

صورة الحشد الشعبي في مواقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك" أنموذجاً

أ.م.د. ربا قحطان الحمداني
قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام / جامعة بغداد

المستخلص

تناول البحث صورة (الحشد الشعبي) في مواقع التواصل الاجتماعي ، و تم اختيار صفحات (الفيسبوك) لدراسة صورتها، وأحصت 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 مضامين هذه الصورة ؟
 - 3 ما أعداد الصفحات التي تحمل عنوان (الحشد الشعبي) بمختلف المسميات والعبارات ؟
- و استخدمت 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 يوميا .
- و (٦٦٥) صفحة هي مجموعات (كروب) و تضم الآلاف من المتابعين والمعجبين ، و ينشرون لأخبار المعارك يوميا أيضا .
- 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 الفيديوات ، و بلغ متابعو إحدى هذه الصفحات (166,706) متابعين و معجبين .
- و بلغ مجموع أعداد الصفحات التي حملت عنوان (الإعلام الحربي 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 الألوية ، مثل صفحات (الحشد الشعبي لواء ٤٢) و (الحشد الشعبي لواء تلعفر) و (الحشد الشعبي لواء 30) .

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 :

(مواقع التواصل الاجتماعي) ، (صفحات الفيسبوك) ، (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 مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، و نوع هذه الصورة، نظرًا 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 ب (الميليشيات) و تطرح عنها صورة سلبية للغاية و تتهمها بحوادث سلبية .

و يطرح البحث التساؤلات الآتية :

1. ما هي صورة هيئة الحشد الشعبي في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ؟
2. ما هي مضامين هذه الصورة ؟
3. ما أعداد الصفحات التي تتخذ من هيئة الحشد الشعبي موضوعًا رئيسًا 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 مواقع التواصل الاجتماعي ؟

2. أهمية البحث :

تنطلق أهمية البحث من معرفة الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي عن الحشد الشعبي في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا 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 تتعاطى مع الهيئة بشكل سلبي، ووسائل أخرى تنهج نهجًا مختلفًا، فتلقي الضوء على كل المعارك التي تشارك بها الهيئة. ومعرفة صورة الحشد الشعبي لدى الجمهور العراقي سيعد مؤشرًا مهمًا 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 مواقع التواصل الاجتماعي .
2. معرفة المحاور الرئيسة 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 مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، وتناولت تحليل المضمون الكمي والكيفي .

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 : مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث لآخر، حيث يعرفها "بالاس" 2006 BALAS " على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد 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، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر 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 مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم 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 والصدقات 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 "skyrock.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 أيضًا 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 مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم. وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر "Twitter" ; حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة "Odeo" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميًا 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" بدءًا 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 ويشارك ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع فقط إلى الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.

وكذلك تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها بعدة ميزات :-

- 1- العالمية، حيث تلغي 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 مواقع الشبكات الاجتماعية الطبيب والمهندس والطالب والأستاذ الجامعي والعامل وسائق سيارة الأجرة، وربة البيت، وطلاب في عمر المراهقة .

4- سهولة الاستخدام، تتميز 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 المتلقي لا يشعر بالملل أبداً فيه.

أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك "Facebook"

يعد الفيسبوك من أشهر مواقع 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 نصية وإنشاء ملف خاص لكل مستخدم يحتوي على معلومات الشخصية وصوره ويمكنه تبادل الرسائل والصور ونشرها على صفحته الشخصية ليتمكن الأصدقاء من رؤيتها، ويتخطى عدد المستخدمين للفيسبوك لغاية (2014) ثمانمائة مليون مستخدم نشط يستخدم نصفهم الموقع يوميًا، ويتم تحميل (250) مليون صورة يوميًا، 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 القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم
- 3- يتمتع المستخدم بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك ويمكن له أن يضع فيها ما يشاء من صور أو فيديوات، وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم بمشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها
- 4- وضع الصور الخاصة به على صفحته الشخصية وتكوين البوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته .
- 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" ، و يوفر 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 الفيسبوك اليوم لم يعد مجرد يوميات أو أخبار شخصية، يتداولها فيما بينهم، بل دخل في مجالات عدة لم يكن متوقعًا أنه يمكن استخدامه لصالحه، ومن 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 القارئ، 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 المنتج، 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 مواقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر أساسي للمعلومات والأخبار ولبتّ أشرطة الفيديو وشهادات الشهود على الأحداث، فلجأ (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الأحداث على جواله وكاميرته 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 بثّها.

صحافة المواطن

لم تفرز تكنولوجيا الإعلام ظواهر إعلامية فقط، وإنما أفرزت مصطلحات ومفاهيم أضيفت إلى القاموس الإعلامي المهني، والأكاديمي، و مما 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) و يسمى أيضًا بالصحافة العامة، أو الصحافة التشاركية، أو صحافة الشارع، هو مصطلح يرمز لأفراد من العامة يمارسون نشاطًا في نقل وجمع وتحليل وتفسير ونشر الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار والمعارف. وقد أصبحت ظاهرة المواطن الصحفي ظاهرة غير قابلة للتجاهل. وهي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفويًا وواعيًا ناتجًا عن حضور المواطن في قضايا الشأن العام، و تأكيدًا لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، و تعكس حالة من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية ، والجيل الجديد من مستخدمي شبكة المعلومات العالمية.

وتوفر صحافة المواطن بيئة للنقاش والحوار والتفاعل وطرح الآراء والأفكار المختلفة تجاه مختلف القضايا الاجتماعية و السياسية والاقتصادية والعلمية والتعليمية والصحية و التربوية والأمنية والثقافية والدينية.

ويعترف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغير الكبير الذي أحدثه وتحديثه صحافة المواطنين على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، فقد ذكر "كونور وشيشتر conor & schecher" ، مؤسسي شركة "globalvision" الإعلامية، أنه لسنوات و عقود كان الصحفيون هم الذين ينشرون للجمهور الموضوعات والقضايا، ولكن مع التطورات التكنولوجية لم يعد هذا المفهوم سائدًا.

فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دورًا جديدًا ليقول رأيه ويفصح عن أفكاره، و انتقلت 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، و ينبغي أن تتخلى وسائل الإعلام التقليدية عن مفهوم السيطرة التامة على المعلومات والأخبار، حتى لا تفقد السيطرة على مجال الإعلام .

ثانيًا : تأسيس الحشد الشعبي

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

وشارك في معارك تحرير (جرف الصخر، و آمرلي، والضلوعية، و بلد، وديالى، والدور، والعلم، والبغداد، وتكريت، وبيجي، والثرثار، والرمادي، وسامراء، والبشير، والكرمة، والفلوجة والصقلاوية ، وجزيرة الخالدي، الشرقاط والحضر) . و تتألف حاليًا من (67) فصيلة عسكرية .

الفصل الثالث

تحليل مضامين صفحات الفيسبوك حول صورة الحشد الشعبي

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

وقامت الباحثة بتحليل مضمون الصفحات الشخصية تحليلًا كميًا، ومن خلال العنوان الرئيسي للصفحة و مضمون الصفحة، و جاءت بالنتائج الآتية :-

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

2. جاءت الصفحات التي تحمل عنوان الإعلام الحربي في المرتبة الثانية إذ بلغت (61) صفحة شخصية، مثل صفحة فريق الدعم الإعلامي والذي وصل عدد الإعجابات فيه إلى (333،072) إعجابًا، و صفحة الإعلام الحربي وصلت الإعجابات فيه إلى (7،588) إعجابًا، و صفحة إعلام الحشد الشعبي المقدس و بلغ 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) إعجابًا. و صفحة هيئة الحشد الشعبي مديرية التعبئة، ووصل عدد الإعجابات فيها إلى (44،869) إعجابًا، و صفحة هيئة الحشد الشعبي مديرية التوجيه العقائدي وسجل (435،132) إعجابًا .

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

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

6. وجاءت الصفحات التي تحمل مسمى الحشد حسب المناطق الجغرافية بالمرتبة السادسة، و هي (11) صفحة ، مثل صفحة الحشد الشعبي / محور نينوى وسجل عدد إعجابات (31،288) إعجابًا. و صفحة الحشد الشعبي في واسط الذي سجل بدوره (18،663).

7. واحتلت صفحات أنشأتها المرأة العراقية المرتبة السابعة وبلغت (10) صفحات، ووصلت أعداد الإعجاب فيها إلى (190، 651) إعجابًا في صفحة عاشقة الحشد الشعبي، وتضم النساء اللواتي يذهبن إلى جبهات القتال كمراسلات حربيات، كذلك صفحة بنت الحشد الشعبي ووصل أعداد الإعجاب فيها إلى (47، 541) إعجابًا.
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 تلغفر وبلغ أعداد الإعجاب فيها (3، 387) إعجابًا، و صفحة وحوش الحشد الشعبي سجلت (48، 445) إعجابًا.
9. وكانت هناك ست صفحات حملت أسماء (الحشد الإلكتروني) بالمرتبة التاسعة مثل صفحة جيش الحشد الإلكتروني، ووصل عدد معجبيها إلى (2، 395) إعجابًا.
10. كما كان هناك خمس صفحات تحمل أسماء الحشود الأخرى، محتلة المرتبة العاشرة، مثل الحشد التربوي والحشد العلمي، مثل صفحة الحشد العلمي والشعبي، و بلغ عدد معجبيها (1، 456) إعجابًا.
11. وأنشأ بعض الأفراد أربع صفحات خاصة بشهداء الحشد وعوائلهم محتلة المرتبة الحادية عشرة، مثل صفحة صندوق إسكان عوائل شهداء الحشد الشعبي، و بلغ عدد معجبيها (3، 578) إعجابًا.
12. وجاءت صفحات تحمل اسم (الحشد العشائري) في المرتبة الثانية عشرة.
13. كذلك كانت هناك (3) صفحات تحمل اسم الحشد الشعبي والجيش و الحشد و الفرقة الذهبية واحتلت المرتبة الثالثة عشرة .

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

1. تبين أن هناك (675) صفحة تحمل اسم الحشد الشعبي، و قد سميت بأسماء مختلفة، منها ما يتعلق بالأولوية الخاصة للحشد، مثل : (لواء 8 - و لواء 42 - و لواء ديالى - و لواء تلعفر - و لواء 52، إلخ).
2. منها ما يتعلق بالموكب التي تدعم الحشد الشعبي مثل موكب السوق العربي لدعم الحشد الشعبي، وهياة مجاهدي النصرة لدعم الحشد الشعبي، و جمعية الإمام زين العابدين (ع) لدعم الحشد الشعبي، و رابطة أبناء الحسين (عليه السلام)، إلخ.
3. منها ما يتعلق بالمحافظات مثل (الحشد الشعبي في الأنبار، و الحشد الشعبي في بيجي، و الحشد الشعبي في الموصل، و الحشد الشعبي في بابل، و ديالى، و الدجيل، ... إلخ).
4. منها ما يتعلق بالعشائر مثل عشيرة العبيد لدعم الحشد الشعبي، و قوات شمر للحشد الشعبي.
5. منها ما يتعلق بالمرأة، مثل بنت الحشد الشعبي، (47،477 معجبا)، وعاشقة الحشد الشعبي (190،348 معجبا)، وقوة الشهيدة أمينة جبارة، و بنت الحشد الشعبي سنية وافتخر، ... إلخ.
6. منها ما يتعلق بفئة الشباب، مثل فريق الشباب لدعم الحشد الشعبي، و فريق الحشد الشعبي الرياضي، و فريق الحشد الشعبي الجامعي، ... إلخ.
7. كذلك ما يتعلق بالأهالي و دعمهم، مثل أهالي ناحية السيبه لدعم الحشد الشعبي، وأهالي طوز لدعم الحشد الشعبي، وأهالي ناحية الفضلية، 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 وجرى 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، و الحشد الإيزيدي، و حشد الكرد الفيليين، و حشد تركمان تلعفر، ... إلخ.
10. هناك صفحات الحشد الشعبي من فئات عدة من الجماهير، لدعم و مساعدة الحشد الشعبي مثل : أنصار الحشد الشعبي، وعشاق الحشد الشعبي، وإخوان الحشد الشعبي، و محبي الحشد الشعبي، و نحن الحشد الشعبي، و، مناصري الحشد الشعبي، ... إلخ.

11. هناك صفحات عن إعلام الحشد الشعبي مثل : الإعلام الحزبي للحشد الشعبي (18,881 معجبًا)، 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 الكاظميين للحشد الشعبي، و العتبة العباسية للحشد الشعبي، وفرقة العباس القتالية (3,595 معجبًا)، و نداء المرجعية/سرايا الحشد الشعبي، و شهداء الحوزة العلمية، إلخ.

13. كما أن هناك صفحات للحشد الشعبي خاصة بفصائل الحشد الشعبي، مثل الحشد الشعبي، و عصائب 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، و صولات 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 بيد، 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 المتلقي العراقي بذاته، فهو ينشئ الصفحة ويتابع أخبار الحشد الشعبي و ينشرها تبعًا، صورًا ونصوصًا 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) معجبا وإلى أكثر من (17000) معجب.

2. القسم الثاني أنشأها جنود الحشد الشعبي الذين يعملون في هيئة الحشد الشعبي/ الإعلام المركزي، وهؤلاء صفحاتهم تتابع 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 و المعارك التي خاضها و يخوضها 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 و المذاهب العراقي، فهي تضم الشيعي و السني و الكردي و بقية المكونات العراقية الأصيلة.

6. اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة كل ما يتعلق بالحشد الشعبي، نظرًا 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 والموصل والحلة والبصرة وهو ما يعبر عن روح الوحدة الوطنية المتأصلة بروح العراقي وحسه العالي بالانتماء لبلده العراق.

8. تدل صفحات الحشد الشعبي ال (983) أن المخططات الرامية لتدمير البلد، وإدخال جنود مدرّبين مدجّجين بالسلاح الجديد والمدركات العسكرية والجيش الإعلامي الإلكتروني الذي رافقهم منذ البداية، تدل على أن الشعب العراقي أفضل 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، ووحيد 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 د.فاضل عبد علي ، الاعلام الرقمي و اتجاهاتها 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 مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساءلة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة ، القاهرة : مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الاوسط ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، العدد 23 ، نيسان 2019 .
- د. رضا امين ، الاعلام الجديد (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2015) .
- وسام كمال ، الاعلام الالكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات 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. يسرى 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%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%D8%B4%D8%AF-%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%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 :