

الأفتباس: شمس الدين و عبدالمجيد (٢٠١٦). صورة الجماعات الإرهابية على مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة حالة لقضية إمارة سيناء على موقع تويتر. المجلة العلمية لجامعة ٦ أكتوبر، عدد ١، صفحة ١٢٦-١٣٣،  
حقوق النشر: © ٢٠١٦ شمس الدين و عبدالمجيد. هذا المقال قابل لتداول العلمي بموجب شروط الرخصة الإبداعية، الذي يسمح بالاستخدام، والتوزيع والاستنساخ بشرط حفظ حقوق الملكية الفكرية

المجلة العلمية لجامعة ٦ أكتوبر  
ترقيم دولي للنسخ الورقية: ٢٣١٤-٨٦٤٠  
ترقيم دولي إلكتروني: 2356-8119  
© كل حقوق النشر محفوظة لجامعة ٦ أكتوبر  
متاح على الموقع الإلكتروني <http://sjou.journals.ekb.eg>  
بحث أصيل

## صورة الجماعات الإرهابية على مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة حالة لقضية إمارة سيناء على موقع تويتر

فتحي محمد شمس الدين<sup>١</sup> و أسماء مسعد عبدالمجيد<sup>٢</sup>  
كلية الإعلام - جامعة بنها  
قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة ٦ أكتوبر

Received: 10-12-2014/ Revised: 15-12-2014 / Accepted: 15-1-2015

### المستخلص:

تمثل الجماعات الإسلامية المتشددة، أمثال القاعدة، وجماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تستخدم الجماعات الإرهابية تلك المواقع في مد أعضاءها بالمعلومات اللازمة لتنفيذ عملياتهم التخريبية، بل وتعليمهم كيفية استخدام تلك المواقع والاستفادة منها في أعمالهم التي يقومون بها، إضافة إلى استخدامها للوصول إلى جمهور الشباب من أجل كسب تأييدهم تارة ومحاوله تجنيدهم لصفوفها تارة أخرى، وقد أخذ تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، المعروف اختصاراً باسم داعش، باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك لتجنيد بعض الأفراد في التنظيم في مختلف أنحاء العالم، كما استخدم أيضاً شبكات تويتر واليوتيوب والفيس بوك كوسيلة لمعاينة المعترضين على نشاط التنظيم وكمبر إعلامي لما يقوم به من أعمال من خلال عرض تعذيب وقتل هؤلاء المعترضين أو المخالفين للفكر الإرهابي من خلال فيديوهات مصورة ثبت عبر مختلف شبكات التواصل، فتم إعدام على سبيل المثال الناشطة سميرة النعيمي لأنها انتقدت نشاط تنظيم داعش عبر الفيس بوك.

ورصدت العديد من الاستخدامات من جانب جماعة بيت المقدس لإدارة عملياتها من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي الجماعة التي أعلنت إقامة إمارة سيناء بعد انضمامها إلى جماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش). لذا ستحاول الدراسة الكشف عن كيفية تناول مرادي موقع تويتر لما تقوم به الجماعات الإرهابية من أعمال في سيناء والموضوعات المرتبطة بأسماء هذه الجماعات والكلمات التي تذكر حولها، وأسلوب تعامل النشطاء على تويتر مع هذه الظاهرة وكيفية ظهور صورة هذه الجماعات الإرهابية بعد تواصلهم مع الشباب على مواقع الشبكات الاجتماعية في تغريداتهم. ومعرفة المظاهر السياسية والاجتماعية والإعلامية والنفسية المصاحبة لصورة الجماعات الإرهابية لدى مستخدمي موقع تويتر وذلك من خلال تحليل مضمون ثمانية آلاف تغريده تتناول الحديث عن الوضع في سيناء في إطار نظرية المجال العام، لرصد الفترة الحالية بعد إعلان الجيش سيناء منطقة حرب على الإرهاب.

الكلمات المفتاحية: الجماعات الإسلامية المتشددة - داعش - المعترضين - الجماعات الإرهابية.

### مقدمة:-

تعود شعبيه مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام لإتاحة مساحة للرأي وضمان حرية المواقف حيث تسمح للأشخاص بحرية التعبير عن آراءهم وقضاياهم المختلفة دون قيود تذكر، بعيداً عن الملاحقات الأمنية التي قد تهدد آرائهم وتقمع حرياتهم في التعبير، وهو الأمر الذي أعمدت عليه الجماعات الإرهابية - خاصة جماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)- في بث أفكارها إلى متابعيها من خلال تلك المواقع خاصة موقع تويتر الذي وفر مجالاً عاماً لتبادل الآراء والتعبير عنها مما أدى إلى زيادة المنضمين إلى تلك الجماعات، إضافة إلى كونها مكاناً للترويج إلى أفكارها ومعتقداتها بين متابعيها خاصة بين الشباب، وجاء الحديث عن مذبحه كرم القواديس التي نفذتها جماعة أنصار بيت المقدس كأول العمليات بعد إعلان انضمامها لداعش، وإقامة إمارة سيناء، الأمر الذي أحدث صدى كبير في الشارع المصري، من هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الوقوف على مدى مساهمة شبكة تويتر الترويج لفكرة إمارة سيناء تحديداً والأفكار الإرهابية لداعش بشكل، وقوفاً على مدى تقبل أور رفض أصحاب عينة التحليل ( نماذج من التدوينات) في تقبل الفكرة أو رفضها.

### أهمية الدراسة

#### تتمثل أهمية الدراسة في :-

- (١) أهمية رصد المفاهيم والآراء السياسية التي يتم ترويجها في المجتمع المصري من خلال شبكة تويتر، للوقوف على تأثيرها في الأحداث الإرهابية في مصر.
- (٢) الوقوف على طبيعة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المفاهيم والموضوعات السياسية، خاصة شبكة تويتر - للاستفادة من إمكانياتها وتوظيفها لتحقيق المفهوم الحقيقي للديمقراطية.
- (٣) كثرة الأفكار السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي وتعرض الشباب لها، الأمر الذي يتطلب تقصي أسباب إقبال الشباب على تلك الصفحات من جهة، والوقوف على أبرز ما تحويه من جهة أخرى.
- (٤) أهمية التوصل إلى معلومات منهجية بشأن دور شبكات التواصل الاجتماعي خاصة تويتر في تدعيم المفاهيم السياسية الإيجابية، أو تغيير المفاهيم السياسية السلبية المتعلقة بالإرهاب لدى الشباب المصري.

عنوان المؤلف: فتحي محمد شمس الدين كلية الإعلام جامعة بنها  
البريد الإلكتروني:- [fath@yahoo.com](mailto:fath@yahoo.com)

الشبكات، غالبيتهم من الأصدقاء المقربين أو الأسرة، فاستمرار الثقة شيء يسهل تحقيقه بواسطة علاقات الترابط بينهم؛ لأن كمية المعرفة المطلوبة لتوافر الثقة بالنسبة للعلاقة يوفرها تصميم الموقع ذاته من خلال توفير ما يكفي من المعلومات حول المستخدمين الآخرين. (Jeremy Makely, 2011)

أما عمرو أسعد ٢٠١١م فقد سعي في دراسته إلى دراسة تأثير المتغيرات الوسيطة في العلاقة بين معدل ودوافع استخدام لشباب المصري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب وقيمهم المجتمعية، ووجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام الطلاب للموقع وقيمهم المجتمعية، ولم تؤثر درجة الحضور الاجتماعي في موقعي الدراسة في العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للموقعين وقيمهم المجتمعية. (عمرو أسعد، ٢٠١١)

ولمعرفة الآليات الكامنة وراء تأثير الشبكات الاجتماعية على عملية التأثير الاجتماعي وتحليل التكوين المستخدم في بنية الاتصالات الجماعية، خرجت دراسة كيونجي كيون Kyounghee Kwon ٢٠١٠م للتأكيد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية تؤثر على مخرجات التأثير حيث خرجت وجهات نظر تحليلية مختلفة المستويات لتحليل ديناميكية تأثير الفيس بوك كأحد مواقع الشبكات الاجتماعية، وتبين وجود تأثير للأفراد في تعبئة سلوكيات الآخرين فيما يسمي بالتمثيل الاجتماعي للأفراد داخل الفضاء الافتراضي، وقد كانت الرسالة أقوى إذعانا عندما تعرض الأفراد إلى اتصالات مباشرة متعددة مع آخرين، في حين أن الشبكة لم تكن مثبته إلى التأثير المباشر على سلوك الأفراد على الإنترنت، فقد كان وضع المشرف وتصرفاته لها توجيه مباشر ظهر في عدوي التأثير الاجتماعي، بمعنى أن المجموعة التي تمت دراستها لم تسعى للتأثير الاجتماعي بينها كأفراد إلا أن سطوة المشرف على هذه المجموعة أظهرت تأثير من خلال العدوى الاجتماعية. (Kyounghee Kwon, 2010)

وفي دراسة كيفين ويز وآخرون Kevin Wise et.al ٢٠١٠م تناولت فكرة التفاعل على الموقع الاجتماعي فيس بوك من خلال احتمالين، الأول تعرض سلبي لكل ما يأتي على الحساب الشخصي للفرد ومن خلال التحديثات التلقائية، والثاني تعرض إيجابي اختياري من خلال البحث عن صفحات الأصدقاء الآخرين والمشاركة في المجموعات المختلفة. والتعرف على المؤشرات الفسيولوجية حيث أشارت البيانات التي ظهرت على الجهاز المستخدم في الدراسة لدراسة الانفعالات على سطح الجلد أن النشاط العاطفي متدني المستوى خلال التصفح السلبي أو التصفح الإيجابي، حيث لم تظهر أي زيادة في النشاط العاطفي أو التأثير على سطح الجلد. وأشارت البيانات الملاحظة على تعبيرات الوجه أن الباحثين الأكثر خبرة في التعامل مع مواقع الشبكات ظهرت عليهم تعبيرات أكثر لطفا أثناء البحث الاجتماعي الإيجابي عن صفحات أصدقائهم مقارنة بالتعرض السلبي للتحديثات التلقائية أو Social Browsing. (Kevin Wise, 2010)

أما دراسة ايون جو لي Eun-ju Lee (١١) ٢٠٠٤م فقد أثبت أن استجابات المشاركين أكثر توافقاً مع ما تعرضه المجموعة من آراء، بعكس إذا تم عرض نفس الرأي من شخص واحد فقط. فعندما يخضع الأفراد لتأثيرات منفردة يقل أثر المجموعة عليهم، ولم يتم قياس أي تعارض بين الرأي والرأي الأخرى في الدراسة، وقد أظهر الأفراد استجابات أكبر مع الآراء المتفاعلة حينما وضعوا صور رسوم متحركة. (Eun-ju Lee, 2004)

#### تساؤلات الدراسة

- ما أبرز الكلمات المستخدمة على تويتر للدلالة على الأحداث الإرهابية؟

٥) أهمية الفترة الزمنية التي تتم دراستها خاصة أنها تضمنت العديد من الأحداث السياسية أبرزها إعلان قيام إمارة سيناء بعد إنضمام جماعة بيت المقدس الي جماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)

#### أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- ١) التعرف على صورة الجماعات الارهابية خاصة داعش لدى مستخدمي شبكة تويتر، من خلال تدويناتهم على ذلك الموقع.
- ٢) التعرف على المحتوى السياسي لتدوينات شبكة تويتر وأساليب الإقناع والاستمالات العقلية المستخدمة فيها لتحقيق غرض سياسي وهو الانضمام للجماعات الارهابية، أو تأيد فكرة ما قامت بتقديمها.
- ٣) التعرف على طرق وأساليب المعالجة لقيه إمارة سيناء لدى المدونين والمتابعين، في شبكة تويتر.
- ٤) التعرف على طبيعة المواد المصاحبة للتدوينات المتعلقة بالعمليات الارهابية ( صور - فيديوهات - نصوص)، وعلاقتها بطبيعة الحدث.
- ٦) معرفه حجم المشاركة من قبل المستخدمين لشبكة تويتر، خاصة فيما يتعلق بالموضوعات الارهابية المتعلقة بامرة سيناء وتنظيم جماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)

#### الدراسات السابقة

من خلال البحث في الدراسات السابقة التي ترتبط بالموضوع محل الدراسة أمكن تقسيمها إلى محور أساسي وهو:

المحور الأول: دراسات تناولت الشبكات الاجتماعية ودورها في الحياة العامة وتأثيرها على الأفراد. وتنقسم إلى:

أ- الشبكات الاجتماعية ودورها السياسي وتوفير مجال عام:

يذهب كونجو شين Kuan-Ju Chen ٢٠١١م في دراسته إلى أن أسباب استخدام الشباب لتلك الشبكات يكون لتقييم مناخ الرأي، والرغبة في التحدث عن القضايا السياسية المثيرة للجدل، ومن خلال استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، الفيس بوك، وتبين أن مجموعة الأصدقاء المقربين كانوا الأكثر تقييماً لمناخ الرأي العام عن القضايا السياسية العامة، وتظهر اختلافات ديموغرافية في النوع، فالمرأة تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية من أجل الحفاظ على دائرة العلاقات الاجتماعية في حين أن الرجال يستخدمون مواقع الشبكات للمشاركة والتفاعل السياسي بصورة أكبر. (Kuan-Ju Chen, 2011)

وتري أسماء مسعد في دراستها ٢٠١١م أنه رغم توفير الإنترنت المجال العام لعرض وجهتي النظر إلا أن التوازن لم يظهر في عرض الأحداث محل الدراسة فقد جاءت النسبة الأكبر من عينة الدراسة التحليلية لصالح وجهة النظر المعارضة، لأنه ليس من المتاح للجمهور عرض وجهة نظرهم في الإعلام الرسمي أو الخاص بحرية تامة، لذا تتخذ الحركات السياسية من الإنترنت ملجأ لها لعرض وجهة نظرها على أكبر عدد ممكن من الجمهور على شبكة الإنترنت. (أسماء مسعد، ٢٠١١)

ب- الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الفرد:

سعت دراسة جيرمي ماكلي Jeremy Makely ٢٠١١م إلى تحليل التفاعل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية باستخدام نموذج Simmel's dialectical style and micro sociological على اعتبار أن مواقع الشبكات الاجتماعية لها آثار كثيرة وواضحة على شكل الحياة الاجتماعية، حيث تغير نمط الحياة للإنسان بنفس وتيرة وسرعة تغيرها وتطورها، ولتوظيف مفهوم Simmelian الخاص بالقيمة النادرة، ففكرة القيمة ناشئة عن الاهتمام الوجداني، من أجل دراسة وتحديد قيمة الشخص الفرد فيما يتعلق بالشبكات الاجتماعية، حيث يصبح التواصل والترابط كسمة لهذه المواقع مناسبة تماماً لإنتاج وصيانة قيمة الشخصية، ومن ناحية أخرى فإن الترابط والتواصل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية تعمل على تدعيم الثقة بين الأشخاص. ونظراً لمعرفة المستخدم بأصدقائه على مواقع

على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني كمنظمات أو شبكات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة. (Sean Aday, 2012) وقد دعمت الإنترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها، ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوقت بها الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية؛ فالإنترنت دعمت مفهوم ديمقراطية وسائل الإنتاج الإعلامي، ويسرت فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادلي الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم؛ فساحات النقاش، والمنتديات، والمجموعات البريدية، كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدتها الإنترنت فدعمت من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات، وتشمل أجندة الاهتمامات التي يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية والثقافة بكافة تجلياتها وأشكالها.

وتعتبر نظرية المجال العام استجابة بناءة وحاسمة لمفهوم النظرية النقدية من خلال دراسته - أي هيرماس - "التحول الهيكلية في المجال العام: التحقيق في فئة المجتمع البرجوازي" عام ١٩٦٢ Structural Transformation of the Public Sphere: An Investigation of a Category of Bourgeois Society إلا أنها لم تكن مترجمة إلى اللغة الإنجليزية حتى عام ١٩٩٣م. وكلمة المجال العام هي ترجمة كلمة Öffentlichkeit والتي تحوي بداخلها معاني أخرى غير المجال العام، منها الشعبية والشفافية والانفتاح، والمفاهيم التاريخية للمثل العليا كالحرية والاخاء والمساواة، حيث تقوم النظرية على وصف وشرح عملية تشكيل الرأي العام والمؤشرات الاجتماعية والثقافية التي تساعد على تطوير الرأي العام. (Habermas, 2013)

ويعرف هيرماس المجال العام بعدة طرق مختلفة علي النحو التالي:  
١- هو عالم حياتنا الاجتماعية التي تقترب شيئا ما من تشكيل الرأي العام.

٢- وهو الأشخاص العاديين الذين يصنعون العامة بناء على أسبابهم الخاصة.

٣- والمجال العام هو المجال الخاص من الناس الذين تجمعوا سويا كعامة.

٤- المجال العام المثالي هو مساحة للمشاركين فيه حيث يتم تبادل الأفكار بحرية.

٥- يغذي المجال العام مجموعة من الأفراد الذين يتجمعون سويا ليكنوا العامة التي تعبر عن حاجات المجتمع مع الدولة.

وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام، وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط، بحيث تكون إطارا نظريا متكاملًا، يمكنه أن يوضح حدود الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام الجديدة في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع، من أجل تعزيز المشاركة العامة، وترشيد مدخلات صناعة القرار، وصولا إلى دعم كفاءة الفعل الديمقراطي في المجتمعات، عبر بلورة رأي عام يحظى بأولويات تحظى باتفاق الجماهير وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة:

ويحدد هيرماس ثلاث سمات أساسية لتعريف المجال العام، أو ثلاث مظاهر تميزه وتميز وسائله التعبيرية هي:

أولًا: أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع.  
ثانيًا: أن يساوي مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بغض النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.

ثالثًا: أن تكون أي قضية قابلة لأن تكون موضع نقاش.

#### خلفية معرفية

يوجد حوالي ٢٧١ مليون مستخدم نشط سنويا حسب الأرقام التي عرضها موقع تويتر عن العام ٢٠١٤م، ويقاس نشاط الاستخدام بتقديم الحساب لتغريدة واحدة شهريا، شريطة ألا تكون تغريده آلية باشتراك صاحب الحساب في موقع أو تطبيق يعرض التغريدات الآلية على حساب الشخص، وبالنظر إلى الحجم الهائل من

- ما هي طبيعة التغريدات التي يتم استخدامها عند الحديث عن العمليات الإرهابية من حيث كونها شخصية أم بإضافة شخصيات أخرى؟

- ما مدى مدي وجود هاشتاج في التغريدات التي تناولت أخبار العمليات الإرهابية؟

- ما مدى وجود تفاعل علي التغريدات الخاصة بإمارة سيناء؟

- ما طبيعة التناول في التغريدات لأحداث إعلان إقامة إمارة سيناء؟

- ما هي الاستمالات الإقناعية المستخدمة في التغريدات عن إمارة سيناء؟

- ما هي الدلائل ومسارات الإقناع المستخدمة في التغريدات عن إمارة سيناء.

#### نوع الدراسة

يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية، والتي تستهدف رصد واقع الظاهرة أو مجموعه الظواهر أو القضايا والأحداث المختلفة من جميع جوانبها، بهدف تحليلها وتفسيرها في محاولة للاستشراق أو التنبؤ بما سيكون عليه وضعها مستقبلا.

#### منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey باعتباره انسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها.

#### عينة الدراسة

- أولا عينة الدراسة التحليلية:

تم تحليل مضمون (٨٠٠٠) تغريده على شبكة تويتر في الفترة الزمنية من الواحدة صباحا ١٢/١١/٢٠١٤ إلى الثانية عشرة مساء ١٧/١١/٢٠١٤، ومع استبعاد الكلمات المكررة بلغ عدد التغريدات .

#### أدوات جمع البيانات

تم جمع بيانات الدراسة من خلال:

- أداة تحليل المضمون: حيث تم تحليل مضمون تدوينات شبكة تويتر باستخدام كلمات بحث أساسية شكلا ومضمونا تتمثل في (إمارة سيناء، #أنصار بيت المقدس، صولة الأنصار)، كلمات بحث فرعية (أنصار بيت المقدس، ولاية سيناء، #ولاية سيناء، الإخوان المسلمين، الإخوان المسلمين، #الإخوان، السلفية الجهادية، كرم القواديس، #كرم القواديس، #جبهة النصر، جبهة النصر، تنظيم الدولة الإسلامية) في مدة زمنية معينة ومقصودة، وهي بعد مذبحه كرم القواديس وإعلان جماعة بيت المقدس انضمامها وتنظيم جماعة الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، وإقامة إمارة سيناء ، للتعرف على طريقة معالجة مستخدمي شبكة تويتر للموضوعات والقضايا ذات الصلة، والتي قد تساعد الحركات الإرهابية في إقناع جمهور المتابعين بأهدافها المطروحة.

#### الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة علي نظرية المجال العام public sphere :

أصبح مصطلح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة، وذلك مع انهيار الشيوعية والأنظمة السلطوية في مناطق أخرى من العالم، بالإضافة إلى بداية مرحلة التغيير المتسارع في صناعة وسائل الإعلام، مع وجود تطورات خلقت مشكلة الاتصال السياسي في المجتمع الديمقراطي مازالت ماثلة.

وقد طور يورجن هيرماس Jürgen Habermas مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله، وهو ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا السياسية المشتركة.

وتحاول نظرية المجال العام أن تشرح الأسس الاجتماعية للديمقراطية، من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة

هؤلاء تم تجنيدهم بالأساس عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والمنديات التي يحرص التنظيم على ترجمة معظمها إلى الإنجليزية والفرنسية والألمانية، «قتصيد» نوعاً من الشباب والمراهقين مصاباً بنوع من الإحباط وخيبة الأمل، وجاهزاً لتقبل الأفكار الراديكالية التي تعطيها إحساساً بالانتماء ومنتقداً للإحباط والغضب المكبوت. وهؤلاء يصبحون بدورهم منابر دعائية تخاطب الشباب الغربي، حيث الوجوه غربية واللغة عربية فيكون التأثير أقوى بكثير من التأثير المعتاد للوجه العربي المسلم الذي استراح الغرب إلى ربطه بالعنف والإرهاب، فاللغة لها جاذبيتها في الإقناع. ومن ناحية أخرى يمكن أن يتحول هؤلاء إلى خلايا نائمة» وذئاب منفردة- « lone wolf في الغرب يمكنها القيام بعمليات عنف هناك. والنتيجة خلق انطباع بأن التنظيم في كل مكان وأنه لم يعد قضية داخلية أو إقليمية وأنه ليس لديه خطوط حمراء ولا حدود للعنف ولا قيود ولا محاذير ولا أحد بعيد عن العنف: صحفيون غربيون ومدنيون غربيون وسوريون. ويتم معه عولمة العنف. وعمر التنظيم وغيره من التنظيمات المشابهة وقدرته على البقاء والاستمرار يعتمد على هذا التنوع: فكلما كان الأعضاء أصغر سناً ونسبة من درس منهم علوماً إنسانية من أدب وفلسفة وإعلام وغيرها أكثر زادت حيوية التنظيم وقدرته على صياغة «خطاب مقنع» وإدارة حرب نفسية مؤثرة، تطيل عمره. (Larry Diamond,2008)

### نتائج الدراسة

(نتائج الدراسة التحليلية)

أجريت الدراسة على مرحلتين: الأولى بالمسح الشامل وتحليل مضمون شكلي لكلمات دالة لها علاقة بأحداث إعلان سيناء إمارة (ولاية) إسلامية ورصد مدى تكرارها ومتى تم التكرار من قبل المستخدمين لموقع تويتر. أما الثانية فهي تحليل مضمون (شكلا ومضمونا) لبعض الكلمات التي تم اختيارها للتركيز على تغريدات المستخدمين لموقع تويتر وفحص محتوى هذه التغريدات.

جدول رقم (1) الكلمات المستخدمة على تويتر للدلالة على الأحداث الإرهابية

الكلمة الدالة	شهر نوفمبر	أعلى معدل	اليوم
داعش	814.972	38.421	14 نوفمبر
#داعش	700.919	30.844	21 نوفمبر
#ولاية-سيناء	65.379	17.987	14 نوفمبر
ولاية سيناء	15.278	4.887	14 نوفمبر
صولة الأنصار	6.261	2.619	14 نوفمبر
#صولة الأنصار	23.653	14.119	14 نوفمبر
#كردم_القواديس	868	364	14 نوفمبر
كردم القواديس	6.933	2.587	14 نوفمبر
إمارة سيناء	132	46	14 نوفمبر
#أنصل بيت المقدس	3.830	1.452	14 نوفمبر
#الإخوان	42.879	6.365	27 نوفمبر
#الإخوان_المسلمين	5.973	1.174	20 نوفمبر
السلفية الجهادية	2.761	196	15 نوفمبر
جبهة النصر	56.019	3.899	28 نوفمبر
#جبهة النصر	101.695	6.751	29 نوفمبر
#القاعدة	31.013	2.301	19 نوفمبر
لقاعدة	150.676	9.644	21 نوفمبر
تنظيم الدولة الإسلامية	26.165	3.601	15 نوفمبر

يتضح من الجدول السابق: يلاحظ ارتباط ظهور الكلمات بأحداث تثار بطريقة ما إما على مواقع التواصل مثل (نشر فيديو صولة الأنصار إمارة سيناء) أو أحداث علي أرض الواقع تتناقلها الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة. فتظهر البيانات أن أغلب الكلمات ظهرت يوم ١٤ نوفمبر بشكل أكبر من الأيام الأخرى فعلي سبيل المثال سجلت كلمة داعش بدون إضافة هاشتاغ أعلى معدل لها يوم إصدار فيديو (إمارة سيناء) فكانت ٢١٤،٣٨٠ ألف تغريدة من بين ٩٧٢،٨١٤ تغريدة احتسبت في شهر نوفمبر فقط، ونظراً لاعتقاد مستخدمي تويتر الحديث عن الموضوعات الرئيسية الكبرى بإضافة

المعلومات المتاحة على مواقع الإنترنت والذي يصعب ملاحظته، حيث تصدر حوالي ٣١٥ ألف تغريدة في الدقيقة الواحدة عبر موقع تويتر، وخاصة أثناء الأحداث الضخمة، فعلي سبيل المثال عندما حصلت ألمانيا على كأس العالم ٢٠١٤م وصلت التغريدات الخاصة بالحدث على تويتر إلي حوالي ٦١٩ ألف تغريدة في الثانية الواحدة في الساعات الأولى للحدث، مع هذا العدد يصعب حصر المعلومات حصراً شاملاً، رغم ضعف المقارنة بين تويتر والفييس بوك باعتبارهما ينتميان لنفس التصنيف كمواقع للشبكات الاجتماعية، حيث يصنف موقع الفيس بوك من بين المواقع الأكثر نشاطاً والأكثر إغراقاً بالمعلومات بين مواقع الشبكات المختلفة عالمياً (Niall Mccarthy,2014)

وقد أظهرت دراسة أجريت في عام ٢٠١٠ أن عدد المستخدمين العرب لموقع Facebook يصل إلى ١٥ مليون شخص، وبحسب بعض الإحصائيات فإن ٧٠% من المشتركين العرب يزيد عمرهم على ٢٥ عاماً. وتتعدد استخدامات مستخدمي موقع Facebook، فما نسبته ٣٠% إلى ٣٥% من المشتركين يستخدمون الموقع لتبادل الرسائل الشخصية، في حين أن نسبة الرسائل المتبادلة ذات الطابع الثقافي أو الترويج للمعتقدات الدينية يصل إلى ٢٥%، في حين تبلغ الرسائل المتبادلة ذات الطابع السياسي ٢٠%، فيما تشكل الرسائل ذات الطابع التسويقي ١٠%. (Gilda Lotan,2011)

صعدت داعش استخدامها للإنترنت للدرجة التي أدركت معها الحكومات إن الانتصار على داعش في جبهة العالم الافتراضي أمر ضروري في حربها ضد الإرهاب على أرض الواقع. ففي الشهر الماضي التقى مسئولون حكوميون أوروبيون في لوكسمبورج مع رؤساء بعض الشركات في مجال التكنولوجيا من بينها تويتر وفيسبوك وجوجل لمناقشة كيفية إدارة الحرب على الإرهاب على شبكة الإنترنت.

استخدام هذه الجماعات للإنترنت ليس جديداً، فتتطلب القاعدة يستخدمها منذ ما يقرب من ٢٠ عاماً، وبدأ مؤخرًا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإن كان التنظيم يعتمد أكثر على المنصات التقليدية من مواقع ومنتديات. لكن تنظيم داعش جعل من الحضور في العالم الافتراضي بقواته المختلفة ركناً أساسياً في حربته النفسية والمعلوماتية وفي التجنيد وفي محاولته لرسم هوية مستقلة ومختلفة في الأداء عن غيره من التنظيمات المشابهة. فحسب دراسة حديثة لشركة (ريكوردد فيوتشر) الأمريكية هناك حوالي ٦٠ ألف حساب على تويتر فقط بين مؤيد ومتعاطف مع داعش (أغلبهما في السعودية والكويت وباقي دول الخليج). فتويتر أسهل في الاستخدام وأسرع في تنفيذ ما يعرف بالإغراق المعلوماتي لخلق انطباع بالكثرة والحضور الكثيف. لذلك بعد قيام الموقع بإغلاق حسابات تابعة لداعش قام تابعون للتنظيم بإرسال تهديدات بالقتل لرئيس مجلس إدارة تويتر (ديك كوستولو) وموظفين في الشركة. وحضور التنظيم على مواقع التواصل أكبر بكثير من حضوره على أرض الواقع، لذلك لجأ التنظيم إلى استخدام وسائل الإعلام التقليدية كحصان طروادة لتوصيل رسالته إلى جمهور أكبر. (شريف اللبان، ٢٠١٠).

ويعتمد هذا الإغراق على صور وفيديوهات تتسم بالعنف الزائد لتحقيق حضور دائم وصادم يخيف الأعداء وينال إعجاب المؤيدين، ويرسخ مكانة التنظيم بين جماعات العنف الأخرى. فبالإضافة لصور الذبح والرؤوس المقطوعة ينشرون أيضاً صوراً لأطفال وهم يلعبون الكرة برؤوس الضحايا. وقد لجأ التنظيم إلى الذبح بعد أن فقدت السيارات المفخخة قيمتها الصادمة وسوف يلجأ إلى تكتيك جديد- ربما الحرق- بعد أن يفقد الذبح تأثيره الصادم. (سهير حلمي، ٢٠١٤)

وما يميز داعش عن غيرها هذا التنوع الواضح في تركيبة المقاتلين في صفوفه من حيث التعليم والحضور الدولي والعمر. فأحد قاطعي الرؤوس مثلاً في فيديو حديث لداعش في سوريا من أصل فرنسي درس الرسم والديكور. وتقرير حديث للمخابرات الأمريكية يقول إن عدد الأمريكيين الذي التحقوا بالتنظيمات المتحاربة في سوريا تضاعف منذ يناير الماضي، وأعمارهم بين ١٨ و ١٩ و ٢٠ عاماً.

السياق مما يسمح بإضافة الحساب الأصلي لصاحب التغريدة الأصلية مصحوبا بالرد الجديد.

#### جدول رقم (3) مدى وجود هاشتاج

استخدام الهاشتاج	ك	%
هاشتاج واحد	89	4.6
تحتوي على اثنين	53	2.8
أكثر من هاشتاج	64	3.3
لا يوجد هاشتاج	1721	89.3
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: تحقيق فئة "لا يوجد هاشتاج" التكرار الأكبر بنسبة ٨٩,٣% من التغريدات من بين عينة الدراسة التحليلية لتغريدات مستخدمي موقع تويتر عن موضوع إمارة سيناء وذلك ربما يعود لتأثير المستخدمين بصدمة الفيديو الذي عرضه المكتب الإعلامي لولاية سيناء - كما ذكر بالتغريدات- أو قد يعود الأمر إلى انتقائية العينة ذاتها والكلمات المستخدمة فيها، ولكن يتأتي مجموع استخدام الهاشتاج بين واحد واثنان وأكثر من ذلك ١٠,٧% من بين التغريدات التي أطلقها مستخدمي تويتر.

#### جدول رقم (4) مدى وجود تفاعل علي التغريدات الخاصة بإمارة سيناء

التفاعل	ك	%
يوجد	1631	84.6
لا يوجد	296	15.4
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: حصلت فئة وجود تفاعلي علي نسبة ٨٤,٦% من التغريدات عينة الدراسة، إذ يفضل مستخدمي تويتر الحوار في جماعات حول موضوعات مشتركة بإضافة آخرين من خلال استخدام العلامة @، ولم تتضمن عينة الدراسة تحليلا لهذه المشاركات الحوارية ولكن جاء متوسط التفاعل من خلال (تعيين التغريدة كمفضلة أو الرد عليها أو إعادة تغريدها مرة أخرى) بحوالي ١٠ تفاعلات كحد أدنى للتفاعل مع التغريدات المختلفة. بينما لم تحصل ٢٩٦ من التغريدات بنسبة ١٥,٤% علي أي شكل من أشكال التفاعل.

#### جدول رقم (5) التوازن في العرض

توازن عرض الموضوع	ك	%
يؤيد إمارة سيناء	980	50.9
يعارض إمارة سيناء	515	26.7
يعرض وجهتي النظر	432	22.4
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: فئة "يؤيد إمارة سيناء" كانت الأكثر تكراراً بين عينة الدراسة التحليلية بنسبة ٥٠,٩% بعدد ٩٨٠ تغريدة ظهرت في تعليقات مستخدمي تويتر، فلم يكن الجميع راضياً عن أداء الجيش المصري، وأغلب التغريدات وجهت اللوم والمسئولية إلي رئيس مصر عبد الفتاح السيسي وتم ربط الأمر بأحداث ٣ يوليو ٢٠١٣م كإفلاق لآبد من الرجوع فيه، وتبادل البعض أطراف الحديث عن عدم جدوي الرجوع إلي أيام مرسي وأن ما يحدث في سيناء من عمليات تحت شعارة "إقامة ولاية سيناء" كان مرتباً له منذ السابق إذا فاز الفريق أحمد شفيق بالانتخابات في ٢٠١٢م أمام مرشح الإخوان الدكتور محمد مرسي. وأغلب التغريدات التي أيدت فيديو "صولة الأنصار" وروجت له حمل أصحابها صورة أو كلمات تفيد بالانتماء إلي أحزاب أو جماعات متطرفة (مثل صورة صفراء بأربعة أصابع أو صورة لعلم أسود تتوسطه كلمة لا إله إلا الله) أو استخدام أسماء معبرة عن أنفسهم في حساباتهم مثل (الخلاقة، جند الله، الدولة الإسلامية،..... إلخ) بدلاً من استخدام أسماء معبرة عن شخصياتهم الحقيقية، بما يفيد الغموض لهذه المناهضة للجيش المصري في نفس الوقت.

أما نسبة التغريدات التي عارضت إمارة سيناء من بين عينة الدراسة التحليلية فكانت ٢٦,٧% كلها عرضت لبسالة الجيش المصري وعدم صعوبة القضاء علي الجماعات الإرهابية التي تسكن الجبال في سيناء، وأن الجيش قادر علي دحر الأعداء،

هاشتاج يمكن تفسير النتيجة بأن الفيديو الذي ظهر كان صادماً بحيث يجعل مستخدمي تويتر أقل اهتماماً بإضافة الهاشتاج، ولكن هذا لا ينفي أهمية دخول الهاشتاج على الكلمة والتي سجلت أكثر تكراراً لها في يوم ٢١ نوفمبر بحوالي ٣٠,٨٤٤ تغريدة لها من بين ٧٠٠,٩١٩ ظهرت في شهر نوفمبر، حيث كان معدل التغريد لكلمة #إمارة سيناء يوم ١٤ نوفمبر ٢٧,٨٠٧ ألف تغريدة و ١٩,٨٥٢ ألف تغريدة في يوم ١٥ نوفمبر أما في يوم ١٦ نوفمبر ٢٥,٨٣٩ ألف تغريدة وذلك استمراراً للحديث عن فيديو صولة الأنصار وتحركات الجيش لمواجهة المد الداعشي علي الأراضي المصرية في سيناء تحت شعار "إمارة سيناء".

والحديث عن ولاية سيناء بالهاشتاج وبدونه كان في أعلى معدلاته خلال شهر نوفمبر لنفس الأسباب السابقة الخاصة بفيديو "إمارة سيناء" حيث بلغ ١٧,٩٨٧ ألف تغريدة بالهاشتاج و ٤,٨٨٧ ألف تغريدة بدون الهاشتاج، ويظهر اهتمام مستخدمي تويتر بإضافة الهاشتاج للكلمة حيث استخدم الهاشتاج بمعدل أعلى من استخدام الكلمة بدون الهاشتاج وذلك لتوحيد الحوار بين المستخدمين حول الموضوع، ويفضل أغلب مستخدمي تويتر توحيد الموضوع في صفحة خاصة لتبادل الأفكار وطرح وجهات النظر المختلفة حول موضوع واحد، حتى ينتهي لهم استعراض مجمل أفكار بقية المشاركين في الموقع. ويظهر الأمر أيضاً في كلمة صولة الأنصار التي سجلت أعلى معدل لها في ١٤ نوفمبر باستخدام الهاشتاج مقارنة مع نفس الكلمة بدون الهاشتاج، وتسجل أيضاً أكبر نسبة استخدام لها في شهر نوفمبر في نفس اليوم الذي أطلق فيه فيديو "إمارة سيناء صولة الأنصار". ولم تحظي كرم القواديس بانتشار كبير، بالرغم من اعتماد الأحداث في الفيديو على مجزرة كرم القواديس ذاتها، وذلك ربما يعود لنوع القضية التي عرضت في ملف الفيديو "إمارة سيناء" فالقضية لن تقف عند قتل أعداد من الجنود والأمر لا علاقة له بالمكان نفسه - كرم القواديس- وإنما بحالة التآثر الموجودة بين عناصر جيش البغدادي وبين الجيش المصري، حيث يظهر الجيش المصري في بداية الفيديو يعمل عناصر -مجهولة- بشكل وصفه الفيديو بالتعذيب وبرر ما سياتي في الفيديو لاحقاً بأنه (ثار) مع السيسي وجنوده. وربما يعود الأمر إلي عدم مزمنة أحداث كرم القواديس لزم من الفيديو والذي صدر في ١٤ نوفمبر أما الأحداث نفسها وقعت في شهر أكتوبر ٢٠١٤م. ويوضح الجدول بقية الكلمات الأخرى ذات الصلة بالجماعات الإرهابية أو الأحداث المتعلقة بها والتي تم تداولها على موقع تويتر من قبل المستخدمين في تغريداتهم، إلي جانب أعلى المعدلات التي حققها هذه الكلمات استخداماً.

#### جدول رقم (2) التغريدات من حيث النوع

طريقة العرض	ك	%
مستقلة	1731	89.8
بإضافة آخرين	196	10.2
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: عينة الدراسة اعتمدت في الأساس علي التغريدات التي يقوم أصحابها بكتابتها بشكل مستقل ولم يكن هناك اهتمام بالردود الخاصة بكل تغريدة، لكن هذا لم يمنع ظهور تغريدات تحتوي إضافة أفراد آخرين للتغريدة بنسبة ١٠,٢% لعدة أسباب قد يكون من بينها، الوصول لانتشار أوسع مجالاً للتغريدة بتوجيهها إلي حسابات أفراد معروفين علي موقع تويتر، حيث وجدت تغريدات أضيف لها حساب (باسم يوسف DrBassemYoussef) ولآخرين من المعروفين علي موقع تويتر بالشهر والعدد الأكبر من المتابعين، ولم تظهر التغريدة في شكل رد وإنما إضافة تلك الحسابات المعروفة جاءت في نهاية التغريدة. أيضاً ظهرت تغريدات ترد علي تغريدات أخرى بنفس السياق، وعادة ما يظهر هذا الشكل في التغريدات المرسله من الهواتف المحمولة، حيث يسمح تطبيق تويتر علي الهاتف المحمول بإمكانية الاستعانة بالتغريدة الأصلية وإضافة رد عليها في نفس

جدول رقم (7) استخدام الدليل في التغريدات الخاصة بإمارة سيناء

الدليل	ك	%
اسلوب الخطابة	140	7.3
رابط مقال	584	30.3
حقائق وأرقام	96	5
صورة	56	2.9
فيديو	976	50.6
أكثر من دليل	75	3.9
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: اعتمدت أغلب التغريدات عينة الدراسة التحليلية على استخدام رابط خارجي (لا ينتمي لموقع تويتر) يحتوي إما فيديو أو مقالات أو بيانات تم تسجيلها على موقع الفيس بوك، بنسبة ٨٠,٩% نظرا لعدم امكانية الحوار بشكل مفصل عن موضوع إمارة سيناء في ١٤٠ حرفا فقط يتيحها موقع تويتر للتدوين المصغر، وكانت النسبة الأكبر لاستخدام الفيديو ٥٠,٦% من التغريدات احتوت على الفيديو الخاص بـ "صولة الأنصار" مرفقا بتعليق بسيط في كلمات لوصف الفيديو سواء بالاتفاق معه أو الاختلاف، وربما مرفقا بعنوان الفيديو فقط مصحوبا بطلب لمشاركة الفيديو (شير) علي أوسع نطاق، أو بكلمة الله أكبر. أما استخدام الروابط المقالية الأخرى فكلها كانت تحمل تعليقات مختلفة على الأحداث بشكل مفصل نظرا لضيق المكان في موقع تويتر أو مقالات نشرت بالفعل في مواقع وصحف إلكترونية أخرى. ثم يأتي استخدام أسلوب الخطابة والإسترسال في عرض وجهة النظر بنسبة ٧,٣% من التغريدات التي تواجه أو تؤيد إمارة سيناء وأصحابها، والتغريدات التي عرضت الحقائق والأرقام جاءت بنسبة ٥% من التغريدات وعددها ٩٦ تغريدة كلها تركز على قوة الجيش أو قوة أنصار بيت المقدس والإنجازات المحققة علي الأرض لكل منهما.

وجاء تقديم أكثر من دليل بنسبة ٣,٩% من التغريدات لصالح عرض الفيديو في رابط وعرض مقال تحليلي في رابط آخر أو صورة لحساب أنصار بيت المقدس بعد إعلانهم تغيير اسم الجماعة إلى ولاية سيناء بدلا من أنصار بيت المقدس، وأخيرا نسبة ٢,٦% من التغريدات عرضت تغيير اسم الجماعة بعرض لقطة من الحساب الخاص بها بعد تغيير الاسم من الفيس بوك والبيان الخاص بتأييد جماعة أنصار بيت المقدس للبغدادي والدخول تحت رايته والحرب تحت اسم "ولاية سيناء".

جدول رقم (8) مسارات الإقناع المستخدمة في التغريدات عن إمارة سيناء

مسارات الإقناع	ك	%
شواهد وبيانات	118	6.1
الحديث المرسل	1365	70.8
تصريح مسئول	344	17.9
عرض وجهات النظر المختلفة	97	5
أخرى	3	0.2
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: جاءت نسبة استخدام الحديث المرسل في التغريدات عينة الدراسة ٧٠,٨% تعبيراً عن عدم وجود أدلة في التغريدات المقدمة من خلال مستخدم موقع تويتر حول قضية "إمارة سيناء"، فأغلب من قاموا بالحديث حول الموضوع اكتفوا بوجود الفيديو المنتشر عبر المواقع الإلكترونية وتفرغوا لتقديم وجهات نظرهم حوله باستخدام العبارات المختلفة التي تضمنت إحياءات أو تعبيرات وألفاظ حادة أو خارجة في ١٣٦٥ تغريدة من التغريدات التي تم تحليلها.

وفي المرتبة الثانية فئة تصريح مسئول بنسبة ١٧,٩% من التغريدات كلها تضمنت الاستعانة بما قاله البغدادي في الفيديو أو التأكيد عليه أو الاستعانة بما قدمته جماعة أنصار بيت المقدس من

والبعض من المنتمين لجماعة الإخوان استهجن فرح الآخرين بالفيديو نظرا لتعارض مصالح جماعة الإخوان مع مصالح البغدادي "أمير إمارة سيناء" وجماعة بيت أنصار بيت المقدس، والتي وصفوها بالدموية والتي لا تروج لأفكار الخلافة أكثر منها أفكارا للتأثر والدموية فقط، وأنه بمجرد وصول هؤلاء للحكم فلن يكون هناك أي مجال لجماعة الإخوان بما تمثله من إسلام وسطي (كما وصفت التغريدات) أي مكانة في ظل الحكم الداعشي لمصر، وإنما هم أيضا أعداء سيأتي دورهم بعد انتهاء القتال بين كل من جيش السيسي (كما وصفت التغريدات) وجيش صولة الأنصار.

أما التغريدات التي عرضت وجهتي النظر بنسبة ٢٢,٤% فكانت تناقش مدي صحة الفيديو من عدمه، حيث نسب البعض الفيديو للشئون المعنوية للجيش وأن الفيديو يساعد النظام المصري علي إحكام القبضة على الشعب المصري بدعوي الإرهاب، وربما ذريعة أخرى للنظام المصري لاعتبار سيناء منطقة خطيرة وتبرير تهجير أبناء المنطقة الشمالية في سيناء، واللجوء إلي تنفيذ الفيديو بأنه ليس من مصلحة الجيش المصري الظهور بمظهر المتخاذل في التصدي للعنوان الإرهابي علي كرم القواديس، وربما توجد طرق أخرى مختلفة لعرض إحكام قبضة النظام المصري علي البلاد تحت دعوي الإرهاب أفضل من تشويه قدرة الجيش المصري ببيانه ضعيف يهرب أبناءه أمام مجموعة من الهواة الحفاة (يرتدون شباشب) كما وصفهم البعض في تغريداتهم، والبعض وصف الفيديو بالصادم الذي يجعل من المهم اللجوء إلي تحكيم العقل قبل التصرف فالجماعات الإرهابية تتصرف بشكل ثأري وتتحرك بأسلوب حرب العصابات في مقابل أفراد الجيش النظامي.

جدول رقم (6) الاستمالات الإقناعية في التغريدات عن إمارة سيناء

الاستمالات الإقناعية	ك	%
عاطفية	1582	82.1
منطقية	27	1.4
الإكتين معاً	318	16.5
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: نسبة الاستمالات الإقناعية التي اعتمدت عليها تغريدات المستخدمين علي موقع تويتر والتي تركزت في الجانب العاطفي ب ١٥٨٢ تغريدة بنسبة ٨٢,١% من العينة التي تم تحليلها من التغريدات، حيث اعتمدت أغلب التغريدات علي تحليل الموقف كاملا كل بما يراه مناسباً وبحسب ما تم عرضه من خلال الفيديو الخاص بـ "صولة الأنصار إمارة سيناء"، فكانت أغلب التغريدات إما مع أو ضد ما عرض في الفيديو دون النظر إلي الأبعاد المنطقية وتقديم الأدلة والبراهين علي صحة أو كذب ما عرض فيه، وما يؤكد أهمية الموضوع بشكل عاطفي بالنسبة للشعب المصري عموماً (سواء مؤيد أو معارض) وذلك لانتشار أخبار أعمال جماعة داعش في كل من سوريا والعراق والتي سبقت عرض الفيديو بشهور. أيضا تناقل أخبار عن انتقال أعمال جماعة داعش إلي ليبيا علي حدود مصر وقيام الجيش المصري بعمليات عسكرية ضد هذه الجماعات الإرهابية، مما تزامن مع مخاوف بمدي صحة وجود أعضاء هذه الجماعات علي الأراضي المصرية، ليكشف الفيديو عن إعلان جماعة أنصار بيت المقدس مبايعة البغدادي كأمير للخلافة الإسلامية والعمل تحت رايته بعد عرض الفيديو مباشرة.

أما الاستمالات المنطقية والتي كان نصيبها ضعيفا بنسبة ١,٤% من عينة الدراسة فظهرت في تقديم أدلة وبيانات في تغريدات لبعض المحللين والنشطاء السياسيين سواء لما ورد في الفيديو من حقائق أو للمعلومات الخاصة بأنصار بيت المقدس والبغدادي وداعش والعلاقة مع سيناء وربطها بعملية كرم القواديس. أما استخدام الأسلوبين معا فظهر في تنفيذ ما جاء به فيديو "صولة الأنصار" مع تقديم الأدلة التي تؤيد أو تعارض الفكرة المقدمة والتأكيد علي فكرتين (إما قدرة الجيش النظامي علي القضاء علي الجماعات الإرهابية أو عدم قدرته علي المواجهة وقرب نهاية الحكم العسكري لمصر بقيادة عبدالفتاح السيسي تحت راية البغدادي وجماعة داعش).

مضامين تتعارض مع سياسة الموقع، أو لقيام مستخدم الموقع باستخدام أداة الحظر لتغريدات بعينها أو حسابات كاملة.

– كانت التغريدة (فيديو صولة الأنصار إمارة سيناء ولينك الفيديو) من أكثر التغريدات ظهوراً وتكراراً في تغريدات مستخدم موقع تويتر خلال الفترة من ١٢ نوفمبر وحتى ١٧ نوفمبر ٢٠١٤م من حسابات متعددة منها ما يؤيد الفيديو ومنها ما يرفضه مع تغير لينك الفيديو نظراً لتكرار حذفه من المواقع المختلفة التي تم رفعه عليها مثل موقع youtube/ Facebook، وأغلب الحسابات التي روجت للفيديو تحمل شعار "لا إله إلا الله" في علم أسود- الشعار المنسوب لتنظيم القاعدة بالأساس وتنظيم داعش من بعده- وحسابات ترفع شعار علامة رابعة- إشارة باليد بالأصابع الأربعة في خلفية صفراء- كلها تؤيد الفيديو وتدعم محتواه مصحوبة بتعليقات مختلفة مثل (الله أكبر، أسود الإسلام، الزعيم، الشيخ المجاهد البغدادي.....)

– عرض أحدهم تغريدة عن دعم حساب انصار بيت المقدس بعد الحذف مصحوباً باسم الحساب وعند الدخول عليه وجد أنه تم حذفه أيضاً، ويلاحظ حذف أغلب الحسابات المشابهة لذا لم تظهر تغريدات كثيرة في البحث نظراً لحذف حسابات أصحابها.

– عارض أحدهم إمارة سيناء وما يفعله البغدادي بشكل يفيد اختلافه مع مبايعة البغدادي لإمارة سيناء فقط وإبطال الرايات لكنه كان مؤيداً لفكرة القتال في صفوف وصفها ب(الرايات الأخرى)

– كل التعليقات حول الموضوع بين مؤيد ومعارض تناولت الجيش المصري بسخرية وبكلمات موحية منها وصفه بالتراخي أو الجبن وأسماء (جيش نوال) ومنها من ألصق الاتهامات بالرئيس المصري عبدالفتاح السيسي ومسئوليته التامة عما حدث في فيديو أنصار بيت المقدس ومذبحة كرم القوايس، مؤيداً بذلك ما عرضه البغدادي – القيادي لجماعة داعش الإرهابية- بأن الانتقام لن يكون من السيسي فقط وإنما ممن عاونوه – على حد قوله بالفيديو- من الجنود المنضمين للجيش المصري.

– لم يكن الرد الذي قدمته الشئون المعنوية من خلال فيديو بعنوان (رسالة الجيش المصري من سيناء ١٥/١١/٢٠١٤) كافياً على ما عرض في فيديو "صولة الأنصار"، لذا حظي الفيديو بسخرية كاملة من قبل مستخدمي موقع تويتر، واتهموا الجيش بالتراخي في الرد ومنهم من علق بأن الرد لا يكون بحرب الكترونية وإنما حرب على أرض المعركة.

#### توصيات الدراسة

– استخدام آلية الجماهير في مواجهة الصفحات والحسابات التي تؤيد الجماعات الإرهابية، وذلك من خلال الدعوة إلى حظر صفحاتهم من خلال أداة الحظر في المواقع مما يساعد على إيصال فكرة لتلك الجماعات بمدى الرفض الشعبي لهم ليس في الواقع وإنما في المواقع الافتراضية أيضاً.

– التوسع في تقديم دراسات لأسلوب الخطاب وحسابات المواقع التي تروج لعمليات أو جماعات إرهابية.

– ضرورة اهتمام الصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم الأدلة والحقائق التي تخدم أهداف الصفحة وتساعد في الدعاية لها والتقليل من الأسلوب الخطابي.

– العمل على إنشاء مليشيات الكترونية يكون الهدف الأساسي لها مواجهة الفكر التكفيري للجماعات الإرهابية على شبكات التواصل الاجتماعي.

– زيادة حجم التواصل الحكومي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على فتح آليات حوار مع المواطنين بصورة مباشرة من خلال تفعيل الديمقراطية الرقمية.

مبايعة للبغدادي وجيشه في العمليات الإرهابية التي يقوم بها في سيناء ضد الجيش المصري.

وفي المرتبة الثالثة جاء استخدام الشواهد والبيانات بنسبة ٦,١% من التغريدات بمعدل ١١٨ تغريدة من عينة الدراسة التحليلية لتقدم رداً على ما ورد في فيديو "صولة الأنصار" وتقنياداً له، وربما بالاستعانة بفيديو رد الجيش المصري، أو حتى تأييد ما جاء بفيديو صولة الأنصار من خلال المقارنة بين انجازات جيش البغدادي على الأرض وبين الجيش المصري.

وجاء عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة ٥% من عينة الدراسة من التغريدات الخاصة بإمارة سيناء لمستخدمي موقع تويتر ممن ينظرون للأحداث من خلال حوارات أصحاب الموقع فجاء عرضهم لما قيل من الجانبين في محاولة لتفنيد الآراء المختلفة الموجودة والوصول إلى أيها الأقرب للدقة ومدى صحة الفيديو من عدمه.

أما فئة أخرى فلم تظهر سوى في ثلاث تغريدات لم تعرض أي منها وجهة نظر مؤيدة أو معارضة ولم يظهر من حسابات أصحابها أي مؤشرات لتقديم أدلة من عدمه.

#### جدول رقم (9) التجاوز في أسلوب العرض لتغريدات إمارة سيناء

أسلوب العرض	ك	%
الهادئ	111	5.8
الحاد	51	2.6
الكلمات الموحية	1478	76.7
استخدام كلمات خارجة	41	2.1
لا يوجد تجاوز	246	12.8
المجموع	1927	

يتضح من الجدول السابق: جاء استخدام الكلمات الموحية في تغريدات إمارة سيناء التي نشرها مستخدمو موقع تويتر تعليقاً على الفيديو الخاص بـ "صولة الأنصار إمارة سيناء" بين مؤيد ومعارض كل بطريقة مختلفة بالنسبة الأكبر بين التغريدات عينة الدراسة حيث كانت ٧٦,٧% من التغريدات، ويلجأ مستخدمو تويتر إلى الحديث حول الموضوعات المختلفة بطريقة السخرية أو استخدام الكنايات للتعبير عن أفكارهم بحيث تظل حرية التعبير بالنسبة لهم مفتوحة دون الدخول في إشكال قانوني، لكن هذا لا يمنع وجود تجاوز من البعض الآخر في التعبير فجاءت نسبة استخدام كلمات خارجة ٢,١% في ٤١ تغريدة من عينة الدراسة تحمل ألفاظاً بذيئة ووجهت لأصحاب فيديو صولة الأنصار ممن عارضوا فكرة إمارة سيناء أو الألفاظ التي وجهت للسيسي باعتباره رئيس مصر والمسئول الأول عن الجيش المصري وعن الأمور ومآلاتها.

وفي الترتيب الثاني تظهر فئة لا يوجد تجاوز بنسبة ١٢,٨% من التغريدات عينة الدراسة كلها عرضت الفيديو أو مقالات وحوارات مختلفة دون إبداء رأي أو توجيه لسياق في العرض، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة استخدام الأسلوب الهادئ والتي ظهرت في ١١١ تغريدة بنسبة ٥,٨% كلها تفند ما جاء في الفيديو بطريقة التعقل والتروي قبل إصدار الأحكام ومحاولة بحث الأمور وعدم التعجل في التصرف.

ثم فئة الأسلوب الحاد والذي ظهر في ٥١ تغريدة بنسبة ٢,٦% من عينة الدراسة التحليلية تظهر التعصب لعمليات القتل التي تم عرضها في الفيديو الخاص بـ "صولة الأنصار" وذلك دون استخدام ألفاظ بذيئة أو الخروج عن السياق العام للآداب، إلى جانب من شددوا على قوة وعزيمة داعش وقدرتها على هزيمة جيش السيسي – كما وصفته التغريدات- ونصرة راية الإسلام وحكم الخلافة الإسلامية

التعليق على تحليل المنشورات أثناء فترة الدراسة:

– اختفاء تغريدات عدة من البحث نظراً لاختفاء حسابات أصحابها لأسباب مختلفة، قد يكون الموقع نفسه قد قام بحذف هذه الحسابات بسبب ما تقدمه من

Studies Working Paper Series 177. Political Studies, Vol. 43, August-September, 2010.

15. Habermas Jürgen, Institutions of the Public Sphere, translated by Burger T., USA Cambridge, Polity Press, P. 240.

16. Hyunseo Hwang, Media Dissociation, Internet Use, and Antiwar Political Participation A Case Study of Political Dissent and Action Against the War in Iraq, Mass Communication & Society, vol 9.no4, 2006, pp. 461-483.

17. James Gordon Finlayson, Habermas: A Very Short Introduction, USA, Oxford University Press, 2005, p.8.

18. Jeremy Makely, Beyond Cyberpessimism and Cyberoptimism: The Dual Nature of Social Network Site Interaction, Master of Arts in Sociology, East Tennessee State University, 2011.

19. Kevin Wise et.al, Emotional Responses During Social Information Seeking on Facebook, pages 555-562, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, Volume 13, Number 5, 2010.

20. Kuan-Ju Chen, A Test of the Spiral of Silence theory on young adults' use of social networking sites for political purposes, Master of science, Iowa State University, Ames, Iowa, USA, 2011.

21. Kyounghee Kwon, A Network Approach to Web 2.0 Social Influence: The Influentials, Word-of-Mouth (WOM) Effect, and the Emergence of Social Network on Facebook, Doctor of Philosophy, The University at Buffalo, State University of New York, 2010.

22. Larry Diamond, and Marc F. Plattner, How People View Democracy, (USA:MD: The Johns Hopkins University Press, 2008).

23. Marc Lynch, After Egypt: The Limits and Promise of Online Challenges to the Authoritarian Arab State, Perspectives on Politics Vol. 9, No. 02. 2011, pp. 301-310.

24. Niall Mccarthy, Facebook Versus Twitter In Numbers [Info graphic], Forbes, 14-10-2014.

25. Online Available: <http://www.washington.edu/news/2011/09/12/new-study-quantifies-use-of-social-media-in-arab-spring/> date of search: 3\10\2012 .

26. Pit chen low, The Media in a Society in Transition :A case Study of Indonesia, Master of Arts Thesis, Tufts University, 2003.

27. Sean Aday, et.al, Blogs and Bullets II: New Media and Conflict after the Arab Spring, (USA : Institute for Peace, June 2012).

الهوامش والمراجع:-  
باللغة العربية

١. أسماء مسعد عبدالمجيد، اعتماد الشباب المصري على ملفات الفيديو في متابعة الأحداث المحلية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠١١.

٢. السيد بخيث، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض، جامعة الملك سعود، ١٥-١٦ إبريل ٢٠١٢م.

٣. خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثاني (القاهرة: جامعه القاهرة، كلية الإعلام: ٧-٩ يوليو، ٢٠٠٩).

٤. سهير حلمي-. الحل السحري للقضاء على داعش، الأهرام، العدد ٤٣٦٧٤، ٢٨ نوفمبر ٢٠١٤م، متوفر على <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/343220.aspx>.

٥. شريف احمد سعيد، الانترنت وإمكانيات الديمقراطية الرقمية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، ٢٠١٠.

٦. شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، القاهرة: دار العالم العربي، (٢٠١٠م) ص ٩٠.

٧. عمرو محمد أسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعي الفيس بوك واليوتيوب، دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعه القاهرة، ٢٠١١.

٨. فادي سالم، رشا مرتضى، الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، ٢٠١١، ص ٢٣.

٩. فتحى شمس الدين، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠١٣م) ص ٦٢.

١٠. هشام عبد المقصود عطية، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية، فبراير ٢٠٠٩.

باللغة الاجنبية:

11. Catherine O'Donnell, Social Media's revolutionary role in Arab Spring, 2011.

12. Eun-ju Lee, Effects of Visual Representation on Social Influence in Computer-Mediated Communication, Human Communication Research, Vol.30, Issue 2, April 2004, P.p.234-259.

13. Gilda Lotan, Et.al, The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions, International Journal of Communication, Vol 5, 2011.

14. Giovanni Capoccia, The Historical Turn in Democratization Studies A New Research Agenda for Europe and Beyond, Center for European