

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/364678193>

الرسالة الاعلامية لتنظيم داعش الارهابي الخطاب المضمون اليات المواجهة الاعلامية

Article · October 2019

CITATIONS

0

READS

38

1 author:



Donia Jawad Mutlak Najm Al-Jubouri

University of Baghdad/College of Political Science

25 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

الرسالة الاعلامية لتنظيم "داعش" الارهابي .. الخطاب .. المضمون ... وآليات المواجهة الاعلامية

أ.م.د. سعد

عبيد السعيد (**)

saadsaidy@gmail.com

أ.م.د. دنيا جواد الجبوري (*)

denJawad@yahoo.com

الملخص:

عُدَّ ظهور تنظيم داعش الارهابي بما يملكه من استراتيجية اعلامية اتسمت بالتفوق على الكثير من وسائل الاعلام العربية والغربية، أهم المتغيرات والتحديات التي عصفت بالعراق والمنطقة عامة، إذ استطاع توظيف معطيات الثورة الرقمية في وسائل الاعلام والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي، بشكل سهل له تجنيد الالاف من النُخب المثقفة، مُستمرا ما تعانيه هذه النُخب من احباط وانكسار بسبب واقعها السياسي والاقتصادي والاجتماعي ليظهر التنظيم بوصفه اهم تهديد أمني، بالإضافة الى ما يطرحه من تحديات عسكرية، بعد أن جعل من المنطقة العربية مُنطلقا لتنامي نشاطاته الدموية وصولاً الى عمق القارة الاوربية، فلم يبق مجتمعا لم يستطع هذا التنظيم إختراقه وبنسب متفاوتة إعتماذاً على مجموعة من المُعطيات السياسية والاقتصادية والثقافية .

وتتمثل اهمية البحث المُقدم في التأكيد على دراسة الرسالة الاعلامية لتنظيم "داعش" الارهابي للتعرف على المضمون والمحتوى، لاسيما وإنها حازت على اهتمام اعلامي اقليمي

(*) كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.

(**) كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.

وعالمي من حيث حجم التغطية والمساحة المخصصة في مختلف وسائل الاعلام العربية والغربية المرئية والمسموعة لنقل عملياته الارهابية
فكانت ولا تزال مادة دسمة تُغري العديد من الباحثين والمعينين في علوم الاعلام والاتصال والعلوم السياسية والدراسات الاسلامية لدراساتها لما اتسمت به من تعقيد وغرابة في الطرح والمعالجة والامعان في الإساءة للإسلام من جهة، والمجتمعات العربية من جهة ثانية، فضلاً عن ذلك فإنها ارتكزت على استراتيجيات مكنتها من الوصول الى عمق المجتمعات المستهدفة مهما كانت حضارتها واتجاهاتها.

The message the media "ISIS" terrorist ..the speech ..secured.. The mechanics of confrontation media

Dr. Dena Jawad

Dr. Saad Al-Saidy

Abstract

The emergence of an organization calling on the terrorist with the media strategy characterized by superiority over many Arab and Western media, the most important variables and challenges that plagued Iraq and the region in general, was able to employ the data of the digital revolution in the media and communication and social media , Which is easy to recruit thousands of educated elites, derived from the frustration and failure of these elites because of their political, economic and social reality to show the organization as the most important security threat, in addition to the military challenges posed by making the Arab region a starting point for the growth of bloody activities The depth of the European continent, there is no society that this organization could not penetrate and in varying proportions depending on a range of political, economic and cultural data. The importance of the research is to emphasize the study of the media message to organize the advocate of the terrorist to identify the content and content, especially as it has received regional and global media attention in terms of the coverage and space allocated in various Arab and Western media to broadcast its terrorist operations , Was and still is a valuable material to attract many researchers and those involved in the sciences of information and communication, political science and Islamic studies to study the complex and strange in the introduction

and treatment and the intensification of the abuse of Islam on the one hand, and Arab communities on the other hand, as well as it was based on strategies enabled From reaching the depth of the target communities whatever their civilization and trends.

المقدمة :

ترافق تنامي آفاق العولمة وتآكل السيادة القومية للدول مع تطور ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، وتلاشي الحدود بين الدول مما أدى الى التواصل اللامتناهي في عصر الفضاءات المفتوحة، مع تبلور العديد من المتغيرات الجديدة بأبعادها السياسية والاقتصادية والتقنية والاجتماعية . وتجسدت أهم هذه المتغيرات بظاهرة الارهاب العابر للحدود وما ينتج عنها من تداعيات تمثل اوضحها بتصاعد الصراعات والنزاعات بمستوياتها المحلية والاقليمية والدولية، وتداعياتها الأيدلوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعسكرية والأمنية والقومية والعرقية، جعلت المجتمعات تعيش حالة من الفوضى والسيولة والتطور السريع في كل الاتجاهات والمستويات، ومن اهم المناطق المتأثرة بهذه المتغيرات الشرق الاوسط عموماً، والعراق وشرقي حوض المتوسط على وجه التحديد، اذ تزايد استخدام تنظيم داعش الارهابي للاعلام بشكل خطير بات يُهدد أمن واستقرار المنطقة العربية عبر نشر ثقافة التطرف والارهاب .

ويكتسب موضوع الاعلام أهمية خاصة في ظل التحولات والتطورات المستمرة في مجال الفضاء السبراني، إذ تبدو الرسالة الاعلامية في مقدمة الظواهر التي تأثرت بهذه المعطيات، بسبب اهميتها وتأثيرها في المجتمعات، وصعوبة التنبؤ بآفاق تطورها بمعزل عن السياق السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي التقني، الثقافي، الفكري، والروحي الذي تعمل فيه¹، لتُسهّم في تطور الاعلام بإتجاهات جديدة مُغايرة عن ما كانت عليه في السابق، حت باتت تُسهّم في حراك المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والامنية المعاصرة في المجتمعات المختلفة وبشكل مباشر .

وفي ما سبق عُدَّ ظهور تنظيم داعش الارهابي بما يملكه من استراتيجية اعلامية اتسمت بالتفوق على الكثير من وسائل الاعلام العربية والغربية، أهم المتغيرات والتحديات التي

عصفت بالعراق والمنطقة عامة، إذ استطاع توظيف معطيات الثورة الرقمية في وسائل الاعلام والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي، بشكل سهل له تجنيد الالاف من النُخب المثقفة، مُستثمرا ما تعانيه هذه النخب من احباط وانكسار بسبب واقعها السياسي والاقتصادي والاجتماعي ليظهر التنظيم بوصفه اهم تهديد أمني، بالإضافة الى ما يطرحه من تحديات عسكرية، بعد أن جعل من المنطقة العربية مُطلقا لتنامي نشاطاته الدموية وصولاً الى عمق القارة الاوربية، فلم يبق مجتمعا لم يستطع هذا التنظيم إختراقه وينسب متفاوتة إعتماداً على مجموعة من المُعطيات السياسية والاقتصادية والثقافية .

وفي العموم استطاع التنظيم الارهابي إثارة انتباه المنطقة والعالم، لاسيما وإن ظهوره رتب تنامي قلق بالغ من قبل المختصين والمُهتمين من ان تُحفز التغطية الاعلامية المُكثفة لنشاطاته الارهابية على القيام بالمزيد من اعمال العنف بهدف توجيه الانظار اليه طلباً للشهرة ولامتلاك وسيلة ضغط وإبتزاز للحكومات والدول، فقد ولدت هذه التغطية الاعلامية حافزا يُسهل الاستجابة لطلباتهم .

وتتمثل اهمية البحث المُقدم في التأكيد على دراسة الرسالة الاعلامية لتنظيم داعش الارهابي للتعرف على المضمون والمحتوى، لاسيما وإنها حازت على اهتمام اعلامي اقليمي وعالمي من حيث حجم التغطية والمساحة المُخصصة في مختلف وسائل الاعلام العربية والغربية المرئية والمسموعة لنقل عملياته الارهابية، فكانت ولا تزال مادة دسمة تُغري العديد من الباحثين والمُعنيين في علوم الاعلام والاتصال والعلوم السياسية والدراسات الاسلامية لدراستها لما اتسمت به من تعقيد وغرابه في الطرح والمعالجة والامعان في الإساءة للإسلام من جهة، والمُجتمعات العربية من جهة ثانية، فضلاً عن ذلك فإنها ارتكزت على استراتيجيات مكنتها من الوصول الى عُمق المُجتمعات المُستهدفه مهما كانت حضارتها واتجاهاتها .

ومن جهة اخرى تكمن اهمية الدراسة المُقدمة في تناولها احد أهم الموضوعات المعروضة على اجندة الحكومات ،وعلى مائدة الباحثين والاكاديمين العراقيين والعرب لبحثها ودراستها، من أجل بلورة استراتيجية اعلامية متكاملة للتعامل معها، مع تنامي التهديدات الامنية في المنطقة

العربية، وتطور استخدام التنظيمات الارهابية للفضاء السبراني عبر حدود المنطقة العربية، واجتياز الكثير من الموانع والحواجز الامنية التي كان يصعب اختراقها في ما سبق . كما تتمثل أهمية البحث في تقديم توصيات لصانع القرار العراقي تواكب التطورات الراهنة والمعاصرة لظاهرة الارهاب في ضوء ما يتعرض له العراق من أرهاق، بعد تنامي العمليات الارهابية لتنظيمي القاعدة ثم تنظيم داعش على الأراضي العراقية بعد عام 2014، مستمراً المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتقنية التي شهدتها العراق بعد عام 2003، وإن تراجع التهديد العسكري لتنظيم داعش للأراضي العراقية بعد معارك التحرير عام 2017، الا إن التحدي الأمني للتنظيم لا يزال ماثلاً يتجسد في بعض اعمال العنف التي تحدث هنا وهناك على الأراضي العراقية، والتي يعلن التنظيم مسؤوليته عنها، لتقديم توصيات للاجهزة الامنية لبلورة استراتيجية اعلامية أمنية مبنية من رصد أنشطة وتحركات التنظيم الارهابي، وتطوير اداء الاعلام الامني ووسائله الاعلامية واستراتيجياته للتصدي بفاعلية وحزم له .

وعلى هذا الاساس جاءت هذه الدراسة لتعالج المشكلة الآتية :-

هل يملك العراق استراتيجية اعلامية بآليات واضحة لمكافحة اعلام داعش ؟؟ ومن هذا التساؤل تتفرع التساؤلات الفرعية الآتية :-

1. هل يملك العراق استراتيجية فكرية واضحة لمكافحة التنظيم الارهابي، بإمكانها ان تتطافر مع استراتيجيته العسكرية والاعلامية ؟ .
2. هل يملك العراق رؤية واضحة لتوظيف الخطاب الاعلامي العراقي مما يجعل منه ضدّاً نوعياً لمواجهة إعلام التنظيم؟.
3. هل يملك العراق نهجاً واضحاً وآليات محددة لمواجهة اعلام هذا التنظيم من حيث التأثير او التأثير المقابل ؟ .

وعلى هذا الاساس ارتكز البحث على افتراض مؤداه اذا استطاع العراق صياغة وترصين استراتيجية اعلامية شاملة بأبعادها العسكرية والأمنية والفكرية، بآليات واضحة فانها ستكون جزءاً من مقتضيات إدارة المعركة وضمان الانتصار الشامل في العراق ضد التنظيم الارهابي. لذا سيتناول هذا البحث أهمية وعناصر الرسالة الاعلامية، وأبعاد الرسالة الاعلامية لتنظيم داعش الارهابي الخطاب والمضمون، واستراتيجيات المواجهة الاعلامية .

المبحث الاول: أهمية وعناصر الرسالة الاعلامية :

لاشك ان المقولة التي تفيد بأن الحرية تتمثل بقدرة الشعب على التحدث، وبأن الديمقراطية تعني إستماع الحكومة له، فيما تمثل الصحافة الرسول بين الاثنين، تؤكد أهمية الرسالة الاعلامية في توثيق الاتصال بين وسائل الاعلام وجمهورها المتنوع، بوصفها خير من يربط الحقائق بمصالح الفرد وواقعه، فهي من تعبر وبطريقه واضحة عن الأهداف التي تريد تحقيقها بطريقه سلسه وواضحة.

وتعود أهمية الرسالة الاعلامية الى سببين رئيسيين يتمثل أولهما في إن الرسائل الاعلامية تشكل جزءاً اساساً من عملية تشكيل الاتجاهات السياسية والاقتصادية وحتى الفكرية لدى الشعوب، فاذا استجابت الجماهير لمن يوجه الرسالة ولسالته، عُدَّت الرسالة فاعلة ومحل اهتمام ويمكن الافادة منها، ويمكن ان تنفذ كالأفعال، كما إن الرسالة الاعلامية توضح وبسهولة فعالية عملية الاتصال بين المرسل والمتلقي، لتشكل جزءاً جوهرياً من عملية تقويم دور وسائل الاعلام ودوره في تغيير المجتمعات .

وتُعرف الرسالة الاعلامية بوصفها معلومات يتم إبلاغها بطريقه شفوية او خطية من شخص لآخر، او أنها ما يرسل من فرد الى فرد او جماعة، تتضمن المعلومات والحقائق والمفاهيم، وكل مضمون يتم نقله عن طريق الاتصال بصورة مُبسطة يفهمها ويستفيد منها مجموعة المُستقبلين، ويرتبط مضمون الرسالة بأهداف المؤسسة الاعلامية والمجتمع من ناحية، والجمهور من ناحية أخرى².

وهناك من يعرف الرسالة الاعلامية بوصفها رمزاً او مجموعة رموز مُعدة ومُصاغة لتنتقل من المرسل الى المستقبل، وبأنها كل مضمون يتم نقله عن طريق الاتصال بصورة مُبسطة يُقدمها ويستفيد منها الجمهور المُستهدف³، لطالما عُدَّ الاعلام من أهم وسائل التأثير والتغيير الجماهيري بفعل الادوار الهامة التي كان يؤديها في المجتمعات الانسانية منذ فجر التاريخ وفي عهد القبائل العربية عندما كان شاعر القبيلة يُمثل منبرها الاعلامي أمام القبائل الأخرى .

أصبح الإعلام الفضائي وثورة المعلومات واحداً من أهم أساليب إنفاذ الآفاق الاقتصادية للعملة، عبر توظيف الاعلام للترويج عن السلع التي باتت حرة في الانتقال عبر حدود الدول، فضلاً عن الدور التقليدي للاعلام، والذي استمر مع الاعلام الفضائي في إنفاذ استراتيجيات الدول وسياساتها واهدافها في مواجهة بعضها البعض وضمان مصالحها وأمنها القومي، وقد تمثلت نقطة الشروع للاعلام الفضائي العابر للحدود مع ظهور محطة (C.N.N) الامريكية بوصفها أول فضائية دولية خلال حرب الخليج الثانية عام 1991، ثم تزايد عدد الفضائيات الغربية بشكل متسارع حتى تجاوزت الالف قناة فضائية في سلسلة أقمار هوت بيرد⁴، وهو ما أستثمره تنظيم القاعدة الارهابي، وبالذات بعد أحداث سبتمبر 2001 للترويج عن اهدافه ونشاطاته الارهابية وفق استراتيجية الذئاب المنفردة التي يعتمد عليها التنظيم الارهابي.

ثم سرعان ما دخل الاعلام العربي عالم المنافسة او التأثير على المشاهد العربي والمسلم في البلاد العربية والمهاجر البعيدة فوسعت القنوات الوطنية المحلية نطاق بثها لتصل الى العالمية، ونشأت قنوات فضائية دولية، وأشتركت القنوات الفضائية العربية والغربية في برامج مشتركة، وأنشأت قنوات فضائية خاصة تقليدا لاثماط غربية سواء أكانت قنوات وثائقية أم رياضية أم غيرها، واطلقت قنوات فضائية تتمتع بحريات إعلامية تعبر عن اتجاهات فكرية أو سياسية محددة، وقنوات فضائية تعبر عن اتجاهات اسلامية، فضلاً عن الى القنوات الفضائية التجارية حتى تجاوز عدد القنوات الفضائية العربية الـ (200) قناة حتى عام 2018⁵، الأمر الذي مكّن تنظيم داعش الارهابي من استثمار الاعلام الفضائي للترويج عن افكاره ونشاطاته

الدموية، وفقاً لإستراتيجية اعلامية متكاملة، كان يفتقر لها تنظيم القاعدة وغيره من التنظيمات الارهابية.

فضلا عما سبق فإن هناك العديد من الاعتبارات تكمن خلف إختيار أسلوب معين لتنظيم النص الاعلامي واختيار نوع معين من المضمون بدلاً من نوع آخر، إذ يتوقف تأثير ذلك المضمون على رأي الجمهور في الموضوع ودوافعه واهتماماته وعلى طبيعة عناصر الرسالة الاعلامية المراد إرسالها. إذ إن أهم عناصر الرسالة الاعلامية يتمثل بالوضوح والضمنية أولاً، فالغاية من الرسالة الاعلامية تتمثل بإيقاع أكبر تأثير في جمهور المتلقين، حيث تُشير نتائج الابحاث الى ان الاقناع يصبح أكثر فاعلية اذا حاولت الرسالة الاشارة الى اهدافها ونتائجها بوضوح بدلاً من أن تترك للجمهور لاستخلاص النتائج بنفسه⁶. وكلما زاد ذكاء المتلقي وتعليمه كلما كان يُفضل ترك الهدف ضمناً، وكلما زادت أهمية الهدف بالنسبة للمتلقي كلما تمعن المتلقي أكثر في فحص حجج القائم بالاتصال ونتائجه وبشكل أكثر فاعلية، كما تفقد الرسالة الاعلامية جدواها ومحتواها إذا تم تقديم الهدف بشكل محدد ومباشر⁷.

فيما يتمثل ثاني عناصر الرسالة الاعلامية الأدلة والشواهد المُقنعة للنص الاعلامي، وهي تتمثل بعبارات تتضمن معلومات حقيقية او آراء تُنسب الى مصادر اخرى غير القائم بالاتصال، لإضفاء الشرعية على الرسالة الاعلامية مما يؤثر في قبول الرسالة الاعلامية إيجاباً، على الرغم من أن بعض الدراسات تُقلل من أهمية الشواهد والأدلة في ايصال مضمون الرسالة الاعلامية، لا سيما اذا جاءت هذه الحجج في بداية الرسالة الاعلامية واتسمت بأنها قوية وأكثر اثارة للاهتمام، وحققت هذه الرسالة الاعلامية حاجات الاغلبية من جمهور المتلقين وبشكل متكرر⁸.

وتعتمد الرسائل الاعلامية عدة إستراتيجيات للإقناع تعتمد قدر كبير من التخطيط في توظيف محتوى هذه الرسائل، وبما ينسجم مع توجهات ورغبات الجهات الموجهة للرسائل، وهي تتمثل بالعموم بالاستراتيجية السيكدينامية والاستراتيجية الاجتماعية الثقافية، واستراتيجية انشاء المعاني⁹.

إذ تركز الاستراتيجية السايكودينامية على التأثير في العوامل النفسية والأدراكية لدى المتلقي، والتي تشكلت لديه بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة، المدرسة المسجد... إلخ إذ يلجأ الاعلاميون الى تغيير البنى الادراكية للأفراد عبر المعني والمضمون الذي تعطيه الرسالة الاعلامية بغية الإقناع، ومن ثم التأثير في سلوكيات الفرد، ذلك يعني ان وسيلة الإقناع في هذه الاستراتيجية تكمن في تعديل البناء السايكولوجي للفرد، لاسيما وان هذا البناء هو نتاج مجموعة من العوامل يتمثل أهمها بمستوى التعليم، حتى تؤدي العلاقة الديناميكية بين العمليات الداخلية الكامنة والسلوك العلني الظاهر الى افعال يريدتها القائم بالاتصال الإقناعي¹⁰.

اما الاستراتيجية الاجتماعية- الثقافية فتُركز على العوامل الخارجية للأفراد مثل الجوانب الثقافية والاجتماعية لهم لأنها تؤثر في كيفية تلقي الافراد مضامين الرسالة الاعلامية، اذ لا يمكن تفسير السلوكيات الانسانية الا بالرجوع الى البيئة الثقافية والاجتماعية التي نشأ فيها الافراد، والتي تؤثر بشكل مباشر في طرائق تفكيرهم وتشكيل سلوكياتهم كما ترى هذه الاستراتيجية¹¹.

فيما تُسهم المضامين الاعلامية التي تنشرها وسائل الاعلام في تنمية المعارف لدى الافراد وإنشاء المعاني حول مسائل معينة لتشكيل الصالح العام للمجتمع، حيث ترسم صوره ذهنية ايجابية او سلبية في ذهن المتلقي، وتقدم له مجموعة من الخيارات التي تمكنه من مواجهة المواقف التي تصادفه . كما تؤدي المعلومات المكثفه التي يتلقفها الافراد من وسائل الاعلام في تغيير افكارهم وسلوكياتهم، حيث تحقق الرسالة الاعلامية الأثر المرغوب فيه من عملية الإقناع والتأثير، وهو ما تُركز عليه استراتيجية إنشاء المعاني والتي تعمل بمبدأ (تعلم وأعمل)، لأنها ترى ان الرسالة الاعلامية المقدمة تؤدي الى خلق معاني او مضامين جديدة او تغيير المعاني القديمة، وهذه المعاني تؤدي الى تغيير سلوكيات الافراد وتوحيدها نحو هدف واحد، وهذا لا يتأتى إلا بقبول الرسالة من طرف المتلقي، مع مراعاة عناصر الرسالة الاعلامية الاخرى مثل البيئة، الزمن، حضور او غياب الاغلبية¹².

ويمكن إنجاز عناصر نجاح الرسالة الاعلامية بما يأتي¹³:-

أ- يجب ان يكون مضمون الرسالة محل اهتمام عدد كبير من الجماهير المستقبلة، إذ يجب أن تتناول الرسالة قضاياهم وتلبي احتياجاتهم .

ب- يجب إعداد الرسالة الاعلامية بما يتناسب مع الوسيلة الاعلامية، فالرسالة التي تُرسل عن طريق التلفزيون تختلف عن نظيرتها في الاذاعة، حيث لا يُمكن رؤية المذيع الذي ينقل الخبر، ولا ليتمكن رؤية لقطات من الحدث كما في التلفزيون والعكس صحيح، والرسالة المطبوعة تختلف عن الرسالة الشفوية لان الاولى تسمح بالإفاضة، لذا فإن المرسل عليه ان يفهم طبيعة الوسيلة الاعلامية التي يتعامل معها، مع توظيف استخدامها بحسب الزمان والمكان وموضوع الرسالة الاعلامية .

ت- يشترط نجاح الرسالة الاعلامية مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة، اذ يجب ان توجه الرسالة الاعلامية باللغة التي يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها، فعلي سبيل المثال الرسالة التي توجه للجمهور المحلي تختلف عن نظيرتها للجمهور العالمي خارج الدولة، والرسالة التي توجه للمستويات الشعبية البسيطة تختلف عن نظيرتها التي توجه للنخب والاكاديمين .

ث- على الرسالة الاعلامية مراعاة عادات المجتمع وتقاليده، واهتمامات الجمهور المتلقي، ذلك ان الفرد لا يتابع الا الموضوعات التي يرغب هو بمتابعتها، وهو ما يسمى بالتعرض الانتقائي، كما انه لا يدرك هذه الموضوعات الا بالطريقة التي يود ادراكها بها وهو ما يسمى بالادراك الانتقائي، ومعظمنا يتذكر المواد الاعلامية التي تؤيد وجهة نظره ونحاول تجاهل المعلومات المخالفة لارائنا وهو ما يسمى بالتذكر الانتقائي .

ج- يجب ان تتسم الرسالة الاعلامية بالبساطة والوضوح، وان تُستبعد منها العبارات والالفاظ المعقدة والغامضة، لان الاعلام يتركز على الكلام الواضح البسيط ايا كان نوع الرسالة الاعلامية الموجهة له .

المبحث الثاني: الرسالة الاعلامية لتنظيم داعش الارهابي.... الخطاب والمضمون:

أدرك تنظيم داعش الارهابي ومنذ وقت مبكر إنَّ التاريخ لا يمثل إلاَّ صورة للمحن الانسانية¹⁴، وإن الاعلام يطرح تحديات أمنية بإمكانها تحدي سيادة الدول في ظل تشظي الساحة الدولية بعد احداث سبتمبر 2001¹⁵، وهذا ما أكدته رسالة المناصحة التي بعثها الرجل الثاني في تنظيم القاعدة (أيمن الظواهري) الى (ابو مصعب الزرقاوي) زعيم تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين عام 2004، والتي أكدت اهمية الاعلام في المنظومة الفكرية لهذا التنظيم بقوله ((تذكر يا أخي ان نصف معركتنا الاعلام))¹⁶.

وبالفعل جعل التنظيم الارهابي نصف معركته في الاعلام، وهو ما يُسميه بالجهاد الاعلامي¹⁷. وهذا ما جعله يحرص على إمتلاك آلة اعلامية شبه رسمية كبيرة وفاعلة، مثلت واحدة من أهم آليات التعبئة لصالح التنظيم وغاياته ووسيله من اهم وسائل التجنيد وبث الرعب في نفوس المدنيين الآمنين¹⁸. إذ استطاع التنظيم استثمار مُعطيات العصر وزمن العولمة والقرية الكونية الواحدة والحجرة الالكترونية وعصر الفضاءات المفتوحة بعد ان اصبح للكلمة المرئية الاثر الاكبر واكتسحت الصحافة الالكترونية والتلفزيون وسائل الاعلام الاخرى¹⁹.

وتتضم ترسانة التنظيم الارهابي الاعلامية جميع اشكال المنافذ الالكترونية من مواقع الكترونية ومدونات ومنتديات يتمثل اهمها بمؤسسة الفرقان وهي المؤسسة الاقدم والاهم والذراع الاعلامية للتنظيم، ومؤسسة الاعتصام ومركز الحياة، ومراكز اعلامية داعمة للتنظيم مثل مؤسسة البتار، ولها مدونه على موقع بلوجسبوت (Plogsbot) تصدر اصدارات متنوعة مسموعة ومرئية . فضلا عن مؤسسة الغرباء التي تهتم بتقديم الاعمال الفقهية والتنظير لفكرة دولة الخلافة والدفاع عن التنظيم، والعديد من مؤسسات الانتاج المرئي والمسموع، ولديه مواقع ثابتة ومتغيرة تتبدل باستمرار لتتلافى الملاحقة القانونية والاغلاق²⁰. توجه هذه الترسانة رسائلها الاعلامية بلغات عدة الى جانب العربية، فهي توجه رسائلها باللغات الانكليزية والفرنسية والالمانية والتركية والشيشانية والكردية والروسية والصينية، ويملك التنظيم مجالات عدة اهمها ((مجلة دابق)) باصداراتها الالكترونية والورقية، واذاعات متعددة، ووكالة أعماق، وأكثر من (40) الف حساب على تويتر وسبع مراكز اعلامية ناشطة، وكابينات

يُطلق عليها نقاط اعلامية يقوم من خلالها بعرض بياناته وافلامه بشكل مباشر للجمهور المستهدف²¹.

كما رصد التنظيم مبالغ كبيرة لتمويل القنوات الفضائية والمحطات الاذاعية والمواقع الرقمية عبر شبكة الانترنت، مثل استوديو اجناد وقناة الاعتصام وقناة الحياة . وانهج استراتيجية تعتمد قنوات الاعلام الرقمي مثل الفيسبوك واليوتيوب والتويتر، والاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي الاخرى (مواقع الدردشة المنتديات)) للترويج لأفكاره وعملياته على الارض بما في ذلك اشربة فيديو مروعة تروج للاعلام المرعب مثل عمليات قطع الرؤوس، ونشرات اعلامية حقيقه مثل النشرة الاخبارية لدولة الخلافة، للترويج عن الخدمات التي يقدمها التنظيم للجمهور في المناطق التي يُسيطر عليها، والعباب تفاعلية عبارة عن إعادة إصدارات للالعب العربية مثل لعبة سرقة السيارات وصليل الصوارم لاصطياد الشباب من خلال التعلم والاختلاط الاجتماعي²².

يحرص التنظيم الارهابي على المناوره في مضمون ومحتوى الرسائل الاعلامية التي يوجهها ليطرح اهم تحدي امام الاعلام المضاد، لاسيما وانه يوظف تكنولوجيا المعلومات التي توفر له ميزة استراتيجية تُسهّل له شن الحروب السبرانية والنفسية وحروب الافكار من خلال شن الافكار المغلوطة والشائعات، ونشر خطاب الكراهية للتأثير على إدراك المُتلقيين من الاصدقاء والمُحايدين والاعداء لغرض الدعاية والتضليل الاعلامي، والتأثير على سُمعة الخصم (الدول المُستهدفة) . فالتنظيم الارهابي بات يُدرك ان الدولة ومنذ احداث ما عُرف بالربيع العربي عام 2011 لم تعد الفاعل الوحيد في التفاعلات الاقليمية، وخاصة في الدول التي ادت الاحتجاجات الشعبية فيها الى نزاعات مسلحة مثل العراق وسوريا وليبيا، واصبحت التنظيمات الارهابية اطراف رئيسة في الصراعات التي ما تزال تدور رحاها حتى الان²³.

يبتدأ التنظيم في صياغة رسالته الاعلامية عبر اصطياد التصريحات والتحليلات والمقالات وحتى افلام الفيديو وهي مهام يقوم بها ارهابيون يجلسون في عُرف مُجهزه بأحدث التقنيات تكون مهمتهم اصطياد واختيار وادخال بعض التعديلات على هذه الرسائل، وتوظيفها في

احد مستويات الاتصال الثلاثة، من خلال التركيز على ما قد يُدلل على فساد الغرب والطواغيت طبقاً لفكر داعش او يُدلل على صدام الحضارات حتي لدى الجمهور الذي يُنصب التنظيم العدا لترسيخ هذه الفكرة في عقول المُتلقيين، بلحاظ تصنيف التنظيم الجمهور الى مجموعتين النخب المُثقفة والنخب بسيطة الوعي والتعليم، ليوجه لها ما يناسبها من الرسائل الاعلامية لإحداث التأثير المطلوب او رجع الصدى الذي يرغب به التنظيم الراغب لقيادة طوفان الارهاب العالمي²⁴.

وطبقاً لآراء خبراء أمنيون فان الرسائل الاعلامية التي يوجهها التنظيم توصف بالمُنسقة على عكس ما كان عليه تنظيم القاعدة والعناصر التي وقعت في شركه على امتداد السنوات الماضية، إذ اجاد التنظيم الارهابي توظيف إنتاجه الاعلامي المتطور للغاية وتقديمه في وقت حدوث العمل الارهابي مباشرة، كما أستبدلت اشربة الفيديو المُحببة لتنظيم القاعدة، عندما كان يستخدمها لتصوير ساحة المعركة والحوارات المملة الطويلة والتي كانت تمتد لساعتين، تم استبدالها بقطعات عالية الوضوح، تم تحريرها روائياً وكتابتها بدقه، لإرسال الرسائل بلغات مُتعددة لتشجيع الشباب على الهجرة الى ارض الخلافة المزعومة²⁵.

وتجدر الإشارة الى إن السواد الاعظم من المُنظمين لداعش ممن يحملون شهادات لا تقل عن درجة البكالوريوس بخلاف الاطباء والمهندسين الذين يتم الاعلان عنهم بين فترة واخرى، ويذهبون ضحية العمليات الانتحارية، الامر الذي مكن التنظيم من تشكيل جيش الكتروني يضم مُقاتلين مُتمرسين في العمل الاعلامي واستخدام التقنيات الحديثة في مجال التصوير والايخراج ودمج المؤثرات السمعية والبصرية، ويظهر ذلك واضحاً من خلال الصور والافلام والرسائل الاعلامية الاخرى التي يبثها التنظيم بين فترة واخرى، والتي تُضاهي احدث وأجمل الافلام التي تُعدّها أكبر ستوديوهات العالم في هوليوود، فالتنظيم يُدرك تماماً إن الصورة التلفزيونية تُمثل اليوم سيدة التعبير والنظر والسمع والفكر الواعي واللاواعي²⁶.

ومن جانب آخر لا تقتصر فلسفة الرسالة الاعلامية للتنظيم الارهابي على الافلام التي يبثها فحسب بل تُركز على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي وبث اصدارات صوتية والاعاب

الالكترونية تفاعلية، إذ يقوم بانتاج فيدوات عالية التقنية صادمة للعقل والمنطق والانسانية، تحمل في طياتها العديد من المضامين والاهداف فتحصل على فرص متعددة للانتشار باستخدام وسائل اعلام اقليمية ودولية، عبر الاستراتيجية الاعلامية المتكاملة التي رصفها لاستثمار وسائل التواصل الاجتماعي بالاضافة الى وسائل الاعلام المرئي والمسموع بهدف تمرير رسائل دعائية لتجنيد جهاديين جدد او لتهريب الخصوم، مؤظفاً بعضاً من تناقضات الجدل السياسي في الغرب في حربه الاعلامية، لنشر الرعب بين الناس بطريقة لم يشهد لها التاريخ مثيلاً، عبر الدفع بمعلومات تركز على الكم والكيف لرسائله الاعلامية، والتي تُعد بوجوده عالية لتؤكد قوة التنظيم مادياً ومعنوياً .

فالتنظيم يُدرك تماماً ما تعنيه وسائل الاعلام التي تمتاز بالتدفق الهائل والمتغير باستمرار والتنوع غير المنتظم للمشاهد والتي تصدم العين وهدير الاصوات البشرية وغير البشرية-والتي بإمكانها إدخال المشاهد في وهم عيش تجربة جديدة²⁷، ستمكن التنظيم من الترويج لمنظومته الفكرية المنحرفة والضالة ببسر وسهولة في عصر الفضائيات المفتوحة، لا سيما وإن المختصين في وسائل الاعلام يؤكدون على ان المعروض على وسائل الاعلام اليوم اصبح يُشكل خطراً على جمهور المُتلقيين بعد ان قدم الاعلام الفضائي الارهابيين بوصفهم ابطال²⁸، خاصة وإن المظهر الخارجي للرسالة الاعلامية لتنظيم داعش²⁹، والمُعبر عن المضامين السياسية والاقتصادية والاجتماعية لفكره المنحرف³⁰، اسهم بشكل كبير في فرض واقع معين على المُتلقيين رتب نشر افكار التنظيمات الجهادية المتطرفة وكسب المزيد من المتعاطفين والمجندين من ثقافات مختلفة عربية وغربية .

ويُدرك التنظيم التأثير الكبير لوسائل الاعلام على الرأي العام، فهي تحول الهزائم الى انتصارات وادوات لكسب المُجندين وحشد الدعم المادي، عبر العمل على لي وتطويع النصوص القرآنية والاحاديث النبوية لصالح مبايعته، وللترويج لتأسيس دولة الخلافة الاسلامية التي سستُحرر المسلمين من الهوان والظلم من وجهة نظره، مما مكّنه من جذب الشباب وحثهم على الكفاح لبناء دولته المرعومة³¹، إذ استهدفت استراتيجية التنظيم الاعلامية القيادة الوسطى من

جيوش الرده لدفعهم للانضمام للجهاد، وتسويغ عمليات التنظيم العسكرية ضد الشعوب شرعياً ضمن خطة ادارة التوحش للحصول على تعاطف هذه الشعوب المُستهدفه او تحييدها على الاقل . كما وظف التنظيم الصور والفيديوهات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الانترنت، لتحديث اثراً كبيراً في نفوس المتلقين سواء أكانوا أفراداً ام مجتمعات مدنيون أم عسكريون ارهبت القلوب وأدت الى تراجع الحالة المعنوية للمُقاتلين³² . ومن شاهد عملية إعدام الصحفيين الامريكيين (جيمس فولي وستيفن سولتوف) وبعدها طريقة اعدام الناشطين البريطانيين في أعمال الاغاثه يُدرك بدون شك ان التنظيم الدموي يملك عقول ذات خبرة واسعة بفنون الحرب النفسية والتاثير الاعلامي³³ .

وما يمكن ملاحظته ان التنظيم ومن خلال بُنية اعلامية تنظيمية مركبة تجمع بين التراتبية الهرمية والشبكية غير المركزية استطاع ان يحشد كثيراً من المتطوعين والعاملين والهواة في خدمة استراتيجيته الاعلامية والامام بعوامل الجاذبية التي تحملها مضامين رسائل التنظيم، عبر ما يُسميه بالجهاد الاعلامي³⁴ ، على الرغم من انها نابعة من فكر التكفير والانغلاق الایدولوجي وطرح المسوغات الدينية والسياسيه لافكاره المتطرفة، والدعوة الى العودة الى الحياة الاسلامية في زمن الاسلام، فضلاً عن أفراد التنظيم الدموي ومنذ ظهوره باتخاذ طرق مختلفة في القتل والانتهاكات غير الآدمية، وصولاً الى تفرد بترسانه اعلامية ضخمة ومُنظمة نجحت في استقطاب المُقاتلين من الشرق والغرب على السواء³⁵ .

ويرى خبراء الاعلام ان التنظيم اعتمد نظرية جبل الثلج التي تشرح كيفية عمل التنظيم وتحليل خطابه، حيث يعتمد على مُمارسة العنف بارتكاب فظائع تُربك المُتلقي، ولا تجعله يستوعب ما يرى بشكل منطقي ومن ثم يستهدف وسائل الاعلام التي وقعت في الفخ، بسبب نقلها وقائع الاعدام والخطف، لا سيما بعد احداث ما عُرف ب((الربيع العربي)) وما تلاها من تطورات جعلت وسائل التواصل الاجتماعي الوسيلة الالهة في نشر افكار التنظيم وتجنيد المسلحين. اذ ان (80%) من عمليات التجنيد تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، و(20%) كانت تتم في السجون او المساجد، مما يعكس تطوراً واضحاً في اداء

الماكينة الاعلامية للتنظيم، فعلى سبيل المثال لا الحصر يحتل موقع تويتر موقعاً مركزياً من الماكينة الاعلامية لتنظيم داعش³⁶، الامر الذي جعل العالم أمام جيل جديد من الارهابيين ولدوا في عصر الكمبيوتر والانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ويجيدون التعامل مع هذه الادوات، خاصة ان بعضهم من مسلمي اوربا والمهمشين فيها، ويرغبون بتقويض الحضارة الغربية بادواتها التكنولوجية في عصر ما بعد الحداثة³⁷.

ومن تحليل مضامين الرسائل الاعلامية للتنظيم يمكن القول انه يعتمد ذات الافكار الجهادية التي تبناها تنظيم القاعدة مسبقاً، لا سيما وإنه خرج من رحم تنظيم القاعدة وانفصل عنه في كيان مستقل، لكنه لم يطور الاطر العقائدية او الفقهية الخاصة به . بل يتفق التنظيمان في العديد من القضايا الفقهية، والتي تبدأ بتكفير المجتمع، ونظرية العدو القريب والعدو البعيد، واعاده الخلافة الاسلامية وتطبيق الشريعة وتهديم الكنائس ودور العبادة للديانات والطوائف الاخرى، واباحة قتل الحكام المسلمين المعارضين للتنظيم واقامة الدولة الاسلامية على اي ارض يتم تحريرها وغيرها من الافكار المتطرفة وفقاً لوجهة نظرهم، وهي ذات الافكار التي تبناها تنظيم (الناجون من النار) في وقت سابق في سبعينيات وثمانينات القرن العشرين في سيناء، والذي عُد أكثر التنظيمات الجهادية إرهاباً وتطرفاً³⁸. وبقدر تعلق الامر بموضوع البحث فإن ممارسات تنظيم داعش الارهابي (لم تكن جديدة او طارئة على الوعي الراهن للمُشاهد العربي، إذ مارست الجماعات المسلحة السلفية في الجزائر ذات الممارسات الوحشية التي يقوم بها تنظيم داعش الان لكن غياب الوسيلة الاعلامية آنذاك لم يظهر ممارسات تلك الجماعات آنذاك .

وعلى هذا الاساس يمكن القول إن الفكر المتطرف للتنظيم الارهابي لا يخرج عن منظومة فكر الجهاد العالمي الذي يقوم على اصول وفروع، فالاصل تُجمع عليه تنظيماته كافة . ومن هذا الأصل القطعي تتناسل كل مفاهيم تنظيم داعش وخطاباته الدعوية، بالاضافة الى بعض فتاوى ائمة الدعوة النجدية، الذين يكفرون من يسنون القوانين الوضعية او يحكمون بها، ويوجبون الهجرة من البلاد التي تسن القوانين الوضعية، لأنها لم تعد دار اسلام من وجهة نظرهم³⁹،

الامر الذي أنعكس بشكل واضح على مضمون خطاب تنظيم داعش الارهابي. فهو يحرص على إمتلاك خطاب التغيير الجذري نحو دولة الخلافة، وخطاب القوة والسلطة عبر العمل المسلح والقوة المفرطة لتحقيق أهدافه، فضلاً عن خطاب التهيب والترغيب لايجاد صور ذهنية لدى جمهور التنظيم ووسائل الاعلام مليئة بالذبح والتقطيع والحرق وتدمير الكنائس والاضرحة ومقامات الطوائف الاسلامية الاخرى والمعابد والآثار التاريخية، فاعدام الاقباط المصريين في ليبيا، وهم يرتدون الزي البرتقالي ومقيدين بايديهم وارجلهم داخل هيكل حديدي والنار تندلع في أسفلهم قبل ان تبدأ بالتهامهم، ما هي الا حلقة من حلقات خطاب الرعب المصنوع على طريقة الانتاج السينمائي الهوليوودي⁴⁰. كما يتمظهر الرفض والكرهية ضد الآخر المختلف في الدين والعقيدة والمذهب والانتماء الفكري في خطاب التنظيم الدموي باشكال واساليب متعددة وبطريقة منظمة في الانتاج الفكري والثقافي والاعلامي لداعش⁴¹.

ومن جانب آخر لم يتناسى التنظيم المضمون الانساني لخطاباته وإن كان وهمياً، فهو يتوجه الى نوعين من الاعداء، العدو البعيد المتمثل بالغرب الصليبي وحلفائه في العالم والشرق الملحد، والعدو القريب وهو يشمل مجموعة واسعة من الاعداء منهم أعوان الصليبيين، والليبراليين والعلمانيين، والنصارى والمتردين العلويين والرافضة والآشوريين والدرروز والشبك والآيزيديين⁴²، يوجه خطاباته عبر الفضاء السيبراني متوعداً هؤلاء الاعداء مستثمرا ما توفره الاقمار الصناعية من بث مباشر، بشكل لا تستطيع معه آليات الرقابة الشوشرة ان توقف تدفق المعلومات عبر الحدود⁴³.

ولما كانت الحركات الجهادية عموماً وتنظيم داعش الارهابي خاصةً تمر بمرحلتين في تطورها، تسمى المرحلة الاولى بشوكة النكاية ينشر فيها المؤيدون الفوضي وتوجه فيها الضربات العسكرية لمؤسسات الدول المستهدفة وتتركب المجازر وعمليات القتل المنظمة والممنهجة والمتتالية ضد اعداء دولة الخلافة، فيما تسمى المرحلة الثانية شوكة التمكين التي تمثل المُرَكز الرئيس لبناء دولتهم المزعومة، وما بين الشوكتين يتم التدمير المنظم لمؤسسات الدول التي ستقام على ارضها دولة الخلافة، القانونية والدستورية والاقتصادية والثقافية، تماماً كما حصل

في سوريا والعراق وليبيا⁴⁴، فإن التنظيم الارهابي اوكل مهمة مسؤولية ادارة الهيكل الاعلامي المؤسسي في العالم الافتراضي الى المتحدث الرسمي باسم التنظيم (أي مُجدّ العدناني)، وهو سوري الاصل بنزج نجمه في عالم الدعاية والتنظير الحركي، ثم اصبح متحدثاً رسمياً باسم التنظيم، والمسؤول الاول عن اعداد الرسائل الاعلامية للتنظيم واخراجها بالشكل التي تظهر عليه، كما توضحه اعداد مجلة دابق، فهو من محرر اخبارها واختيار المواد التي تنشر فيها ومعظم افتتاحيات المجلة بتوقيعه، ويتضح الثقل الايدلوجي للعدناني في مؤلفاته التي ألفها في فقه الجهاد، فهو المسؤول عن الرسائل التوجيهية التي يعلنها التنظيم لاتباعه في مختلف البلدان، خصوصاً تلك المتعلقة بالهجوم والقتل، وهناك شخصيات اخرى مثل (ابو الاثير العبسي) المسؤول عن مؤسسات التنظيم الاعلامية مثل الفرقان والاعتصام، و(ابو ميسرة العراقي) المسؤول عن اصدار البيانات والاشربة والمسموعة ومجموعة من الخبراء البرتغاليين مسؤولين عن التصوير واخراج الفيديوها وغيرهم من الاسماء الحركية⁴⁵، عبر مؤسسه اعلامية إفتراضيه رصد لها ابو بكر البغدادي ما يقرب من مليون دولار⁴⁶، عملت على نقل صورة جذابه للاقاليم التي يسيطر عليها التنظيم، وتعظيم الرغبة بالشهادة والاحتفاء بها بوصفها طريقاً للجنة، وتتوافر هذه المواد الاعلامية باللغتين العربية والانكليزية والفرنسية والروسية والصينية والشيانية، كما ينشر التنظيم مواد اعلامية شديدة الوحشية لبث الخوف في نفوس المدنيين الآمنين كالفيديو الخاص بحرق الطيار الاردني معاذ الكساسبة حياً⁴⁷.

وطالما إن الاصولية ترتكز على مُعتقد ديني او سياسي مع الشكل الثقافي أو المؤسسي الذي تمكنت من إراتدائه في عصر سابق من تاريخها لتمتلك حقيقة مطلقة تعمل على فرضها⁴⁸، فإن التنظيم الدموي قام بشن هجمات الكترونية عام 2015 تحت مسمى الخلافة السيرية. كما طور نسخته من الفيسبوك تحت مسمى (مسلم بوك) و(خلافة بوك) واطلق تطبيقاً للهاتف المحمول يوفر لمستخدميه احدث اخبار التنظيم، معتمداً على تقنيات عديده توظف الشبكات الخاصة الافتراضية، وما يُطلق عليها بالشبكة السوداء (Dark Net)، التي تخفي عنوان البروتوكول الذي يمكن من خلاله تحديد مكان الشخص على الشبكة العنكبوتية،

وتنشئ موقعاً افتراضياً لا وجود له على ارض الواقع، وفرض على اتباعه اخفاء وقت ارسال الرسائل ومواقعهم على شبكات التواصل الاجتماعي⁴⁹.

كما حرص تنظيم داعش على نشر كتيب ارشادي بين اتباعه لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر، بعد خسارته آله الاعلامية الفاعلة والكبيرة لاشعال أجندة علي شبكات التواصل الاجتماعي لتشجيع النشئ الجديد على الانضمام لتنظيماته، وفي اطار حروب الهاشتاغ نشر مقطع فيديو عبر يوتيوب يدعو فيه مقاتلي التنظيم الى المشاركة في هاشتاغ عنوانه (#سيناء عربن الموحدين)⁵⁰. إذ اشار (ريتشارد هانيجان) الرئيس الجديد للاستخبارات البريطانية اتحاما لعدد من شركات التقنية الامريكية العاملة في وادي السليكون بولاية كاليفورنيا بانها اصبحت شبكات القيادة والتحكم المفضلة للارهابيين⁵¹.

فضلا عما سبق فإن التنظيم يعتمد على مجموعة من الاستراتيجيات النفسية في خطابه الدعوية والتي يوجهها في الفضاء السبراني لكسب النشئ، فضلا عن توظيف الخطاب الديني، من خلال التركيز على تلبية احتياجات الشباب، والتي اكد عليها علماء النفس، يتمثل اهمها بالاغلاق المعرفي، الذي يُفيد حاجة الناس الى اليقين والابتعاد عن الغموض، التي تؤدي بالانسان الى التوتر والقلق، حيث يأتي تنظيم داعش الارهابي ليقدم اجابات مباشرة وقاطعة للافراد والمجتمعات توفر صورة اكثر فهما ووضوحا للعالم ولأنفسهم وما يريدونه ليتبنوا وجهة نظر التنظيم ورؤيته⁵². كما إنه يوفر الهدف والمعني لحياة الافراد المنتمين له، حيث يعمل على توظيف الفراغ الذي يعيشه بعض النشئ، ويقدم مكافآت مغرية لمن ينتمي اليه، والمساندة المادية والاجتماعية والعاطفية، وهذه الاستراتيجية فعالة لاسيما بالنسبة لمن هم في سن الشباب والمراهقة، بعد طمس شخصيتهم المتفردة والمستقله وادخالهم في نمط من تفكير جمعي تمهيداً لإلزامهم بالطاعة العمياء لقيادتهم بالضرورة. كما يستثمر التنظيم مشاعر الغضب وروح الاحباط، ويوفر للنشئ فرص للانتقام، ويقدم فكرة الدولة الاسلامية بوصفها الحل الوحيد للمجتمعات الاسلامية، فيا مكانها توفير هوية المنتمين للتنظيم تميزهم عن غيرهم بوصفهم انقى وافضل واكمل، وهم فقط من يستحقون العيش بحسب ما يسوقه التنظيم

الارهابي للمنتمين له، وبالتالي حياة الآخرين ليس لها قيمه ولا يستحقون العيش⁵³. كما ويستغل المتطرفون حاجة الشباب الى الشعور بالقيمة فيطرح لهم نموذج البطل وفقا لمفهومهم المنحرف للبطولة، حتى يصبح التنظيم رمزا للتمرد والثورة لدى الشباب، ويوهمون الشباب بأنهم جزء من أمه لها رسالة سامية وامجاد حكمت العالم، لا سيما وأنه صادر مؤسسات دولية وغير دولية في المناطق التي خضعت لسيطرته وضح فيها آيدولوجيته⁵⁴.

ثم سرعان ما تراجعت قدرات التنظيم الاعلامية بعد بدء الحرب عليه، حيث خسر (70 %) من ماكينته الاعلامية، بسبب التأثير الاعلامي للانتصارات التي حققها التحالف الدولي والعراق على التنظيم في معارك تحرير مدينة الموصل، حيث خسر (98%) من الاراضي التي كان يُسيطر عليها في شمال العراق وفرت قياداته الى سوريا، لينخفض حجم المحتوى الداعشي المنشور بشكل كبير، وتتسم رسائله الاعلامية برداءة الجودة خاصة الفيديوهات والصور، ومع غلبة النغمة الدفاعية على الاصدارات الاخيرة، وتأخر التنظيم في اصدار البيانات التي يتبنى فيها مسؤوليته عن الهجمات التي ينفذها، وعدم الدقة في عرض المعلومة مثلما كان يحدث في السابق، فضلا عن وجود سقطات في الترجمة من العربية الى الاجنبية، مما يؤكد ترنح الآلة الاعلامية للتنظيم الدموي .

المبحث الثالث :- آليات المواجهة الاعلامية :-

بدون شك لا يمكن تجاهل ما للاعلام من دور جوهري في تكوين ثقافات المجتمعات الحديثة وعملية التنشئة السياسية والاجتماعية، وترسيخ قيم الديمقراطية والعدالة والمساواة والحرية وتبادل الثقافات والمعلومات، ولعل هذه الحقيقة مثلت الاساس الذي ارتكزت عليه الاستراتيجية العربية الاعلامية لمكافحة الارهاب لعام 2013، والتي اقرت عام 2015، ودخلت حيز التنفيذ عام 2016⁵⁵. إذ ارتكزت هذه الاستراتيجية على الاستراتيجية العربية لمكافحة الارهاب عام 1998، والتي ركزت على تكتيف استخدام وسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء لائناء الوعي العربي والوطني والقومي بخطورة تنامي ظاهرة الارهاب الرقمي على وجه التحديد، لاسيما وإن تحليل مخرجات الاعلام العربي عموما والعراقي خاصة

تؤكد أنه ما زال حتى اللحظة لم يرتق الى مستوى الطموح، فلم يُسلط الضوء على كيفية إنشاء رسالة إعلامية ترتقي بالوعي الاعلامي والسياسي والفكري حول ظاهرة الارهاب، وهو ما استثمره تنظيم داعش الذي حرص على توظيف عوامل متعددة لاستثمار الفضاء السبراني يتمثل اولها بالبُعد عن سيادة الدول، واتاحتها للجميع وقلة التكلفة وسرعة الانتشار، وصعوبة السيطرة عليها من قبل اجهزة الرقابة المؤسساتية، وتقديمها خدمة الاتصال والتواصل السريع بين اعضاء التنظيم والمؤيدين باسهل الطرق، مع امكانية توفير منصات اعلامية للدعاية لانشطة التنظيم وافكاره، مع ضمان امكانية النشر المكثف للصور والافلام والوثائق التي تدعم افكار التنظيم⁵⁶، فضلا عن قوة تأثيرها على الرأي العام وصُناع القرار بشكل مباشر، وسعة الفضاء السبراني لكل وسائل الاعلام التي تستخدمها التنظيمات الارهابية وبدون ملاحقة قانونية فاعلة .

وعلى الرغم من أن النشرات الاخبارية لمعارك تحرير الموصل كشفت إن الخطاب الاعلامي العراقي حاول ان يكون موحداً في دلالاته اللغوية والخبرية بالاعتماد على توحيد النشرات الاخبارية ومصادر المعلومات والمعجم اللغوي لاعطاء صورة عن مهنيته، وهو ما يُفسر وجود ضبط في التغطية الاعلامية لمعركة الموصل، حيث تجندت قنوات اتحاد الاذاعات العراقية وشبكة الاعلام العراقي لبناء صورة ايجابية محددة عن اداء القوات الامنية العراقية المشترك بشكل يدل على تبعيتها للقائد العام للقوات المسلحة، مع مراعاة الموضوعية والمهنية والمصادقية في تقديم الحدث بهدف ترسيخ الافكار التي يُراد زرعها في اذهان الجمهور من خلال وضعها في سياق اخلاقي⁵⁷، إلا أن التنظيم استطاع استثمار الثغرات في عمليات التحالف الدولي العسكرية ضده، والانقسامات العميقة في العراق وسوريا، معتمداً إستراتيجيات فكرية ونفسية وسياسية بالاضافة الى استراتيجياته العسكرية والاقتصادية والاجتماعية، لا سيما وأنه اعلن عن هدف استراتيجي بعيد المدى يتمثل باقامة دولة الخلافة، اعتمادا على اجتهادات متطرفة للغاية، وهو ما جعله اكثر من كونه تنظيم ارهابي، لذلك حرص على حيازة الاموال، ومصادر القوة والنفوذ، لتحقيق النفوذ العالمي⁵⁸، وتوظيف

استراتيجية اعلامية واتصالية وتقنية وفكرية ونفسية مُتظافرة مع بعضها البعض، مكنته من الاستمرار والبقاء ولو في العالم الافتراضي حتى اللحظة مع بعض الجيوب الجغرافية هنا وهناك.

وعلى خلفية تنفيذ الولايات المتحدة الامريكية وحلفائها عمليات القصف الجوي في العراق وسوريا يتجه التنظيم للرد عبر جبهة اخرى ليعوض الهزيمة والانكسار اللتين مُني بهما امام قوات التحالف الدولي والقوات العراقية، من خلال الاتجاه نحو نقل المعركة الى الفضاء الالكتروني، في حرب لا متماثلة تُرتب مزايا استراتيجية عديدة له ما لم يُنظم التحالف الدولي لمكافحة التنظيم والعراق انفسهم بشكل يجعلهم يكونون جبهة موحدة لمواجهة جهود هذه الجماعة الارهابية، اذ اضحى الدخول في حرب سيبرانية امرا غير مستبعد حتى بالنسبة للفاعلين غير الحكوميين، مستثمرا ما يملكه هذا التنظيم الارهابي ما تبقى من آتته الاعلامية، فهو يُدرك أنه لا توجد دولة في العالم تعترف بشرعية التنظيم⁵⁹.

وعلى هذا الاساس قبل التفكير في استراتيجيات مواجهة اعلام التنظيم لابد ان يكون هناك ثمة نظام دولي للتدفق المعلوماتي، يمكن انشائه عبر توسيع مجال الاتصال في ثلاثة ميادين مهمة، يمثل الاول بزيادة وسائل الاتصال المفتوح أمام الافراد، ويشترط ان تكون تفاعلية، عبر البريد الالكتروني واتاحة الصحف الالكترونية والادوات التفاعلية الاخرى، بالاضافة الى وسائل ربط بعيدة للانشطة الشخصية⁶⁰ واتاحة الوصول المفتوح للشبكة العنكبوتية (Open Access) ببسر وسهولة، ودعم المساواة في الفرص والتعددية في المحتوى .

وفي ضوء ما سبق يمكن القول إنه لا يمكن مواجهة الاستراتيجية الاعلامية لتنظيم داعش ما لم يتم تفكيك البنية الاعلامية والاتصالية⁶¹ للتنظيم أولاً، والحذر من الوقوع في فخ الترويج لنشاطات التنظيم ثانياً، واهم من هذا وذاك لا بد من تبني استراتيجية اعلامية واتصالية متكاملة لمواجهة الاستراتيجية الاعلامية للتنظيم عبر تفعيل الجيوش الالكترونية للشباب المُستترين على شبكات التواصل الاجتماعي، وانشاء قنوات فضائية ومحطات اذاعية

اسلامية بلغات مختلفة توجه خطابها ورسائلها الاعلامية الى كل دول العالم لمحاربة الفكر المتطرف ونشر الفكر الاسلامي الوسطي المعتدل⁶².

ولعل الطريق الأهم والأكثر فاعلية لنشر الخطاب الاسلامي المعتدل يتمثل بانشاء مواقع وبوابات الكترونية اسلامية منهجها الاعتدال والوسطية والانفتاح على الاديان والطوائف الاخرى والتسامح، عبر تفعيل ادوار المرجعيات الاسلامية المعتدلة التي تقبل التصالح وقبول الحوار وقبول الآخر المختلف مذهبيا وطائفيا ودينيا وقوميا وتؤمن بالحوار وليس الصدام مع بعضها من كل الطوائف، بدلا من ترك النشئ يتأثر بالافكار التي يطرحها تنظيم داعش وغيره من التنظيمات الجهادية العالمية التي تروج الى حروب دينية وطائفية وعرقية وقومية، وتقسم المسلمين الى فئات وشيع، والايقونات والاصدارات التي اصبحت فيما بعد بصمة للتنظيم، والتي استقطبت حوالي (14) الف مقاتل من (90) جنسية مختلفة في العالم حتى نهاية عان 2014، طبقا لتقارير الخارجية الامريكية⁶³. وعليه يجب تجديد الخطاب الديني، وانشاء مواقع وبوابات اسلامية الكترونية بلغات متعددة ليتم تصحيح صورة الاسلام لدى العالم، فإن انتهت المعركة مع التنظيم عسكريا لكنها لا تزال تمثل تحدياً أمنياً في ظل الانفتاح الاعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي، لاسيما وإن الانكسار العسكري والامني لهذا التنظيم سيدفعه الى الرهان على البعد الاعلامي والحرب النفسية.

ومن جانب آخر لابد من ايجاد خطاب اسلامي معتدل يطرح بديل يستثمر وسائل الاعلام المرئية المسموعة، لبلورة استراتيجية اعلامية متكاملة في اطارها الاعلامي التعبوي والنفسي، يمكن ان يشكل ضدا نوعيا لخطابات التنظيمات الارهابية العالمية وباسلوب ذكي وجذاب في طرح الادلة والشواهد. ذلك ان الاقتصار على نقض خطاب داعش وتكذيبه وتخطئته لن يكون فعالا من دون اجوبة واضحة على التساؤلات التي تحير الشباب وتعرضهم لحالات مستمرة من عدم اليقين، بدلا من ان يلجئوا الى الجماعات المتطرفة للبحث عن اجابات مقنعة لهذه التساؤلات.

ولا بد من إعادة صياغة مفهوم البطولة ونصرة الدين في اذهان النشئ من خلال توجيههم بان تميز الفرد في دراسته او عمله او خلقه هو افضل خدمة للدين، وان البطولة تتحقق بعمل الخير ونبذ الشر والمساهمة في بقاء الوطن قوياً متماسكاً وامناً وليس بالقتل والارهاب، واثاحة الفرصه للشباب لان يكونوا ابطالا حقيقيين من خلال توفير مشاريع انتاجية تُتيح لهم الابداع واظهار طاقاتهم الكامنه وتتحفي بانجازاتهم ،دون اهمال أهمية التأكيد على دور مؤسسات المجتمع المدني والاسرة في تكوين شخصية الفرد وميوله واهتماماته وسلوكه ،مع التأكيد على اهمية تحقيق الامن الفكري لدى المواطنين وتنوعية الشباب فكريا واجتماعيا بأهمية الولاء للهوية الوطنية الجامعة التي تسمو على الهويات الفرعية .

ولمواجهة اعلام تنظيم داعش الارهابي في وسائل التواصل الاجتماعي لابد من إنشاء جيش الكتروني يمتلك الاف الحسابات في مواقع الفيسبوك وتويتر تعتمد الخطاب المعتدل وتؤكد الهوية الوطنية دون اهمال الهويات الفرعية، لانتاج رسائل اعلامية مقنعة ومؤثرة في الشباب تنسف شبهات رسائل التنظيم الاعلامية وتدحض محتواها، عبر آليات دعائية مُضادة، تستثمر الدعم الدولي للعراق في مكافحة التنظيمات الارهابية، والابتعاد عن اطار الصراع في النصوص الاخبارية التي تغطي العمليات العسكرية ضد التنظيم، وهو ما يعدها عن التناقض الذي أتسمت به التغطية الاخبارية للقنوات العربية لمعارك تحرير الموصل وقناه العراقية وقنوات تحالف الاذاعات العراقية مما يشئت مضمون الرسائل الاعلامية، ويضيع رجع الصدى المطلوب منها ،

الخاتمة :-

يمكن القول إن التنظيم يعتمد استراتيجيات اعلامية مُحكمة من خلال هيكل تنظيمي واضح، يقوم بدور وزارة الاعلام في العالم الافتراضي تضم مجموعة كبيرة من المؤسسات ووسائل الاعلام المرئي والمسموع والالآف الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، لإرسال الآف الرسائل الاعلامية المتنوعة في المضمون والمحتوى والاهداف .

وعلى هذا الاساس لا بد من صياغة استراتيجية اعلامية لمواجهة اعلام التنظيم الارهابي اعلاميا عبر اليات محددة يتمثل أهمها بالاتي :-

1. لا بد من تبني استراتيجية اعلامية واتصالية عراقية لمكافحة الارهاب تستجيب للتحديات الامنية التي يشهدها العراق في ضوء انفتاح غير مسبوق لوسائل التواصل الاجتماعي تشمل الاعلام التقليدي والاجتماعي .
2. أنشاء مراكز اعلامية رسمية تعمل على تحليل المعلومات الواردة حول نشاطات التنظيمات الارهابية بما يضمن محاصرة الارهابيين اعلاميا وثقافيا .
3. تطوير الخطاب الاعلامي الرسمي غير التقليدي عبر توظيف النظريات والاساليب النفسية في الاقناع بأسلوب جذاب يُراعي خصوصية المستهدفين وفئاتهم العمرية ومستوى وعيهم.
4. تبني إستراتيجية أعلامية موحدة تتوجه الى المتلقي العراقي، واضحة الاهداف غايتها تحقيق التوازن في التدفق الاعلامي والمعلوماتي وبما يحقق التوازن والوحدة الوطنية في الخطاب والمضمون .
5. التأكيد على دور وسائل الاعلام العراقية في بناء وترصين الهوية الثقافية الوطنية، متضمنه الهويات الفرعية الضامنة للتنوع الديني والسياسي والطائفي والمناطقية.
6. يجب ان تضطلع وسائل الاعلام بمسؤوليتها تجاه المتلقين من خلال دعم وتطوير المعايير المهنية والالتزام بميثاق شرف مهني، اساسه وحدة العراق، دون إنتهاك اصول النظام الديمقراطي الفيدرالي، وحرية وسائل الاعلام .
7. التاكيد على أهمية المصدقية والموضوعية في الرسائل الاعلامية للتعامل مع نشاطات التنظيمات الارهابية عبر توجيه رسائل اعلامية للأفراد والجمتمعات، لاسيما في مناطق القرى والارياف التي تنشط فيها التنظيمات الارهابية .
8. تأهيل الكوادر الاعلامية العراقية وتنميتها، عبر تنظيم الدورات التدريبية الاعلامية والحلقات النقاشية وورش العمل الخاصة بمكافحة الارهاب والتطرف، وتكثيف الاداء الاعلامي الموجه

- للخارج للكشف عن ما جرى في العراق بعد عام 2003، والارهاب الذي مورس بحق شعبه وما هي الاجراءات القانونية الرادعة سواء اكانت محلية أو دولية، وملاحقة الارهابيين اللذين اساءوا للشعب العراقي طبقا لقانون (جاستا)^(*).
9. تعزيز التبادل الاعلامي بين دول المنطقة لتوفير منظور اقليمي ودولي مشترك حول القضايا الارهابية واليات مكافحة التطرف والغلو الاعلامي .
10. تعزيز مبدأ الاعتدال والوسطية في الخطاب الاعلامي لظاهرة الارهاب، عبر تكتيف برامج التصحيح الفكري باستخدام مختلف وسائل الاتصال الجماهيري لا سيما الشبكة العنكبوتية الدولية والمنتديات الثقافية .
11. الاهتمام بتوظيف وسائل التنشئة الاجتماعية والسياسية ومنظمات المجتمع المدني وبما يعزز اللحمة الوطنية والهوية الوطنية الام، والتركيز على التماسك المجتمعي والانتماء للوطن والهوية الجامعة .
12. تصميم برامج الوقاية وفقاً الى اسس علمية مُنظمة وليس في شكل جهودٍ مشتتة لا توظف اساليب الإقناع والتأثير والتنشئة الاجتماعية المناسبة، وإشراك المجتمع ومؤسساته في تنفيذها .
13. توجيه مؤسسات الدولة الامنية لرصد الجيوش الالكترونية العابثة بأمن الوطن .

الهوامش

¹ انتصار ابراهيم عبد الرزاق وحسام الصغد ساموك، الاعلام الجديد .. تطور الاداء والوسيلة والوظيفه ، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع ، الطبعة الالكترونية الاولى، 2011، ص11.

² مُجّد السيد سلمان الفولي، الاعلامي المتميز .. معاملة الرسالة الاعلامية انماطها -عناصرها- اشكالها، الجزء الرابع ، بوابات كنانة اون لاين، 11 نوفمبر 2015، شبكة المعلومات الدولية

<http://kenanaonline.com/users/drFouly/posts/792066>.

³ المصدر نفسه .

⁴ مُجّد المسفر، تحليل الرسالة الاعلامية .. تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي ، طرابلس، جامعة مُجّد خيضر بسكرة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، 2018، ص3.

⁵ المصدر نفسه ، ص 3.

⁶ ثناء اسماعيل العاني، مضمون الرسالة الاعلامية واسلوب تقديمها، جامعة بابل، كلية الاداب، قسم الاعلام، التعليم الالكتروني 2\2\2015، سلسلة محاضرات في الاعلام، شبكة المعلومات الدولية:

<http://www.uobabylon.edu.iq>.

⁷ المصدر نفسه .

⁸ المصدر نفسه .

⁹ بغداد باي عبد القادر ، تسويق محتوى الصحف والافناعات في الرسالة ، الجزائر، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 8 ، مارس 2015، ص 103.

¹⁰ بغداد باي عبد القادر ، تسويق محتوى... مصدر سبق ذكره ، 2015، ص 103.

¹¹ المصدر نفسه ، ص 103.

¹² المصدر نفسه ، ص 103.

¹³ عبد الحليم محي الدين ، الاعلام الاسلامي تطبيقاته العملية ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الخانجي ، 1984 ، ص 34-35.

¹⁴ كيت سميث، جرائم العنف، ترجمة محمد بنيس، القاهرة، دار العربي، 2001 ، ص 31-32.

¹⁵ عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدى بشير محمد ، الاعلام الامني .. التصدي للتهديدات الارهابية .. داعش والقاعدة نموذجاً، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، 2017، ص 61.

¹⁶ ياسر عبد العزيز ، داعش لم يواجه باستراتيجية اعلامية متكاملة ، 2019 ، شبكة المعلومات الدولية

: <http://www.Doutsche.Welle>.

¹⁷ عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدى بشير محمد ، الاعلام الامني .. مصدر سبق ذكره ، ص 61.

¹⁸ ياسر عبد العزيز ،... مصدر سبق ذكره ، شبكة المعلومات الدولية : <http://www.Doutsche.Welle>

¹⁹ جان ميران كرم، الاعلام العربي الى القرن الحادي والعشرين ، بيروت ، دار الجيل، 2002، ص 61.

²⁰ عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدى بشير محمد ، .. مصدر سبق ذكره ، ص 61.

²¹ بيت الاعلام العراقي، ترسانة داعش الاعلامية .. الجزء الاول .. مؤسسات اعلامية ومنتديات ، الرصد لاعلامي العراقي، التقرير الثاني والعشرين ، 29 أكتوبر 2016 ، شبكة المعلومات الدولية

: <http://www.shafaaq.com>.

²² ماركو لومباردي، الدعاية والاعلام .. ادوات توغل في يد داعش، في محمد سليمان ابو رمان (محرراً) في سر المجاذبية:

داعش والتجديد، عمان، مؤسسة فريدريش أيرت، 2014 ، ص 88 - 90.

²³ عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدى بشير محمد ، .. مصدر سبق ذكره ، 49.

²⁴ احمد العموش ، مستقبل الارهاب في هذا القرن، الرياض ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، 2006 ، ص 10.

- ²⁵ حسن نيازي الصيفي، المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام تكنولوجيا الاعلام الجديد لنشر ثقافة العنف ، الرياض، جامعة الملك فيصل، شبكة المعلومات الدولية: Arab Media & Society Issue, 23.Winter,2017
- ²⁶ مي العبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، بيروت ، دار النهضة العربية، 2006، ص19.
- ²⁷ ريان سليم بدر وعمار سالم الخزرجي، الطفل مع الاعلام والتلفزيون ، موسوعة سايكولوجيا الطفل ، بيروت ، دار الهادي للطباعة والنشر ، بيروت 2007، ص63.
- ²⁸ المصدر نفسه ريان سليم بدر وعمار سالم الخزرجي، الطفل مع الاعلام .. مصدر سبق ذكره، ص 63 .
- ²⁹ دينا عراي، دور وسائل الاعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة ، القاهرة ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، اطروحة دكتوراه منشورة، 200، ص25. للمزيد يُنظر ايضا:- بارعة حمزة ، دور التلفزيون اللبناني في ترتيب اولويات طلبة الجامعات اللبنانية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام، 1995، ص 19 .
- ³⁰ لوزو فليس ، التلفزيون في الحياة اليومية ، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح ، القاهرة ، المجلس الاعلى للثقافة ، 2000، ص26، و ص89 .
- ³¹ مجموعة باحثين ، استراتيجية داعش الاسلامية .. الترهيب لكسب التأييد، صحيفة مكة المكرمة ، السبت 18 اكتوبر 2018، شبكة المعلومات الدولية <http://www.Makkahnewspaper.com>.
- ³² نصيف جاسم، توظيف تنظيم الدولة داعش للاعلام الرقمي، المركز الاوربي لدراسات مكافحة الارهاب والاستخبارات 2017\12\9 ، شبكة المعلومات الدولية <http://www.europarabct.com> :
- ³³ المصدر نفسه <http://www.europarabct.com>
- ³⁴ شريف درويش اللبان ، قراءة في الاستراتيجية الاعلامية والثقافية لتنظيم داعش، مجلة (Arab Media and Society)، القاهرة، الجامعة الامريكية، 31\آيار\ 2019 ، شبكة المعلومات الدولية:
- <http://www.Arab Media and Society.com>
- ³⁵ لؤي علي، هل ترنحت الآلة الاعلامية لداعش؟ ، القاهرة ، صحيفة اليوم السابع، 25 يناير 2019 ، شبكة المعلومات الدولية : <http://www.m.youm7.com>
- ³⁶ شريف درويش اللبان ، الاستراتيجية الاعلامية والثقافية لمواجهة تنظيم داعش الارهابي (SISI)، تحرير يسرى العزباوي، داعش دراسات في بنية التنظيم ، القاهرة، المركز العربي للبحوث والدراسات ، 2015 ، شبكة المعلومات الدولية: <http://www.europarabct.com>
- ³⁷ شريف درويش اللبان ، قراءة في الاستراتيجية الاعلامية ... مصدر سبق ذكره ، شبكة المعلومات الدولية: <http://www.Arab Media and Society.com>
- ³⁸ مجدي الطيب، فجر يوم جديد .. الناجون من النار، الكويت ، جريدة الجريدة، 3\8\2013 ، شبكة المعلومات:
- <http://www.aljarida.com>
- ³⁹ معتز الخطيب ، تنظيم الدولة .. البنية الفكرية وتعقيدات الواقع ، الدوحة ، مركز الجزيرة للدراسات ، في 23\نوفمبر 2014 ، شبكة المعلومات : <http://www.al-jazeera.com>

- ⁴⁰ كامل القيم، حرب الرموز وتسويق مشيرات العنف والارهاب .. رؤيه في تسويق الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش الارهابي ، بغداد، مجلة حمورابي للدراسات، العدد العاشر ، تموز 2014، ص ص 87-117 . للمزيد ينظر ايضا : تريمز منصور، اعلام داعش .. الوسائل والخطاب الدعائي والتقنيات، بيروت، مجلة الدفاع اللبناني، منشورات الدفاع الوطني اللبناني ،العدد 100، نيسان 2017 .
- ⁴¹ ابي مارية القحطاني، متن عقيدة تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين ،دار الجبهة للنشر والتوزيع، نيسان 2013، ص27، وتسجيل صوتي لابي محمد العدناني ، بث في 30\تموز\2013.
- ⁴² تريمز منصور، اعلام داعش .. مصدر سبق ذكره.
- ⁴³ شريف اللبان ، الثورة الرقمية وتحولات القوة الناعمة من شبكات المعلومات الى ساحات للارهاب والتحرير والصراعات ، القاهرة، المركز العربي للبحوث والدراسات الخاصة، شبكة المعلومات: <http://www.acrseg.org>
- ⁴⁴ تريمز منصور، .. مصدر سبق ذكره.
- ⁴⁵ عمر إبراهيم ابو سعدة وحدي بشير محمد ، الاعلام الامني .. مصدر سبق ذكره ، ص 88-90.
- ⁴⁶ شريف درويش اللبان ، الثورة الرقمية وتحولات القوة الناعمة المركز العربي للدراسات والبحوث الخاصة 7\شباط\2018 ، ص 67-80.
- ⁴⁷ تريمز منصور، اعلام داعش .. مصدر سبق ذكره.
- ⁴⁸ محمد محسن، الاستراتيجية الاعلامية لتنظيم داعش الارهابي (SISI) .. القدرات والوسائل، بيروت، 2015، ص 4.
- ⁴⁹ لينا الخطيب ، استراتيجية تنظيم الدولة .. باقية وتتمدد، مركز كارنيغي للشرق الاوسط، بيروت ، مؤسسة كارنيغي للسلام العالمي ، 2015، وص 14، وص 18، وص 19 .
- ⁵⁰ شريف درويش اللبان ، الثورة الرقمية وتحولات .. مصدر سبق ذكره، ص 67-80.
- ⁵¹ المصدر نفسه ، ص 80.
- ⁵² علي بن صديق الحكمي، طرائق داعش في اقناع الشباب الوديع بافكاره الوحشية .. رؤية نفسية ، الرياض ، صحيفة الحياة ، النسخة الدولية ، شبكة المعلومات الدولية، العدد، 8\تموز\2016، شبكة المعلومات الدولية <http://www.alhayat.com/article>
- ⁵³ لينا الخطيب ، استراتيجية .. مصدر سبق ذكره، ص 14 .
- ⁵⁴ المصدر نفسه، ص 4.
- ⁵⁵ صدرت هذه الاستراتيجية عن جامعة الدول العربية .
- ⁵⁶ شريف درويش اللبان ، الصحافة الالكترونية: دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، ط3، القاهرة ، الدار المصرية - اللبنانية . 2005، ص 67-80.

⁵⁷ أكرم فرج الربيعي، الخطاب الاعلامي العراقي لمعركة الموصل .. أطره وأجندته، الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات

27 ابريل 2017، شبكة المعلومات الدولية: <http://www.al-jazeera.com>

⁵⁸ لنا الخطيب، استراتيجية تنظيم الدولة .. مصدر سبق ذكره ، ص 9.

⁵⁹ المصدر نفسه ، ص 18..

⁶⁰ شريف درويش اللبان ، الصحافة الالكترونية .. مصدر سبق ذكره ، ص 67-80.

⁶¹ الحسابات التي يملكها على مواقع التواصل الاجتماعي .

⁶² المصدر نفسه .

⁶³ مالك ابراهيم الاحمد ، اعلام داعش ، نور سوريا ، شبكة المعلومات الدولية:

<http://www.syrianoor.net/artecal/106917 no.2015>

(^{٦٠}) هو التعديل الذي اقره الكونغرس الامريكي للقانون ملاحقة الارهابيين عام 1967، لمكافحة وملاحقة دعاة الارهاب .