الإعلام وتنامي تنظيم داعش في العراق

*معتز إسماعيل، خلف صالح**

ملخص

جاء توسع تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش"، بعد تجنيده جيشاً إعلامياً في كافة الاختصاصات، ليشن حرباً إعلامية ونفسية ذات أسلوب رقمي والكتروني ضد كل من يحسبه عدواً له، وبكل الأساليب والوسائل المشروعة وغير المشروعة، لإضعاف الروح المعنوية للخصم وتجنيد المزيد من الشباب للانضمام إليه.

الكلمات الدالة: الإعلام، تنظيم داعش، العراق.

المقدمة

حصد تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، الكثير من التركيز الأكاديمي والاهتمام الإعلامي، لاستخدامه سلاح الإعلام وخاصة الإعلام السيبراني، أو الإعلام الالكتروني، فقد كان يبث أشرطة الفيديو عن أعمال العنف التي يقوم بها، وينشر مجلة الكترونية والعديد من المناشير والكتيبات، ويستخدم وسائل التواصل الاجتماعي. وهنا أستخدم التنظيم الإرهابي الإعلام بطريقة مزدوجة، فاستخدمه كوسيلة للتجنيد، وأستخدمه غالباً كاستكمال للجهد العسكري، وأحياناً للتعويض عن تراجعه.

أهمية البحث: تنبع أهمية البحث من الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في إستراتيجية التنظيمات الإرهابية في التجنيد والتسويق والتمويل، مما يؤثر على أمن المجتمعات ويهدد فيها تحقيق التعايش السلمي، وذلك عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد من أهم أدوات تنظيم داعش الإعلامية في إسناد شرعية أرهابه وتجنيد المزيد من الإتباع، إذ تعمل التنظيمات الإرهابية على تحويل قناعات الشباب خاصة العاطل عن العمل في أن النظام السياسي لا شرعية دينية ولا اجتماعية له، وأن الحق والحكم لله ولمن يمثله في الأرض.

اشكالية البحث:

ينطلق البحث من إشكالية مفادها أن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام والمعروف مختصراً بـ "داعش"، استطاع تسخير الآلة الإعلامية وأساليبها لبناء إستراتيجية إعلامية تمكن من خلالها السيطرة على أراضي واسعة تقدر بثلث الأراضي العراقية بالإضافة إلى أراضي من سورية المجاورة للعراق، وهذا بحد ذاته إشكالية كبيرة. والسؤال الرئيس في البحث هو كيف يدير الإرهاب إعلامه؟ وهذا التساؤل يقودنا إلى تساؤلات أخرى هي ما دوافع إعلام داعش وما أدواته؟

فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية أساسية مفادها أن للإعلام دور أساسي في تنامي ظاهرة الارهاب في العراق والمنطقة، وكان له الدور المحوري في الحرب النفسية التي أنتجت سيطرة تنظيم داعش على أجزاء من العراق وسورية.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

1- التعرف على دور الإعلام في تنامي ظاهرة الإرهاب في العراق بعد 2003.

2- التعرف على أدوات الإعلام الإرهابي.

منهج البحث: سنستخدم في الوصول إلى نتائج علمية تعين على التحقق من فرضية البحث، منهج التحليل النظمي.

الدراسات السابقة:

توجد العديد من الدراسات العلمية المنشورة في كتب متخصصة ومجلات علمية محكمة، عالجت إشكالية البحث في دور الإعلام في تنامي التنظيمات الإرهابية، منها دراسة داعش وحرب العقول: كيف سخر داعش الدبابة الإعلامية للباحث نصيف

* مركز الدراسات الاستراتيجية، جامعة الانبار، العراق. تاريخ استلام البحث 2019/12/24، وتاريخ قبوله 2020/6/2.

 © 2020 عمادة البحث العلمي/ الجامعة الأردنية. جميع الحقوق محفوظة.

جاسم حمدان، حيث تناول أهمية شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للتنظيم، وكيفية تسخيرها في خدمة اهدافه. ودراسة الأساليب الإعلامية في الخطاب مع الآخر.

هيكلية البحث:

للبرهنة على صحة أو خطأ الفرضية التي ينطلق منها البحث، قسمنا البحث إلى مقدمة، وخاتمة، وثلاثة مطالب، حاولنا من خلالها معالجة الموضوع الرئيس، المتمثل بدور الإعلام في تنامي سيطرة تنظيم داعش في العراق.

المطلب الأول: ماهية الإرهاب الإعلامي:

الإعلام هو نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة عبر أدوات الإعلام والنشر ووسائلها بقصد التأثير، فالإعلام سلاح فتاك إن اسيء استخدامه، فهو يغزو العقول ويهدم القيم ويشوه الفكر، لذا أصبح مادة أساسية لكل نشاط رسمي وغير رسمي، وتعتمد عليه كل الحكومات والمؤسسات والمنظمات والتنظيمات، لغرض إيصال نشاطاتها من خلاله، ومن هذه التنظيمات الإرهابية المتمثلة بداعش والقاعدة، وغيرها من التنظيمات الإرهابية، إذ اعتمدت كل وسائل النشر بمختلف إشكالها والنقل لتسويق أغراضها وغاياتها وتوظيفها في تضليل المجتمع والأجهزة الأمنية واكتساب السيطرة على الرأي العام.(اليعقوبي، 2016، ص407)

يلعب الإعلام دوراً هاماً ومؤثراً في توجهات الرأي العام واتجاهاته، وصياغة مواقفه وسلوكياته من خلال الإخبار والمعلومات التي تزوده بها وسائل الإعلام المختلفة. إذ لا يستطيع الشخص تكوين موقف معين أو تبني فكرة معينة إلا من خلال المعلومات والبيانات التي يتم توفيرها له، ما يؤكد قدرة الإعلام بكافة صوره وأشكاله على إحداث تغييرات في المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية عن طريق تعميم المعرفة والتوعية والتنوير وتكوين الرأي ونشر المعلومات والقضايا المختلفة. وفي الوقت الذي أصبحت فيه وسائل الإعلام جزءً أساسياً من حياة الشعوب والمجتمعات، بفعل استجابتها ومواكبتها للتطورات والمستجدات الحاصلة في شتى المجالات الحياتية، وقدرتها على الوصول إلى الجماهير ومخاطبتها والتأثير فيها، فإن هذا يتطلب ضرورة مراعاة ظروف كل مجتمع وبيئته الثقافية والقيمية والفكرية بشكل يضمن احترام هوية هذا المجتمع وخصوصيته. دون أن يعني ذلك تجاهل الأخر وعدم جواز التعرف على ثقافته وحضارته، إذ لا بد من التواصل والتفاعل معه والاستفادة بما لديه من علوم ومعارف بعد أن أصبح العالم بفضل الثورة العلمية والتقنية والاتصالاتية أشبه ما يكون بقرية كونية صغيرة تتداخل فيها المصالح والاعتبارات بين دول العالم وشعوبه.

ويهدف الإرهاب من خلال إعلام العمليات الإرهابية إلى طرح القضية أمام الرأي العام العالمي، والمنظمات العالمية، فيقومون بمثل هذه العمليات لجذب الانتباه إليهم وتصوير ما يتعرضون إليه، ومحاولة كسب تأييد الدول والجماعات الأخرى لمناصرة قضاياهم. فالإرهاب يعتمد في تحقيق أهدافه على عنصرين أساسيين: الأول هو إثارة الرعب والذعر، والثاني هو نشر القضية، فالإرهاب كما يقول "كرنوتن" هو الدعاية عن طريق الفعل. تأكدت هذه الوجهة في وقتنا الحاضر، وذلك باعتماد الجماعات الإرهابية على الجانب الإعلامي في تنفيذ عملياتها الإرهابية، فيقصدون وراء كل عملية يقومون بها جلب أكثر عدد ممكن من المشجعين والمهتمين، وهو ما أطلق عليه أحد لباحثين الأمريكيين **Violence de spectacles**، إذ حصلت مثلاً الأحداث التي استهدفت الولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001، على حجم ضخم من التغطية الإعلامية، وقد نجح منفذو تلك الهجمات الإرهابية في الحصول على أكبر تغطية إعلامية في تاريخ الأعمال الإرهابية. (علاوي والعياش، 2017، ص87-88)

وينطلق الإرهاب بجميع أشكاله وشتى صنوفه من دوافع متعددة، ويستهدف غايات معينة، ويتميز الإرهاب الالكتروني عن غيره من أنواع الإرهاب بالطريقة العصرية المتمثلة في استخدام الموارد المعلوماتية والوسائل الالكترونية التي جلبتها حضارة التقنية في عصر المعلومات، لذا فإن الأنظمة الالكترونية والبنية التحتية المعلوماتية هي هدف الإرهابيين ووسائلهم في عصر ما بعد الحداثة. (الهاشمي، ص5)

فقد أسهم التطور التكنلوجي المستمر في أغلب مجالات الحياة ولاسيما مجال تكنلوجيا المعلومات والاتصالات في دعم التنظيمات الإرهابية بشكل مباشر، إذ وظفت هذه التنظيمات الوسائل الحديثة مثل شريط الكاسيت في أوج عصره ثم روجت أفكارها من خلال أفلام الفيديو، واليوم أعتمدت الإنترنت واستخداماته الذكية بشكل كثيف، واستخدمت الكاميرات الرقمية والعدسات المتطورة في التصوير والبرامج الحديثة في الدبلاج والتصميم والفوتوشوب وغيرها. وفي موازاة التكنولوجيا والتقدم العلمي ظهرت أجيال متواترة من التنظيمات الإرهابية حتى وصلنا إلى تنظيم داعش الإرهابي بشكله الحالي، وإن ما يمكن ملاحظته على هذا

التنظيم أنه فكرياً واقتصادياً وتاريخياً واجتماعياً ينتمي إلى الماضي، إلا في مجال الإعلام والاتصالات فانه ينتمي إلى عصر ما بعد الحداثة، أي أنه متطور ومتقدم في الزمن نفسه.(اليعقوبي، 2016، ص408)

والإرهاب الالكتروني أو السيبراني، هو وصف واقعي لنشاط ارهابي يدور في عالم افتراضي قائم على استخدام بيانات رقمية ووسائل إعلام واتصال تعتمد الإنترنت وتعمل الكترونياً، ويعمل الإرهاب السيبراني على اختراق المواقع الالكترونية الحساسة. بدأت الجماعات الإرهابية تتخذ من الإعلام وسيلة لتسويق جرائمها وأعمالها الإرهابية، ومن هنا بدأ مشهد الإعداد للعمليات الإرهابية وتنفيذها، أمراً سيكون ميسراً يمكن مشاهدته عبر وسائل الإعلام المرئي، وهو ما شجع ويشجع الجماعات الإرهابية للمضي قدماً في عملياتها الإرهابية، بل وتكثيفها كوسيلة لنشر الرعب.(علاوي، والعياش، ص88)

ويمكن حصر الأدوار التي أدتها وسائل الإعلام في تنامي ظاهرة التطرف والإرهاب بشكل مباشر او غير مباشر في الآتي: (ملكاوي، 2014، ص15)

1- مساحة الحرية المطلقة التي منحتها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، لمعتنقي الافكار في نشرها والترويج الإعلامي لها، والذود عنها، وإتاحة الفرصة لنشر بياناتهم وتصريحاتهم، وكتبهم، وأفلامهم، وتسجيلاتهم، على امتداد العالم بسهولة ويسر غير مسبوقين، حيث أعلنت شركة "كومسور" الأمريكية المتخصصة في الدراسات التكنلوجية، أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم تجاوز المليار نسمة بحلول ديسمبر 2008.

2- إتباع سياسة التهويل والتضخيم، لدى بعض وسائل الإعلام لتحقيق الإثارة الصحفية والإقبال الجماهيري بغرض الربح المادي في ظل المنافسة الشرسة.

3- هيمنة الطابع الإخباري على التغطية الإعلامية وتغييب التغطية ذات الطابع التحليلي والتفسيري.

4- افتقار بعض وسائل الإعلام إلى الخبراء والمختصين في المجالات الأمنية والاجتماعية والنفسية والتربوية لإقناع المشاهد بحقيقة الحدث وعدم الانسياق وراء التضخيم الإعلامي الذي يؤدي في معظم الأحيان إلى نتائج عكسية، إضافة إلى ذلك يجب التركيز على المسألة العلاجية للظاهرة الإرهابية، لا على تغطية الحدث الإرهابي.

5- قيام بعض القنوات الفضائية بعرض بعض المناظر والمشاهد المأساوية وتصوير الأضرار بشكل متكرر ومبالغ فيه، إضافة إلى بث وجهات نظر الإرهابيين دون إتاحة الفرصة لتعريتها والرد عليها، الأمر الذي يشكل خطورة تؤدي إلى حدوث ردود فعل سلبية لدى البعض من شأنها خدمة العمل الإرهابي.

6- ما تبثه بعض الصحف ووسائل الإعلام من أخبار وصور، بل مقالات تنمي هذا الفكر ولو بطريقة غير مباشرة، تحت غطاء الحرية المغلوطة.

وبظهور تنظيم داعش، تغير شكل وخطاب ومضمون الإعلام للتنظيمات الجهادية، فأصبح المضمون أوسع ولم يقتصر على قتال البعيد بل شمل العدو القريب والتترس والتمكين والتوسع عبر شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، التي أضافت عنصر جذب وقوة، فهي لا تحتاج إلى رقيب أو جهد كبير، عالمية الانتشار والتواصل، ليستغل تنظيم داعش هذه الصفات في مخاطبة الأخر ولكسب الشباب الجدد. ولتبرز في الساحة نظرية الحرب المتماثلة أو الحرب بالنيابة كأحد النظريات التي رافقت ظهور تنظيم داعش في العراق وسوريا. (حمدون، 2016، ص101)

ويستخدم تنظيم داعش وبشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي ففي تقرير قام به أحد الباحثين في قضايا الإرهاب، تتبع الباحث فيه ما يفوق أربعة ملايين تغريدة يحركها ما يفوق 8000 حساب في تويتر، ينشط جزء منها، بينما ينشط الباقي في حال توقف الحسابات الأخرى أو حجبها على تويتر.

وفي هذا الإطار تستخدم التنظيمات الإرهابية التقنيات الأكثر تطوراً في حربها الإعلامية بالتوازي مع حربها الميدانية على الأرض، وذلك عبر حملات إعلامية واسعة ومختلفة المضامين، حتى تحولت وسائل الإعلام سلاحاً مؤثراً بيد الجماعات الإرهابية، ومسوقاً فعالاً لعملياتها الإرهابية، واسلوباً للدعاية والتجنيد، وبالتالي فإن الجماعات الإرهابية عمدت إلى تطوير إدارتها لوسائل الإعلام الرقمي منها والمرئي والمسموع، وتوجيهه إلى داخل البيئة المستهدفة، ومن هذه التنظيمات الإرهابية هو تنظيم داعش. إذ شهدت الهيئة الإعلامية لتنظيم الدولة تطوراً كبيراً بالشكل والمحتوى، وتتمتع بدعم وإسناد كبيرين، وتعتبر مؤسسة "الفرقان" الإعلامية الأقدم والأهم، وقد ظهرت مؤخرًا مؤسسات إعلامية عديدة تتبع التنظيم، مثل: مؤسسة "الاعتصام" ومركز "الحياة"، ومؤسسة أعماق، ومؤسسة البتار، ومؤسسة دابق الإعلامية، ومؤسسة الخلافة، ومؤسسة أجناد للإنتاج الإعلامي، ومؤسسة الغرباء للإعلام، ومؤسسة الإسراء للإنتاج الإعلامي، ومؤسسة الصقيل، ومؤسسة الوفاء، ومؤسسة نسائم للإنتاج

الصوتي، ومجموعة من الوكالات التي تتبع الولايات والمناطق التي تسيطر عليها، كوكالة أنباء "البركة" و"الخير" وغيرها.(البكري، ص101)

كما أصدر التنظيم عدداً من المجلات بالعربية والإنجليزية أمثال: "دابق"، وهي أول إصدار لمجلة للتنظيم تصدر بلغتين عربية وإنجليزية، وبنسختين ورقية وإلكترونية، وأصدر التنظيم مجلة أخرى معروفة باسم "الشامخة"، وأنشأت الهيئة إذاعات محلية، مثل: إذاعة "البيان" في مدينة الموصل في العراق، وإذاعة أخرى في مدينة الرقة في سوريا.

المطلب الثاني: إدارة الإعلام في تنظيم داعش:

ربما نجح تنظيم داعش في السيطرة، وفي زمن قياسي على مساحات شاسعة من الأراضي العراقية والسورية، وأزال الحدود بينهما، مثلما نجح في الاستيلاء على أطنان من الأسلحة الحديثة والعتاد العسكري من مخازن جيشي الدولتين، وعزز رصيده المالي بأكثر من نصف مليار دولار كانت مودعة في خزائن الدولتين، ولكن النجاح الأكبر في رأينا، يتمثل في إدارتها الإعلامية التي لعبت دوراً كبيراً في إيصال رسالتها، وإرهاب شعوب المنطقة، ووضع التنظيم كفاعل إرهابي مؤثر على الخريطتين الإقليمية والدولية في زمن قياسي. إعلام تنظيم داعش أظهر كفاءة وقدرة وحداثة غير مسبوقة في التنظيمات الإرهابية التي سبقته، إذ بات إعلام تنظيم "القاعدة" الأم، الذي شغل العالم بأشرطته وبياناته طوال العشرين سنه الماضية يبدو بسيطاً ومتواضعاً، فالتقنيات الحديثة التي يستخدمها تنظيم داعش وكتائبه الإعلامية لا تقل أهمية عن العمليات الانتحارية والمتفجرات، بل تفوقها، لأنها تحقق نجاحات كبيرة في الحرب الأهم ألا وهي حرب العقول المستعرة. (عطوان، 2015، ص195)

يدرك استراتيجي والإعلام في داعش ما الذي يتوقعه الجمهور منهم، إيقاع تصريحاتهم الرنانة، وتغريداتهم، وفيديوهاتهم، وصورهم، لذلك عمدوا إلى استخدام وسائل الإعلام الحديثة في تسويق نتاجاتهم الإرهابية من عمليات وحشية وحزٍ للرؤوس وتنكيل بالضحايا لخلق جو من الوحشية والرهبة في نفوس المجتمع المستهدف.(رويتر، 2016، ص229)

لذلك ولأهمية الاداة الإعلامية بالنسبة لتنظيم داعش فقد حدد لها مكانة متقدمة في بنيته التنظيمية، فوفقاً للتقارير عن بنية تنظيم داعش، فإن الإدارة الإعلامية تقع تحت مسؤولية المتحدث الرسمي باسم التنظيم: أبي محمد العدناني، وهو سوري الأصل، بزغ نجمه في عالم الدعاية والتنظير الحركي مع تنظيم الدولة الإسلامية في العراق، ثم صار متحدثاً رسمياً لتنظيم داعش الإرهابي عام 2012، ويعد هذا الإرهابي المسؤول الأول عن إخراج الرسائل الإعلامية للتنظيم كما يظهر في إعداد مجلة (دابق)، فمن الواضح انه يقوم بالدور التحريري، واختيار المواد، ومعظم افتتاحيات المجلة مهرت بتوقيعه.(العربي، 2016، ص16)

ويرأسها المدعو أبو الأثير (عمر العبسي السعودي)، ويدير هذه المؤسسة جيش من الكتاب، والمتابعين للإعلام الإلكتروني، غالبيتهم من الخلايا النائمة، وبعضهم من أنصار تنظيم داعش. في الوقت نفسه، هناك عشرات من المنتديات والمواقع الإعلامية الجهادية التي تقدم النصرة الإعلامية لتنظيم داعش، وهم غالباً من الخليج وشمال أفريقيا. لجأ تنظيم داعش كغيره من التنظيمات الإرهابية إلى وسائل الإعلام الرقمي لتثبيت وجوده والتأكيد عليه، فإعلام تنظيم داعش أظهر كفاءة ومقدرة وحداثة ومواكبة للتطور غير مسبوقة، وتفوق على امبراطوريات إعلامية كبيرة غربية وعربية، بل وبات إعلام تنظيم القاعدة طوال العشرين عاماً الماضية، يبدوا بسيطاً ومتواضعاً، أمام كفاءة وقدرة تنظيم داعش الإعلامية، فالتقنيات الحديثة التي استخدمها وكتائبه الإعلامية، لا تقل أهمية عن الصواريخ والدبابات والعمليات الانتحارية والمتفجرات، بل تفوقها؛ لأنها تحقق نجاحاً واستقطاباً كبيرين في الحرب الأهم وهي "حرب العقول".(حمدان، 2016، ص112-113)

ومن المعروف أن أي دولة لا تعترف بشرعية تنظيم داعش، لذا عليه الاعتماد على قنوات التواصل القائمة، على غرار وسائل الإعلام الاجتماعي، للترويج لنفسه، وإرهاب خصومه، وتجنيد الأعضاء الجدد. واستغلت القاعدة في العام 2001 رغبة الإعلام في تحقيق السبق الإخباري، يستخدم تنظيم داعش إنتاج الإعلام الدولي أداة غير مباشرة لترقية تنظيمه. لكن على العكس من القاعدة، تبنى داعش صيغة متزمتة في التعاطي مع الإعلام، فهو يكون محدداً جداً حين يتعلق الامر بالمكان الذي يروج لنفسه فيه، مثلاً، إلى حين قيام موقع "تويتر"، بإغلاق حساباته في آب 2014، أفتتح داعش حسابات فردية لكل "ولاية"، تابعة له. ومن خلال هذه الحسابات روج التنظيم لعمله التنموي في قطاعات على غرار المدارس وانجاز مشاريع شق الطرق، ومثل هذا التركيز على الخدمات يستهدف خلق حس من الشرعية لتنظيم داعش، عبر تصويره بأنه التنظيم الذي يرعى المسلمين الفقراء والمحتاجين. وألان، يواصل داعش استخدام "تويتر" وسيلة للتواصل والانتشار، ويخلق باستمرار حسابات جديدة حين يتم إغلاق الحسابات الأخرى.(الخطيب، ص18)

الإرهابيون الآن لديهم طاقم من الكوادر المؤهلة تكنولوجياً، فأغلبهم من أصحاب التعليم العالي وكثير منهم يحمل شهادة جامعية في الهندسة والطب والإعلام والتسويق، وأغلبهم لديه قدرة فائقة على التعامل مع الإعلام الرقمي الذي تقوم داعش باستغلاله بطريقة غير مسبوقة بهدف نشر الرعب وتوثيق الجرائم الميدانية عبر مقاطع فيديو ممنتجة كسلاح فعال في تجنيد المزيد من الكوادر الإرهابية.(الديني، 2015، ص15)

وإمعاناً في خلق أجواء الفوضى والترويع، وإتاحة المجال أمام انتشار الشائعات المغرضة، التي تثير خوف الرأي العام وتؤلبه ضد السلطات المحلية بحجة عجزها عن حماية آمنه، عمد إرهابيي داعش إلى التسلح بوسائل الإعلام المختلفة لتسويق أغراضهم وغاياتهم وتوظيفها في تضليل الاجهزة الأمنية، واكتساب السيطرة على الرأي العام، عن طريق نشر أخبار العمليات الإرهابية التي يقومون بتنفيذها، على اعتبار أن الحملات الإعلامية التي تغطي هذه العمليات تساعد على تحقيق واستكمال أهداف الإرهابيين، الذين يرون في التغطية الإعلامية لجرائمهم معياراً هاماً لقياس مدى نجاح فعلهم الإرهابي، لدرجة أن البعض أعتبر العمل الإرهابي الذي لا ترافقه تغطية إعلامية عملاً فاشلاً. من هنا يأتي استغلال الإرهاب للإعلام لترويج فكره الإرهابي ودعمه، من خلال محاولاته المستمرة في البحث عن الدعاية الإعلامية لتسليط الضوء على وجوده وأغراضه. فبحسب باحثين نفسيين، فإن الإرهابيين قد يحجمون عن تنفيذ عملياتهم في حال علموا مسبقاً أنها لن تترافق مع الدعاية الإعلامية، التي من شأنها كشف حجم الخسائر التي الحقوها بضحاياهم. على اعتبار أن الحرب النفسية تعمل عملها فقط في حال أبدى البعض اهتماماً بالأمر. فقد وصفت مارجريت تاتشر رئيس الوزراء البريطانية السابقة هذه الدعاية (المجانية) بالأوكسجين اللازم للإرهاب الذي لا يستطيع الاستغناء عنه، لان تغطية الحدث الإرهابي إعلامياً يحقق مكاسب تكتيكية وإستراتيجية للقائمين عليه.

واستخدم تنظيم داعش الإرهابي أسلوباً فنياً عالياً في الإدارة الإعلامية، إذ أعتمد على القدرة العالية في التصوير والإخراج والمونتاج لتحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير والاستمالة العاطفية على المتلقي، فهو يستخدم (الجرافيك) بقدرات إخراجية عالية، وصلت إلى 90%، واستخدام أكثر من كاميرا على الأقل في عملية توثيقيه أو عمليات الذبح الجماعي، وأنه يستعين بـ (مايكات) تسمى "تل مايل وايرلس" والتي يصل سعرها إلى (3) آلاف دولار، مع تصوير المشهد أو اللقطة بأكثر من زاوية مختلفة. أما تقنية الصوت والمؤثرات الصوتية المرافقة لعمليات الذبح أو العمليات العسكرية والتوثيقية، فهي لا تقل أهمية عن تقنيات التصوير، فقد تم اختيار موسيقى تنسجم مع طبيعة اللقطات التي تصور، فهي تساعد على الإحساس بالمشهد والتفاعل أكثر ولم تكن دون مؤثرات. وغالباً ما يستخدم في الأفلام والأصوات الطبيعية غير المصطنعة لإضفاء الواقعية على مشاهد الفلم. (حمدان، 2016، ص149)

وحدد "أبو بكر ناجي"، أحد منظري الجماعات الإرهابية الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش بما يلي:(ناجي، ص12)

1- نشر أكبر قدر ممكن من الإرهاب، لتكون مادة صحفية عما حدث، ويظن الناس والعدو أن العمليات القادمة سيتم الحشد لها حشد تفوق عددي، مما يعلي أسهم المقاتلين إعلامياً، ويرجف القلوب عن مواجهتهم.

2- إتباع أسلوب التفخيخ لا ليهدم المبنى فقط، أو حتى تسويته بالأرض ولكن لجعل الأرض تبتلعه ابتلاعاً، وفي ذلك تتضاعف كمية الرعب لدى العدو، وتحقق أيضاً أهداف إعلامية جيدة من أبرزها عدم استطاعة العدو إخفاء خسائره.

3- فهم السياسة الإعلامية للخصوم، والتعامل معها جيداً في كسب المعركة العسكرية والسياسية، ومن أهم ما يساعد على نجاح سياسة التنظيم الإعلامية هو أن تصل موادها الإعلامية إلى مستهدفيها، مباشرة ولكل الفئات.

4- الخطاب الإعلامي، ينبغي أن يركز على تبرير العمل تبريراً شرعياً، وعقلياً، وأن فيه المصلحة في الدنيا والآخرة، وأن يصل هذا التبرير واضحاً إلى الناس والشعوب بحيث يقطع كل سبيل أو محاولة لتشويه عمل التنظيم إعلامياً، فالجانب الإعلامي في هذه العملية سيكون ظهرنا الذي نحتمي به، كما يقول الإرهابيين.

5- العمل على أبطال إستراتيجية قوات الأمن العراقية، عن طريق جعل العمليات منتشرة على أكبر رقعة من الأرض، والعمل على منعها من تحقيق أهدافها.

6- لا شيء سوى العنف، الخشونة، الإرهاب، إخافة العدو، الذبح... اللين والرقة هي إحدى مكونات الفشل في أي عمل جهادي كما يقول الإرهابيين.

فالإدارة الإعلامية التي يستند إليها تنظيم داعش، أصبحت إستراتيجية العنف والإرهاب والقتل، وهي من محفزات المؤسسات الإعلامية في العصر الحديث، لأنها تحمل مضامين درامية تدر عواطف ومشاعر متدفقة تنسجم مع طبيعة وسائل الإعلام، تلعب دوراً هاماً في نشر الخبر وتحليله، والمساعدة على فهم ما يقع من أحداث، كما لها تأثير كبير على الرأي العام والاتجاهات الفكرية

للجمهور المتلقي، وقد أثبتت الدراسات أن الفرد المتلقي أكثر ميولاً لوسائل الإعلام المرئية–السمعية، بشكل عام، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت، بديلاً عن الوسائل الإعلامية التقليدية، لتنظيم داعش، للترويج لأيديولوجيته الفكرية والسياسية.(حمدان، ص142–143)

ويحدد "أبو بكر ناجي" في كتابه إدارة التوحش، توظيف الإعلام، وكيفية التعامل مع الأسلوب الدعائي للإعلام، يحددها بالوظائف الآتية: (ناجي، ص21)

1– إتباع إستراتيجية إعلامية، تستهدف وتركز على فئتين، فئة الشعوب بحيث تدفع أكبر عدد منهم للانضمام للمجاميع المتطرفة، والقيام بالدعم الايجابي والتعاطف السلبي ممن لا يلتحق بالصف، الفئة الثانية هم جنود العدو، أصحاب الرواتب الدنيا لدفعهم إلى الانضمام لصف التنظيمات الإرهابية، أو في الأقل الفرار من الخدمة العسكرية.

2– تطوير الاستراتيجية الاعلامية، بحيث تصل وتستهدف عمق القيادة الوسطى من الجيش لفعهم للانضمام للتنظيمات الإرهابية.

3– إقامة خطة إعلامية تستهدف في كل هذه المراحل تبريراً عقلياً وشرعياً للعمليات خاصة لفئة الشعوب والخروج من أسر استهداف أفراد الجماعات الإسلامية الأخرى، فإنهم يفهمون كل شيء، وإنما الشعوب هي الرقم الصعب الذي سيكون ظهرنا ومددنا في المستقبل على أن يكون في هذه الخطة من الشفافية بل والاعتراف بالخطأ أحياناً ما يكشف أكاذيب وحيل العدو كما يقول الكاتب.

4– هذه الخطة الإعلامية عندما تواكب مرحلة إدارة التوحش بصفة خاصة هدفها– الذي يجب أن تقوم به اللجان الإعلامية بتخصيص من يخطط لها من الآن– هو أن يطير جموع الشعوب إلى المناطق التي نديرها خاصة الشباب عندما يصل إليهم أخبارها بكل شفافية وصدق بما يشمل ما فيها من نقص في الأموال والأنفس والثمرات.

أي دور السياسة الإعلامية للتنظيمات الإرهابية هو الحصول على تعاطف الشعوب أو تحييدهم على الأقل.

وأستطاع تنظيم داعش أن يستميل تعاطف بعض وسائل الإعلام الدولية، حيث تعمل هذه الوسائل على تغطية وإثارة نشاطاته بطريقتين: (القيم، 2014، ص100–101)

الأولى: التوظيف المباشر: والتي تنقل أخباره العسكرية والإيحاء الدائم بانتصاراته وتمدده وتراكمه في كسب الأنصار، سواء في المناطق المستباحة، أو في مناطق أخرى من العالم العربي والإسلامي، وأستطاع أن يمول بعض الصحف والمواقع والإذاعات في دول مجاورة تتغنى بدولته وتمجد البغدادي كأمير للمؤمنين وكضرورة إسلامية، وأقترنت بعض المواقع والفضائيات إلى اقتران بثها أو مقالاتها بحمل (لوكو) التنظيم (رمزيته الدولية الى العالم).

الثانية: جرى عبر ضخ التصريحات والاستكانات والبيانات، التي ساقتها بعض الصحف الدولية الكبرى والفضائيات المهمة، من أن التنظيم يمتلك قوة عسكرية هائلة، وأنه قادر على كذا... وكذا، وأستطاع التنظيم أن يبني (مجاناً)، أو بالمال المدفوع علاقات عامة على المستوى الدولي، ما يريد إشاعته في الأوساط الإسلامي بشكل خاص، والأوربية بشكل عام من أنه (واقع حال) دولي، وعلى العالم أن يعد العدة لاستقباله، سواء كان كعدو دولي، أم صديق لبعض الأنظمة خفاءً.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام الرقمي والإرهاب:

يتمتع الإعلام بأهمية كبيرة داخل هيكلية تنظيم الدولة الإسلامية داعش، وهو من أكثر التنظيمات الجهادية اهتماماً بشبكة الإنترنت والمسألة الإعلامية؛ فقد أدرك منذ فترة مبكرة من تأسيسه الأهمية الاستثنائية للوسائط الاتصالية في إيصال رسالته السياسية ونشر أيديولوجيته السلفية الجهادية، فأصبح مفهوم "الجهاد الإلكتروني"، أحد الأركان الرئيسية في مدة مبكرة منذ تأسيس جماعة "التوحيد والجهاد"، ثم القاعدة في بلاد الرافدين. فصدى الإرهاب في وسائل الإعلام يعد عنصراً بنائياً في النشاط الإرهابي، فوسائل الإعلام تعد بمثابة الأوكسجين ينعش الفعل الإرهابي من خلال الإعلان عنه وإشهاره، فكلما كانت هذه النشاطات دامية وعنيفة يحظى الفعل الإرهابي بتغطية إعلامية كبرى ومركزة، حتى أصبحت وسائل الإعلام ومؤسساتها أسيرة المنافسة في نقل الأحداث والأخبار، واشتداد سعير المنافسة يدفع –لا محالة– مختلف وسائل الإعلام للسقوط في دوامة الإثارة والتمشهد والاستعراض، إضافة إلى أن النشاط الإرهابي يستقطب اهتمام وسائل الإعلام أكثر، فالتنظيمات الجهادية تعد وسائل الإعلام سلاحاً استراتيجياً لا بد منه، في النشر والترويج والتأثير على الآخرين، وحقيقة أن العنف، والرعب، والخراب، والدمار، والاغتيالات، والدماء، واحتجاز الرهائن، والتهديد بتصفيتهم، تحمل كلها مضامين درامية تدر عواطف ومشاعر متدفقة تنسجم مع

طبيعة وسائل الإعلام.(حمدان، 2016، ص2016)

وأعتمد تنظيم داعش على استراتيجية إعلامية، تتمثل باستخدام الأساليب الدعائية لعصر الحداثة في مواقع الإنترنت وحساباته الرسمية وتلك المناصرة له في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً في "موقع تويتر"، التي يمكن أن نطلق عليها:"أساليب دعاية بتقنيات الكترونية"، والمتمثلة بما يلي:(هرمز، 2017، ص38-40)

1- أسلوب التكرار:
2- أسلوب الكذب والتضليل:
3- أسلوب استمالة العاطفة:
4- أسلوب تحويل الانتباه:
5- إطلاق التسميات أو المصطلحات:
6- أسلوب التضخيم والتهويل:
7- أسلوب الاستضعاف والاستعطاف:
8- أسلوب حصر الأعداء:
9- أسلوب التخويف وإثارة الرعب والفوضى:
10- أسلوب السخرية والتقليل من القيمة:
11- التشويه بالحذف أو بالإضافة أو المبالغة:
12- الأسلوب الديني:
13- أسلوب الترغيب:

ويستخدم تنظيم داعش وبشكل كثيف مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر **(twitter)**، وتلغرام **(Telegram)** وتمبلر **(Tumblr)**، للتواصل مع جمهور عالمي. وكجزء من استراتيجيتها لتجنيد المتطرفين شجع تنظيم داعش المسلمين للسفر إلى سورية والعراق، إما من أجل القتال أو من أجل المساعدة على بناء الخلافة. وفي حال عدم التمكن من الهجرة إلى مناطقها، يصدر تنظيم داعش تعليماته إلى أتباعه للانضمام إلى المجموعات التي أسست مقاطعات له، ومتى كان ذلك مستحيلاً، يحض التنظيم المتعاطفين معه إلى شن هجمات محلية، وبالأخص في الولايات المتحدة الأمريكية، وأوربا الغربية واستراليا. وما هجمات 13 تشرين الثاني في 2015 في باريس، وهجوم سان برناردينو في كاليفورنيا في الولايات المتحدة الامريكية، إلا دليل على ذلك، فقد نفذه متطرفون عبروا عن تعاطفهم مع داعش عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ومع أنهم فيما يبدوا ذئاب منفردة إلا أنهم يملكون روابط تشغيلية أعمق تربطهم بتنظيم داعش، ويقدر عدد المقاتلين الأجانب الذين أنضموا إلى تنظيم داعش عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والتحقوا به في سورية والعراق بين (30.000 و40.000)،وقد وصل هؤلاء المقاتلون من حوالي 145 دولة.(دايفس وآخرون، 2017، ص8-9)

وترافق التطور التقني لتنظيم داعش مع حضورها الإعلامي غير المسبوق، بعدد من المنتجات بلغات عالمية أبرزها مجلة "دابق" تطبع بعدة لغات ورسوم وصور معالجة وخطاب إعلامي متناسق للتأثير على شرائح مختلفة من الجمهور ومنهم الأطباء والمهندسون والإداريون ومشغلو الأجهزة والمصارف التي يحتلها التنظيم، وفي تقرير لموقع "**bustle**"، عن تنظيم داعش وصف التنظيم بأنه واحد من أكثر التنظيمات الإرهابية حضوراً على وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها للتقنية مما ساهم في التسويق لها وتراجع جماعات لا تقل حضوراً على الأرض كـ "جبهة النصرة"، ومجموعات القاعدة في الشام والعراق.(الديني، 2015، ص15)

مما السابق يمكن أن نوضح أهم الخصائص التي يتميز بها إعلام تنظيم داعش، وبالذات في توصيف عملياته، ومنها الآتي: (البكري، 2014، ص2014)

1- المباشرة وعدم المهادنة والصراحة المطلقة.
2- القصر، وعدم الإطالة المملة.
3- الإكثار من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية ذات التوجه الجهادي.
4- الإكثار من مفردة "الدولة"، ويعنون بذلك تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش).
5- الوضوح بالتسميات والتوصيفات (كفار، مرتدون...)

6- الخلو من التحليل السياسي.

7- الإعلان الصريح من دون مبالغة أو تهويل عن حجم (انتصاراتهم).

8- بعيدة عن الأمنيات والتمنيات، ولا يمنون الناس أو يعدونهم بالنصر المؤزر قريباً، على سبيل المثال، بل يوكلون أكثر ذلك إلى الجد والصبر.

من ذلك يمكن آن نتعرف على ما لمواقع التواصل الاجتماعي من دور في إستراتيجية التجنيد في تنظيم داعش الإرهابي، يستهدف إعلام داعش عدة فئات في تسويق نتاجاته الإرهابية إعلامياً، وهي: (اليعقوبي، 2016، ص408-409)

1- المؤيدون والمتعاطفون مع فكر التنظيمات الإرهابية، وغالبيتهم من الشباب، وفي أغلب الاحيان يكون الهدف من التواصل معهم هو استمرار الحصول على دعمهم وولائهم.

2- الرأي العام ويكون الهدف مع هذه الفئة التأكيد على نفوذ عصابات تنظيم داعش في المجتمع، إما لغرض حشد التأييد، أو التخويف من مواجهتها.

3- جمهور الخصم من أجهزة الدولة ومؤسساتها ومناصريها، بهدف إضعاف موقف الدولة والتأثير على هيبتها وإظهارها بمظهر العاجز في مقابل قوة التنظيم الإرهابي.

إرهابيي داعش يمتلكون طاقم من الكوادر المؤهلة تكنلوجياً، وفي تقرير لموقع (**bustle**) عن تنظيم داعش، وصف التنظيم بأنه واحد من أكثر المنظمات الإرهابية حضوراً على وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدامها للتقنية مما ساهم في التسويق لها وتراجع جماعات لا تقل عنها حضوراً على الأرض كجبهة النصرة، ومجموعات القاعدة في العراق والشام.(الديني، ي.2015، ص14-15)

ويمكن أن نحدد بعض الوسائل الالكترونية التي تستخدمها تنظيم داعش في الترويج لنفسه والتجنيد لأعضائه، ومنها:

1- المنتديات والمدونات الالكترونية:

وهي صفحات إلكترونية، وهناك مراسلين للجماعات داخل المنتديات، تنقلون أخبارهم إلى المنتديات ويحذرون من أي مصدر آخر لنقل أخبارهم وبياناتهم، ويأتي منتدى "الحسبة" أكثر المنتديات شهرة، أما المدونة فهي نشر المواد، وتوفير روابط لمواقع التنظيمات الإرهابية.(حمدان، ص109)

ويواصل التنظيم نشاطه الإعلامي من خلال العمل في المدونات، ومن أهمها المدونات الصادرة باللغتين الروسية والإنجليزية؛ إذ تقوم الهيئة بترجمة الإصدارات الإعلامية إلى لغات أجنبية عديدة، كالإنجليزية والفرنسية، والألمانية، والإسبانية، والأوردو، وغيرها.

ويسيطر التنظيم على عدد كبير من المواقع والمنتديات الإلكترونية، التي تحتوي على مكتبة هائلة وواسعة تختص بالأيديولوجيات والخطاب وآليات التجنيد والتمويل والتدريب والتخفي والتكتيكات القتالية وصنع المتفجرات وكل ما يلزم "الجهاديين" في عمليات المواجهة في إطار حرب العصابات وسياسات الاستنزاف.

2- أشرطة الفيديو على موقع اليوتيوب:

وظف تنظيم داعش الصور والفيديوهات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت التي يظهر فيها مقاتلو التنظيم وهم يقطعون الرؤوس، التي أنطوت على مشاهد عنف غير مسبوق، واعتمدت كإستراتيجية جديدة للتنظيم في توظيف تلك المشاهد إعلامياً، من أجل بث مزيد من الرعب في قلوب أعدائه، والتأكيد على أن الذبح بالسكين هو طريقة القتل المعتمدة وهو المصير الأخير لمن يقع أسيراً بين يدي التنظيم.(حمدان، ص116)

وتؤكد الأشرطة والمواد الدعائية التي تصدرها المؤسسات الإعلامية التابعة للتنظيم كمؤسستي "الفرقان" و"الاعتصام"، على التحول الكبير في بنيته وقدراته الفائقة، وتكتيكاته العنيفة، واستراتيجيته القتالية المرعبة؛ فقد أصدر سلسلة من الأفلام المتقنة، أطلق عليها: "صليل الصوارم"، بدءًا من صليل الصوارم 1 يوليو/تموز 2012، وصليل الصوارم 2 أغسطس/آب 2012، وصليل الصوارم 3 يناير/كانون الثاني 2012، ثم صليل الصوارم 4 مايو/أيار 2014.

وبعد سيطرة تنظيم "الدولة الإسلامية"، على الموصل في 10يونيو/حزيران 2014، قام بنشر سلسلة من الأشرطة الترهيبية تختص بعمليات "قطع الرؤوس"، بدأها بشريط مصور بعنوان "رسالة إلى أميركا"، يقوم فيه عضو ينتمي إلى التنظيم بقطع رأس رهينة أميركي يُدعى (جيمس فولي) (**BBC** عربي،20/اب 2014)، ثم قام التنظيم بعد أيام قليلة في 2 سبتمبر/أيلول 2014، بنشر شريط آخر يحمل العنوان نفسه يتضمن قطع رأس رهينة أميركي ثانٍ يدعى (ستيفن سوتلوف) (قناة فرانس 24

التلفزيونية3،/2014/9)، وكلا الرهينتين صحفيان يحملان الجنسية الأمريكية، ثم بث التنظيم شريطاً مصوراً آخر بعنوان "رسالة إلى حلفاء أميركا" في 14 سبتمبر/أيلول 2014، يقوم فيه أعضاؤه بقطع رأس رهينة بريطاني لدى التنظيم، يدعى (ديفيد هينز) (قناة الجزيرة الإخبارية، 2014/9/13)، وفي 3 أكتوبر/تشرين الأول بث التنظيم شريطاً يقوم فيه بقطع رأس رهينة بريطاني آخر يدعى (آلن هينينغ) (جريدة هسبريس الالكترونية المغربية، عدد الجمعة3اكتوبر2014) ، ويهدد فيه بقطع رأس رهينة أميركي يدعى (بيتر كاسيغ).

ومن أهم الإصدارات التي كان لها وقع كبير على موقع "يوتيوب": إصدار "كسر الحدود" بتاريخ 29 يونيو/حزيران 2014 (قناة الجزيرة الفضائية، 2014)، و"خطبة البغدادي في الموصل" بتاريخ 5 يوليو/تموز 2014(قناة **BBC**عربي،2014) ، وسلسلة إصدارات بعنوان: "رسائل من أرض الملاحم"، وهي سلسلة توثق إنجازات وعمليات التنظيم تصدر تباعاً بلغت حتى الآن 50 إصداراً(ينظر مؤسسة الفرقان التابعة لتنظيم داعش على الإنترنت،2014)، وكذلك سلسلة إصدارات بعنوان: "فشَرِّد بهم مَنْ خَلْفَهم"، ويغطي الجزء الأول معركة تحرير اللواء 93 في ولاية الرقة السورية بتاريخ 23 أغسطس/آب 2014 (منشور على الإنترنت)، والجزء الثاني يغطي معركة تحرير مطار الطبقة في ولاية الرقة السورية بتاريخ 7 سبتمبر/أيلول 2014(قناة الجزيرة، 2014).

ويعتبر فيلم "لهيب الحرب"، من أضخم الإصدارات والأكثر دقة ورعبًا، وهو الأقوى والأضخم، لكنه ليس الوحيد، فالحالة الإعلامية لتنظيم داعش تعد من أقوى الحالات الإعلامية على مستوى التنظيمات الإرهابية، بل وعلى مستوى حالة الجماعات الكبرى التي لم تستطع أن تمتلك أدوات إعلامية مثل التي أمتلكها تنظيم داعش، ويتضمن هذا الفلم تغطية لمعارك عديدة لتنظيم الدولة ورسالة موجهة لدول التحالف المشاركة في الحملة على التنظيم، وقد أصدره الجناح الإعلامي التابع للتنظيم الخاص باللغة الإنجليزية "مركز الحياة"، بتاريخ 17 سبتمبر/أيلول2014.

3- إنشاء الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي:

يبلغ عدد حسابات ولايات تنظيم داعش (12) حساباً الكترونياً بمواقع الإنترنت، وتبين انه تم تدشينها على موقع التواصل الاجتماعي الروسي المسمى **(vk)**، والذي لا يختلف كثيراً عن الفيس بوك، من حيث الشكل أو من حيث التعامل، فهو الأول أوربياً، حيث يضم أكثر من 100 مليون عضو نشط، إضافة إلى شكله البسيط، وتم اختيارهم لهذا الموقع حتى لا تتم مراقبتهم وتتبعهم عبر الولايات المتحدة الأمريكية وأجهزتها الأمنية، ويتم نشر أخبار الولاية لحظة بلحظة، كما يتم نشر المراسيم والفرمانات التي تأتي من خليفتهم المزعوم باللغتين العربية والانكليزية، والمشرف على تلك الحسابات شاب يدعى "أبو عمر العراقي".(اللبان، 2016، ص6)

ويركز إعلام داعش أيضاً على موقع "تويتر" لنشر البيانات والخطابات في وسائل الاعلام الاجتماعية، التي تعد الجبهة الإعلامية الساخنة في حرب داعش لجبهة النصرة وأنصار قاعدة الظواهري، والجماعات الجهادية الأخرى، المدونات، والحسابات الشخصية على تويتر، هذه تستخدم من طرف الجمهور العريض، وخاصة الفئة المتعاطفة، والتي تمثل الجمهور الأكبر حجماً، فهم "مشاريع داعش". الإعلام الإلكتروني لداعش يعمل على مدار اليوم والليلة في الشبكة العنكبوتية، لبث أفكارهم والتجنيد الفكري للأفراد من خلال الحوار، ومن ثم إقامة العلاقات ضمن تلك المجتمعات الجهادية الافتراضية. اعتماد تنظيم داعش في العراق وسوريا أو خارجهما على الإنترنت وسيلة أساسية، وشبه وحيدة في الترويج والنشر لأفكارهم ومنهجهم، يرجع لسهولة تدفق المعلومات فيها، وامكانية نقل النصوص والصوتيات والمرئيات، بسهولة من خلالها إلى جانب سبب مهم وهو، قلة الكلفة المادية.(الهاشمي، 2015، ص165)

هذا الجيش الإعلامي الساند لبيانات وصوتيات ومرئيات داعش، أفراده يعملون، كما بحثنا في سابق هذه بحثنا، تحت عناوين مختلفة، المراكز والمؤسسات، والمدونات، والمواقع، والمجلات وغيرها، يسعى لنصرة داعش ونشر ثقافاتهم، وخطاباتهم، ومناهجهم، وعقائدهم بكل الأساليب الإعلامية، والتقنيات المتاحة... هم الأذرع الإعلامية لداعش والبغدادي، ويعتقدون أن عملهم هذا واجب شرعي على كل مقاتل. وكل مجموعة لها وظيفتها المعينة، وهم على شكل شبكات، تتواجد كل شبكة في منتدى من المنتديات الجهادية، أو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي لدعمهم هدف من الأهداف التي يقررها الإعلام المركزي الخاص بتنظيم داعش (مركز الفجر للإعلام، ومؤسسة الفرقان الاعلامية)، هذه الجهود الإعلامية هي وسيلة التواصل الفكري والمنهجي تكاد أن تكون الحصرية وخاصة مع توسعهم قبل التحرير المناطق الخاضعة لهم، واستفادوا من هذه المناصرة والدعم المعنوي... لدرجة أنهم يعتبرون أن جبهة الإعلام الالكتروني من أهم جبهات انتصاراتهم، والمشرف على كيانات الإعلام الداعشي سواء كانت منتديات

أو مواقع أو مجموعات بريدية، غالباً ما يكون من السعوديين، لما يتصفون به من فصاحة اللغة، وأدبيات الخطابة، وغزارة الاستدلال الشرعي، والولاء للبغدادي. هذه الكوادر الإعلامية في تزايد مذهل، وهذا يدل على أن هناك عقول مهنية وخبيرة، هي التي تسير أعمال الإعلام الجهادي بصفة عامة.

الخاتمة:

إن خيوط الإعلام والمعلومات والدعاية تتداخل مع الحرب النفسية في زمن الحرب، وإن أي حرب أو عمل إرهابي من غير إعلام أو دعاية، لم تعد حرباً أو عمل إرهابي مؤثر أو من العيار الثقيل، دون موسيقى الرعب، ووقع الصور والفيديوهات الإرهابية، ففي ظل هذه المشاهد الممزوجة بالدم والبارود، يجد المتلقي نفسه أمام سيل من الإخبار والمعلومات والقصص التي تعمل كالماكنات لتغيير الاتجاهات التي يحملها المتلقي أو تعمل على تحييدها. لذلك نجد أن التنظيمات الإرهابية ومنها تنظيم داعش، قد اهتمت بالوسائل الإعلامية التي تمزج للصورة بالصوت والمؤثرات الصوتية، وبدأ يوظف تلك الأساليب إيماناً منه بأهمية تلك الأساليب الإعلامية والفنية في مخاطبة الاستمالات العاطفية والنفسية للمتلقي، والتي تهدف إلى التأثير على سلوكه، هذا يدفع المتلقي إلى إتباع سلوك كالخوف، أو الندم، أو الغضب، أو الكراهية.

ومما تقدم يمكن أن نوجز بعض الاستنتاجات الخاصة، بعلاقة الإعلام بتنامي ظاهرة الارهاب في العراق، كالآتي:

1- الإعلام هو نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة عبر أدوات الإعلام والنشر ووسائلها بقصد التأثير، فالإعلام سلاح فتاك إن اسيء استخدامه، فهو يغزو العقول ويهدم القيم ويشوه الفكر، لذا أصبح مادة أساسية لكل نشاط رسمي وغير رسمي.

2- الإرهاب السيبراني، هو وصف واقعي لنشاط إرهابي يدور في عالم افتراضي قائم على استخدام بيانات رقمية ووسائل إعلام واتصال تعتمد الإنترنت وتعمل إلكترونياً، ويعمل الإرهاب السيبراني على اختراق المواقع الالكترونية الحساسة..

3- يتمتع الإعلام بأهمية كبيرة داخل هيكلية تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)، وهو من أكثر التنظيمات الجهادية اهتماماً بشبكة الإنترنت والمسألة الإعلامية.

4- لدى الإرهابيين طاقم من الكوادر المؤهلة تكنولوجياً، من أصحاب التعليم العالي وكثير منهم يحمل شهادة جامعية في الهندسة والطب والإعلام والتسويق، وأغلبهم لديه قدرة فائقة على التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي التي تقوم داعش باستغلالها بطريقة غير مسبوقة بهدف نشر الرعب وتوثيق الجرائم الميدانية عبر مقاطع فيديو ممنتجة كسلاح فعال في تجنيد المزيد من الكوادر الإرهابية.

من كل ما تقدم من استعراضنا لأهم الاستنتاجات يمكن أن نشير إلى مجموعة من المقترحات التي لابد من الأخذ بها من أجل مواجهة فعالة لإستراتيجية الإرهابيين الإعلامية، ومن هذه المقترحات هي:

1- العمل على تكوين وضع داخلي موحد ورصين، فإستراتيجية مكافحة الإرهاب لابد أن تستند الى نظام سياسي موحد وفعال وبدون ذلك لا يستطيع صانع القرار السياسي العراقي أن يتفرغ إلى القضاء على الإرهاب وتحقيق الاستقرار المجتمعي في العراق، فالخلافات السياسية الداخلية تُضعف صانع القرار السياسي، وهذا ما يجعل على عاتق السياسيين كافة أن يتجنبوا الخلافات الحزبية ويتفقوا على سياسة وطنية موحدة، وإن الخلافات في المواقف السياسية هي صورة من صور الديمقراطية إلا إن المبالغة فيها يضعف من الموقف السياسي لمكافحة الإرهاب.

2- لابد لنجاح السياسات العامة الإعلامية لمواجهة إعلام التنظيمات الإرهابية من اتفاق المجتمع على خطوط عريضة لتحديد المصالح الوطنية العليا للمجتمع العراقي والعمل على الدفاع عنها. فلا يجوز التفريط بالإقليم أو بالحدود أو بالمياه لأي جماعة ارهابية تعمل على سلب جزء من العراق.

3- ولنجاح سياسات مكافحة الإرهاب هو أن تتميز بالاستمرارية والمرونة فعندما نضع سياسة لمكافحة الإرهاب لمرحلة من المراحل، وجب أن نسير على نهج تلك السياسة بشكل منظم وندافع عنها في كل الأوساط بصورة مستمرة لنضمن بذلك تحقيق الأهداف المتوخاة من تلك السياسة، وبخلاف ذلك تصبح مصالح البلاد عرضة للأهواء والتغيرات.

المصادر والمراجع

البكري، ع. (2014) داعش ومستقبل العالم بين الوضع السياسي والحديث النبوي، كولن–المانيا، دار الغرباء للنشر

حمدان، ن. (2016) داعش وحرب العقول: كيف سخر داعش الدبابة الاعلامية، بغداد، دار الكتب العلمية

الخطيب، ل. استراتيجية تنظيم الدولة الاسلامية: باقية وتتمدد، مركز كارنيغي للشرق الاوسط، مؤسسة كارنيغي للسلام الدولي

دايفس، ل. واخرون، (2017) استراتيجية لمكافحة الدولة الاسلامية في العراق والشام (**ISIL**) كتهديد عبر اقليمي، الولايات المتحدة الامريكية، مؤسسة راند

الديني، ي. (2015) العقل الارهابي والتكنلوجيا، لندن، مجلة المجلة، العدد (1609).

رويتر، ك. (2016) السلطة السوداء: الدولة الاسلامية واستراتيجيو الارهاب، ترجمة: محمد سامي الحبال، قطر، منتدى العلاقات العربية والدولية

العربي، م. (2016) دعاية الارهاب: اعلام تنظيم داعش واستراتيجية عمله، مجلة دراسات، العدد الثامن، الرياض، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية

علاوي، ح. والعياش، م. (2017) الارهاب والتحالفات الدولية: دراسة في دوافع الشراكة الدولية" السياقات الفكرية"، جامعة النهرين، مجلة قضايا سياسية، العدد 48–49، كلية العلوم السياسية

القيم، ك. (2014) حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والارهاب: رؤية في تسويق الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش، بغداد، مجلة حمورابي للدراسات، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، العدد 10

اللبان، ش. (2016) قراءة في الاستراتيجية الاعلامية والثقافية لتنظيم داعش، القاهرة، بلا دار نشر

ملكاوي، ع. (2014) الاسباب العالمية لبواعث الارهاب،الرياض، كلية العلوم السياسية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية

ناجي، ا. ادارة التوحش، مركز الدراسات والبحوث الاسلامية

الهاشمي، رفد. الارهاب الالكتروني، بلا دار نشر، بلا مكان

الهاشمي، هـ. (2015) عالم داعش: من النشأة الى اعلان الخلافة، لندن، دار الحكمة

هرمز، م. (2017) اساليب الدعاية الالكترونية لتنظيم داعش، بغداد، مجلة دراسات البيان، العدد (2)، مركز البيان للدراسات والتخطيط

اليعقوبي، ج. (2016) الارهاب ومواجهته في العراق وسيناريوهات ما بعد داعش: دراسة رؤيوية لمستقبل قلق، بغداد، دار الجيل

الانترنيت:

منشور قنات فرانس 24على الانترنيت:

https://www.france24.com/ar/20140902-%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D8%B4-%D8%B0%D8%A8%D8%AD-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A-%D8%B3%D8%AA%D9%8A%D9%81%D9%86-%D8%B3%D9%88%D8%AA%D9%84%D9%88%D9%81

منشور **BBC**عربي على الانترنيت:

https://www.bbc.com/arabic/middleeast/2014/08/140820_us_iraq_james_foley_beheading

قناة الجزيرة الاخبارية على موقع الانترنيت:

https://www.aljazeera.net/news/arabic/2014/9/13/%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A9-%D9%8A%D8%B9%D8%AF%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%87%D9%8A%D9%86%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D8%AF%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%AF-%D9%87%D9%8A%D9%86%D8%B2

جريدة هسيبريس الالكترونية منشور على الانترنيت: https://www.hespress.com/24-heures/242570.html

قناة الجزيرة الفضائية: https://www.youtube.com/watch?v=wLCSj6RS_Ts

قناة **BBC**عربي منشور على الانترنيت: https://www.youtube.com/watch?v=ggEBnkcH7fg

منشور على الانترنيت: https://www.youtube.com/watch?v=SSRLlduXOCI

مؤسسة الفرقان التابعة لداعش على الانترنيت: https://www.slideshare.net/greenbird7072/all-isis-releases-from-isis-all

عن سيطرة تنظيم داعش على مطار الطبقة السوري ينظر:

https://www.aljazeera.net/news/arabic/2014/8/24/%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A9-%D9%8A%D8%B3%D9%8A%D8%B7%D8%B1-

%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D8%B7%D8%A7%D8%B1-
%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%A8%D9%82%D8%A9-
%D9%88%D8%A7%D8%B4%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D9%83%D8%A7%D8%AA-
%D8%A8%D8%AD%D9%85%D8%B5

References

Jacoby, c. (2016) Terrorism and its confrontation in Iraq and post-ISIS scenarios: a visionary study for a worried future, Baghdad, Dar Al-Jeel.

Allawi, h. And Ayyash, m. (2017) Terrorism and International Alliances: A Study of the Motives for International Partnership "Intellectual Contexts", Al-Nahrain University, Journal of Political Issues, No. 48-49, College of Political Science.

Hashemi, Rafd. Electronic terrorism, without a publishing house, without a place

Malkawi, p. (2014) The global causes of the causes of terrorism, Riyadh, College of Political Science, Naif Arab University for Security Sciences.

Reuters, K. (2016) The Black Power: The Islamic State and Terrorist Strategies, translation: Muhammad Sami Al-Habbal, Qatar, Arab and International Relations Forum.

Al-Arabi, M. (2016) Propaganda of Terrorism: ISIS Media and its Business Strategy, Studies Journal, Eighth Issue, Riyadh, King Faisal Center for Research and Islamic Studies.

Khatib, for. Islamic State strategy: remaining and expanding, Carnegie Middle East Center, Carnegie Endowment for International Peace.

Hormuz, M. (2017) Methods of electronic advertising for ISIS, Baghdad, Al-Bayan Studies Magazine, No. (2), Al-Bayan Center for Studies and Planning.

Davis, l. Others, (2017) A Strategy to Combat the Islamic State in Iraq and the Levant (ISIL) as a Cross-Regional Threat, United States of America, RAND Corporation.

Bakri, p. (2014) ISIS and the future of the world between the political situation and the hadith of the Prophet, Cologne - Germany, publishers house of publishers.

Religious, y. (2015) The terrorist mind and technology, London, Al-Majalla magazine, No. (1609

Values, k. (2014) The War of Symbols and Marketing of Stimuli to Violence and Terrorism: A Vision in Marketing Propaganda and Psychological Warfare for ISIS, Baghdad, Hammurabi Journal of Studies, Hammurabi Center for Research and Strategic Studies, No. 10.

Hamdan, n. (2016) ISIS and the War of Minds: How ISIS Mocked the Media Tank, Baghdad, House of Scientific Books

Al-Hashemi, H. (2015) ISIS Scientist: From Genesis to the Declaration of the Caliphate, London, Dar al-Hikma.

Frankincense, st. (2016) Reading in ISIS's media and cultural strategy, Cairo, without a publishing house.

Nagy, A. Administration of Tawhush, Center for Islamic Studies and Research.

Media and growing terrorism in Iraq

*Moataz ismail, Khalaf salih**

ABSTRACT

The expansion of the organization of the Islamic state in Iraq and the Levant came after the recruitment of a media army in all specialties to launch a media and psychological warfare in a digital and electronic style against all those who are considered an enemy by all means and means of legitimization and illegitimacy to weaken the morale of the opponent and recruit more young people. to join it.

Keywords: Media; Islamic state; Iraq.

* Anbar University, Iraq. Received on 24/12/2019 and Accepted for Publication on 2/6/2020.