراته، يجعله يقف موقفاً معيناً نحو بعض الافكار او الاشخاص او الاشياء التي تختلف فيها وجهات النظر بحسب قيمتها الخلقية او الاجتماعية)^(٣).

الجمهور:

هو مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل او اتجاه او عاطفة مشتركة او ادراك في وحدة المصالح، لذلك تولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات^(٤).

المنطق الدعائي:

ان المنطق الدعائي يعني الصورة القادرة على اقناع المواطن الذي توجه اليه الدعاية والتي تحاول جعله ينساب في الوعاء اللاشعوري للمستقبل، بحيث تغدو عملية اقتناعه بالمنطق ووجهات النظر التي يضمها وكأنها عملية ذاتية محضة. وبالتالي ضمان تحقيق الاهداف الدعائية، سواء كانت العناصر التي يضمها هذا المنطق ايجابية هدفها تقديم الصورة المحببة الى المواطن او كانت تعني جانباً سلبياً محضاً يهدف الى تشويه الصورة التي يمتلكها المستقبل والعمل على تطويع ارادته وقناعاته وفقاً لذلك.

التنظيمات الارهابية:

هي تلك المجاميع المسلحة التي تتخذ من العنف اسلوباً قسرياً لخلق اجواء من الخوف بين المواطنين للتأثير فيهم بما يخدم مآربها وتحقيق اهدافها.

الصدق والثبات:

اعتمد الباحث في حساب صدق الاستبانة وكذلك المقياس الخماسي طريقة الصدق الظاهري، وذلك بعرض فقرات الاستبانة والمقياس على مجموعة من المحكمين لتقدير مدى مناسبتهم وصلاحيتهما لموضوع البحث، وتم اجراء التعديلات المناسبة عليهما حسب الملاحظات التي ابداهما المحكمون^(٦).

اما فيما يخص الثبات فأن الباحث اعتمد طريقة اعادة الاختبار وتم استعمال مربع (كاي) لايجاد ثبات اسئلة الاستبانة وتحليل اجابات العينة والتي بلغت (١٠%) من العدد الكلي لمبحوثين، تبين ان الاسئلة ثابتة بمستوى دلالة (٠,٠٥)، ودرجة حرية (٢) وهو مستوى مقبول. لذا فان الاسئلة تعد ثابتة أي ان الاستبانة تتمتع بمعيار الثبات.

المبحث الثاني:الاطار النظري:العقل والعاطفة

ان الدعاية من حيث جوهرها لا تعدو ان تكون دعوة الى الاقناع وهي بهذا المعنى منطق كلي متكامل، هي لغة وخطاب تفترض جوهرها معيناً يقوم على اساس التناسق وعدم التناقض من حيث مقوماته الداخلية. بهذا المعنى الرسالة الدعائية يجب ان تتصف بصفات معينة: فهي وجهة نظر تعرض بخصوص مشكلة معينة وهذا يعني منطقاً كلياً شاملاً خاصاً بتلك المشكلة او بالموقف المرتبط بتلك المشكلة وقد تحدد من حيث المكان والزمان^(٧). أي ان المنطق الدعائي هو الذي يسمح بالتجانس في الاستراتيجية الدعائية، فالدعاية هي عملية اقناع وجوهرها نادراً ما يكون صحيحاً في جميع عناصره او كاذباً في جميع عناصره، اذن المنطق الدعائي هو الحصول على اكبر قسط ممكن من الاقناع ولو كان ذلك على حساب الحقيقة^(٧).

والمنطق الدعائي يتكون من الأسانيد المنطقية او الواقعية او القانونية التي تؤيد وجهة النظر وتقود الى التسليم بها ورفض وجهة النظر المخالفة، فمن المعروف لدى خبراء الدعاية فكرة

أختلاق الموقف الذي يسمح بخلق شحنة انفعالية اساسها التعاطف نتيجة للاشعاع الذاتي من شخصية الفرد المستقبل للدعاية نحو شخصية مرسل الدعاية، ومن خلال هذه العملية التي تتم في العادة عقب دراسة رد الفعل المتوقع والتخطيط على اساسه حيث تكون قد خلقنا نقطة التعاطف نستطيع ان نطلق المنطق الدعائي الذي يزيد، في لحظة اولى يحدث التعاطف ولكن في اللحظة الثانية وقد حدث الارتباط ولو اللاشعوري يبدأ المنطق الاصيل ينساب في المستقبل يتسرب ولو ببطء دون اثاره^(٨). والمنطق الدعائي يفترض مسلكين متوازيين يكمل كل منهما الاخر ويدعمه: منطق ايجابي وهو جوهر الغزو، ومنطق سلبي وهو منطلق رفض المنطق العكسي^(٩).

ان الدعاية تعتمد من خلال توقعها الى احداث التغيير السلوكي، على مخاطبة العاطفة والمشاعر والاحاسيس الدفينة عند افراد الجمهور دون اهمال الجانب العقلي ومخاطبة الذهن. وعلى الرغم من ان العقل يعتبر عنصراً هاماً يجب استهدافه لتحقيق غاية الدعاية، فان اهميته تأتي غالباً في المرتبة الثانية بعد العاطفة في مدى التأثير والتحرك^(١٠). فالاسلوب الدعائي هو صفة للكلام الذي يعتمد لغة العاطفة اكثر من العقل^(١١).

ان جناحي الدعاية- العقل والعاطفة- مترافقان في العمل الدعائي الناجح والمنتج، وعند غياب احد الجناحين تسقط الدعاية بعد فترة، ويستعمل الجناح العاطفي كركيزة اساسية في حالات الدعاية ابان الازمات التي ترتدي طابع العصبية الطائفية، ففي مثل هذه المناخات يكون من

المستبعد ان يكون التأثير الدعائي حاسماً عن طريق العقل، بل تكون العاطفة هي المرتكز الاساسي، لان التفكير يحتاج الى وقت وطاقه اكثر مما تحتاجه العاطفة والغريزة، وبما ان قليلاً من افراد الجمهور يستطيع اختيار المناخ لتحديد وتكوين رأيه، فالاسلوب الدعائي الذي يركز بصورة رئيسيه على العاطفة والكوامن الشعورية هو المناخ المفضل لدى الدعاة والاقوى والاسرع في احراز الهدف المتوخى^(١٢).

وهناك ثلاثة انواع من الاستمالات يمكن ان يعتمدها جميعا او بعضها رجل الدعاية في توجهه الى الجمهور لتحقيق نجاح رسالته الدعائية:

١. استمالات عقلية منطقية تعتمد الحجج والادلة والبراهين في حملته الموجهة الى جمهور اكثر ثقافة ووعياً واطلاعاً على جوانب في الموضوع الذي يتناوله مرسل الدعاية.

٢. استمالات عاطفية تلامس المشاعر والاحاسيس والغرائز، تستثير حمية الجمهور وایمانه وحماسه.

٣. استمالات الخوف التي تقوم على اثاره مشاعر الخوف بكل درجاته وبكل ما تعنيه الاثاره من مبالغة وتهويل واوهام وذعر^(١٣).

٤.

مستويات التعامل الدعائي

بما ان للتعامل الدعائي له درجاته وله مستوياته، الا انه لا يبد من التذكر بان الحرب النفسية (هي نوع من القتال النفسي لا يتجه ألى العدو لتحطيم الأرادة الفردية) تتفاعل من خلال عمليات خمس مستقلة بالرغم من ارتباطها واختلاطها هي: الدعاية (عملية الأثارة النفسية بقصد الوصول الى تلاعب معين في المنطق كما تتجه الى الصديق وغير الصديق) ، الدعوة (نوع من الأقتناع المستند الى الصدق والأيمان للحصول على علاقة الولاء) ، غسل المخ (أسلوب من أساليب التعامل النفسي لتحطيم الشخصية الفردية الى درجة التلاعب بها لتصبح أداة طيعة في يد من يتحكم بها) ، الحرب الايديولوجية (نوع من الصراع النفسي أساسه الرغبة في سيادة أيديولوجية على أخرى سواء بالتأكيد او بالأقتناع) ، وحرب المعلومات لتحقيق هدف مزدوج، الأهداف هي بالتتابع تفتيت الوحدة الوطنية من جانب^(١٤)، الذي يخفف الانتماء الى الوطن في مرحلة اولى ويلغيه في مرحلة ثانية^(١٥)، وتنظيم عملية التسميم السياسي (زرع أفكار معينة من خلال الخديعة بحيث تؤدي الى تصور معين للموقف يختلف عن حقيقته وبالتالي عدم القدرة على عملية المواجهة) من جانب اخر. وبالرغم من تنوع هذه الادوات الا ان جميعها تنبع من حقيقة واحدة هي البحث عن خير المطارق حتى تصيب العقل الجماعي فاذا به يستسلم لعملية الانهيار النفسي ويتخلى كليا عن ارادة الصراع^(١٦). كما ان التعامل الدعائي يجب ان يسبقه اعداد فكري للشحنات التي تتجه الى المستقبل فتعيد تشكيل مدركاته، التعامل الدعائي يملك مستوياته المتعددة هذه المستويات تتحدد بمستويات العملية الاتصالية^(١٧).

والعمل الدعائي يتطلب استراتيجيات ذكية تكمن في اغراق الخصم بالمعلومات حتى يصعب عليه التمييز بين الخطأ والصواب بحيث تؤدي الى دفع الجمهور لاتخاذ ردود افعال ومواقف طبقا لما تريده تلك القوى المسيطرة، وتؤدي ايضا الى زيادة الخوف لدى الجماهير والخضوع لسياسة الخصم^(١٨).

ان التعامل الدعائي اضحى اليوم احد المظاهر الثابتة والمرتبطة بالصراع الدولي في جميع ابعاده، فهو اولاً تأكيد للصراع الايديولوجي وهو ثانياً تنظيم للعنف في صورة معينة^(١٩)، وهذا المفهوم يعد جزء من المنطق الدعائي الذي تلجأ اليه التنظيمات الارهابية لتنفيذ سياستها واهدافها بالمنطقة والعالم في الوقت الحاضر.

الحرب العالمية على الارهاب

يعد مصطلح الارهاب من اكثر المصطلحات هلامية وغموضاً وليس هناك تعريف محدد له، حيث يقول دنيس ماكوييل (من الصعب استخدام مصطلح الارهاب لانه مفهوم متغير من ثقافة الى اخرى وهو يشير الى اعمال عنف ضد الاخر ونادراً ما تصف وسائل الاعلام الاعمال العنيفة التي تقوم بها الدول بانها ارهاب خاصة اذا كانت الدول التي تقوم بهذا العمل دولاً صديقة).

وتعتبر الولايات المتحدة هي اول من استخدم مصطلح الارهاب وحددت قوانينه انه (نوع من انواع العنف المتعمد والمحرض من جهات سياسية يمارس ضد اهداف مدنية بواسطة مجاميع او عملاء تهدف بافعالها التأثير في الرأي العام او اثاره الرعب والهلع في المجتمع المستهدف)^(٢٠).

ولم يقتصر التغيير الذي احدثته هجمات ١١ سبتمبر عام ٢٠٠١ على مركز التجارة العالمي والبنتاغون الامريكي على السياسة العالمية فقط، بل غيرت ايضا وسائل الاعلام الدولية. وقد اولت بعض شبكات التلفزيون الرئيسة والصحف الامريكية اهتماماً كبيراً لتغطية الهجمات وتداعياتها وخصصت لها مساحات كبيرة وعملت على لفت النظر العالمي للحرب العالمية على الارهاب، كما سارعت في تصميم الحملات الدعائية المناهضة للارهاب العالمي، وقد ابقت الاحداث التالية هجمات ١١ سبتمبر والحرب على الارهاب في الواجهة الاعلامية^(٢١).

وثمة جوانب اتفاق واختلاف بين الارهاب والعنف اذ تتمثل جوانب الاتفاق في ان المصطلحين (يعبران عن المضمون نفسه في السلوكيات، التي تستخدم القوة او تهدد بها، لتلحق الاذى والضرر لتحقيق اهداف سياسية لجماعات معينة تنتهج هذه السلوكيات عن طريق التخويف)^(٢٢). اما جوانب الاختلاف فتكمن في ان مصطلح العنف يؤشر ظاهرة عامة ولكن الارهاب يصف ظاهرة خاصة، كما ان العنف وسيلة او اداة ولكن الارهاب ناتج للعنف. وهناك فارق آخر يتمثل في نشأة كلا الاستخدامين، اذ ان اصطلاح الارهاب غير مصكوك صحفياً او اعلامياً وانه مأخوذ من التعبيرات الامنية التي نقلت الى الصحافة في القرن الماضي لوصف احداث العنف السياسي المهتدة للدولة^(٢٣). اما اصطلاح العنف فيستخدمه اكثر دارسي العلوم السياسية والاجتماعية، أي ان نشأته كانت بين الاوساط الاكاديمية^(٢٤).

ولقد اسفرت التغييرات في موازين القوى عن زعزعة في الاستقرار عن حرب على الغالب، وهذه الحرب سميت الحرب على الارهاب^(٢٥).

وفي موضوع التيارات الاسلامية التي برزت في الآونة الاخيرة، حاولت وسائل الاعلام الدولية توصيفها جميعاً بالارهاب الاسلامي وتناولت الاسلام ديناً وتراثاً وثقافة من زاوية تشويه صورته وتقويمه في الغرب وكأنه يحض على القتل والقوة ويعادي الحرية والديمقراطية^(٢٦).

المبحث الثالث:

نتائج الدراسة الميدانية

اظهرت نتائج البحث ان معظم افراد العينة المبحوثة هم من جنس الذكور وبعدها بلغ (٧٦) تكراراً وبنسبة (٦٢,٢٩%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء جنس الاناث بعدد بلغ (٤٦) تكراراً وبنسبة (٣٧,٧٠%) من مجموع افراد العينة المبحوثة،

جدول (١) يبين جنس العينة المبحوثة

نوع الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	٧٦	٦٢,٢٩
اناث	٤٦	٣٧,٧٠
المجموع	١٢٢	%١٠٠

وان معظم افراد عينة البحث هم من الفئة العمرية (٢٧-١٨) سنة وبعدها بلغ (٧٦) تكراراً وبنسبة (٦٢,٢٩%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية حلت الفئة العمرية (٤٧-٣٨) سنة وبعدها بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (١٢,٢٩%)، في حين جاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (٦٠-٤٨) سنة وبعدها بلغ (١٤) تكراراً وبنسبة (١١,٤٧%)، وفي المرتبة الرابعة جاء المبحوثون من الفئة العمرية (٣٧-٢٨) سنة وبعدها بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٩,٨٣%)، وفي المرتبة الاخيرة حل المبحوثون من الفئة العمرية (٦٠ سنة- فاكثراً) وبعدها بلغ خمسة تكرارات وبنسبة (٤,٠٩%)، ينظر الجدول (٢).

جدول (٢) يبين الفئات العمرية لعينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
الاولى	٦٢,٢٩	٧٦	٢٧-١٨
الثانية	١٢,٢٩	١٥	٤٧-٣٨
الثالثة	١١,٤٧	١٤	٦٠-٤٨
الرابعة	٩,٨٣	١٢	٣٧-٢٨
الخامسة	٤,٠٩	٥	٦٠-فاكثر
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

واظهرت نتائج الدراسة ان افراد العينة المبحوثة هم من المتعلمين وجاء في المرتبة الاولى من يحملون شهادة الاعدادية (طلبة البكالوريوس) وبعدهم بلغ (٨٠) تكراراً وبنسبة (٦٥,٥٧٪)، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون من حملة شهادة الدكتوراه وبعدهم بلغ (٣٦) تكراراً وبنسبة (٢٩,٥٠٪)، وحلت بالمرتبة الثالثة حملة شهادة الماجستير وبعدهم بلغ (٦) تكراراً وبنسبة (٤,٩١٪) من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة، ينظر الجدول (٣).

جدول (٣) يبين التحصيل العلمي للعينة المبحوثة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الشهادة
الثانية	٢٩,٥٠	٣٦	دكتوراه
الثالثة	٤,٩١	٦	ماجستير
الاولى	٦٥,٥٧	٨٠	اعدادية (طلبة بكالوريوس)
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

١- رأي المبحوثين في تنظيمات (القاعدة، داعش، جبهة النصرة) من حيث مستوى التطرف والخطورة:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان تنظيم (داعش) احتل المرتبة الاولى وبعده بلغ (١٢٧) تكراراً وبنسبة (٣٥,١٨٪)، وجاء تنظيم (القاعدة) في المرتبة الثانية وبعده بلغ (١٢١) تكراراً وبنسبة (٣٣,٥١٪)، وحلت (جبهة النصرة) المرتبة الاخيرة وبعده بلغ (١١٣) تكراراً وبنسبة (٣١,٣٠٪)، ينظر الجدول (٤).

جدول (٤) يبين رأي جنس المبحوثين في درجة تطرف التنظيمات الارهابية(*)

المرتبة	المجموع	لاتفق بشدة		لا اتفق		اتفق الى حد ما		اتفق		اتفق بشدة		رأي لمبحوثين											
		الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث												
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت												
		النسبة	التكرار	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت												
الاولى	٣٥,١٨	١٢٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢,٣٦	٣	٢,٣٦	٣	١٥,٧٤	٢٠	٢٢,٠٤	٢٨	١٩,٦٨	٢٥	٣٧,٧٩	٤٨	داعش	
الثانية	٣٣,٥١	١٢١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢,٤٧	٣	٤,١٣	٥	١٨,١٨	٢٢	٢٠,٦٦	٢٥	١٥,٧٠	١٩	٣٨,٨٤	٤٧	القاعدة	
الثالثة	٣١,٣٠	١١٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١١,٥٠	١٣	١٣,٢٧	١٥	١٠,٦١	٢١	٢٠,٣٥	٢٣	١٥,٠٤	١٧	٢٩,٢٠	٣٣	جبهة النصرة	
المجموع	١٠٠٪	٣٦١								١٩	٢٣	٥٤	٧٦	٦١	١٢٨								

٢- رأي المبحوثين بان تنظيمات تشكل تهديداً للامن والسلم في المنطقة العربية، وكانت الاجابة كالآتي:

ان معظم افراد العينة المبحوثة اجابوا (اتفق بشدة) وبعده بلغ (٩٠) تكراراً وبنسبة (٧٣,٧٧٪) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (اتفق) وبعده بلغ (٢٤) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٧٪)، وجاءت فئة (اتفق الى حد ما) وبعده بلغ (٨) تكراراً وبنسبة (٦,٥٥٪) في المرتبة الاخيرة، ينظر الجدول (٥).

(*) ترك للمبحوثين حرية الاختيار لاكثر من بديل فجاء المجموع اكثر من عدد العينة المبحوثة (١٢٢)

جدول (٥) يوضح رأي المبحوثين بان التنظيمات تهدد الامن والسلم في المنطقة العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٧٣,٧٧	٩٠	اتفق بشدة
الثانية	١٩,٦٧	٢٤	اتفق
الثالثة	٦,٥٥	٨	اتفق الى حد ما
	صفر	صفر	لا اتفق
	صفر	صفر	لا اتفق بشدة
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٣- رأي المبحوثين بفلسفة هذه التنظيمات:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هذه التنظيمات (تكفيرية) وبعدهد بلغ (٦٨) تكراراً وبنسبة (٥٥,٧٣%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وحلت فئة (عقائدية) في المرتبة الثانية وبعدهد بلغ (١٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٥٧%)، وفي المرتبة الثالثة كان رأي المبحوثين بانها (جهادية) وبعدهد بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١٤,٧٥%)، وحصلت فئة (سياسية) على المرتبة الاخيرة وبعدهد بلغ (١٧) تكراراً وبنسبة (١٣,٩٣%)، ينظر الجدول (٦).

جدول (٦) يبين رأي المبحوثين بفلسفة هذه التنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٥٥,٧٣	٦٨	تكفيرية
الثانية	١٥,٥٧	١٩	عقائدية
الثالثة	١٤,٧٥	١٨	جهادية
الرابعة	١٣,٩٣	١٧	سياسية
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٤- رأي المبحوثين بمصادر تمويل هذه التنظيمات:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان مصادر تمويل تنظيمات (القاعدة، داعش، جبهة النصرة) هو (تمويل دولي) وجاءت في المرتبة الاولى وبعدهد بلغ (٤٢) تكراراً وبنسبة (٣٤,٤٢%) وتتلقى

(تمويل اقليمي) ومن دول الجوار بالمرتبة الثانية وبعدهد بلغ (٣٣) تكراراً وبنسبة (٢٧,٠٤٪)، وحلت فئة (دعم من شخصيات) في المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٨,٠٣٪)، واجاب المبحوثين بانها تحصل على (غنائم واثوات) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (١٢,٢٩٪)، وفي المرتبة الاخيرة حلت فئة (تمويل ذاتي) وبعدهد بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٨,١٩٪)، ينظر الجدول (٧).

جدول (٧) يوضح رأي المبحوثين بمصادر التمويل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٤,٤٢	٤٢	تمويل دولي
الثانية	٢٧,٠٤	٣٣	تمويل اقليمي
الثالثة	١٨,٠٣	٢٢	دعم من شخصيات
الرابعة	١٢,٢٩	١٥	غنائم واثوات
الخامسة	٨,١٩	١٠	تمويل ذاتي
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٥- رأي المبحوثين بالاسلوب الدعائي لهذه التنظيمات:

اجاب معظم المبحوثين بان هذه التنظيمات تمارس عملية (غسيل دماغ) وهو اسلوب من اساليب التعامل النفسي لتحطيم الشخصية الفردية الى درجة التلاعب بتلك الشخصية لتصبح اداة طيعة في يد من يتحكم بها.

وجاءت في المرتبة الاولى وبعدهد بلغ (٤٨) تكراراً وبنسبة (٣٠,١٨٪)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (تهديب وترغيب) وبعدهد بلغ (٤١) تكراراً وبنسبة (٢٥,٧٨٪)، وتستخدم (شائعات) في المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (٢٩) تكراراً وبنسبة (١٨,٢٣٪)، وجاءت فئة (دعوة عقائدية) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١١,٣٢٪)، وتلجأ الى (دعاية وحرب نفسية) بالمرتبة الخامسة وبعدهد بلغ (١٣) تكراراً وبنسبة (٨,١٧٪)، وحلت فئة (حرب ايدولوجية) في المرتبة الاخيرة وبعدهد بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٦,٢٨٪)، ينظر الجدول (٨).

جدول (٨) يوضح رأي المبحوثين بالاسلوب الدعائي للتنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٠,١٨	٤٨	غسيل دماغ
الثانية	٢٥,٧٨	٤١	ترهيب وترغيب
الثالثة	١٨,٢٣	٢٩	شائعات
الرابعة	١١,٣٢	١٨	دعوة عقائدية
الخامسة	٨,١٧	١٣	دعاية وحرب نفسية
السادسة	٦,٢٨	١٠	حرب ايدولوجية
	%١٠٠	١٥٩	المجموع

٦- رأي المبحوثين باهداف هذه التنظيمات:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هدف هذه التنظيمات هو (بث التفرقة الطائفية) بين مكونات المجتمع العراقي وحصلت على المرتبة الاولى وبعدها بلغ (٦٢) تكراراً وبنسبة (٣٦,٩٠)٪، وجاء في المرتبة الثانية هدف (غزو مدن لتوسيع النفوذ) وبعدها بلغ (٤١) تكراراً وبنسبة (٢٤,٤٠)٪، وحل هدف (اقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية) المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٣٣) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٤)٪، اما هدف (السيطرة على المنشآت النفطية) فحدها في المرتبة الرابعة وبعدها بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١٠,٧١)٪، وحل هدف (تشويه الاسلام) بالمرتبة الخامسة وبعدها بلغ تسع تكرارات وبنسبة (٥,٣٥)٪، وجاء هدف (احتلال مواقع عسكرية) على المرتبة الاخيرة وبعدها بلغ خمس تكرارات وبنسبة (٢,٩٧)٪، ينظر الجدول (٩).

جدول (٩) يوضح رأي المبحوثين باهداف هذه التنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٦,٩٠	٦٢	بث التفرقة الطائفية
الثانية	٢٤,٤٠	٤١	غزو مدن (توسيع نفوذ)
الثالثة	١٩,٦٤	٣٣	اقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية
الرابعة	١٠,٧١	١٨	سيطرة على المنشآت النفطية
الخامسة	٥,٣٥	٩	تشويه الاسلام
السادسة	٢,٩٧	٥	احتلال مواقع عسكرية
	١٠٠%	١٦٨	المجموع

٧- رأي المبحوثين بقدرة هذه التنظيمات على اقناع الجمهور:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة على (اتفق الى حد ما) وبعدهد بلغ (٥١) تكراراً وبنسبة (٤١,٨٠٪)، وجاءت في المرتبة الاولى، وحلت (لا اتفق) في المرتبة الثانية وبعدهد بلغ (٣٩) تكراراً وبنسبة (٣١,٩٦٪)، وحصلت (لا اتفق بشدة) على المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (١٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٥٧٪)، واجاب المبحوثون على (اتفق) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ ثمانية تكرارات وبنسبة (٦,٥٥٪)، وفي المرتبة الاخيرة (اتفق بشدة) وبعدهد بلغ خمسة تكرارات وبنسبة (٤,٠٩٪)، ينظر الجدول (١٠).

جدول (١٠) يوضح رأي المبحوثين بقدرة التنظيمات على اقناع الجمهور

المرتبة	المجموع		الاناث		الذكور		جنس المبحوثين اقناع الجمهور
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الاولى	٤١,٨٠	٥١	٢٩,٤١	١٥	٧٠,٥٨	٣٦	اتفق الى حدما
الثانية	٣١,٩٦	٣٩	٤١,٠٢	١٦	٥٨,٩٧	٢٣	لا اتفق
الثالثة	١٥,٥٧	١٩	٤٢,١٠	٨	٥٧,٨٩	١١	لا اتفق بشدة
الرابعة	٦,٥٥	٨	٥٠	٤	٥٠	٤	اتفق

اتفق بشدة	٢	٤٠	٣	٦٠	٥	٤,٠٩	الخامسة
المجموع	٧٦	٤٦	٤٦	١٢٢	١٢٢	١٠٠%	

٨- رأي المبحوثين بالطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان اكثر الطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور هي (الدعوة الى الجهاد) واحتلت المرتبة الاولى وبعدها بلغ (٣٦) تكراراً وبنسبة (٢٩,٥٠٪)، وجاءت (الاتارة النفسية للحصول على الولاء) أي التعبئة الطائفية للمذهب السني في المرتبة الثانية وبعدها بلغ (٢٨) تكراراً وبنسبة (٢٢,٩٥٪)، وحلت في المرتبة الثالثة (الاعراء المالي) وبعدها بلغ (٢٤) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٧٪)، واجاب المبحوثون على (الاقناع المستند الى الايمان) واحتلت المرتبة الرابعة وبعدها بلغ (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٨,٠٣٪)، وفي المرتبة الاخيرة (مناهضة سياسية الغرب) وبعدها بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٩,٨٣٪)، ينظر الجدول (١١).

جدول (١١) يوضح رأي المبحوثين بالطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور

المرتبة	المجموع		الاناث		الذكور		جنس المبحوثين
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الطروحات
الاولى	٢٩,٥٠	٣٦	٢٧,٧٧	١٠	٧٢,٢٢	٢٦	الدعوة الى الجهاد
الثانية	٢٢,٩٥	٢٨	٤٢,٨٥	١٢	٥٧,١٤	١٦	الاتارة النفسية للحصول على الولاء
الثالثة	١٩,٦٧	٢٤	٤٥,٨٣	١١	٥٤,١٦	١٣	الاعراء المالي
الرابعة	١٨,٠٣	٢٢	٣٦,٣٦	٨	٦٣,٦٣	١٤	الاقناع المستند الى الايمان
الخامسة	٩,٨٣	١٢	١٦,٦٦	٢	٨٣,٣٣	١٠	مناهضة سياسة الغرب
	١٠٠%	١٢٢		٤٣		٧٩	المجموع

٩- رأي المبحوثين بالفئات التي تستميل اكثر للتنظيمات:

اجاب معظم المبحوثين بان هذه التنظيمات تعتمد على فئة (الشباب) اكثر من غيرها وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدها بلغ (٨٧) تكراراً وبنسبة (٧١,٣١٪)، وفي المرتبة الثانية فئة (العامة- كبار السن) وبعدها بلغ (٢٥) تكراراً وبنسبة (٢٠,٤٩٪)، بينما حصلت فئة (النساء) المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٦) تكراراً وبنسبة (٤,٩١٪)، وفي المرتبة الاخيرة فئة (الاطفال) وبعدها بلغ أربعة تكرارات وبنسبة (٣,٢٧٪)، ينظر الجدول (١٢).

جدول (١٢) يوضح رأي المبحوثين بالفئات التي تستميل اكثر للتنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات
الاولى	٧١,٣١	٨٧	الشباب
الثانية	٢٠,٤٩	٢٥	العامة (كبار السن)
الثالثة	٤,٩١	٦	النساء
الرابعة	٣,٢٧	٤	الاطفال
	١٠٠%	١٥٩	المجموع

١٠- رأي المبحوثين بالوسائل الاعلامية التي استخدمتها هذه التنظيمات اكثر من غيرها:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هذه التنظيمات ركزت على وسيلة (الانترنت) اكثر من باقي الوسائل الاخرى وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدها بلغ (٨٨) تكراراً وبنسبة (٢٨,٤٧٪)، وفي المرتبة الثانية على (فيس بوك) وبعدها بلغ (٦٦) تكراراً وبنسبة (٢١,٣٥٪)، اما (اليوتيوب) فحصلت على المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٥٣) تكراراً وبنسبة (١٧,١٥٪)، وفي المرتبة الرابعة (تويتر) وبعدها بلغ (٣٩) تكراراً وبنسبة (١٢,٦٢٪)، وحل في المرتبة الخامسة (التلفزيون) وبعدها بلغ (٣٢) تكراراً وبنسبة (١٠,٣٥٪)، في حين جاءت بالمرتبة السادسة (البريد الالكتروني) وبعدها بلغ (١٤) تكراراً وبنسبة (٤,٥٣٪)، وحصلت وسيلة (انستكرام) على المرتبة السابعة وبعدها بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٣,٢٣٪)، وحلت (الصحف) في المرتبة الثامنة وبعدها بلغ (٤) تكراراً وبنسبة (١,٢٩٪)، وجاء في المرتبة الاخيرة (الراديو) وبعدها بلغ (٣) تكراراً وبنسبة (٠,٩٧٪)، ينظر الجدول (١٣).

جدول (١٣) يبين رأي المبحوثين بالوسائل الاعلامية التي استخدمتها التنظيمات اكثر من غيرها

الاجابة	كثيرا	قليلا	الى حد ما	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
وسائل الاعلام التقليدية	راديو	-	٢	١	٣	التاسعة
	تلفزيون	٢٠	١٠	٢	٣٢	الخامسة
	صحف	-	٣	١	٤	الثامنة
وسائل الاعلام الكترونية	انترنت	٧٠	١٥	٣	٨٨	الاولى
	فيس بوك	٤٧	١٦	٣	٦٦	الثانية
	تويتر	٢٦	١٠	٣	٣٩	الرابعة
	انستكرام	٥	٤	١	١٠	السابعة
	بريد الكتروني	٥	٩	-	١٤	السادسة
	يوتيوب	٣٥	١٥	٣	٥٣	الثالثة
	المجموع	٢٠٨	٨٤	١٧	٣٠٩	%١٠٠

ويتضح لنا من تحليل اجابات المبحوثين ان التنظيمات الارهابية استخدمت وسائل الاعلام الالكترونية اكثر من وسائل الاعلام التقليدية وذلك لتوفرها وسهولة تداولها وقدرة تقنياتها على الوصول الى الاشخاص المتعاونين والمتعاطفين معها.

١١- رأي المبحوثين باسباب تراجع هذه التنظيمات بعد اكثر من تسعة اشهر من بدء العمليات العسكرية:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان من اهم الاسباب هو (تشكيل الحشد الشعبي) وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدد بلغ (٦١) تكراراً وبنسبة (٣٣,٣٣٪)، وبعدها في المرتبة الثانية (الضربات الجوية الامريكية وحلفاءها) وبعدد بلغ (٤٦) تكراراً وبنسبة (٢٥,١٣٪)، وفي المرتبة الثالثة (تأييد مواقف الدول العربية للعراق ضد الارهاب) وبعدد بلغ (٢٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٨٤٪)، وحصل على المرتبة الرابعة (الدعم الايراني للعراق) وبعدد بلغ (٢٠) تكراراً وبنسبة (١٠,٩٢٪)، اما (مشاركة الاكراد والبشمركة في القتال) فحلت بالمرتبة الخامسة وبعدد بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (٨,١٩٪)،

وفي المرتبة الاخيرة (الخبراء والمستشارون الاجانب) وبعدهد بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٦,٥٥٪)، ينظر الجدول (١٤).

جدول (١٤) يبين رأي المبحوثين باسباب تراجع هذه التنظيمات على الارض

المرتبة	%	التكرار	الى حد ما	قليلا	كثيرا	الاسباب
الاولى	٣٣,٣٣	٦١	٤	١٢	٤٥	تشكيل الحشد الشعبي
الثانية	٢٥,١٣	٤٦	٣	١٠	٣٣	الضربات الجوية الامريكية وحلفاءها
الثالثة	١٥,٨٤	٢٩	٣	٨	١٨	تأييد مواقف الدول العربية للعراق ضد الارهاب
الرابعة	١٠,٩٢	٢٠	٢	٥	١٣	الدعم الايراني للعراق
الخامسة	٨,١٩	١٥	٢	٥	٨	مشاركة الاكراد والبيشمركة بالقتال
السادسة	٦,٥٥	١٢	٥	١	٦	الخبراء والمستشارون الاجانب
	%١٠٠	١٨٣	١٩	٤١	١٢٣	المجموع

الاستنتاجات

١. توصل الباحث الى ان تنظيم (داعش) يمثل اقصى درجات الخطورة والتطرف الديني على المجتمع العراقي من تنظيم القاعدة .
٢. ان تنظيم (داعش) يعتمد على وسائل الاعلام الالكترونية (وبالاخص الانترنت) اكثر من وسائل الاعلام التقليدية وذلك لسعة انتشارها وسهولة تصفحها من قبل معظم المواطنين .

النتائج

١. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة ان تنظيم (داعش) يشكل تهديداً للامن والسلم على العراق خاصة ودول الجوار والمنطقة العربية عامة.
٢. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة على ان فلسفة تنظيم (داعش) تكفيرية، لتفتيت العالم العربي والاسلامي والدليل احادية تفكيرهم وطروحاتهم .

٣. أجاب المبحوثين ان مصادر تمويل تنظيم (داعش) هو تمويل دولي.
٤. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة ان تنظيم (داعش) يستخدم الاساليب الدعائية المتعددة وفي مقدمتها عملية غسيل الدماغ .
٥. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان من أهداف تنظيم (داعش) هو بث التفرقة الطائفية بالعنف والقوة بين مكونات المجتمع العراقي.
٦. كان رأي المبحوثين ان (الدعوة الى الجهاد) كانت من اكثر الطروحات تأثيرا في الجمهور المستجيب لها.
٧. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان تنظيم (داعش) يعتمد على فئة الشباب اكثر من غيرهم.
٨. أجاب معظم المبحوثين ان من اهم اسباب تراجع تنظيم (داعش) على الارض مؤخرا هو تشكيل الحشد الشعبي الذي جاء تلبية لنداء المرجعية الدينية الرشيدة لدعم القوات المسلحة العراقية ، حيث أستطاع أبطال الحشد الشعبي تحرير الاراضي العراقية وتطهيرها من دنس تنظيم (داعش) في قاطعي ديالى وصلاح الدين وغيرها .

المقترحات

- ١- الأيعاز الى وسائل الإعلام العراقية القيام بما يلي
 ١. نشر مقالات وتحقيقات صحفية ميدانية عن الانتصارات التي حققتها القوات المسلحة العراقية في جهات القتال ضد الارهاب .
 ٢. تقديم أدلة دامغة ووثائق تكشف الاساليب الدعائية لتنظيم (داعش) ، والتأكيد على الهوية الوطنية والتماسك الاجتماعي .
 ٣. إجراء تحقيقات صحفية مع رجال الدين لتوضيح مفهوم الجهاد الشرعي في الدين الاسلامي ردا على الطروحات الارهابية في هذا الموضوع .
 ٤. ٢. إنشاء قسم (التخطيط) يرتبط بمديرية مكافحة الارهاب يتولى رصد بيانات ونشاطات تنظيم (داعش) على الانترنت ووضع الاجراءات الكفيلة لمواجهتها .

الهوامش والمصادر

١. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، بيروت، دار ومكتبة الهلال، ٢٠٠٨، ص ٥٤.
٢. عبد الرحمن عيسوي، اتجاهات جديدة في علم النفس الحديث، بيروت، دار النهضة العربية، ١٩٨٣، ص ٨٠.
٣. محمد خليفة بركات، علم نفس التعليم، ج ٣، الكويت، دار القلم، ١٩٧٦، ص ١٣٧.
٤. احمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ٧٢.
٥. عبد الباسط محمد حسن، اصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، ١٩٧١، ص ٢٥١.
- (*) وهؤلاء المحكمين هم كل من:
 - أ.م.د. حمدان خضر سام
 - أ.م.د. عبد النبي خزعل
 - أ.م.د. عبد الامير فيصل
 - أ.م.د. سهام الشجيري
 - أ.م.د. محمد رضا مبارك
٦. حامد عبد الله ربيع، فلسفة الدعاية الاسرائيلية، بيروت، مركز الابحاث، منظمة التحرير الفلسطينية، ١٩٩١، ص ١٦١.
- ٧ المصدر السابق، ص ٢٤.
- ٨ B noslere, iwonaJ .zt cilbuP dna noinipo noitacinummoc , ٦٦٩١ , ٩٦٣.p
- ٩- حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط ١، ٤٧٩١، ص ٧٩١.
- ١٠- علي عواد، الاعلام والرأي، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام، ط ٢، ٢٠١٢، ص ٢٥١.
- ١١- المعجم العربي الاساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لاروس، ٩٨٩١.
- ١٢- علي عواد، الاعلام والرأي، مصدر سابق، ص ٣٥١.
- ١٣- حسن عماد مكاي، الاعلام ومعالجة الازمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٥٠٠٢، ص ٣٦.
- ١٤- حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ٥٣.
- ١٥- علي عواد، الاعلام والرأي، مصدر سابق، ص ٧٥١.
- ١٦- حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ٥٣.
- ١٧- حامد ربيع، اعادة كتابة التاريخ ونظرية الحرب النفسية: حول تحليل ظاهرة الصراع القومي في العالم العربي، بغداد، بحث غير منشور، في ٧٨٩١/٢١/٧١، ص ٦.
- ١٨- مي العبد الله سنو، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، بيروت، دار النهضة العربية، ٦٠٠٢.
- ١٩- حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ١٣.
- ٢٠- نهى عاطف العبد، الاعلام الدولي، القاهرة، الدار العربية للنشر، ٩٠٠٢، ص ٢٤.
- ٢١- diahpcM.L samoTh، الاعلام الدولي، النظريات- الاتجاهات والملكية، ترجمة حسني نصر وعبد الله الكندي، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ١١٠٢، ص ١٣.
- ٢٢- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٣٠٠٢، ص ٩٠٢.
- ٢٣- reTeP yreIa , "eTh eScitnameS fo lacitiloP lacneloiV retopinI gnidloG ,late gnitacinummoc scitilop gnidnoL) InodnoL . ١٠١p , ٦٨٩١ , sserp ytisrevinu retscieL .
- ٢٤- محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص ١٢٠.
- ٢٥- سهام الشجيري، وكالات الانباء والتحكم الاخباري، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط ١، ٤١٠٢، ص ٤٥١.
- ٢٦- المصدر السابق، ص ٥٦١.
- ٢٧- المكتبة الافتراضية