مجلة دراسات دوليّة

اسم المقال: الرسالة الاعلامية لتنظيم "داعش" الارهابي.. الخطاب.. المضمون .. وآليات المواجهة الاعلامية
اسم الكاتب: أ.م.د. دنيا جواد الجبوري، أ.م.د. سعد عبيد السعيدي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/library/7256
تاريخ الاسترداد: 2026/04/13 14:19 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة دراسات دوليّة جامعة بغداد ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

الرســـــالة الاعلامـــية لتنظيم "داعش" الارهابي .. الخطاب .. المضمون ...وآليات المـــــــواجهة الاعلامية

أ.م.د. دنيا جواد الجبوري(*)
denJawad@yahoo.com

أ.م.د. سعد عبيد السعيدي(**)
saadsaidy@gmail.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 إستطاع توظيف معطيات الثورة الرقمية في وسائل الاعلام والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي، بشكلٍ سهل له تجنيد الالاف من النُخب المثقفة، مُستمثرا ما تعانيه هذه النخب من احباط وانكسار بسبب واقعها السياسي والاقتصادي والاجتماعي ليظهر التنظيم بوصفه اهم تهديد أمني، بالأضافة الى ما يطرحه من تحديات عسكرية، بعد أن جعل من المنطقة العربية مَنطلقا لتنامي نشاطاته الدموية وصولاً الى عمق القارة الاوربية، فلم يبق مجتمعا لم يستطع هذا التنظيم إختراقه وبنسب متفاوته إعتماداً 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 المُخصصه في مختلف وسائل الاعلام العربية والغربية المرئية والمسموعة لنقل عملياته الارهابية

،فكانت ولا تزال مادة دسمة تُغري العديد من الباحثين والمعنيين في علوم الاعلام والاتصال والعلوم السياسية والدراسات الاسلامية لدراستها لما اتسمت به من تعقيد وغرابه في الطرح والمعالجة والامعان في الإساءه للاسلام من جهة، والمجتمعات العربية من جهة ثانية،فضلاً عن ذلك فإنها ارتكزت على ستراتيجيات مكنَّتها من الوصول الى عُمق المُجتمعات المُستهدفه 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 ادى الى التواصل اللامتناهي في عصر الفضاءات المفتوحة،مع تبلور العديد من المُتغيرات 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 الآيدلوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعسكرية والأثنية والقومية والعرقية، جعلت المجتمعات تعيش حالة من الفوضى والسيولة والتطور السريع في كل الاتجاهات والمستويات، ومن اهم المناطق المتأثره 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 مُقدمة الظواهر التي تأثرت بهذه المُعطيات، بسبب اهميتها وتأثيرها في المجتمعات، وصعوبة التنبوء بآفاق تطورها بمعزل عن السياق السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي التقني، الثقافي، الفكري، والروحي الذي تعمل فيه[1]، لتُسهم في تطور الاعلام بإتجاهات جديدة مُغايره عن ما كانت عليه في السابق،حت باتت تُسهم في حراك المُتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والامنية المُعاصره في المجتمعات المختلفه وبشكلٍ 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 إستطاع توظيف معطيات الثورة الرقمية في وسائل الاعلام والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي،بشكلٍ سهل له تجنيد الالاف من النُخب المثقفة،مُستمثرا ما تعانيه هذه النخب من احباط وانكسار بسبب واقعها السياسي والاقتصادي والاجتماعي ليظهر التنظيم بوصفه اهم تهديد أمني، بالأضافة الى ما يطرحه من تحديات عسكرية،بعد أن جعل من المنطقة العربية مَنطلقا لتنامي نشاطاته الدموية وصولاً الى عمق القارة الاوربية،فلم يبق مجتمعا لم يستطع هذا التنظيم إختراقه وبنسب متفاوته إعتماداً على مجموعة من المُعطيات السياسية والاقتصادية والثقافية .

وفي العموم استطاع التنظيم الارهابي إثارة انتباه المنطقة والعالم،لاسيما وإن ظهوره رتَّب 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 وّلدت هذة التغطية الاعلامية حافزا يُسهل الاستجابه 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 المُخصصه في مختلف وسائل الاعلام العربية والغربية المرئية والمسموعة لنقل عملياته الارهابية،فكانت ولا تزال مادة دسمة تُغري العديد من الباحثين والمعنيين في علوم الاعلام والاتصال والعلوم السياسية والدراسات الاسلامية لدراستها لما اتسمت به من تعقيد وغرابه في الطرح والمعالجة والامعان في الإساءه للاسلام من جهة، والمجتمعات العربية من جهة ثانية،فضلاً عن ذلك فإنها ارتكزت على ستراتيجيات مكنَّتها من الوصول الى عُمق المُجتمعات المُستهدفه مهما كانت حضارتها واتجاهاتها .

ومن جهة اخرى تكمن اهمية الدراسة المُقدمة في تناولها احد أهم الموضوعات المعروضه 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 الراهنه والمعاصرة لظاهرة الارهاب في ضوء ما يتعرض له العراق من أرهاب،بعد تنامي العمليات الارهابية لتنظيمي القاعدة ثم تنظيم داعش على الأراضي العراقية بعد عام 2014،مستثمراً المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتقنية التي شهدها العراق بعد عام 2003، وإنَّ تراجع التهديد العسكري لتنظيم داعش للأراضي العراقية بعد معارك التحرير عام 2017، الا إن التحدي ألامني للتنظيم لا يزال ماثلاً يتجسد في بعض اعمال العنف التي تحدث هنا وهناك على الأراضي العراقية،والتي يعلن التنظيم مسؤليته عنها،لتقديم توصيات للاجهزة الامنية لبلورة استراتيجية اعلامية أمنية منُبثقة من رصد انشطة 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 تتظافر مع استراتيجيته العسكرية والاعلامية ؟ .**
2. **هل يملك العراق رؤية واضحة لتوظيف الخطاب الاعلامي العراقي مما يجعل منه ضداً نوعياً لمواجهة إعلام التنظيم؟.**
3. **هل يملك العراق نهجاً واضحاً وآلياتٍ 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 الصحافه 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 تعبَّر وبطريقه واضحة عن الأهداف التي تريد تحقيقها بطريقه سلسه وواضحة.

وتعود أهمية الرسالة الاعلامية الى سببين رئيسين 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 ولرسالته،عُدَّت الرسالة فاعلة ومحل اهتمام ويمكن الافادة منها،ويمكن ان تنفذ كالافعال،كما إن الرسالة الاعلامية توضح وبسهوله فعالية عملية الاتصال بين المُرسل والمُتلقي،لتُشكل 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 مُبسطه يفهمها ويستفيد منها مجموعة المُستقبلين،ويرتبط مضمون الرسالة بأهداف المؤسسة الاعلامية والمجتمع من ناحية،والجمهور من ناحية اخرى[2].

وهناك من يعرف الرسالة الاعلامية بوصفها رمزاً او مجموعة رموز مُعدة ومُصاغة لتنقل من المرسل الى المستقبل،وبانها كل مضمون يتم نقله عن طريق الاتصال بصورة مُبسطة يُقدمها ويستفيد منها الجمهور المُستهدف[3]، 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 ألاخرى .

أصبح الإعلام الفضائي وثورة المعلومات واحداً من أهم أساليب إنفاذ الآفاق الاقتصادية للعولمة،عبر توظيف الاعلام للترويج عن السلع التي باتت حرة في الانتقال عبر حدود الدول، فضلا 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 بيرد[4]، وهو ما أستثمره تنظيم القاعدة الارهابي ،وبالذات بعد أحداث سبتمبر2001 للترويج عن اهدافه ونشاطاته الارهابية وفق استراتيجية الذئاب المنفردة التي يعتمدها التنظيم الارهابي.

ثم سرعان ما دخل الاعلام العربي عالم المنافسه 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 لانماط غربية سواء أكانت قنوات وثائقية أم رياضيه أم غيرها، واطلقت قنوات فضائية تتمتع بحريات إعلامية تعبَّر عن اتجاهات فكرية أو سياسية محددة، وقنوات فضائية تعبر عن اتجاهات اسلامية، فضلا عن الى القنوات الفضائية التجارية حتى تجاوز عدد القنوات الفضائية العربية الـ (200) قناة حتى عام 2018[5]، الأمر الذي مكنَّ 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 نوعٍ آخر،إذ يتوقف تأثير ذلك المضمون على رأي الجمهور في الموضوع ودوافعه واهتماماته وعلى طبيعة عناصر الرسالة الاعلامية المُراد إرسالها. إذ إن اهم عناصر الرسالة الاعلامية يتمثل بالوضوح والضمنية اولاً، فالغاية من الرسالة الاعلامية تتمثل بإيقاع أكبر تأثير في جمهور المُتلقين، 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 بنفسه[6]. وكلما زاد ذكاء المُتلقي وتعليمهِ كلما كان يُفّضل ترك الهدف ضمنياَ، وكلما زادت أهمية الهدف بالنسبة للمُتلقي كلما تمعن المتلقي اكثر في فحص حجج القائم بالاتصال ونتائجه وبشكل اكثر فاعلية، كما تفقد الرسالة الاعلامية جدواها ومحتواها إذا تم تقديم الهدف بشكل محدد ومباشر[7].

فيما يتمثل ثاني عناصر الرسالة الاعلامية الأدلة والشواهد المُقنعه 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 إن بعض الدراسات تُقلل من اهمية الشواهد والادلة في ايصال مضمون الرسالة الاعلامية، لا سيما اذا جاءت هذه الحجج في بداية الرسالة الاعلامية واتسمت بانها قوية واكثر اثارة للاهتمام، وحققت هذه الرسالة الاعلامية حاجات الاغلبية من جمهور المتلقين وبشكل متكرر[8].

وتعتمد الرسائل الاعلامية عدة إستراتيجيات للإقناع تعتمد قدر كبير من التخطيط في توظيف محتوى هذه الرسائل، وبما ينسجم مع توجهات ورغبات الجهات الموجهه للرسائل، وهي تتمثل بالعموم بالاستراتيجية السيكوديناميةوالاستراتيجية الاجتماعية الثقافية، واستراتيجية انشاء المعاني[9].

إذ ترتكز الاستراتيجية السايكوديناميةعلى التأثير في العوامل النفسية والأدراكية لدى المُتلقي، والتي تشكلت لديه بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل الاسرة، المدرسة المسجد... الخ إذ يلجأ الاعلاميون الى تغيير البنى الادراكية للأفراد عبر المعني والمضمون الذي تعطيه الرسالة الاعلامية بُغية الإقناع، ومن ثم التأثير في سلوكيات الفرد،ذلك يعني ان وسيلة الاقناع في هذه الاستراتيجية تكمن في تعديل البناء السايكولوجي للفرد،لاسيما وان هذا البناء هو نتاج مجموعة من العومل يتمثل أهمها بمستوى التعليم،حتى تؤدي العلاقة الديناميكية بين العمليات الداخلية الكامنه والسلوك العلني الظاهر الى افعال يريدها القائم بالاتصال الاقناعي[10].

اما الاستراتيجية الاجتماعية– الثقافية فتُركز على العومل 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 الاستراتيجية[11].

فيما تُسهم المضامين الاعلامية التي تنشرها وسائل الاعلام في تنمية المعارف لدى الافراد وإنشاء المعاني حول مسائل معينه لتُشكل الصالح العام للمجتمع،حيث ترسم صوره ذهنية ايجابية او سلبية في ذهن المُتلقي،وتقدم له مجموعة من الخيارات التي تُمكنه من مواجهة المواقف التي تصادفه . كما تؤدي المعلومات المُكثفه 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)،لانها 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 الاغلبية[12].

ويمكن إيجاز عناصر نجاح الرسالة الاعلامية بما يأتي[13]:-

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 ليمكن 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 البسيطه 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 يُدرك هذه الموضوعات الا بالطريقة التي يود ادراكها بها وهو ما يسمى بالادراك الانتقائي ،ومعظمنا يتذكر المواد الاعلامية الني 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 المُعقدة والغامضة،لان الاعلام يرتكز 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 الانسانية[14]، وإن الاعلام يطرح تحديات أمنية بإمكانها تحدي سيادة الدول في ظل تشظي الساحة الدولية بعد احداث سبتمبر **2001**[15]، وهذا ما أكدته رسالة المُناصحة 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 الاعلامي[17]. 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 الآمنين[18]. 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 الاخرى[19].

وتضم 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 لتلافي الملاحقة القانونية والاغلاق[20]. توجه هذه الترسانة رسائلها الاعلامية بلغات عدة الى جانب العربية،فهي توجه رسائلها باللغات الانكليزية والفرنسية والالمانية والتركية والشيشانية والكردية والروسية والصينية، ويمتلك التنظيم مجلات عدة اهمها ((مجلة دابق)) باصداراتها الاكترونية والورقية،واصدارات واذاعات متعددة،ووكالة أعماق، واكثر من (**40**) الف حساب على توتير وسبع مراكز اعلامية ناشطة، وكابينات

يُطلق عليها نقاط اعلامية يقوم من خلالها بعرض بياناته وافلامه بشكل مباشر للجمهور المستهدف[21].

كما رصد التنظيم مبالغ كبيرة لتمويل القنوات الفضائية والمحطات الاذاعية والمواقع الرقمية عبر شبكة الانترنيت، مثل استوديو اجناد وقناة الاعتصام وقناة الحياة . وانتهج 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 اشرطة فيديو مروعة تروج للاعلام المرعب مثل عمليات قطع الرؤوس، ونشرات اعلامية حقيقيه مثل النشرة الاخبارية لدولة الخلافة،للترويج عن الخدمات التي يقدمها التنظيم للجمهور في المناطق التي يُسيطر عليها،والعاب تفاعلية عبارة عن إعادة إصدارات للالعاب الغربية مثل لعبة سرقة السيارات وصليل الصوارم لاصطياد الشباب من خلال التعلم والاختلاط الاجتماعي[22].

يحرص التنظيم الارهابي على المناوره في مضمون ومحتوى الرسائل الاعلامية التي يوجهها ليطرح اهم تحدي امام الاعلام المُضاد،لاسيما وإنه يوظف تكنلوجيا المعلومات التي توفر له ميزة استراتيجية تُسهَّل له شن الحروب السبرانية والنفسية وحروب الافكار من خلال شن الافكار المغلوطة والشائعات،ونشر خطاب الكراهية للتأثير على إدراك المُتلقين 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 الان[23].

يبتدأ التنظيم في صياغة رسالته الاعلامية عبر اصطياد التصريحات والتحليلات والمقالات وحتى افلام الفيديو وهي مهام يقوم بها ارهابيون يجلسون في غُرف 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 طبقا لفكر داعش او يُدلل على صدام الحضارات حتي لدى الجمهور الذي يُناصب التنظيم العداء لترسيخ هذه الفكرة في عقول المُتلقين،بلحاظ تصنيف التنظيم الجمهور الى مجموعتين النخب المُثقفة والنُخب بسيطة الوعي والتعليم، ليوجه لها ما يناسبها من الرسائل الاعلامية لإحداث التأثير المطلوب او رجع الصدى الذي يرغب به التنظيم الراغب لقيادة طوفان الارهاب العالمي[24].

وطبقاً لاراء خبراء أمنيون فان الرسائل الاعلامية التي يوجهها التنظيم توصف بالمُنسقة على عكس ما كان علية تنظيم القاعدة والعناصر التي وقعت في شراكه على امتداد السنوات الماضيه ،إذ اجاد التنظيم الارهابي توظيف إنتاجه الاعلامي المتطور للغاية وتقديمه في وقت حدوث العمل الارهابي مباشره، كما أستبدلت اشرطة الفيديو المُحببة لتنظيم القاعدة،عندما كان يستخدمها لتصوير ساحة المعركة والحوارات المملة الطويلة والتي كانت تمتد لساعتين، تم استبدالها بلقطات عالية الوضوح،تم تحريرها روائيا وكتابتها بدقه، لإرسال الرسائل بلغات مُتعددة لتشجيع الشباب على الهجرة الى ارض الخلافة المزعومة[25].

وتجدر الإشارة الى إن السواد الاعظم من المُنظمين لداعش ممن يحملون شهادات لا تقل عن درجة البكلوريوس بخلاف الاطباء والمهندسين الذين يتم الاعلان عنهم بين فترة واخرى، ويذهبون ضحية العمليات الانتحارية،الامر الذي مكَّن التنظيم من تشكيل جيش الكتروني يضم مُقاتلين مُتمرسين في العمل الاعلامي واستخدام التقنيات الحديثة في مجال التصوير والاخراج 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 تُعدَّها اكبر ستوديوهات العالم في هوليود،فالتنظيم يُدرك تماماً إن الصورة التلفزيونية تُمثل اليوم سيدة التعبير والنظر والسمع والفكر الواعي واللاواعي[26].

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

الكترونية 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 المُتكاملة التي رصفها لاستثمار وسائل التواصل الاجتماعي بالاضافة الى وسائل الاعلام المرئي والمسموع بهدف تمرير رسائل دعائية لتجنيد جهاديين جدد او لترهيب الخصوم، مُوظفاً بعضاً من تناقضات الجدل السياسي في الغرب في حربه الاعلامية،لنشر الرعب بين الناس بطريقه لم يشهد لها التاريخ مثيلاً،عبر الدفع بمعلومات تُركز على الكم والكيف لرسائله الاعلامية، والتي تُعد بجوده عالية لتؤكد قوة التنظيم مادياً ومعنوياً .

فالتنظيم يُدرك تماما ما تعنيه وسائل الاعلام التي تمتاز بالتدفق الهائل والمُتغير بإستمرار والتنوع غير المُنتظم للمشاهد والتي تصدم العين وهدير الاصوات البشرية وغير البشرية–والتي بإمكانها إدخال المُشاهد في وهم عيش تجربة جديدة[27]، ستمكن التنظيم من الترويج لمنظومته الفكرية المنحرفة والضالة بيسر وسهولة في عصر الفضاءات المفتوحة، لا سيما وإن المختصين في وسائل الاعلام يؤكدون على ان المعروض على وسائل الاعلام اليوم اصبح يُشكل خطرا على جمهور المُتلقين بعد ان قدم الاعلام الفضائي الارهابيين بوصفهم ابطال[28]، خاصة وإن المظهر الخارجي للرسالة الاعلامية لتنظيم داعش[29]، والمُعبر عن المضامين السياسية والاقتصادية والاجتماعية لفكره المنحرف[30]، اسهم بشكل كبير في فرض واقع معين على المُتلقين 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 مكنَه من جذب الشباب وحثهم على الكفاح لبناء دولته المزعومة[31]، 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 الانترنيت،لتحدث اثراً كبيراً في نفوس المتلقين سواء أكانوا أفراداً ام مجتمعات مدنيون أم عسكريون ارهبت القلوب وأدت الى تراجع الحالة المعنوية للمُقاتلين[32]. ومن شاهد عملية إعدام الصحفيين الامريكيين (جيمس فولي وستيفن سولتوف) وبعدهما طريقة اعدام الناشطين البريطانيين في أعمال الاغاثه يُدرك بدون شك ان التنظيم الدموي يملك عقول ذات خبرة واسعه بفنون الحرب النفسية والتاثير الاعلامي[33].

وما يمكن ملاحظته ان التنظيم ومن خلال بُنية اعلامية تنظيمية مركبة تجمع بين التراتبية الهرمية والشبكية غير المركزية استطاع ان يحشد كثيرا من المتطوعين والعاملين والهواة في خدمة استراتيجيته الاعلامية والالمام بعوامل الجاذبية التي تحملها مضامين رسائل التنظيم،عبر ما يُسميه بالجهاد الاعلامي[34]، على الرغم من انها نابعة من فكر التكفير والانغلاق الايدلوجي وطرح المسوغات الدينية والسياسيه لافكاره المتطرفة،والدعوة الى العودة الى الحياة الاسلامية في زمن الاسلام،فضلا عن إنفراد التنظيم الدموي ومنذ ظهوره باتخاذ طرق مختلفه في القتل والانتهاكات غير الآدمية،وصولا الى تفرده بترسانه اعلامية ضخمه ومُنظمة نجحت في استقطاب المُقاتلين من الشرق والغرب على السواء[35].

ويرى خبراء الاعلام ان التنظيم اعتمد نظرية جبل الثلج التي تشرح كيفية عمل التنظيم وتحليل خطاباته،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 الاهم 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 تطورا واضحا في اداء

الماكنة الاعلامية للتنظيم،فعلى سبيل المثال لا الحصر يحتل موقع تويتر موقعا مركزيا من الماكنة الاعلامية لتنظيم داعش[36]، الامر الذي جعل العالم أمام جيل جديد من الارهابيين ولدوا في عصر الكومبيوتر والانترنيت وشبكات التواصل الاجتماعي ويجيدون التعامل مع هذه الادوات، خاصه ان بعضهم من مسلمي اوربا والمهمشين فيها، ويرغبون بتقويض الحضارة الغربيه بادواتها التكنلوجية في عصر ما بعد الحداثة[37].

ومن تحليل مضامين الرسائل الاعلامية للتنظيم يمكن القول انه يعتمد ذات الافكار الجهادية التي تبناها تنظيم القاعدة مسبقا،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 تبتدأ بتكفير المجتمع،ونظرية العدو القريب والعدو البعيد، واعاده الخلافة الاسلامية وتطبيق الشريعة وتقديم الكنائس ودور العبادة للديانات والطوائف الاخرى، واباحة قتل الحكام المسلمين المُعارضين للتنظيم واقامة الدولة الاسلامية على اي ارض يتم تحريرها وغيرها من الافكار المتطرفه 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 وتطرفاً[38]. وبقدر تعلق الامر بموضوع البحث فإن مُمارسات تنظيم داعش الارهابي (لم تكن جديدة او طارئه 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 كافه . 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، لانها لم تعد دار اسلام من وجهة نظرهم[39]،

الامر الذي أنعكس بشكل واضح على مضمون خطاب تنظيم داعش الارهابي. فهو يحرص على إمتلاك خطاب التغيير الجذري نحو دولة الخلافه،وخطاب القوة والسلطة عبر العمل المسلح والقوة المفرطه لتحقيق أهدافه،فضلاً عن خطاب الترهيب 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 حلقه من حلقات خطاب الرعب المصنوع على طريقة الانتاج السينمائي الهوليودي[40]. كما يتمظهر الرفض والكراهية ضد الآخر المختلف في الدين والعقيدة والمذهب والانتماء الفكري في خطاب التنظيم الدموي باشكال واساليب متعددة وبطريقة منظمة في الانتاج الفكري والثقافي والاعلامي لداعش[41].

ومن جانبٍ آخر لم يتناسى التنظيم المضمون الانساني لخطاباته وإن كان وهمياً،فهو يتوجه الى نوعين من الاعداء،العدو البعيد المُتمثل بالغرب الصليبي وحلفائه في العالم والشرق المُلحد، والعدو القريب وهو يشمل مجموعة واسعة من الاعداء منهم أعوان الصليبين،والليبراليين والعلمانيين، والنصارى والمرتدين العلويين والرافضه والآشوريين والدرروز والشبك والآيزيدين[42]، يوجه خطاباته عبر الفضاء السيبراني متوعداً هؤلاء الاعداء مستثمرا ما توفره الاقمار الصناعية من بثٍ مباشر،بشكل لا تستطيع معه آليات الرقابة الشوشرة ان توقف تدفق المعلومات عبر الحدود[43].

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

في سوريا والعراق وليبيا[44]، فأن التنظيم الارهابي اوكل مهمة مسؤلية ادارة الهيكل الاعلامي المؤسسي في العالم الافتراضي الى المتحدث الرسمي باسم التنظيم (أبي مُحَمَّد العدناني)، وهو سوري الاصل بزغ نجمه في عالم الدعاية والتنظير الحركي،ثم اصبح متحدثا رسميا باسم التنظيم، والمسؤول الاول عن اعداد الرسائل الاعلامية للتنظيم واخراجها بالشكل التي تظهر عليه ،كما توضحه اعداد مجلة دابق،فهو من يحرر اخبارها واختيار المواد التي تنشر فيها ومعظم افتتاحيات المجلة بتوقيعه،ويتضح الثقل الايدلوجي للعدناني في مؤلفاته التي الفها في فقه الجهاد، فهو المسؤل عن الرسائل التوجيهيه التي يعلنها التنظيم لاتباعه في مختلف البلدان، خصوصا تلك المتعلقه 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 والاشرطة والمسموعة ومجموعة من الخبراء البرتغاليين مسؤلين عن التصوير واخراج الفيديوهات وغيرهم من الاسماء الحركية[45]، عبر مؤسسه اعلامية إفتراضيه رصد لها ابو بكر البغدادي ما يقرب من مليون دولار[46]، عملت على نقل صورة جذابه للاقاليم التي يسيطر عليها التنظيم،وتعظيم الرغبة بالشهادة والاحتفاء بها بوصفها طريقا للجنه، وتتوافر هذه المواد الاعلامية باللغتين العربية والانكيزيه والفرنسية والروسيه والصينية والشيشانية، كما ينشر التنظيم مواد اعلامية شديدة الوحشية لبث الخوف في نفوس المدنيين الآمنين كالفيديو الخاص بحرق الطيار الاردني معاذ الكساسبة حيا[47].

وطالما إن الاصولية ترتكز على مُعتقد ديني او سياسي مع الشكل الثقافي أو المؤسسي الذي تمكنت من إرتدائه في عصر سابق من تاريخها لتمتلك حقيقة مطلقة تعمل على فرضها[48]، فإن التنظيم الدموي قام بشن هجمات الكترونية عام **2015** تحت مسمى الخلافة السيبرية. كما طور نسخته من الفيسبوك تحت مسمى (مسلم بوك) و(خلافة بوك) واطلق تطبيقا 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،

وتنشيْ موقعاً افتراضياً لا وجود له على ارض الواقع ،وفرض على اتباعه اخفاء وقت ارسال الرسائل ومواقعهم على شبكات التواصل الاجتماعي[49].

كما حرص تنظيم داعش على نشر كتيب ارشادي بين اتباعه لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتوتير،بعد خسارته آلته الاعلامية الفاعلة والكبيرة لاشعال أجندة علي شبكات التواصل الاجتماعي لتشجيع النشيئ الجديد على الانضام لتنظيماته،وفي اطار حروب الهاشتاغ نشر مقطع فيديو عبر يوتيوب يدعو فيه مقاتلي التنظيم الى المشاركة في هاشتاغ عنوانه (# سيناء عرين الموحدين)[50]. إذ اشار (ريتشارد هانيجان) الرئيس الجديد للاستخبارات البريطانية اتهاما لعدد من شركات التقنية الامريكية العاملة في وادي السليكون بولاية كاليفورنيا بانها اصبحت شبكات القيادة والتحكم المفضلة للارهابيين[51].

فضلا عما سبق فإن التنظيم يعتمد على مجموعة من الاستراتيجيات النفسية في خطاباته 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 ورؤيته[52]. كما إنه يوفر الهدف والمعني لحياة الافراد المُنتمين له،حيث يعمل على توظيف الفراغ الذي يعيشه بعض النشئ،ويقدم مكافأت مُغرية لمن ينتمي اليه،والمساندة المادية والاجتماعية والعاطفية،وهذه الاستراتيجية فعاله لاسيما بالنسبة لمن هم في سن الشباب والمراهقه،بعد طمس شخصيتهم المتفردة والمُستقله وادخالهم في نمط من تفكير جمعي تمهيداً لإلزمهم بالطاعة العمياء لقياداتهم بالضرورة. كما يستثمر التنظيم مشاعر الغضب وروح الاحباط،ويوفر للنشئ فرص للانتقام،ويقدم فكرة الدولة الاسلامية بوصفها الحل الوحيد للمجتمعات الاسلامية،فبإمكانها توفير هوية المُنتمين للتنظيم تُميزهم عن غيرهم بوصفهم انقى وافضل واكمل،وهم فقط من يستحقون العيش بحسب ما يسوقه التنظيم

الارهابي للمنتمين له،وبالتالي حياة الاخرين ليس لها قيمه ولا يستحقون العيش[53]. كما ويستغل المتطرفون حاجة الشباب الى الشعور بالقيمه 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 وإنه صادر مؤسسات دولتية وغير دولتية في المناطق التي خضعت لسيطرته وضخ فيها آيدلوجيته[54].

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 خاصه الفيديوهات والصور،ومع غلبة النغمة الدفاعية على الاصدارات الاخيرة،وتأخر التنظيم في اصدار البيانات التي يتبنى فيها مسؤوليته عن الهجمات التي ينفذها،وعدم الدقه 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 علية الاستراتيجية العربية الاعلامية لمكافحة الارهاب لعام 2013،والتي اقرت عام 2015، ودخلت حيز التنفيذ عام 2016[55]. إذ ارتكزت هذه الاستراتيجية على الاستراتيجية العربية لمكافحة الارهاب عام 1998،والتي ركزت على تكثيف استخدام وسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء لانماء الوعي العربي والوطني والقومي بخطورة تنامي ظاهرة الارهاب الرقمي على وجه التحديد،لاسيما وإن تحليل مخرجات الاعلام العربي عموما والعراقي خاصه

تؤكد أنه ما زال حتى اللحظة لم يرتق الى مستوى الطموح ،فلم يُسلط الضوء على كيفية إنشاء رسالة أعلامية 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 المُكثف للصور والافلام والوثائق التي تدعم افكار التنظيم[56]، فضلا عن قوة تأثيرها على الرأي العام وصنّاع القرار بشكلٍ مباشر،وسعة الفضاء السبراني لكل وسائل الاعلام التي تستخدمها التنظميات 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 يدلل على تبعيتها للقائد العام للقوات المسلحة،مع مراعاة الموضوعية والمهنية والمصداقية في تقديم الحدث بهدف ترسيخ الافكار التي يُراد زرعها في اذهان الجمهور من خلال وضعها في سياق اخلاقي[57]، إلا أن التنظيم إستطاع إستثمار 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 العالمي[58]، وتوظيف

استراتيجية اعلامية واتصالية وتقنية وفكرية ونفسية مُتظافرة مع بعضها البعض، مكنّته من الاستمرار والبقاء ولو في العالم الافتراضي حتى اللحظه 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 أستراتيجية عديده 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 آلته الاعلامية ،فهو يُدرك أنه لا توجد دولة في العالم تعترف بشرعية التنظيم[59].

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، يتمثل 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 الشخصية[60] واتاحة الوصول المفتوح للشبكة العنكبوتية (**Open Access**) بيسر 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 والاتصالية[61] للتنظيم أولاً ،والحذر من الوقوع في فخ الترويج لنشاطات التنظيم ثانياً ،واهم من هذا وذاك لا بد من تبنُّي استراتيجية اعلامية واتصالية متكاملة لمواجة الاستراتيجية الاعلامية للتنظيم عبر تفعيل الجيوش الالكترونية للشباب المُستنيرين على شبكات التواصل الاجتماعي ،وانشاء قنوات فضائية ومحطات اذاعية

اسلامية بُلغات مختلفة توجه خطابها ورسائلها الاعلامية الى كل دول العالم لمحاربة الفكر المتطرف ونشر الفكر الاسلامي الوسطي المعتدل[62].

ولعل الطريق الأهم والأكثر فاعلية لنشر الخطاب الاسلامي المُعتدل 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 وقومياوتؤمن بالحوار وليس الصدام مع بعضها من كل الطوائف، بدلا من ترك النشئ يتاثر 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 الامريكية[63]. 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 امنياً في ظل الانفتاح الاعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي،لاسيما وإن الانكسار العسكري والامني لهذا التنظيم سيدفعه الى الرهان على البعد الاعلامي والحرب النفسية .

ومن جانبٍ 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 المُتطرفة للبحث عن اجابات مقنعه 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،واتاحة الفرصه للشباب لان يكونوا ابطالا حقيقين 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 وتوعية 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 يبعدها عن التناقض الذي أتسمت به التغطية الاخبارية للقنوات العربية لمعارك تحرير الموصل وقناه العراقية وقنوات تحالف الاذاعات العراقية مما يشتت مضمون الرسائل الاعلامية،ويضيع رجع الصدى المطلوب منها ،

الخاتمة :-

يمكن القول إن التنظيم يعتمد استراتيجية 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. **لابد من تبني استراتيجية اعلامية واتصالية عراقية لمُكافحة 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 إلاعلامي الرسمي غير التقليدي عبر توظيف النظريات والاساليب النفسية في الاقناع باسلوب 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 والمناطقي.**
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 المصداقية والموضوعية في الرسائل الاعلامية للتعامل مع نشاطات التنظيمات الارهابية عبر توجيه رسائل اعلامية للافراد والمجتمعات،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 بُمكافحة 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 اساؤا 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 تكثيف 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 مُنتظمة وليس في شكل جهودُ مشتته لا توظف اساليب الإقناع والتأثير والتنشئة الاجتماعية المُناسبة،وإشراك المجتمع ومؤسساته في تنفيذها .

13. توجيه مؤسسات الدولة الامنية لرصد الجيوش الالكترونية العابثه بأمن الوطن .

الهوامش

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

[2] محمد 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/drFoully/posts/792066.

[3] المصدر نفسه .

[4] محمد المسفر،تحليل الرسالة الاعلامية ..تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي ، طرابلس،جامعة محمد خيضر بسكرة ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،2018،ص 3.

[5] المصدر نفسه ، ص 3.

[6] ثناء اسماعيل العاني،مضمون الرسالة الاعلامية واسلوب تقديمها،جامعة بابل،كلية الاداب،قسم الاعلام ،التعليم الالكتروني2\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 والاقناع 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، ص34–ص35.

[14] كيت سميث،جرائم العنف،ترجمة محمد بنيس،القاهرة ،دار العربي، 2001 ،ص 31–ص32.

[15] عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدي بشير محمد ، الاعلام الامني .. التصدي للتهديدات الارهابية .. داعش والقاعدة نموذجا،الرياض،جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ،2017،ص61.

[16] ياسر عبد العزيز ،داعش لم يواجه باستراتيجية اعلامية متكاملة ،2019 ،شبكة المعلومات الدولية
:http://www.Doutsche.Welle.

[17] عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدي بشير محمد ، الاعلام الامني .. مصدر سبق ذكره ،ص61.

[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،ص61.

[20] عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدي بشير محمد ، .. مصدر سبق ذكره ،ص61.

[21] بيت الاعلام العراقي،ترسانة داعش الاعلامية .. الجزء الاول .. مؤسسات اعلامية ومنتديات ،الرصد لاعلامي العراقي، التقريرالثاني والعشرين ،29 اكتوبر 2016، شبكة المعلومات الدولية
:http://www.shafaaq.com.

[22] ماركو لومباردي، الدعاية والاعلام .. ادوات توغل في يد داعش،في محمد سليمان ابو رمان (محررا)في سر الجاذبية: داعش والتجنيد، عمان، مؤسسة فريدريش أيبرت، 2014، ص 88 –ص90.

[23] عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدي 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 تكنلوجيا 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 عرابي،دور وسائل الاعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفه لدى الجمهور في ظل العولمة ،القاهرة ، جامعة القاهرة،كلية الاعلام،اطروحة دكتوراه منشورة، 200،ص25 .للمزيد يُنظرايضا:– بارعة حمزة ،دور التلفزيون اللبناني في ترتيب اولويات طلبة الجامعات اللبنانية ،القاهرة ، جامعة القاهرة ،كلية الاعلام،1995،ص 19 .

[30] لونزو فليبس ،التلفزيون قي الحياة اليومية ، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح ،القاهرة ، المجلس الاعلى للثقافة ، 2000،ص26،وص89 .

[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 والاستخبارات12\9\2017 ،شبكة المعلومات الدولية http://www.europarabct.com :

[33] المصدر نفسه http://www.europarabct.com

[34] شريف درويش اللبان ،قراءة في الاسيتراتيجية 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 الاسيتراتيجية 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-jazeara.com

[40] كامل القيم،حرب الرموز وتسويق مثيرات 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 : تريز منصور،اعلام داعش .. الوسائل والخطاب الدعائي والتقنيات، بيروت،مجلة الدفاع اللبناني،منشورات الدفاع الوطني اللبناني ،العدد 100، نيسان 2017 .

[41] ابي ماريـة القحطـاني،متن عقيـدة تنظـيم القاعـدة في بـلاد الرافـدين ،دار الجبهـة للنشـر والتوزيع،نيسـان 2013، ص27، وتسجيل صوتي لابي محمد العدناني ،بث في 30\تموز \2013.

[42] تريز منصور،اعلام داعش .. مصدر سبق ذكره.

[43] شريف اللبان ،الثورة الرقمية وتحولات القوة الناعمة من شبكات المعلومات الى ساحات للارهاب والتحريض والصراعات ،القاهرة ،المركز العربي للبحوث والدراسات الخاصه، شبكة المعلومات: ttp\\wwww.acrseg.org

[44] تريز منصور،.. مصدر سبق ذكره.

[45] عمر إبراهيم ابو سعدة وحمدي بشير محمد ، الاعلام الامني .. مصدر سبق ذكره ، ص88 –ص90.

[46] شريف درويش اللبان ، الثورة الرقمية وتحولات القوة الناعمة المركز العربي للدراسات والبحوث الخاصة 7\شباط \2018 ، ص67-80.

[47] تريز 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، ص67-80.

[51] المصدر نفسه ،ص80.

[52] علي بن صديق الحكمي،طرائق داعش في اقناع الشباب الوديع بافكاره الوحشسية .. رؤية نفسية ، الرياض ، صحيفة الحياة ، النسخة الدولية ، شبكة المعلومات الدولية، العدد،8\ تموز \2016، شبكة المعلومات الدولية :http://www.alhayat.com\articel

[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، ص67-80.

[57] أكرم فرج الربيعي ،الخطاب الاعلامي العراقي لمعركة الموصل .. أطره وأجندته، الدوحة ،مركز الجزيرة للدراسات 27 ابريل 2017 ،شبكة المعلومات الدولية :http:/www.al-jazeara.com.

[58] لينا الخطيب ،استراتيجية تنظيم الدولة ..مصدر سبق ذكره ، ص 9.

[59] المصدر نفسه ،ص 18..

[60] شريف درويش اللبان ، الصحافة الالكترونية .. مصدر سبق ذكره ، ص67-80.

[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

(*) هو التعديل الذي اقره الكونغرس الامريكي للقانون ملاحقة الارهابيين عام 1967،لمكافحة وملاحقة دعاة الارهاب .