

صورة الحشد الشعبي في موقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك" أنمودجاً

قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام / جامعة بغداد

أ.م.د. ريا قحطان الحمداني

المستخلص

تناول البحث صورة (الحشد الشعبي) في موقع التواصل الاجتماعي ، و تم اختيار صفحات (الفيسبوك) لدراسة صورتها،

و أحصت الباحثة أعداد الصفحات التي حملت عنوان (الحشد الشعبي) بمختلف المسميات و العبارات، كما تناولت معالم صورة (الحشد الشعبي) .

إذ طرح البحث التساؤلات الآتية :

1 ما صورة (الحشد الشعبي) في صفحات الفيسبوك ؟

2 . ما مضمون هذه الصورة ؟

٣ . ما أعداد الصفحات التي تحمل عنوان (الحشد الشعبي) بمختلف المسميات و العبارات ؟

واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون لدراسة صورة (الحشد الشعبي) ، إذ تناولتها بالتحليل النوعي (الكيفي) والتحليل الكمي .

و شملت عينة البحث صفحات الفيسبوك طيلة أيام (16, 17, 18) آذار (2017) ، في ذروة المعارك التي كانت تخوضها القوات الأمنية العراقية بكافة صنوفها ضد ما يسمى بـ (داعش) .

و توصلت الباحثة إلى وجود (983) صفحة على الفيسبوك تحمل عنوان (الحشد الشعبي) ، منها (308) صفحات قام بإنشائها عراقيون من تلقاء أنفسهم ، و ينشرون فيها أخبار المعارك يومياً .

و (٦٦٥) صفحة هي مجموعات (كروب) و تضم الآلاف من المتابعين والمعجبين ، و ينشرون لأخبار المعارك يومياً أيضاً .

و بلغ مجموع أعداد الصفحات التي تحمل عنوان (الحشد الشعبي) (65) صفحة . تناولت عمليات التحرير ، و قصص البطولة لقادة و جنود ، مع مئات الصور و الفيديوهات ، و بلغ متابعاً إحدى هذه الصفحات (166,706) متابعين و معجبين .

و بلغ مجموع أعداد الصفحات التي حملت عنوان (الإعلام العربي و إعلام الحشد الشعبي) ، (٦١) صفحة .

و حملت العناوين الأخرى تسميات (هيئة الحشد الشعبي) و (كلنا الحشد) و (دعم الحشد الشعبي) ، فيما كانت عناوين أخرى تحمل أسماء المناطق مثل (الحشد الشعبي / محور نينوى) و (الحشد الشعبي / محور واسط) و (الحشد الشعبي / بيجي) و (الحشد الشعبي / الأنبار) ، و عناوين أخرى حملت عناوين قطاعات مثل (الحشد التربوي) و (الحشد العلمي) و (الحشد الشعبي الجامعي) و (الحشد الشعبي الرياضي) ، و كذلك كانت هناك صفحات تديرها نساء عراقيات ، مثل صفحة (بنت الحشد الشعبي) .

كذلك حملت صفحات عناوين أسماء العشائر العراقية ، مثل صفحات (عشيرة العبيد لدعم الحشد) و (قوات شمر لدعم الحشد الشعبي) . و صفحات أخرى تحمل عناوين المناطق التي تدعم الحشد ، مثل صفحات (أهالي ناحية طوز لدعم الحشد الشعبي) و (أهالي المسيب لدعم الحشد الشعبي) .

و صفحات حملت أسماء الأولوية ، مثل صفحات (الحشد الشعبي لواء ٤٢) و (الحشد الشعبي لواء تلعفر) و (الحشد الشعبي لواء ٣٠) .

فيما كانت هناك صفحات تحمل عناوين (شهداء الحشد) و (أبطال الحشد) و (الحشد العشائري) و (جيش الحشد الإلكتروني) و (الحشد والجيش) .

و كانت هذه الصفحات تنقل أخبار المعارك يوميا ، و تروي القصص البطولية لقادة و جنود الحشد الشعبي .

الكلمات الافتتاحية :

(موقع التواصل الاجتماعي) ، (صفحات الفيسوك) ، (الحشد الشعبي) .

The Image of the Popular Mobilization Forces on Social Media Sites "Facebook" as a model

Abstract

The research dealt with the image of Popular Mobilization Forces (PMF) in social media sites, and (Facebook) pages were selected to study their image ,

The researcher counted the number of pages that have the title (PMF) with various names and phrases, and also dealt with the features of the image (PMF) .

The research asked the following questions :

– What is the image of PMF on Facebook pages ?

- What are the contents of this image?

– How many pages bearing the title (Al-Hashd Al-Sha'bi) with various names and phrases?

The researcher used the content analysis method to study the image of PMF, which used it with the qualitative and the quantitative analysis .

The research sample included Facebook pages throughout the period of 16, 17, 18 March 2017, at the height of the battles that the Iraqi security forces of all kinds were waging against the so-called (ISIS) .

The research found that there are (983) pages on Facebook bearing the title (Al-Hashd Al-Shaabi), of which (308) pages were created by Iraqis on their own, and they publish daily news of the battles .

And (665) pages are groups and include thousands of followers and fans, and they publish news of battles.

The total number of pages bearing only the title of (Al-Hashd Al-Shaabi) reached (65) pages. It dealt with the liberation processes, and the heroic stories of leaders and soldiers, with hundreds of photos and videos, and the followers of one of these pages reached 166,706 followers and fans.

The total number of pages bearing the title of (The Military media and the PMF reached to (61) pages .

الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث

1. مشكلة البحث :

يتناول البحث صورة الحشد الشعبي في موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، و نوع هذه الصورة، نظراً لاختلاف التسميات التي تطلق على هذا التشكيل الأمني الجديد، فبعض وسائل الإعلام تطلق عليه تسميات توجي بالسلبية، و تتناول أخبارهم بصفة جماعات مسلحة غير مسيطر عليها أو ما تطلق عليها بـ (الميليشيات) و تطرح عنها صورة سلبية للغاية و تتهمها بحوادث سلبية .

و يطرح البحث التساؤلات الآتية :

1. ما هي صورة هيئة الحشد الشعبي في موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ؟
2. ما هي مضامين هذه الصورة ؟
3. ما أعداد الصفحات التي تتناول هيئة الحشد الشعبي موضوعاً رئيساً لها ؟
4. ما نوع هذه الصفحات التي تتناول أخبار و شؤون هيئة الحشد الشعبي ؟
5. ما هي المحاور الرئيسية التي ركزت عليها صورة هيئة الحشد الشعبي في موقع التواصل الاجتماعي ؟

2. أهمية البحث :

تنطلق أهمية البحث من معرفة الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي عن الحشد الشعبي في موقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً على صفحات الفيسبوك، كون الفيسبوك اليوم يعد من أبرز مظاهر التعرف على صورة المؤسسات والشخصيات لدى الجمهور، خاصة أنها خارج سيطرة المؤسسات الحكومية إلى حدٍ ما. ومعرفة مضامين هذه الصورة مهمة، لأنها تسجل مؤشرات مهمة عن وسائل الإعلام المختلفة، خاصة أن بعض وسائل الإعلام تعاطى مع الهيئة بشكل سلبي، ووسائل أخرى تنهج نهجاً مختلفاً، فتلتقي الضوء على كل المعارك التي تشارك بها الهيئة. ومعرفة صورة الحشد الشعبي لدى الجمهور العراقي سعيد مؤشراً مهماً للغاية، لمعرفة ثقة الجمهور العراقي بوسائل الاتصال المختلفة و مصداقيتها كذلك لدى جمهورها .

3. أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحقيق القضايا الآتية :

1. معرفة صورة هيئة الحشد الشعبي على موقع التواصل الاجتماعي .
2. معرفة المحاور الرئيسية لصورة الحشد الشعبي .
3. التعرف على مضامين صورة الحشد الشعبي .
4. التعرف على أعداد الصفحات التي أنشئت لغرض نشر أخبار و شؤون الحشد الشعبي .
5. معرفة أنواع الصفحات المتخصصة بشؤون الحشد الشعبي .

4. منهج البحث :

استخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون في معرفة صورة الحشد الشعبي على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، وتناولت تحليل المضمون الكمي والكيفيّ .

5. عينة البحث :

تناولت الباحثة جميع صفحات الفيسبوك التي ظهرت على موقع التواصل الاجتماعي / الفيسبوك، عند كتابة عبارة الحشد الشعبي، و تم تدوين أسماء هذه الصفحات طيلة ثلاثة أيام، من (16 آذار لغاية 18 آذار 2017). وبلغت (983) صفحة.

الفصل الثاني

أولاً : موقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريفات موقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث لآخر، حيث يعرفها "بالاس BALAS 2006" على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض بعدد من الأسباب المتنوعة". وتعرف على أنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور...إلخ، أي أنها شبكة موقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكّن الأصدقاء القдامي من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكّنهم أيضًا التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

ومع بداية عام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي "Friendster.com" ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصادقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "skysrock.com" كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

ثم كانت النقلة الكبيرة إلى شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك "Facebook.com" ; حيث انطلق رسميا في (الرابع من فبراير عام 2004) ; وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام (2006) ، وكذلك قيام الفيسبوك في عام (2007) بـإتاحة تكوين التطبيقات، وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير، حتى تربع الفيسبوك على عرش موقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي بل وموقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم. وانتشرت فكرة موقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي توير "Twitter" ; حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة "Odeo" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقت الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر (2006) ، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة في عام (2007) لتقديم التدوينات المصغرة، وقامت شركة "Odeo" بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم "Twitter" بدءاً من (ديسمبر 2009).

مميزات شبكات التواصل الاجتماعي :-

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة ميزات، من أبرزها :-

- 1- إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وتتفق لغتهم التقنية.
- 2- إن الاجتماع على وحدة الهدف سواء التعاون أو التعارف أو لمجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة أو حب الاستطلاع.
- 3- إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويشترك ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع فقط إلى الإطلاع ومحاولة توجيه الموقف للتواصل الإيجابي.

وكذلك تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها بعدة ميزات :-

- 1- العالمية، حيث تلغى الحواجز الجغرافية إذ يستطيع الفرد التواصل مع أي فرد آخر في أصقاع الأرض بكل بساطة
- 2- التفاعلية، فالفرد هنا هو قارئ ومستقبل، هو كاتب ومشارك.

3- التنوع وتنوع الاستعمالات، يستخدم موقع الشبكات الاجتماعية الطبيب والمهندس والطالب والأستاذ الجامعي والعامل وسائق سيارة الأجرة، وربة البيت، وطلاب في عمر المراهقة .

4- سهولة الاستخدام، تميز الشبكات بأنها تتطلب معرفة القراءة والكتابة فقط.

5- الجانب الاقتصادي، لا تتطلب أموالاً كثيرة بل تتطلب الاشتراك الشهري بشبكة المعلومات العالمية فقط ، وكذلك لا تتطلب جهداً كبيراً سوى الجلوس والضغط على الأزرار، أما الوقت فإنه يستغرق ساعات طويلة ولكن المتلقى لا يشعر بالملل أبداً فيه.

أشهر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك "Facebook"

يعد الفيسبوك من أشهر موقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تأسس في عام (2004) من قبل "مارك زوكربيرغ - وكريس هوجس" ويقدم الموقع جميع خدماته مجاناً ويتم بانضمام المستخدم إلى الشبكة عبر التسجيل في الموقع ومن ثم يتمكن من التواصل مع قائمة أصدقائه وإرسال رسائل نصيه وإنشاء ملف خاص لكل مستخدم يحتوي على معلومات الشخصية وصوره ويمكنه تبادل الرسائل والصور ونشرها على صفحاته الشخصية ليتمكن الأصدقاء من رؤيتها، ويتحطى عدد المستخدمين للفيسبوك لغاية (2014) ثمانمائة مليون مستخدم نشط يستخدم نصفهم الموقع يومياً، ويتم تحميل (250) مليون صورة يومياً، ويتم مشاهدة ما يعادل (150) سنة من الفيديو المتضمن من اليوتيوب فقط داخل الموقع، ويتوفر الفيسبوك بأكثر من (70) لغة، و (350) مليون مستخدم يستخدمون الهواتف الذكية للدخول على حساباتهم في الفيسبوك.

مميزات الفيسبوك :-

يتميز الفيسبوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أبرزها :-

1- خاصية "Wall أو لوحة الحائط"، وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائطه.

2- خاصية "التعليقات"، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد يمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

3- خاصية "Status أو الحالة"، التي تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال وما يشعرون به من أحاسيس ومشاعر في تلك اللحظة.

4- خاصية "Pokes أو نكز"، تتيح إرسال نكزة افتراضية، لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

كذلك يتميز الفيسبوك بتقديم خدمات كثيرة أهمها :

- 1- مجانية الاشتراك
- 2- البحث عن الأصدقاء القديمي والتعرف عليهم ومراسلتهم
- 3- يتمتع المستخدم بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك ويمكن له أن يضع فيها ما يشاء من صور أو فيديوهات، وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم بمشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها
- 4- وضع الصور الخاصة به على صفحته الشخصية وتكونين اليوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيتها .
- 5- تكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات تتحدد عن أمر معين وبدون أدنى شروط
- 6- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء .
- 7- إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء .
- 8- تم تقديم سمة تعليقات الفيسبوك في (22 آب 2006)، وهي سمة تتعلق بالتدوين وتسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها .
- 9- أصدر الفيسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج "comet" وأطلق عليه اسم "chat" ، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم .
- 10- أطلق الفيسبوك سمة الهدايا . التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم، تظهر على الملف الشخصي للمستخدم، الذي يقوم باستقبال الهدية،
- 11 في (11 من كانون الأول 2008) تم الإعلان عن اختبار الفيسبوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل مبسط .

إن محتوى الفيسبوكاليوم لم يعد مجرد يوميات أو أخبار شخصية، يتداولها فيما بينهم، بل دخل في مجالات عده لم يكن متوقعاً أنه يمكن استخدامه لصالحه، و من هذه الاستخدامات :

1. إن بعض وسائل الإعلام أصبحت تستخدم الموقع كمصدر للأخبار، وكذلك يتم استخدامه من قبل الصحف والمجلات و القنوات الفضائية، وأخذت بعض الصحف تنشئ لها صفحات خاصة على الموقع.
2. استخدام الأدباء والكتاب من خدمات الموقع، إذ إن الكتاب والأدباء يشيرون إلى إصداراتهم الجديدة عبرها، كما أنهم ينشرون الصفحة الأولى للإصدار، مما أدى إلى سرعة الإقبال عليها من الجمهور القرائي، كونه عرف بها من المصدر مباشرة، وأين تتوفر هذه النسخة في الأسواق والمكتبات.

3. كذلك اتجهت الشركات إلى الترويج لخدماتها، والتسويق لمنتجاتها، بالإضافة إلى معرفة آراء الجمهور بالخدمة المقدمة لهم، أو المنتوج، لإجراء التعديلات عليها قبل طرحها في الأسواق .

4. كذلك دخلت السياسة في الفيسبوك، حيث يتم استخدامه من قبل المرشحين للانتخابات البرلمانية ، أو الانتخابات الفرعية، للترويج لبرامجهم الانتخابية، ومحاولة كسب الجمهور، كذلك المرشحين إلى الانتخابات الرئاسية .

وفي المدة الأخيرة، تحولت موقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر أساسي للمعلومات والأخبار ولبث أشرطة الفيديو وشهادات الشهداء على الأحداث، فلجأ (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الأحداث على جواله وكاميراه ومن ثم نشرها على صفحته الشخصية، أو إرسالها إلى المؤسسات الإعلامية الكبرى، التي تطلب من المشاهدين إرسال ما يقومون بتصويره إلى المؤسسة في إعلانات خاصة للقناة، ويتم بثها.

صحافة المواطن

لم تغز تكنولوجيا الإعلام ظواهر إعلامية فقط، وإنما أفرزت مصطلحات ومفاهيم أضيفت إلى القاموس الإعلامي المهني، والأكاديمي، وما يثير الانتباه بروز مصطلح (صحافة المواطن) التي نشأت في إطار ما عرف بالإعلام الجديد، بوصفها ظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة للتطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصال. و(صحافة المواطن) ويسمى أيضًا بالصحافة العامة، أو الصحافة التشاركية، أو صحافة الشارع، هو مصطلح يرمز لأفراد من العامة يمارسون نشاطاً في نقل وجمع وتحليل وتفسير ونشر الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار والمعارف. وقد أصبحت ظاهرة المواطن الصحفى ظاهرة غير قابلة للتتجاهل. وهي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفوياً ووعياً ناتجاً عن حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيداً لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، وعكس حالة من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية ، والجيل الجديد من مستخدمي شبكة المعلومات العالمية.

وتتوفر صحافة المواطن بيئة للنقاش وال الحوار والتفاعل وطرح الآراء والأفكار المختلفة تجاه مختلف القضايا الاجتماعية و السياسية والاقتصادية والعلمية والتعليمية والصحية والتربية والأمنية والثقافية والدينية.

ويعرف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغيير الكبير الذي أحدهه وتحدثه صحافة المواطنين على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، فقد ذكر "كونور وشيشتر "conor & schecher " مؤسسي شركة "globalvision" الإعلامية، أنه لسنوات وعقود كان الصحفيون هم الذين ينشؤون للجمهور الموضوعات والقضايا، ولكن مع التطورات التكنولوجية لم يعد هذا المفهوم سائداً.

فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دوراً جديداً ليقول رأيه ويفصح عن أفكاره، وانتقلت سلطة الإعلام من الصحفيين إلى المواطنين .

ويرى "شيشتر" أنه من الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية ألا تعادي مثل هذه المواقع، بل تحاول أن تدمجها في أهدافها الإعلامية، وينبغي أن تتخلى وسائل الإعلام التقليدية عن مفهوم السيطرة التامة على المعلومات والأخبار، حتى لا تفقد السيطرة على مجال الإعلام .

ثانياً : تأسيس الحشد الشعبي

تأسس الحشد الشعبي في (14 حزيران 2014) بعد فتوى المرجعية العليا في النجف الأشرف، بإعلان الجهاد الكفائي. بعد سقوط محافظة نينوى ومحافظة صلاح الدين بيد ما يسمى بـ (داعش) في (10 حزيران 2010) وتقديمهم إلى محافظة الأنبار . ثم انضوى الحشد في المؤسسة الأمنية العراقية، بعد إن تم إقرار قانون الحشد الشعبي، وصوت البرلمان العراقي عليه، وصادق عليه رئيس الجمهورية .

وشارك في معارك تحرير (جرف الصخر، وآمرلي، والضلوعية، وبلد، وديالى، والدور، والعلم، والبغدادي، وتكريت، وبيجي، والثرثار، والرمادي، وسامراء، والبشير، والكرمة، والفلوجة والصقلاوية ، وجزيرة الخالدي، الشرقاط والحضر) . و تتالف حالياً من (67) فصيلاً عسكرياً .

الفصل الثالث

تحليل مضامين صفحات الفيسبوك حول صورة الحشد الشعبي

قامت الباحثة بإجراء مسح شامل لصفحات الحشد الشعبي عبر موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) إذ تبين أن هناك (983) صفحة تحمل اسم الحشد الشعبي، منها (308) صفحات شخصية لأفراد، وصفحات خاصة بالحشد الشعبي، (675) لمجاميع من الأشخاص (كروبات) تحمل اسم الحشد الشعبي.

وcameت الباحثة بتحليل مضمون الصفحات الشخصية تحليلًا كميًّا، ومن خلال العنوان الرئيسي للصفحة ومضمون الصفحة، جاءت النتائج الآتية :-

1. إن الصفحات التي حملت اسم (الحشد الشعبي) احتلت المرتبة الأولى إذ بلغت (65) صفحة شخصية ، وتناولت أخبار و عمليات التحرير و قصص البطولة. ومئات الصور والفيديوهات، ووصلت أعداد الإعجابات لها في بعض الصفحات إلى (166,706) إعجاباً، مثل صفحة الحشد الشعبي .

2. جاءت الصفحات التي تحمل عنوان الإعلام العربي في المرتبة الثانية إذ بلغت (61) صفحة شخصية، مثل صفحة فريق الدعم الإعلامي والذي وصل عدد الإعجابات فيه إلى (333,072) إعجاباً، وصفحة الإعلام العربي وصلت الإعجابات فيه إلى (7,588) إعجاباً، وصفحة إعلام الحشد الشعبي المقدس وبلغ أعداد معجبيه (51,514).

3. وجاءت الصفحات التي تحمل عنوان (هيئة الحشد الشعبي) في المرتبة الثالثة، وبلغت (45) صفحة، مثل صفحة هيئة الحشد الشعبي، ووصل عدد الإعجابات فيها إلى (458,364) إعجاباً. وصفحة هيئة الحشد الشعبي مديرية التعبئة، ووصل عدد الإعجابات فيها إلى (44,869) إعجاباً، وصفحة هيئة الحشد الشعبي مديرية التوجيه العقائدي وسجل (435,132) إعجاباً .

4. أما الصفحات التي يرأسها الشباب فقد جاءت في المرتبة الرابعة بواقع (38) صفحة، مثل صفحة : كلنا الحشد ،، بلغ عدد المعجبين بهذه الصفحة (11876) إعجاباً .

5. وجاءت صفحات تحمل مسميات (دعم الحشد الشعبي) في المرتبة الخامسة، بواقع (20) صفحة، مثل صفحة أنصار الحشد الشعبي، وبلغ عدد معجبيه (583,857) إعجاباً.

6. وجاءت الصفحات التي تحمل مسمى الحشد حسب المناطق الجغرافية بالمرتبة السادسة، وهي (11) صفحة ، مثل صفحة الحشد الشعبي / محور نينوى وسجل عدد إعجابات (31,288) إعجاباً. وصفحة الحشد الشعبي في واسط الذي سجل بدورة (18,663).

7. واحتلت صفحات أنسائها المرأة العراقية المرتبة السابعة وبلغت (10) صفحات، ووصلت أعداد الإعجاب فيها إلى (651، 190) إعجاباً في صفحة عاشقة الحشد الشعبي، وتضم النساء اللواتي يذهبن إلى جبهات القتال كمراسلات حربيات، كذلك صفحة بنت الحشد الشعبي ووصلت أعداد الإعجاب فيها إلى (541، 47) إعجاباً.

8. واحتلت صفحات تحمل مسميات أبطال الحشد، المرتبة الثامنة وبواقع ثمان صفحات تتحدث عن سير الأبطال من قادة وجنود الحشد مثل صفحة أبطال الحشد الشعبي تلعفر وببلغ أعداد الإعجاب فيها (3,387) إعجاًباً، وصفحة وحوش الحشد الشعبي سجلت (445,48) إعجاًباً.

و كانت هناك ست صفحات حملت أسماء (الحشد الإلكتروني) بالمرتبة التاسعة مثل صفحة جيش الحشد الإلكتروني، ووصل عدد معجبيها إلى (2,395) إعجاباً.

10. كما كان هناك خمس صفحات تحمل أسماء الحشود الأخرى، محظلة المرتبة العاشرة، مثل الحشد التربوي والحشد العلمي، مثل صفحة الحشد العلمي والشعبي، وبلغ عدد معجبيها (456,1) إعجاباً.

11. وأنشأ بعض الأفراد أربع صفحات خاصة بشهداء الحشد وعوائلهم محتلة المرتبة الحادية عشرة، مثل صفحة صندوق إسكان عوائل شهداء الحشد الشعبي، وبلغ عدد معجبيها، (578،3) إعجاباً.

12. وجاءت صفحات تحمل اسم (الحشد العشائري) في المرتبة الثانية عشرة.

13. كذلك كانت هناك (3) صفحات تحمل اسم الحشد الشعبي والجيش والحسد و الفرقة الذهبية و احتلت المرتبة الثالثة عشرة .

أما تحليل مضمون الصفحات التي هي مجاميع (كروبات)، فقد أجرت الباحثة تحليلًا نوعياً لها، وهي كالتالي :-

1. تبين أن هناك (675) صفحة تحمل اسم الحشد الشعبي، وقد سميت بأسماء مختلفة، منها ما يتعلق بالأولوية الخاصة للحشد، مثل : (لواء 8 - ولواء 42 - ولواء دياري - ولواء تلaffer - ولواء 52 ، ... إلخ).
2. منها ما يتعلق بالمواكب التي تدعم الحشد الشعبي مثل موكب السوق العربي لدعم الحشد الشعبي، وهيئة مجاهدي النصرة لدعم الحشد الشعبي، وجمعية الإمام زين العابدين (ع) لدعم الحشد الشعبي، ورابطة أبناء الحسين (عليه السلام)، ... إلخ.
3. منها ما يتعلق بالمحافظات مثل (الحشد الشعبي في الأنبار، والحسد الشعبي في بيجي، والحسد الشعبي في الموصل، والحسد الشعبي في بابل، وديالي، والدجيل، ... إلخ).
4. منها ما يتعلق بالعشائر مثل عشيرة العبيد لدعم الحشد الشعبي، وقوات شمر للحشد الشعبي.
5. منها ما يتعلق بالمرأة، مثل بنت الحشد الشعبي، (477، 47 معجباً)، وعاشرة الحشد الشعبي (348، 190 معجباً)، وقوة الشهيدة أمينة جبارة، وبنت الحشد الشعبي سنية وافتخر، ... إلخ.
6. منها ما يتعلق بفئة الشباب، مثل فريق الشباب لدعم الحشد الشعبي، وفريق الحشد الشعبي الرياضي، وفريق الحشد الشعبي الجامعي، ... إلخ.
7. كذلك ما يتعلق بالأهالي ودعمهم، مثل أهالي ناحية السيبة لدعم الحشد الشعبي، وأهالي طوز لدعم الحشد الشعبي، وأهالي ناحية الفضليلة، وأهالي ناحية الرضوية، وأهالي ناحية المسيب لدعم الحشد الشعبي، ... إلخ.
8. كذلك ما يتعلق منها بشهداء الحشد الشعبي، مثل شهداء الحشد الشعبي، وعوائل شهداء الحشد الشعبي، وصور شهداء الحشد الشعبي، ومديرية شهداء وجرحى الحشد الشعبي، وأيتام شهداء الحشد الشعبي، ودعم عوائل شهداء الحشد الشعبي وشهداء قضاء الهاشمية، ... إلخ.
9. كذلك المكونات التي تنضوي تحتها الحشد الشعبي، مثل الحشد التركماني، والحسد الإيزيدي، وحسد الكرد الفيليين، وحسد تركمان تلaffer، ... إلخ.
- 10 . هناك صفحات الحشد الشعبي من فئات عدة من الجماهير، لدعم ومساعدة الحشد الشعبي مثل : أنصار الحشد الشعبي، وعشاق الحشد الشعبي، وإخوان الحشد الشعبي، ومحبي الحشد الشعبي، ونحن الحشد الشعبي، و، مناصري الحشد الشعبي، ... إلخ.

11. هناك صفحات عن إعلام الحشد الشعبي مثل : الإعلام الحزبي للحشد الشعبي (18,881 معجباً)، وإعلام (الفوج 2، لواء 9، وإعلام مدفعية الحشد الشعبي، وإعلام الحشد الشعبي، وإعلام الفوج 90 ، لواء 16، وإعلام الحشد في البصرة، وشبكة أخبار الحشد الشعبي، ... إلخ).

12. هناك الصفحات المتعلقة بالعتبات المقدسة مثل، فريق الإمامين الكاظمين للحشد الشعبي، و العتبة العباسية للحشد الشعبي، وفرقة العباس القتالية (3,595 معجباً)، و نداء المرجعية/سرايا الحشد الشعبي، وشهداء الحوزة العلمية، إلخ.

13 . كما أن هناك صفحات للحشد الشعبي خاصه بفضائل الحشد الشعبي، مثل الحشد الشعبي، وعصائب أهل الحق، و سرايا الحشد الشعبي.

14. كما توجد صفحات عده تحمل عناوين مختلفة مثل العيادة القانونية للحشد الشعبي ومديرية طبابة الحشد الشعبي، وأبطال الحشد الشعبي، وأسود الحشد الشعبي، والجنة تحت أقدام الحشد الشعبي، وصولات الحشد الشعبي، و عمليات الحشد الشعبي، ومعارك الحشد الشعبي، ... إلخ .

15 . كذلك قيام بعض الأفراد بمبادرات شخصية من قبلهم بإنشاء صفحات أطلقت عليها مسميات مختلفة مثل (حشدنا فخرنا، وحشدنا شرفنا، وحشدنا أنتم عيدنا، وحشدنا هويتنا، وحشدنا يدًا بيده، وحشدنا وجودنا ... إلخ .).

16. كما أن للمثقفين صفحاتهم الخاصة بهم وحملت مسميات مثل قصائد الحشد الشعبي، وأشعار الحشد الشعبي، وأغاني الحشد الشعبي، وأناشيد الحشد الشعبي.

17 . كما أن هناك حملات خاصة لدعم الحشد الشعب، مثل صفحة : (حملة لبيك يا حسين لمساندة الحشد الشعبي، وحملة الصديقة الطاهرة لدعم الحشد الشعبي، وحملة المختار لدعم الحشد الشعبي).

إن أعداد الصفحات الخاصة بالحشد الشعبي، والتي وصلت إلى (983) صفحة لها الخصائص الآتية :-

1. قسم منها قام بها المتقلي العراقي بذاته، فهو ينشئ الصفحة ويتابع أخبار الحشد الشعبي و ينشرها تباعاً، صوراً ونصوصاً وفيديوات. لكن لها خصوصية معينة، أما خاصة بالشهداء وعوائل الشهداء، أو خاصة بسير العمليات العسكرية، أو خاصة بمكون من

مكونات الشعب العراقي، أو خاصة بموكب من الموكب، أو منظمة معينة. وأعداد المعجبين بصفحاتهم تبدأ من (50) معجباً وإلى أكثر من (17000) معجب.

2. القسم الثاني أنشأها جنود الحشد الشعبي الذين يعملون في هيئة الحشد الشعبي / الإعلامي المركزي، وهؤلاء صفحاتهم تتبع سير العمليات العسكرية، وتصل أعداد الإعجاب فيها من (500) إلى أكثر من (190,000) معجب.

وأبرز الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة هي :-

1. إن فئات الشعب تدعم الحشد الشعبي بكل قوة وثبات، حتى وصل عدد الصفحات إلى هذا العدد الكبير (983 صفحة).
2. إن فئات الشعب توزعت بين الشباب والرجال والنساء، وبين رجال الدين، وطلبة الجامعات، والمدنيين، وأصحاب الموكب الحسينية.
3. تضمنت الصفحات بطولات الحشد الشعبي بكل فخر واعتزاز، وسير الشهداء الأبطال، والبطولات والصولات والمعارك التي خاضها ويخوضها أبناء الحشد الشعبي.
4. إن الصفحات تمتلئ كلمات حماسية واندفاعاً وروحاً وطنيةً عالية تتغنى بحب الوطن، والدفاع عن مقدساته وأرضه وشعبه.
5. ضمت هذه الصفحات كافة الطوائف والمذاهب العراقي، فهي تضم الشيعي والسني والكردي وبقية المكونات العراقية الأصلية.
6. اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة كل ما يتعلق بالحشد الشعبي، نظراً للإعجابات التي تصل إلى الآلاف لهذه الصفحات، والتعليقات التي تصل إلى المئات، فضلاً عن المشاركة الكثيرة لها من قبل المتابعين والمعجبين.
7. الصفحات تشمل كافة المناطق العراقية، من الأنبار وبيجي والموصى والحلة والبصرة وهو ما يعبر عن روح الوحدة الوطنية المتّصلة بروح العراق وحسه العالي بالانتماء لبلده العراق.
8. تدل صفحات الحشد الشعبي إلـ (983) أن المخططات الramy لتدمير البلد، وإدخال جنود مدربين مدججين بالسلاح الجديد والمدرعات العسكرية والجيش الإعلامي الإلكتروني الذي رافقهم منذ البداية، تدل على أن الشعب العراقي أفشل هذه المخططات، بصبره وحكمته، ووعيه العالي بحجم التحديات التي تواجه بلده، وسعيه

إلى تمجيد بطولات الحشد الشعبي، تدل على أنه قلب المعادلة ضد أعداء البلد، ووحد صفوفه، وجعل (داعش) عامل توحيد له مع أبناء الشعب العراقي للوقوف معاً ضد (داعش)، على عكس ما خطط له أعداء العراق.

المصادر :

- . حسن رضا النجار و دفاضل عبد علي ، الاعلام الرقمي و اتجاهاته الحديثة (بيروت - الامارات : دار الكتاب الجامعي ، 2017) الطبعة الاولى .
- د. حسنين شفيق ، علم نفس الاعلام الجديد (القاهرة : دار فكر وفن ، 2012) الطبعة الاولى .
- د. داليا مصطفى السواح ، دور موقع التواصل الاجتماعي في دعم فهوم المسائلة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة ، القاهرة : مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، الجمعية المصيرية للعلاقات العامة ، العدد 23 ، نيسان 2019 .
- د. رضا امين ، الاعلام الجديد (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2015) .
- وسام كمال ، الاعلام الالكتروني والمحمول بين المهنية و تحديات التطور التكنولوجي (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2014) .
- د. محمد عبد الحميد ، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت (القاهرة: عالم الكتب ، 2017) الطبعة الثانية .
- د. ياس خضير البياتي ، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة (عمان : دار البداية ، 2014) .
- د. يسري خالد ابراهيم ابراهيم و م.م.. ولاء محمد علي حسين ، آليات التغيير الاجتماعي في عصر الاتصال الرقمي ، بغداد : مجلة الباحث الاعلامي / كلية الاعلام العدد 29 ، تموز 2015

.

- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100010153953454>.
- <https://www.facebook.com/groups/847874932419324/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/751242802375989/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/538509643291594/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/538509643291594/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/383896249415164/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/789212364483230/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/341856263637970/?ref=share>.
- <https://www.facebook.com/groups/1676757365976785/?ref=share>.

- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100048270141564>.
- <https://www.facebook.com/alhashed2/>
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100048270141564>.
- <https://www.facebook.com/Nursinghashid/>.
- [https://www.facebook.com/%D8%A3%D8%B9%D9%80%D9%80%D9%84%D8%AD%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B4%D8%A7%D9%84%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B4%D8%B9%D9%80%D8%A8%D9%80%D9%8A-102007668824404/](https://www.facebook.com/%D8%A3%D8%B9%D9%80%D9%80%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%87%D9%80%D9%8A%D9%80%D9%80%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B4%D8%A7%D9%84%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B4%D8%B9%D9%80%D8%A8%D9%80%D9%8A-102007668824404/).
- <https://www.facebook.com/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%B3%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%8A%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A8%D8%A6%D9%87-%D9%87%D9%80%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B4%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B9%D8%A8%D9%8A-180951945670596/>.
-

الملاحق :