

أساليب الحرب الإعلامية في المنظمات الإرهابية وآليات التصدي لها

دراسة نظرية تحليلية على ما يسمى "تنظيم الدولة الإسلامية"

لطفي محمد الزيايدي

قسم الاتصال والإعلام || كلية الآداب جامعة الملك فيصل || المملكة العربية السعودية

الملخص: يهدف هذا البحث إلى دراسة الحرب الإعلامية وكيفية استخدامها من قبل المنظمات الإرهابية من خلال تحديد ظروف نشأتها وإبراز آلياتها وتحليل أهم ملامحها لدى المنظمات الإرهابية بصفة عامة وما يسمى بـ "تنظيم الدولة الإسلامية" بصفة خاصة. وما جعلنا نهتم بالبحث في هذا الموضوع هو تزايد أهمية الحرب الإعلامية والدور الأساسي والمحوري الذي صارت تلعبه وسائل الاتصال والإعلام التقليدية وخاصة الحديثة وما يسمى بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في الحروب والنزاعات واستخدامها المتزايد من قبل المنظمات الإرهابية لاستقطاب "المجاهدين" وبث أفكارهم التكفيرية ومعتقداتهم وتنسيق العمليات الإجرامية التي يقومون بها في شتى دول العالم.

وحقن تتمكن من تحليل الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية لما يسمى بـ "تنظيم الدولة الإسلامية" تحليلاً علمياً دقيقاً ودراسة سبل وأساليب تجسيدها والوسائل والمضامين الدعائية التي يبثها وينشرها توخينا المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً واعتمادنا آليات وأدوات التحليل الكمي وكذلك الكيفي. بعد شرح وتحليل مكونات وأدوات الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية "المتبعة تبين لنا أن ما يسمى بـ "تنظيم الدولة الإسلامية" يتحكم كلياً في العملية الاتصالية ويمزج بين الوسائل الاتصالية التقليدية والوسائل الحديثة ويستعمل الرمزية على مستوى الشكل والمضمون من خلال اختيار التواريخ واستخدام المرجعيات الدينية لتبرير أعماله الإجرامية وإضفاء نوع من المصداقية عليها. وخلص بحثنا إلى أن التصدي للحرب الاتصالية والإعلامية التي تشهها المنظمات الإرهابية عامة وما يسمى بـ "تنظيم الدولة الإسلامية" خاصة يتطلب تشديد الرقابة على وسائل الاتصال والإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي المشبوهة وتكثيف التعاون الاتصالي والإعلامي الدولي خاصة مع الدول التي تضررت من الجرائم الإرهابية وتنظيم حملات توعوية حول مخاطر المضامين الإعلامية الإرهابية الموجهة للشباب والأطفال وإدراج "التربية على وسائل الاتصال والإعلام" كمادة دراسية إجبارية في المدارس والمعاهد الثانوية حتى نهيئ جيلاً قادراً على التعامل بإيجابية وذكاء مع وسائل الاتصال والإعلام التقليدية وبالخصوص الحديثة.

الكلمات المفتاحية: الحرب الإعلامية - الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية - المنظمات الإرهابية - تنظيم الدولة الإسلامية.

المقدمة

تشكل الحروب الإعلامية جوهر النزاعات التي يشهدها العالم منذ القرن الماضي. فمند ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية ذات القدرة الهائلة على الانتشار والتأثير، "أصبحت الحرب الإعلامية أو الحرب التي تقاد عبر وسائل الإعلام، نوعاً قائماً بذاته من أنواع الحروب وتستخدم لدعم الحروب الاقتصادية والتجارية والسياسية. والأهم من ذلك: جزءاً أساسياً من الحرب العسكرية التقليدية"¹

والحرب باعتماد وسائل الإعلام نجدها في الكتب والمراجع والوثائق تحت مسميات متعددة لعل أهمها "الحرب الإعلامية" و"الحرب النفسية" ولكن رغم اختلاف المسميات فإن المعنى واحد وهو "الاستعمال المخطط والمنهج للدعاية ومختلف الأساليب النفسية للتأثير على آراء ومشاعر وسلوكيات العدو بطريقة تسهل الوصول

1سؤدد الألوسي، موسى فهد: وسائل الإعلام والحرب، دار أسامة للنشر والتوزيع، المملكة الهاشمية، 2012، ص 14

للأهداف. كما أنها وسيلة مساعدة لتحقيق الاستراتيجية القومية للدولة. وتشن الحرب الإعلامية في وقت السلم والحرب على السواء وتستخدم فيها كل إمكانيات الدولة وقدراتها السياسية والاقتصادية والعسكرية وكذلك الإعلامية وغير ذلك من القوى التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحديد كيان المجتمع وشكله²

ومنذ ظهور مصطلح "الحرب الإعلامية"، أصبحت النزاعات والحروب، عرضاً مسرحياً إعلامياً تكتب سيناريوهات في كواليس وأروقة وسائل الاتصال والإعلام بمختلف أنواعها بتفنن ودقة وحرفية عالية من قبل اخصائيين، تدفع لهم مكافأة هامة وتسخر لهم طاقات وإمكانات رهيبه تفوق ميزانيات بعض الدول وقد أسهمت في ظهور وتطور هذا العرض المسرحي الإعلامي أربعة عوامل أساسية:

- ظهور الصورة التي فتحت الباب على مصراعيه للتلاعب بالعقول والقيم والمعتقدات من خلال إخراج في سيناريوهات محبكة بدقة متناهية.
 - اكتشاف تقنيات ووسائل اتصال وإعلام حديثة جعلت القائمين على الاتصال والإعلاميين لا يحترمون في أغلب الأحيان المسافة النقدية اللازمة عند استعمالهم لهذه الوسائل والحذر الواجب اتخاذه مما تحمله في طياتها من مخاطر وسلبات
 - العولمة الاتصالية والإعلامية التي بسببها انتفت كل الحدود التقليدية بين الدول والمجتمعات والتي سهلت انتشار المضامين الاتصالية والإعلامية بغتها وسميتها والتي جعلت القادة العسكريين يراجعون استراتيجياتهم الحربية من خلال إدماج هذا المعطى الجديد (الإعلام) في أساليب تفكيرهم وعملهم وتخطيطهم ونشاطهم
 - الهيمنة المتفاقمة لأجهزة الدولة على وسائل الاتصال والإعلام والحرص على توظيفها أحسن توظيف لخدمة مصالحهم وتوجهاتهم وأهدافهم بشتى أنواعها السياسية والاقتصادية والعسكرية. . .
- إضافة إلى الدول والحكومات فإن إرهابي ومتطرفي القاعدة ومن بعدهم داعش أو ما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" فهموا بدورهم أهمية الحرب الإعلامية والدور الأساسي والمحوري الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال والإعلام التقليدية وخاصة الحديثة وما يسمى بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، يوتيوب. . .) لبث أفكارهم ومعتقداتهم. . . فجهزوا لها ميزانيات ومعدات ضخمة واستقطبوا مختصين وتقنيين متمرسين في التصوير والإخراج الفني وصياغة المضامين الاتصالية والدعائية وأتقنوا استعمالها بحرفية عالية للتواصل مع خلاياهم النائمة في شتى أنحاء العالم وايصال أوامرهم ومخططاتهم وتفصيل العمليات الاجرامية والإرهابية التي يرومون القيام بها داخل بؤر التوتر وكذلك داخل البلدان المسالمة

مشكلة البحث

في إطار هذا البحث، بعد تقديم وتبسيط المفاهيم الأساسية المتعلقة بموضوعنا واستعراض مراحل نشأة وتطور مفهوم "الحرب الإعلامية"، سنتولى تحديد ملامح الحرب الإعلامية لدى المنظمات الإرهابية ودراسة سبل وأساليب تجسيدها من خلال تحليل الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية والوسائل والمضامين الدعائية المعتمدة من قبل ما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" أو داعش

هدف البحث وأهميته

يهدف إذن هذا البحث إلى دراسة الحرب الإعلامية وكيفية استخدامها من قبل المنظمات الإرهابية من خلال تحديد ظروف نشأتها وإبراز آلياتها وتحليل أهم ملامحها لدى المنظمات الإرهابية بصفة عامة و ما يسمى بـ"تنظيم

2 نصر صلاح: الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، دار القاهرة للطباعة والنشر، القاهرة، 2012

الدولة الإسلامية" بصفة خاصة وتقديم ما يوصي به ويقترحه الخبراء من آليات لمقاومة النشاط الاتصالي والإعلامي لهذه المنظمات الإرهابية

وما جعلنا نهتم بالبحث في هذا الموضوع هو تزايد أهمية الحرب الإعلامية والدور الأساسي والمحوري الذي صارت تلعبه وسائل الاتصال والإعلام التقليدية وخاصة الحديثة وما يسمى بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في الحروب والنزاعات واستخدامها المتزايد من قبل المنظمات الإرهابية لاستقطاب "المجاهدين" وبث أفكارهم التكفيرية وتنسيق العمليات الإجرامية التي يقومون بها في شتى أركان العالم.

منهج البحث وأدواته

حتى نتمكن من تحليل الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية لما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" تحليلاً علمياً دقيقاً ودراسة سبل وأساليب تجسيدها والوسائل والمضامين الدعائية التي يبنيها وينشرها توخينا المنهج الوصفي التحليلي، "الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً"³، واعتمدنا لتحقيق الغرض آليات وأدوات التحليل الكمي وكذلك الكيفي.

1 نشأة "الحرب الإعلامية" ومفهومها:

1 نشأة "الحرب الإعلامية":

إنّ الدعاية العسكرية والحربية ليست وليدة اللحظة فقد اعتمدت من قبل الحكومات والدول والمنظمات لدعم عملياتها العسكرية منذ زمن بعيد، لكنها أصبحت اليوم عنصراً أساسياً وجزأ لا يتجزأ من الاستراتيجيات والوسائل المستعملة في الحروب والنزاعات في كل أنحاء العالم. فبعد أن كانت تكمل العمل العسكري الحربي وتدعمه، أصبحت جوهره وعموده الفقري وبعد ما كانت الحروب تثن ضد وسائل الإعلام من خلال اتهامها بأبشع التهم، أصبحت الحروب تقاد باعتماد وسائل الإعلام والتفنن في اتقان الدعاية والتضخيم والمبالغة والاستعمال المكثف للصورة والتعتيم وبث الإشاعات ونشرها على أوسع نطاق وفي أسرع وقت ما يمكن

تعد الثورة السوفياتية مصدر الحرب الإعلامية كاستراتيجية حربية. فلمحاربة الدول الغربية الرأسمالية كان لا بد على الاتحاد السوفياتي من "محاولة إضعاف العالم الغربي من داخله بالاعتماد على تغيير الأفكار والمعتقدات"⁴ فشن حرباً إعلامية ضرورياً على الدول الغربية معتمداً في ذلك على الحزب الشيوعي السوفياتي والجمعيات والكتابات والفنانين والمنظمات الاجتماعية والسياسية. . . وركز نشاطه الإعلامي الدعائي التي تقوده المخابرات، على المنظمات النقابية العمالية الغربية والجمعيات الناشطة في المجال التربوي والثقافي حتى يسهل نشر أفكاره ومعتقداته الشيوعية داخل الوسط الطلابي والعمالي والفني ولتصدي لهذه الحرب الإعلامية السوفياتية قامت الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1953 بإنشاء "وكالة أنباء الولايات المتحدة" USIA والتي "تركز نشاطها على نشر مبادئ السياسة الأمريكية لشعوب العالم وربط قنوات التواصل معهم من خلال التبادل الثقافي والتعاون العلمي والإعلامي والدعاية والعلاقات العامة. . ."⁵ إلا أن الحرب الإعلامية تفاقمت وانتشرت بسبب تتالي الأزمات التي عرفت البلدان الغربية

3 - المشوخي حمد سليمان: تقنيات ومناهج البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002

4- Harbulot Christian: La France peut-elle vaincre DAECH sur le terrain de la guerre de l'Information?, Ecole de guerre économique, Paris 2015

5 - Koch Stephen: la fin de l'innocence, les intellectuels d'Occident et la tentation stalinienne, Editions Grasset, 1995, p 29

خلال السنوات 60 و70 نتيجة الحروب الاستعمارية التي شنتها والانتفاضات الشعبية التي تلتها والتحوّلات الاجتماعية التي نتجت عنها والحركات الوطنية المناهضة لهذه الحروب الاستعمارية التي تبعتها. فالحرب الإعلامية تطوّرت وانتشرت في اطار علاقة تنافسية بين الاقوياء والضعفاء. والحرب باعتماد وسائل الإعلام تأتي أكلها من خلال الاستخدام المحكم لنقاط ضعف الخصم في أوقات معيّنة ودقيقة يمرّ فيها الخصم بصعوبات (رفض الديكتاتورية في بعض البلدان والتصدي لانتهاكات حقوق الانسان في بعض المجتمعات الانتفاضة ضد العنصرية والاضطهاد...).

وبالرغم من نشأة مفهوم "الحرب الإعلامية" في الاتحاد السوفياتي فإن اعتمادها استراتيجية حربية عرف ذروته خلال الحرب العالمية الثانية خاصة من قبل الحلفاء في حربهم ضدّ دول المحور وقد انطلقت شرارتها الأولى بعد الخطاب الشهير للجنرال دي قول De Gaulle والذي بث على أمواج إذاعة BBC البريطانيّة من لندن في 18 جوان 1940.

كما اعتمدت الحرب الإعلامية بكثافة وما تزال في الصراع الفلسطيني الاسرائيلي:

- من قبل الفلسطينيين: لكسب ود وتعاطف ودعم المنظمات الدولية والحقوقية وفضح ممارسات الكيان الصهيوني الاجرامية.

- من قبل الإسرائيليين عبر نشر وبث صورة الدولة "المسالمة" التي تعاني من "هجمات إرهابية" يقودها "مجرمون فلسطينيون" على حد زعمهم

كذلك مثلت الحرب الإعلامية القلب النابض والسلاح الأقوى خلال حرب البوسنة والهرسك التي حدثت في البوسنة والهرسك من مارس 1992 إلى نوفمبر 1995 واعتمدت فيها شتى أنواع التعتيم والدعاية لتشويه صورة المسلمين البوسنيين وإظهارهم بمظهر الإرهابيين الذين يشكلون خطراً على بقية الدول الغربية المجاورة... كما تستعمل حرب الإعلام يوميا في الصراعات والمنافسات الاقتصادية والتجارية بين كبرى الشركات للهيمنة على السوق لفرض النفوذ وتشويه صورة الشركات والعلامات المنافسة من خلال اللجوء إلى الإعلام الفيروسي الرقمي على سبيل المثال وفي مفهومها المبسط، بإمكاننا القول أن الحرب الإعلامية هي مجموع الوسائل والمناهج والأساليب والنشاطات المعتمدة للأضرار بالخصم باستخدام وسائل الاتصال والإعلام. وتقوم أساسا على السعي إلى الحصول على المعلومات والأخبار التي من شأنها أن تضعف الخصم وتنال من هيئته وسلطته وإشعاعه وكذلك اعتماد التعتيم الإعلامي والدعاية وكل سبل الاشاعة المغرضة والتشويش للتأثير في الرأي العام وكسب وده وتعاطفه ودعمه. ولبيلوغ هذه الأهداف، وجب على من يشنّ حرباً إعلامية، السيطرة على الوسائل الاتصالية والإعلامية التي ستمكّنه من نشر مضامينه ورسائله واعتماد الاتصال الجماهيري المكثف للوصول إلى المتلقي في أحسن الظروف وفي أقل وقت ممكن وبناء استراتيجية إعلامية على مراحل تختلف أساليبها وتقنياتها باختلاف الأهداف المرسومة والتي تبدأ بالتعريف بأفكاره وأهدافه ثم نشرها وأخيرا كسب ودّ المتلقي وحثّه على تبني المضامين التي تلقاها وترتكز الحرب الإعلامية على عشرة مبادئ أساسية لخصتها المؤرّخة Anne Morelli في كتابها "مبادئ أساسية للدعاية الحربية"⁶ كالآتي:

- نحن لا نريد الحرب.
- الخصم هو المسؤول على الحرب.
- الخصم لا يحترم الاخلاقيات وهو رمز الشيطان.
- نحن لا نشنّ حرباً بل ندافع عن أنفسنا ومعتقداتنا ومصالحنا.

6 - Anne Morelli: Principes élémentaires de la propagande de guerre, Editions Aden, Bruxelles, 2010

- العدو ينتهك حقوقنا وأعراضنا ويتعدى على معتقداتنا.
 - الخصم يسجل خسائر مادية وبشرية أكثر منا بكثير.
 - المنظمات الوطنية والدولية والمفكرون يساندون جهودنا وقضيتنا.
 - الخصم يستعمل أسلحة محظورة.
 - الله يساند ويدعم جهودنا وأعمالنا.
 - من لا يؤمن بكل ما سبق فهو خائن وعدو ووجب القضاء عليه.
- أما الأساليب الأكثر اعتماداً في الحرب الإعلامية فهي: الكذب والمغالطة والتعتيم والمبالغة، فالدعاية الإعلامية الحربية تسعى بالأساس إلى:
- إخفاء المصالح الاقتصادية التي تهدف إليها الحرب.
 - انكار الوقائع التاريخية التي لا تخدم الباطن.
 - شيطنة العدو.
 - الظهور في مظهر الضحية.
 - الاستيلاء على الكلمة ومنع الحوار والهروب من المناظرات والنقاشات المباشرة.

II وسائل الاتصال والإعلام في خدمة الإرهاب:

يعيش العالم اليوم تطوراً مذهلاً في قطاع الاتصال والإعلام وتقنية المعلومات فنحن نعيش زمن الثورة المعلوماتية، وقد شملت هذه الثورة كل ميادين الحياة: السياسة والصحة والتعليم والخدمات والاقتصاد والثقافة. . وإن مكنت هذه التقنيات الحديثة من تقصير المسافات وفتح مجالات تبادل وتعاون أكبر بين الدول والحكومات والشعوب والمجتمعات وسهلت المعاملات التجارية والاقتصادية والمالية وأزالت التعقيدات الإدارية والحدود الجغرافية إلا أن البعض استخدمها لمآرب وأغراض لأخلاقية وأهداف إجرامية وإرهابية فظهرت وانتشرت الجرائم الإلكترونية وسهل التواصل والتنسيق بين الجماعات والمنظمات الإجرامية وتعددت العمليات الإرهابية وعمّ الإرهاب الإلكتروني معظم الدول والمجتمعات. وإن اختلفت وتعددت مفاهيم الإرهاب وأنواعه فإن الهدف من العمل الإرهابي واحد وهو الترويع والتفريع وبث الرعب والخوف، إذ يعرف مجمع الفقه الاسلامي التابع لرابطة العالم الاسلامي الإرهاب بأنه "العدوان الذي يمارسه أفراد أو جماعات أو دول بغياً على الانسان في دينه ودمه وعقله وماله وعرضه. . . . ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم، بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم أو أموالهم للخطر".⁷ كما عرّفت الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب في جنيف عام 1937 الإرهاب بأنه: "الأفعال الإجرامية الموجهة ضدّ إحدى الدول والتي تكون هدفها أو من شأنها إثارة الفزع أو الرعب لدى شخصيات معينة أو جماعات من الناس أو لدى العامة"⁸ وقد أسهمت وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في انتشار ظاهرة الإرهاب فتفاقت العمليات الإرهابية من سنة إلى أخرى بفضل التسهيلات التواصلية التي توفرها هذه الوسائل للإرهابيين. فقد سجلت العمليات الإرهابية ارتفاعاً بنسبة 600% خلال الخمس عشرة أعوام الأخيرة. يقول خير وسائل الاتصال والإعلام الحديثة Thierry Barbaut⁹ "يفوق عدد المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والتغريدات التي

7 العجلان عبد الله بن عبد العزيز بن فهد: الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول "حماية

أمن المعلومات والخصوصية في قانون الإنترنت"، والمنعقد بالقاهرة في المدة من 2 - 4 يونيو 2008م، ص 5

8 العجلان عبد الله بن عبد العزيز بن فهد: الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص 4

9 - Info Afrique 16/11/2015

تحدث عن الإرهاب عدد الرصاصات المطلقة في الصراع مع الإرهابيين". أما الإرهاب الإلكتروني أو الإرهاب باعتماد وسائل الاتصال والإعلام الحديثة الذي ظهر وانتشر بفضل التطور التقني السريع الذي يشهده قطاع الاتصال والإعلام وتقنية المعلومات فيمكن تعريفه بأنه "استخدام الامكانيات العلمية والتقنية واستغلال وسائل الاتصال والشبكات المعلوماتية من أجل تخويف وترويع الآخرين والحق الضرر بهم أو تهديدهم"¹⁰ وقد بينت دراسة فرنسية أن "انترنت يبقى أفضل وسيلة لاستقطاب "المجاهدين" قبل الإرسالات القصيرة ويأتي في المرتبة الأخيرة الاتصال الشخصي المباشر الذي يعتبر الوسيلة الاتصالية الأقل استعمالاً من قبل الجماعات والمنظمات الإرهابية"¹¹

III الملامح الحرب الإعلامية لدى المنظمات الإرهابية:

عرف الاتصال والإعلام الإرهابي تطوراً كبيراً بفضل الاكتشافات التقنية والرقمية في عالم الاتصال ووسائله. فتنظيم القاعدة على سبيل المثال، كان يعتمد توزيع التسجيلات الصوتية والأقراص المغناطيسية في نشاطه الإعلامي ثم قام بإنشاء موقع إلكتروني خاص به إلا أن هذا الموقع كان محل متابعة وغلق من قبل السلطات الأمنية ويصعب الدخول إليه من قبل غير المختصين فقام التنظيم بتحويل نشاطه الاتصالي والإعلامي إلى ما يعرف بالويب 2.0¹² سنة 2007 عندما "أنشأه أيمن الظواهري زعيم التنظيم "غرفة نقاش وأسئلة" تمكن المبحرون على النت من طرح أسئلتهم حول مفهوم الجهاد وكيفية الالتحاق بالتنظيم. . ."¹³، وبالرغم من أن التحول الاتصالي والإعلامي للمنظمات الإرهابية كان في بدايته بطيئاً فإنه شهد نسقاً تصاعدياً في السنوات الأخيرة ليبلغ ذروته سنة 2015 فقد أبرز تقرير نشرته وكالة الاتصال والعلاقات العامة الفرنسية¹⁴ Occurrence أن تواجد المنظمات الإرهابية على الانترنت تكثف بصورة سريعة وكبيرة بعد استيلائهم على مناطق واسعة في العراق وسوريا سنة 2014 ويتركز النشاط الاتصالي والإعلامي للتنظيمات الإرهابية رغم الاختلافات الطفيفة من تنظيم إلى آخر أساساً على:

1. المزج بين الوسائل الاتصالية الإعلامية التقليدية والوسائل الحديثة: Mix Communication

فتنظيم القاعدة مثلاً وبالرغم من تطويره لسياسة اتصالية أفقية أو ما يسمى بـ (Peer to peer) الاتصال الشخصي والمباشر) وحضوره المكثف على مواقع التواصل الاجتماعي وفي غرف الدردشة ونشره الصور والفيديوهات المتنوعة على اليوتيوب ولجّة إلكترونية، "انسباير" Inspire، لا زال متمسكاً بوسائل الاتصال والإعلام التقليدية ويعتمد البرقيات الصادرة عن عدة وكالات أنباء واتصال مثل "السحاب" و"البراق" و"الفرقان" و"الفجر" و"الأنصار" كي يضمن أوسع انتشاراً لأخباره وعملياته العسكرية الإجرامية

2. الرمزية على مستوى الشكل والمضمون:

تدعم بعض الرموز المضامين الاتصالية والإعلامية وتضيف إليها مسحة من المصداقية وتجعل تأثيرها في المتلقين يتضاعف ويكبر. وتتجسد الرمزية في الخطاب والنشاط الإعلامي للمنظمات الإرهابية في:

10 الارهاب الإلكتروني وجرائمه، موقع "السكينة" www.assakina.com

11- Sébastien Pietrasanta: La déradicalisation, outil de lutte contre le terrorisme, Mission auprès du ministre de l'intérieur, Monsieur Bernard CAZENEUVE, confiée par le Premier ministre, Monsieur Manuel VALLS, juin 2015

12 ويب 2.0 هو مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية "إنترنت": ويكيبيديا

13- Senat: Filières « djihadistes »: pour une réponse globale et sans faiblesse www.senat.fr

14 - Le Figaro: 15/12/2015

- اختيار التواريخ: تسعى المنظمات الإرهابية إلى أن تتزامن أعمالها الإجرامية مع وقائع أو أحداث أو تواريخ صدور قرارات ذات رمزية عالية حتى تضمن لها صدى وانتشارا واسعا وتغطية إعلامية كبيرة، فعلى سبيل المثال: تاريخ هجوم أورلاندو المسلح على ملهى للمثليين يوم 12 جوان 2016 الذي تسبب بمقتل خمسين شخصا وإصابة ثلاثة وخمسين آخرين والذي تبناه ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية ليس اعتباطيا وإنما مدروس بدقة فالهجوم يتزامن مع صدور قرار المحكمة العليا في الولايات المتحدة بالسماح بزواج المثليين في شهر جوان 2015

- استخدام المرجعيات الدينية والتاريخية:

يرى الإخصائي الجيوستراتيجي Mathieu Guidère¹⁵ أنه وجب الانتباه إلى أسماء "المجاهدين" والتسميات التي تعطى للعمليات الإجرامية التي يقومون بها وأخذها بعين الاعتبار عند وضع استراتيجيات للتصدي للأعمال الإرهابية لأنها تساعد على فهم طريقة تفكير الإرهابيين والآليات التي يعتمدونها لتحديد أماكن وأساليب ووسائل نشاطهم. "فكل العمليات العسكرية وكذلك الإرهابية صارت تحمل أسماء مثلما هو الشأن بالنسبة للبضاعة أو المنتوجات التي تباع ويجب أن يكون الاسم ذا معنى وتأثيره قوي ومباشر في نفسية المتلقي". فمثلا سميت العملية الإرهابية التي شنت في موريتانيا عام 2005 من قبل مجموعة إرهابية يترأسها الجزائري مختار بلمختار "بدر" نسبة إلى غزوة بدر الكبرى (17 رمضان 2 هـ) التي مثلت معركة فاصلة في تاريخ الدولة الإسلامية فقد انتصر الجيش الإسلامي على كفار قريش رغم فارق القوة والعدد والعتاد وهي بالتالي واقعة ذات رمزية قوية ودرس في الإرادة ورباطة الجأش وهي الصورة التي سعت إلى الظهور فيها هذه المجموعة الإرهابية من خلال اعطاء هذه التسمية لعملهم الإجرامي. كما تعتمد المنظمات الإرهابية إعطاء أسماء حربية لعناصرها حتى تسهل عملية التواصل بينها ومع القيادات وتوزيع الأدوار خلال العمليات الإجرامية التي يقومون بها. وهذه الأسماء تكون مرجعيتها تاريخية إسلامية قصد إضفاء صفة الانتماء إلى الدين الإسلامي على حاملها. ويتألف اسم "الجهادي" من 4 مكونات وهي:

- الكنية: أبو فلان (الابن) (أبو بكر).

- الاسم: وعادة ما يكون شخصية إسلامية تاريخية (عمر مثلا)

- اسم العائلة أو النسب: ويشير إلى سلالة حامل الاسم

- النسبة: اسم القبيلة عادة أو مكان ولادته (البغدادي - الإفريقي - التونسي...)

يحمل هذا التمشي في طياته معاني عديدة مثل الرؤيا المستقبلية انطلاقا من التاريخ والذاكرة العامة وكذلك البحث عن الانتماء الموحد والتماسك بين أفراد المنظمة (نفس القالب) ونفس المرجعية (التاريخ الإسلامي) فأبو مصعب الزرقاوي يعني مثلا: رجل المهام الصعبة أصيل مدينة "الزرقاء" الأردنية.

3. استخدام المرجعيات الدينية والتاريخية:

لا تقتصر الأنشطة الإعلامية الإرهابية على بث المضامين الدينية فقط بل تضيف إليها مسحة سياسية واجتماعية وحتى اقتصادية حتى تضمن تأثيراً أكبر وأشمل في الرأي العام بكل مكوناته. وتعتمد المنظمات الإرهابية المرجعيات والشخصيات التاريخية والدينية وخاصة القرآن والسنة لتبرير أعمالها الإجرامية وإضفاء نوع من المصداقية عليها. فالإرهابيون يدعون أنهم "بجاهدون" من أجل إرجاع الأمة إلى ماضيها وسلفها وازدهارها وأنهم

15 Mathieu Guidère: Al-Qaïda à la conquête du Maghreb. Editions du Rocher 2007

"يقاتلون في سبيل الله" لضمان تواصل الديانة الإسلامية والتصدي لمن يسعون إلى انقراضها. وترتكز كل خطاباتهم ومضامينهم الإعلامية على مفهومي: التوحيد والجهاد

والتوحيد هو بالطبع عدم الشرك بالله سبحانه ولكن مفهوم الجهاد عند الإرهابيين يقتصر على الجهاد العسكري، رغم أن الجهاد في ديننا الحنيف ينقسم إلى عدة أنواع مثل جهاد النفس والمال وجهاد اليد واللسان وجهاد القلب وجهاد الدعوة. . . . "فبناء الحياة وتنميتها والتأسيس لهضمتها وتحقيق مصالح الناس ورفاهيتهم وإصلاح العقول والأبدان وتحسين التعليم والصحة والاقتصاد والإعلام. . . كل ذلك هو من الجهاد وهو من طاعة الله ورسوله"¹⁶

ويلاحظ أن المضامين الإعلامية للمنظمات الإرهابية تعتمد كثيراً المرجعيّات التاريخية للتأثير في المتلقين وجعلهم يحنّون إلى الماضي العتيق والمزدهر للأمة الإسلامية وحثّهم على الالتحاق بصفوف المنظمة "للتأثر من الغرب الذي أهانهم وما يزال يهين المسلمين في كل بلدان العالم" فقد بيّنت دراسة أنجزت عام 2014 "أنّ" الإساءة للإسلام من قبل بعض الحكومات الغربية هي أحد أهمّ العوامل التي تؤدّي إلى التغيير بالشباب السعودي للوقوع في الجرائم الإرهابية"¹⁷، عامل، تسعى المنظمات الإرهابية إلى توظيفه أحسن توظيف في حملاتها الاتصاليّة والإعلاميّة الدعويّة. وفي برقية نشرها بعد تفجيرات الجزائر في 2007، يقول عبد المالك درودكال المدعو أبو مصعب عبد الودود، أمير تنظيم القاعدة ببلاد المغرب الإسلامي "لقد عاد أبناء عقبة وطارق. . . " ¹⁸ هذه المرجعية لعقبة بن نافع وطارق بن زياد تؤكّد تشبث المنظمات الإرهابية بالماضي وكذلك رغبتها وسعيها لإعادة بناء واحياء الأمة.

4. اعتماد الواقع الاجتماعي والسياسي

قصد حث الناس على الالتحاق بصفوفها، تلجأ التنظيمات الإرهابية كذلك إلى انتقاد الواقع الاجتماعي والسياسي السائد وإبراز مساوئه وهنائه وتصويره في ابشع صورة ممكنة حتى يشعر المتلقين بأنهم "ضحية خداع أولياء أمورهم الذين يهضمون حقوقهم وينهبون أموالهم ويتصدون إلى إقامة دولة الإسلام والعدالة والحق. . . " وعلى مستوى الاتصال السياسي، تسعى التنظيمات الإرهابية إلى إدانة الدول الأجنبية والغربية ومن والها من حكومات ومنظمات وجمعيات وتقديمها في ثوب اليد الخفية التي تحارب الإسلام والمسلمين من خلال التحكم في الرؤساء وحكام الدول الإسلامية وجعلهم يخضعون لإملاّتهم وتوجهاتهم المعادية للإسلام والمسلمين وسعيهم لنشر أفكارهم وثقافتهم المعادية للأمة الإسلامية واستغلّت التنظيمات الإرهابية احتلال الولايات المتحدة الأمريكية للعراق والمأساة التي يعيشها الشعب الفلسطيني لإعداد وبلورة وانتاج مضامين إعلامية "تؤكّد" عداة الغرب للإسلام والمسلمين بالصوت والصورة وكسب ودّ وتعاطف ومساندة المتلقين واستقطابهم كمجاهدين بقي أن نشير إلى أن الفرق الأساسي بين الاستراتيجية الاتصاليّة والإعلاميّة لتنظيم القاعدة والاستراتيجية الاتصاليّة والإعلاميّة لما يسّى بتنظيم الدولة الإسلامية يكمن في أنّ:

- تنظيم القاعدة يبني سياسته الاتصاليّة والإعلاميّة على مبدأ تكفير الحاكم وأولياء الأمور والسعي إلى كسب ودّ الشعوب ونصرتهم باجتناّب استهدافهم.

16 العودة سلمان: المقالات، الجهاد الأكبر، الإسلام اليوم www.Islamtoday.net

17 السحبي ناييف بن مثيرب: العوامل المؤدّية إلى التغيير بالشباب للوقوع في الجرائم الإرهابيّة، نادي الأحساء الأدبي، الأحساء، 1437هـ- 2014م

مصدر سابق، Mathieu Guidère: Al-Qaïda à la conquête du Maghreb - 18

- بينما تستهدف الحرب الاتصالية والإعلامية لما يسمّى بتنظيم الدولة الإسلامية كلّ من يعارض أو يتصدّى لأفكار ومعتقدات وتوجّهات التنظيم سواءً كان حاكماً أو محكوماً.

IV الحرب الإعلامية لدى ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية:

ورد على لسان أحد قادة ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية أن حصيلة النشاط الاتصالي والإعلامي للتنظيم بلغت 51 ألف صورة، 800 شريط فيديو في 11 لغة، وحوالي 20 مجلة إخبارية، إضافة إلى استعمال الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتواصل.

فهذه الجماعة الإرهابية، تنظيماً الإداري والعسكري والمالي وكذلك هيكل اتصالي وإعلامي مكوّن من مختصين متخرجين من أرقى الجامعات العالمية وخاصة الجامعات الفرنسية. في مقال نشرته صحيفة وانشطن بوست يقول أحد المصوّرين المنفصلين عن التنظيم: "كنت أتقاضى راتباً مقداره 700 دولار خال من الضرائب إضافة إلى عدة امتيازات عينية أخرى وراتبي يفوق 7 مرات راتب جندي مشاة"¹⁹ فما يسمّى بتنظيم الدولة الإسلامية يولي اهتماماً خاصاً للاتصال والإعلام ويسعى دائماً إلى استقطاب كوادر وأخصائيين متميّزين لقناعة قادته بالدور الجوهري والمحوري والفعل الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال والإعلام في استقطاب "المجاهدين" ومساندة المجهودات العسكرية المبذولة على الميدان. فقد صرّح الخبير الفرنسي Mathieu Guidère لصحيفة لاكروا La Croix أن "الفرنسيين المنتمين إلى تنظيم الدولة الإسلامية

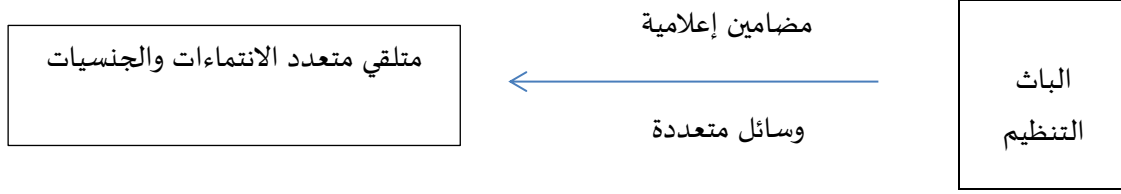
ليسوا بالقادة العسكريين وإنما بالأساس خبراء في الاتصال والإعلام وإنشاء مواقع الواتس آب ومنتجو فيديو ومشرفون على صفحات للتواصل الاجتماعي والاستراتيجية الاتصالية والإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية رصينة ودقيقة وجدّ نشيطة"²⁰ وإلى جانب الخبراء الفرنسيين تمكن كذلك ما يسمّى بتنظيم الدولة الإسلامية من استقطاب عدة خبراء من جنسيات مختلفة نذكر منهم على سبيل المثال رفيق أبو مصعب المكلف بالاتصال والمشرف على المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام ومغني الراب الألماني أبو طلحة الأماني الذي لقي حتفه والذي كان مكلف بالدعاية والعلاقات العامة الإلكترونية والخبير في الإعلامية الأمريكي أحمد أبو سمرة المتخرج من جامعة ماساتشوستس، Massachusetts كما جند التنظيم عدّة وكالات ومؤسسات إنتاج إعلامية مثل مؤسسة "الفرقان" و"الحياة" و"الاعتصام"...

1- الاستراتيجية

ترتكز الاستراتيجية الإعلامية لما يسمّى بتنظيم الدولة الإسلامية على فكرة بسيطة ولكنها جدّ ناجعة تتمثل أساساً في، خلق فراغ إعلامي حول أنشطتها وأعمالها ممّا يجعل من التنظيم المصدر الوحيد للمعلومة ويجبر وسائل الاتصال والإعلام بكل أنواعها على نشر وبت ما يمكنه منها التنظيم من أخبار ومعلومات وفيديوهات وتصريحات لا غير وبالتالي يكون نموذج التواصل المعتمد متكون من باث وحيد(التنظيم) ووسائل متعددة تنقل ما مدها به هذا الباث من مضامين اتصالية وإعلامية إلى متلقين متعدّدين ومتنوعين منتشرين في شتى أنحاء العالم وهو ما يعني أن الباث هو الذي يتحكم في العملية الاتصالية بكلّ مكوناتها

مصدر سابق، Harbulot Christian: La France peut-elle vaincre DAECH sur le terrain de la guerre de l'Information?، 19

20 - Le Figaro: 15/12/2015



إن هذا التحكم الكلي في العملية الاتصالية يمكن التنظيم من التحكم في المضامين وتوقيت نشرها وبثها وفرض وجهة نظره وتفسيره للأحداث وبالتالي توجيه الرأي العام والتحكم في النسق الاتصالي والإعلامي على حسب الأهداف المرسومة والجماهير المستهدفة أما "الصحفيون المسموح لهم بالحضور على المواقع التي يسيطر عليها التنظيم فيشترط عليهم أن يبائعوا الخليفة البغدادي ويخضع عملهم إلى مراقبة مستمرة ولصيقة ويمنع عليهم التواصل مع أية وسيلة إعلامية خاصة القنوات التلفزيونية ويقتصر عملهم على نشر وث ما يمددهم به التنظيم من أخبار ومعلومات"²¹. من خلال ملئه للفراغ الإعلامي الذي تسبب فيه يسعى تنظيم الدولة الإسلامية إلى الضغط على وسائل الإعلام المحلية والوطنية والدولية وإضفاء شرعية ورسمية على الأحداث والأخبار والمعلومات التي يمدّها بها والتي ينتجها ويوجهها كيفما شاء بحرية ودراية ودقة معتمداً في ذلك على حرفية الكوادر التي نجح في استقطابها وحتى الرهائن المختصين الذين تمكن من القبض عليهم على غرار الصحفي والمراسل الحربي البريطاني Jhon Cantlie الذي تم اعتقاله في 2012 وظهر فيما بعد في مجموعة من الفيديوهات عنوانها "الرجاء الانتباه" Lend Me Your Ears صورت في منطقة الموصل "ويصف فيها الصحفي المعتقل الحياة داخل التنظيم بالهادئة والمريحة والأمنة ويندد بالاعتداءات الوحشية للقوات الأمريكية على متساكني وأحياء المنطقة"²²

بنشرها للمضامين والصور والفيديوهات التي ينتجها ويوزعها عليها التنظيم تخدم وسائل الاتصال والإعلام أهداف التنظيم وتوجهاته باعتبار أنها، من خلال ما تقوم به تطبق أهم مبدأ وهدف في الحرب الإعلامية: سعي القائم بالاتصال إلى الترهيب والتلاعب بالمشاعر والإقناع للتواجد والاستمرار في الساحة الإعلامية. فالاستراتيجية الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية تسعى أولاً إلى بث الرعب في المتلقي، فأغلب الفيديوهات والصور التي ينشرها التنظيم تتخلّلها مشاهد قتل وذبح ورعب ودماء. . . تهدف بالأساس إلى صدم المشاهد وترهيبه والغاية من ذلك هو تمرير رسالة مزدوجة للتعبير عن:

- قوة التنظيم وقدراته العسكرية والبشرية
 - عدم استعداده للتراجع أو التنازل عن "مبادئه" وأهدافه أو رحمة كل من يخالفه الرأي والمعتقد
- إن سياسة الترهيب المعتمدة من قبل تنظيم الدولة الإسلامية في حملاته الإعلامية تعني أنه يعتقد أنه لا يوجد على الأرض إلا نوعان من البشر: من هم أتباع التنظيم: المسلمون الحقيقيون ومن هم أعداء التنظيم: الكفار ولا وجود لشق أو طرف ثالث بما معناه إعلامياً "إن لم تنضموا إلينا فأنتم ضدنا ومن كان ضدنا فلن نأف به". هذه الممارسات الإعلامية الترهيبية تهدف كذلك إلى تسهيل عملية الاستقطاب وتلاقي نجاحا باهراً لدى موالي التنظيم فيلتحقوا به وينضموا إليه وتتم عملية الاستقطاب باعتماد الإعلام بالأساس عبر الصورة الذي يرسخها التنظيم في عقول هؤلاء الناس وخاصة الشباب ومن هنا تبدأ عملية الاستقطاب، إذ يسعى متلقو الصور والفيديوهات إلى محاولة اكتشاف التنظيم و"رسالته" و"معتقداته" و"أهدافه". . . خاصة من خلال موقع اليوتيوب والحسابات التي ينشئها التنظيم على الشبكة العنكبوتية ثم يمررون إلى التواصل والنقاش مع من جنّدهم التنظيم لاستقطاب

21 - Wolsfeld gadi: Media and political conflict, news from the Middle East, Cambridge University Press 2014

22 - Le Parisien du 19/3/2016

"المجاهدين". ومن خلال نشاطه الاتصالي والإعلامي، يسعى ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية إلى الظهور في مظهر التنظيم العصري المتمكن من كل أليات ووسائل الاتصال الحديثة وإبراز الامكانيات والقدرات الاتصالية والإعلامية التي يمتلكها والظهور في مظهر الدولة المنظمة والتي تضاهي بقية الدول من حيث الامكانيات والهيكلية والتماسك. . . من خلال إعداد تقرير سنوي مفصّل يتم نشره على الشبكة العنكبوتية والترويج له عبر الحسابات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. ويحوي هذا التقرير الذي يتجاوز 400 صفحة بيانات ومعلومات حول الاعدامات والتفجيرات والعمليات الانتحارية والاعتقالات وعدد الموتى والمناطق المستحوذ عليها من قبل التنظيم إلى جانب تفاصيل ميزانية التصرف والموارد والمصاريف والمشاريع المستقبلية للتنظيم. . . في محاولة للبروز في شكل الدولة المنظمة ذات السيادة والتي تمتلك مواردها الخاصة بها، والنشاط الاتصالي والإعلامي للتنظيم لا يهدف فقط للتهريب وبث الرعب واستقطاب المجاهدين والموالين وتلميع صورته "كدولة منظمة ذات هياكل مستقلة" وإنما كذلك إلى دفع المجتمع الدولي إلى "الاعتراف بوجوده وبسيطرته على إقليم معلوم في مرحلة أولى في انتظار أن يتم الاعتراف به كدولة قائمة الذات".

بقي أن نشير إلى أن كل الملاحظين والمختصين يجمعون على أن تنظيم الدولة الإسلامية نجح لحد الآن في تمرير صورة دموية إجرامية إرهابية أكثر من صورة الدولة المنظمة ذات الهياكل المستقلة إذ يبدو أن الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية أعطت نتائج عكسية للتي حدّدها التنظيم.

2- وسائل الإعلام الداعشية:

وحتى يتمكن من بلوغ أهدافه الاتصالية والإعلامية، يعتمد ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية كل وسائل الاتصال والإعلام المتاحة التقليدية منها والحديثة ويحدّد لكل وسيلة أهدافاً معينة ودقيقة يجب تحقيقها. وفي الفقرات التالية من بحثنا هذا نقدم تحليلاً لأنشطة أبرز الوسائل الاتصالية والإعلامية المعتمدة من قبل التنظيم وهي: وكالة الانباء "أعماق" والصحف الإلكترونية "دابق" ووسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها في حربته الإعلامية

1. 2 وكالة الانباء الداعشية "أعماق":

يسعى ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية إلى اختيار الوسيلة المعتمدة حسب الهدف المنشود من خلال النشاط الاتصالي والإعلامي الذي اختيرت من أجله الوسيلة وكذلك خاصياتها ونوعية المتلقي أو الجمهور المستهدف. ففي ديسمبر 2015 أطلقت وكالة الانباء القريبة من التنظيم "أعماق"، تطبيقاً إلكترونياً خاصاً بأنظمة "أندرويد" أطلق عليه اسم "ناشر"، يسهل للمستخدمين الوصول إلى التقارير والمنشورات الرسمية الصادرة عنه إلى جانب الأخبار اليومية العاجلة والصور والفيديوهات. . .²³ وقد اكتشف هذا التطبيق موقع الأخبار "فوكاتيف" Vocativ المختص في البحث فيما يسمى "بالانترنت الأسود" Dark Net أو "الانترنت العميق" Deep web وهي طبقة غير ظاهرة من انترنات يصعب الوصول إليها من خلال محرّكات البحث المتعارف عليها، وتهدف إلى "إجراء عمليات بيع وشراء بعيداً عن أعين الحكومات مثل عقد صفقات السلاح والمخدرات والأثار وبيع الأطفال القصر وغيرها من التجارة المحرّمة دولياً أو سرقة الحسابات البنكية. . . وإن كان "يوجد حوالي 555 مليون موقع مسجّل على شبكة النان السطحية فإن الانترنت العميق يمثل ما بين 400 إلى 500 ضعف الشبكة السطحية"²⁴ يقوم التنظيم على تطبيق

23 جريدة المدن الإلكترونية 4/8/2015

24 هاني سمير علي: دراسات وتقارير، ما لا تعرف عن الأنترنت الخفي Deep web www.arageek.com

"ناشر" الذي أطلقته وكالة "أعماق"، بنشر وثائق تقارير مكتوبة ومصورة عن نشاطه الإجرامي وكذلك معلومات دقيقة عن تقدم جيوشه على الأراضي السورية والعراقية في إخراج متميز يعتمد على أحدث برمجيات الانفوجرافيا والتصوير عالي الجودة (HD). وتطبيق "ناشر"، غير متوفر على Google Play باعتباره أنه غير مسموح به من قبل شركة جوجل Google ولكن يمكن تحميله من مصادر أخرى باعتماد إرشادية ملف (. APK) ويوجد حسب موقع "فوكاتيف" ما لا يقل عن 40 رابطاً يمكن من تحميل تطبيق "ناشر". ولضمان سرية التواصل بين المستخدمين أضافت "أعماق" إلى تطبيق "ناشر" تشفيراً يمكن من الإخبار بالعمليات الإجرامية المزعم القيام بها والجهات المشاركة فيها وتوقيتها ومكانها والأشخاص أو الجهات المستهدفة. . . وتطبيق "ناشر" ليس التطبيق الأول الذي يعتمد الإرهابيون لنشر أخبارهم وتقاريرهم وصور أعمالهم الإجرامية ففي 2007 تم كذلك إطلاق تطبيق سمي "أسرار المجاهدين" Mujahideen Secrets ومن مدة ليست بالبعيدة تم إطلاق تطبيق آخر للغرض ذاته تحت مسمى "أسرار الغيباء". وما يلاحظ في نشاط وكالة الأخبار "أعماق" هو أنها كانت دائماً الأولى والسبّاقة في نشر أخبار التفجيرات وأعمال القتل والاعتداءات التي يقوم بها التنظيم، فأحداث بروكسل مثلاً التي جرت يوم 22 مارس 2016 كانت وكالة "أعماق" أول من أخبر عنها عن طريق تغريدة ولم يحدث منذ بداية الأعمال الإجرامية لما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية أن نشرت "أعماق" أية معلومات خاطئة، فكل المعلومات الصادرة عن هذه الوسيلة الإعلامية صحيحة وتأكّدت وكل الأحداث المعلن عنها وقعت فعلاً وهذا ما جعل الاختصاصيين يصنّفونها "بالقريبة من التنظيم" وما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية يقوم فوراً بعد إصدار "أعماق" لبرقية أو إعلانه عن حدث، بتأكيد. هذا التمشي يؤكد سعي التنظيم للبروز في شكل التنظيم المنظم الذي يتواصل مع المتعاطين معه وفق استراتيجية إعلامية دقيقة ومدروسة وكذلك أنه تنظيم بالإمكان الوثوق فيه وفي توجهاته ووعوده وما يدعو إليه من "أفكار" و"قيم". . . إذن تلعب "أعماق" بصفتها وسيلة إعلام، دوراً مزدوجاً، يتمثل في الإخبار عن نشاط التنظيم وأعماله و"إنجازاته"، وكذلك تلميع صورته وإظهاره في شكل الهيكل المنظم والقوي ذي القدرات العسكرية الهائلة.

2.2 "دابق" وسيلة الإعلام الإلكترونية لما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية

تعتبر "دابق" Dabiq بوق الدعاية لما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية. وهذه المجلة الإلكترونية التي صدرت في رمضان 1435 تحت عنوان "عودة الخلافة" أعطت في عدها الأول الكلمة لمؤسس التنظيم أبو بكر البغدادي "لبيشّر المسلمين والعالم بحلول عهد جديد للإسلام ويدعوهم لمؤازرة التنظيم والالتحاق بصوفه" وإن كانت "دابق" تشبه كثيراً مجلة القاعدة Inspire التي صدرت سنة 2010 باللغة الانجليزية، من حيث الشكل، فإن مضمونها وخطها التحريري يختلف عنها تماماً. فمجلة القاعدة تنشر أساساً معلومات ومضامين تقنية تشرح وتفسر لقراءها كيفية صنع المتفجرات والقيام بالعمليات الانتحارية وتفخيخ السيارات. . . بينما اختارت "دابق" أن تركز تركيزاً يكاد يكون كلياً على مضامين تمجّد "مزايا بناء دولة الخلافة والتحكّم إلى الشريعة وضرورة الالتحاق بصوف التنظيم والانتماء إلى دولة الإسلام ويصف الحرب التي يقودها التنظيم بحرب اليوم الآخر" وأنها حرب الحضارات التي سننتهي ببناء دولة الخلافة والقضاء على بقية الحضارات المعادية للإسلام والمسلمين. . .²⁵ وتصدر مجلة "دابق" في لغات عدّة، وسمّيت بهذا الاسم إشارة إلى قرية سورية تاريخية تقع شمال مدينة حلب وكذلك لأسباب دينية وتاريخية، فتنظيم الدولة الإسلامية يعتقد أن قرية دابق ستكون مسرحاً لمعركة الحسم بين الكفار والمسلمين باعتبار أنها مهّدت للفتوحات العثمانية قبل نحو 500 سنة. وتسم مجلة "دابق" بإخراج في متميز فهي متقنة جداً على مستوى الماكيت وعالية

المقروئية إذ تعتمد الإبرازات والعناوين الكبيرة والألوان والتنوع على مستوى الأبناط وعدد الأعمدة وتلجأ كثيراً إلى البياض لتسهيل عملية القراءة أما غلافها فيحتوي دائماً صورة كبيرة وعنواناً عريضاً ويقتصر عادة على موضوع واحد مرفق بموضوعين ثانويين وتعتمد الأسلوب البؤري لشدة انتباه القارئ وعلى الأرجح فإن مخرجي المجلة فرنسيون لأن "دابق" جاءت في أسلوب وإخراج فني فرنكفوني. ويبدو من خلال الخط التحريري المتبع والمضامين المنشورة، أن التنظيم يقسم العالم إلى مجموعتين: المسلمين والكفار ولا وجود لشق ثالث. هذا التصور تحرص المجلة على التأكيد عليه من خلال الاستشهادات المطولة المأخوذة من خطابات قائد التنظيم أبو بكر البغدادي. وإدراكاً منه لما للصورة من تأثير على المتلقي، انتهج التنظيم منهج الإكثار من الصور بكل أشكالها وأنواعها: صور "للمجاهدين المنتصرين المظفرين"، صور "للمتساكنين الفرحين المسرورين الأمنين"، صور "لإنجازات التنظيم العسكرية". . . ويلاحظ أن كل الصور تحتوي على علم التنظيم الذي يحرص على نشر الصور الأكثر دموية وعنفاً حتى يبرز قوته وبيئته الرعب في نفوس القراء الذين يعي التنظيم أن معظمهم صغار السن وشبان يحذقون استعمال وسائل الاتصال الحديثة والإلكترونية وأن مثل هذه الصور من شأنها أن "تسهّل التحاقهم بالتنظيم الذي سيمكثهم من الثأر من الغرب الكافر الذي همشهم واستولى على أراضهم وانتكح حقوقهم وأعراضهم. . . وكذلك مسح ذنوبهم من خلال التحول إلى مجاهدين وأن مآلهم إذا التحقوا بالتنظيم واستشهدوا من أجله سيكون حتماً الجنة"²⁶

3.2 الصوت والصورة في خدمة الدعاية الإرهابية:

الديكور: الصحراء، المنظر: رهينة بلباس برتقالي يشبه لحدّ كبير لباس مساجين معتقل غوانتانامو الذي تسجن فيه الولايات المتحدة الأمريكية منذ 2012 من يشتبه في كونهم إرهابيين؛ أحد المجاهدين يمسك بسكيناً ووجهه مخفي ويرتدي لباساً أسود اللون، ينتصب وراء الرهينة في وضع يعبر عن الهيمنة والقوة والجبروت وانعدام سبل الرحمة والرأفة؛ إخراج مسرحي مكتمل الأركان يعبر عن رسالة واضحة المعاني لكل من يخالف توجهات وأهداف التنظيم بأن مصيره سيكون حتماً مماثلاً لمصير هذه الرهينة الراكعة بين أرجل سجّانها كأنها تتوسّله العفو والرحمة. هذا المظهر تكرر مراراً ومراراً ولا تكاد تخلو منها وسيلة إعلامية أو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي إمّا في شكل صورة أو في شكل فيديو متقن الإخراج من حيث زاوية التصوير أو الإضاءة أو حركات الرهينة والجلاد أو حتى الموسيقى التي تصاحب المشهد فتنظيم الدولة الإسلامية وخلافاً لتنظيم القاعدة الذي كان يكتفي بنشر تصريحات قادته في شكل فيديوهات سيئة الإخراج، أدرك بسرعة قيمة الصورة ومآلها من تأثير مباشر وعميق في نفس المتلقي فأسرع باستعمالها واستغلالها بكل حرفية فهي ترافق كل المضامين التي ينشرها وتوثق لكل العميات الإرهابية والاجرامية من تفجيرات ونحر وإعدامات التي يقوم بها. ويقوم تنظيم الدولة الإسلامية بالتحضير للصور والفيديوهات التي ينشرها بحرفية ودقة عالية من خلال إتقان تقنيات الإخراج المسرحي وحبك السيناريوهات الأكثر تعبيراً وتأثيراً في النفوس بهدف جعل المتلقي يتبني ما يشاهده ويتفاعل معه إيجابياً ويشعر بالانتماء اللا مشروط للباط وللمعتقدات وأفكاره. فالإخراج الفني المتقن هو أول الخطوات والوسائل اللازمة لشدة انتباه المتلقي وجعله يتبنى الأفكار والمضامين والأنشطة التي يشاهدها. هذا التفاعل يسمّى "الانتماء البارز" Emergentist membership ويؤدي إلى "جعل المتلقي يتأثر نفسانياً بما يشاهده ويتفاعل معه إلى درجة نسيان أنها صور لا غير لربّما لا تمتّ للواقع بصلة وعادة ما يؤدي إلى الإفراط إما في الحزن أو الضحك أو حتى البكاء"²⁷ و"الانتماء البارز" يتعدى الانتماء العادي، وهي حالة نفسية معرفية تؤدي إلى

نوع من الالتزام من قبل المتلقي بما يتضمّنه ما شاهده من قيم ومعتقدات. . . ووقع "الانتماء البارز" يجعل كذلك المتلقي يمرّ إلى مرحلة التساؤل والتشكيك في الواقع الذي يعيشه وتحصل لديه اضطرابات فكرية وتسؤلات وتشكيكات تذهب به إلى حدّ ما يسمي بحالة "التنافر المعرفي" Cognitive Dissonance الذي يخلّفه عادة الإدراك والاعتقاد الناجم في ما شاهده أو تلقاه من مضامين. هذه الوضعيّة تجعل المتلقي يتحوّل إلى "شخص متنافر، ضعيف نفسياً، يتأثّر بسرعة ويلبّي كل ما يريده الباحث ويتبّنى ما يسعى إلى ترويجه. وإذا حاولنا تحليل ودراسة استعمالات تنظيم الدولة الإسلامية للصورة الثابتة أو المتحركة سنلاحظ أنّه:

- يعتمد كثيراً على تقنيّات ألعاب الفيديو وخاصّة الموسيقى المصاحبة للألعاب والصراعات الحربيّة المصوّرة لما لها من تأثير مباشر وقويّ على المشاهد وشحذ لهمم. . .

- المضامين السمعيّة البصريّة التي يتمّ بثّها تندرج ضمن ما يسمى "بالعمليات النفسية" PSYOPS وهي موجّهة إلى نوعين أو فئتين من الجماهير:

- الفئة التي وجب إبهارها استقطابها حتى تلتحق بالتنظيم
- الفئة التي وجب تخويفها وإرعابها وجعلها تخشى التنظيم وتمهاه وهو ما سيمكّن من احتلال أراضيها وإخضاعها لمشيئة التنظيم بسهولة فيما بعد

- المضامين المرئية السمعية تختلف باختلاف جنس الجمهور المستهدف؛ فالدعاية الموجّهة للرجال تتركز أساساً على مظاهر القوة والهيبة والرهبية. . . وتتجسّم من خلال تصوير الرشاشات والمدافع والآليّات الحربية بشتّى أنواعها والنظارات الشمسية التي تذكّر بقوات الجيوش الأمريكية وملاحم العنف والرجولة على وجوه المجاهدين. . . بينما تتّسم الدعاية الموجّهة للعنصر النسائيّ بصور تبرز الهدوء والطمأنينة والعيشة الهنيئة والاحتكام إلى شرع الله من حيث اللبس والقول والفعل والأمن والأمان وطاعة الزوج وخدمة المجتمع. . .

- اعتماد الصور الموجّهة إلى اللاوعي التي تجعل المتلقّي يشعر بالأمان وأنه في مكان وواقع مألوف فيسهل التأثير فيه وإقناعه واستقطابه. هذه التقنية مستوحاة من الأفلام الهوليوديّة إذ يلاحظ تشابه كبير في عدة فيديوهات قام بنشرها التنظيم من ناحية زوايا التصوير والموسيقى المصاحبة والمؤثرات الصوتيّة والحركيّة والألوان وتقنية الإعادة البطيئة Replay مع لقطات وشخصيّات وردت في أفلام هوليوديّة معروفة على غرار Matrix و: Lord of Rings... ولعبة الفيديو الشهيرة Assassin's Creed

- النسق التصاعدي لفيديوهات مسلسل الأعمال الإرهابيّة والاجراميّة من حيث الرعب والدمويّة من خلال التركيز على ما يسمّى "بالظل السلطوي الناشط" الذي يتمثّل في تسليط ضغط وسلطة معنوية أو دينية أو عسكرية تجعل المتلقي ينتظر الأوامر وتوجهات الباحث (التنظيم) بكل لهفة

تهدف إذن الصور والفيديوهات التي يقوم بنشرها تنظيم الدولة الإسلامية إلى:

- تأكيد قوة وقيمة التنظيم العسكرية
- إبهار فئة من المتلقّين وإقناعهم من أجل استقطابهم
- بث الرعب والخوف في نفوس "الكفّار" وأعداء التنظيم وتمير رسالة فحواها "نحن قادمون وبناء دولة الخلافة هدفنا وسنحققه غصبا عنكم وحينها ستندمون"

4. 2 الإعلام الإلكتروني الداعشي:

يعتمد ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية وسائل الإعلام الحديثة وانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بطريقتين مختلفتين ولتحقيق أهداف متعدّدة ومتنوّعة. فالتنظيم يستعمل ما يسمى "بالواب السطحي" لاستقطاب المجاهدين والإخبار عن نشاطاته الإجرامية و"فتوحاته". . . أما أهمّ المواقع التي يعتمد عليها التنظيم في "الانترنت السطحي" فهي بالأساس المواقع التي تسمح بالردّشة والنقاش والتواصل على غرار واتساب WhatsApp وكيك kik وويكر Wickr وزلو Zello وخاصّة. Telegram ولكن تنظيم الدولة الإسلامية يستعين كذلك بما يسمى "بالواب العميق" Deep web أو "الانترنت الأسود" على نطاق ضيق للتحضير للعمليات الإجرامية التي يقوم بها أو جمع التبرّعات وإتمام العمليّات التجاريّة المشبوهة وهو ما يجعل "الواب السطحي" وسيلة الدعاية و"الواب العميق" وسيلة الانجاز والتنفيذ. وإن كانت المعلومات والاحصائيات حول استعمال ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية "للواب العميق"، قليلة ومحدودة نظرا لسريّة العمليات والنشاط الذي يقوم به التنظيم على هذا الجزء من النات، فإنّ الدراسات والتحقيقات مكّنت من تشخيص نشاط التنظيم الإرهابي على النات السطحي ومواقع التواصل الاجتماعي في جزء كبير منه. ويتبيّن أن هذا النشاط الاتصالي الإلكتروني يهدف بالأساس إلى بث أفكار ومعتقدات التنظيم وخاصّة استقطاب أكبر عدد ممكن من "المجاهدين" وحث رواد مواقع التواصل الاجتماعي على الالتحاق بصفوف التنظيم. وحسب مجلّة "العلوم والمستقبل"²⁸ Sciences et Avenir يمزّ استقطاب المجاهدين بأربع مراحل أساسية:

- 1- نشر فيديوهات تندّد بجبروت وتسلّط الحكومات على شعوبها وتحريض مشاهديها على الانتفاضة والتصديّ لهذه الاعتداءات المتكرّرة مع التذكير بمجد الدولة الإسلامية العتيد وضرورة العمل و"الجهاد" من أجل إعادته وبناء دولة الخلافة
- 2- تلقّي هذه الفيديوهات ومشاهدتها عن قصد أو غير قصد، من قبل المبحرين على شبكة الانترنت والانهار بها، خاصة تلك التي تتحدث عن "قوى خفية ومتسترة" تعمل على الإساءة إلى الإسلام والمسلمين (قصة عبارة "No Mecca" المرسومة خفية على علامة كوكاكولا) وحثّ المبحرين على النات على التمرد والاستفاقة من السبات و"التحرك" لصدّ هذا "العدوان".
- 3- تحديد هويّة المبحر وسلوكه وبياناته الشخصية وموقعه الجغرافي ومستواه التعليمي سعيا لشخصنة العمليّة الاتصاليّة. فقد أظهرت دراسة قام بها أخصائون في علم النفس من جامعة كامبريدج Cambridge أن "100 ضغطة على خانة "أعجبي" على الفيس بوك تكفي لتحديد هويّة وبيانات القائم بها"²⁹
- 4- تسمّى هذه المرحلة بـ"مرحلة الهرسلة" وتمثّل في إرسال أكبر عدد ممكن من الرسائل الدعائية والمضامين التحريضية للشخص المستهدف في محاولة لعزله عن بقية المحيطين به (الأهل والأصدقاء) وجعله يركّز تركيزا كليّا على هذه المضامين التي تتحول إلى آيات قرآنيّة وأحاديث نبويّة محرّفة أو صحيحة يستشهد بها في غير موضعها تدعو إلى "الجهاد" وتمجّده وتعدّد مزاياه وأفضاله وتظهره في صورة العمل المنقّي من الذنوب والطريق الوحيد للجنة وأنّه واجب على كلّ مسلم يخاف الله. . . " وقد بيّنت جلّ الدراسات التي اطّلعنا عليها أن ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية يستقطب حوالي 90% من "مجاهديه" باعتماد انترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وشبّ وسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني

28 - Sciences et Avenir du 16/11/2015

29 - Sciences et Avenir du 16/11/2015

V نتائج البحث

- مكتنا التحليل الكمي والكيفي لمكونات وأدوات الاستراتيجيات الاتصالية والإعلامية المتبعة من قبل المنظمات الإرهابية بصفة عامة وما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" بصفة خاصة أن هذه الجماعات التكفيرية:
- وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في ساهمت مساهمة فعالة في انتشار ظاهرة الإرهاب بفضل التسهيلات التواصلية التي توفرها للإرهابيين.
 - أن تواجد المنظمات الإرهابية على الانترنت تكثف بصورة سريعة وكبيرة بعد استيلائهم على مناطق واسعة في العراق وسوريا سنة 2014
 - يتركز النشاط الاتصالي والإعلامي للتنظيمات الإرهابية على المزج بين الوسائل الاتصالية الإعلامية التقليدية والوسائل الحديثة (انترنات وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي)
 - ما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" يتحكم كلياً في العملية الاتصالية ويستعمل الرمزية على مستوى الشكل والمضمون من خلال اختيار التواريخ واستخدام المرجعيات الدينية لتبرير أعماله الإجرامية وإضفاء نوعٍ من المصداقية عليها
 - قصد حث الناس على الالتحاق بصوفها، تلجأ التنظيمات الإرهابية كذلك إلى انتقاد الواقع الاجتماعي والسياسي السائد وإبراز مساوئه وهنائه وتصويره في إشبع صورة ممكنة
 - تستهدف الحرب الاتصالية والإعلامية لما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية كل من يعارض أو يتصدى لأفكار ومعتقدات وتوجهات التنظيم سواءً كان حاكماً أو محكوماً
 - يولي ما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" اهتماماً خاصاً للاتصال والإعلام ويسعي دائماً إلى استقطاب كوادراً وأخصائيين متميزين لقناعة قادته بالدور الجوهرية والمحوري والفعال الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال والإعلام في استقطاب "المجاهدين" ومساندة المجهودات العسكرية المبذولة على الميدان
 - تركز الاستراتيجية الإعلامية لما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية على فكرة بسيطة ولكنها جدياً ناجعة تتمثل أساساً في، خلق فراغ إعلامي حول أنشطتها وأعمالها مما يجعل من التنظيم المصدر الوحيد للمعلومة
 - حتى يتمكن من بلوغ أهدافه الاتصالية والإعلامية، يعتمد ما يسمى بـ"تنظيم الدولة الإسلامية" كل وسائل الاتصال والإعلام المتاحة التقليدية منها والحديثة ويحدد لكل وسيلة أهدافاً معينة ودقيقة يجب تحقيقها.
 - أبرز وسائل الاتصال والإعلام التي يستعملها "تنظيم الدولة الإسلامية" هي: وكالة الأنباء "أعماق"، وسيلة الإعلام الإلكترونية "دابق"، ألعاب الفيديو، انترنات ومواقع التواصل الاجتماعي: واتساب WhatsApp وكيك kik وويكر Wickr وزلو Zello وخاصة تلغرام ...

VI - أساليب التصدي للإعلام الإرهابي:

- تعددت الدراسات والبحوث الرامية إلى إيجاد حلول عملية للتصدي للحرب الاتصالية والإعلامية التي تشهها المنظمات الإرهابية عامة وما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية خاصة ولأنّ بحثنا هذا لا يمكنه التعرّض إلى كل هذه الدراسات والأبحاث سنحاول تلخيص أهم ما جاءت به من توصيات وحلول عملية في النقاط التالية:
- 1- تشديد المراقبة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والمضامين المشبوهة التي تبث على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
 - 2- غلق وحجب وسائل الاتصال والإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي المشبوهة.
 - 3- تكثيف التعاون الاتصالي والإعلامي الدولي خاصة مع الدول التي لحقتها جرائم إرهابية.

- 4- تكتيف الحملات التوعوية بمخاطر المضامين الإعلامية الإرهابية الموجهة للشبان والأطفال.
- 5- تخصيص برامج وانتاج ونشر مضامين اتصالية وإعلامية تروج لقيم ومبادئ ديننا الحنيف وضرورة نبد الإجرام والنشاطات الإرهابية
- 6- إحداث هيئة وطنية مهمتها وضع وتنفيذ استراتيجية اتصالية وإعلامية لمواجهة الخطابات والمضامين الإرهابية والإجرامية.
- 7- تنظيم ورشات تثقيفية وتكوينية لتعليم تقنيات الانتباه ورصد المضامين الاتصالية والإعلامية المشبوهة
- 8- تشجيع البحث في الاستراتيجيات والمضامين ووسائل الاتصال والإعلام الإرهابية حتى يسهل التصدي لها وإحباط مفعولها.
- 9- دعم التكوين الفني في مجال التصدي للتطبيقات والبرامج ووسائل وتقنيات الاتصال والإعلام الإرهابي على غرار "البرنامج المعلوماتي" الذي "عرضته أخيرا منظمة "المشروع ضد التطرف" والمستوحى من برنامج مماثل وضع لرصد أي محتوى إباحي يتعلق بالأطفال على إنترنت"³⁰
- 10- التواصل مع سجناء الإرهاب لتثقيفهم وتوعيتهم بخطورة العود وحتمهم على ترك العمل الإرهابي
- 11- تنظيم حلقات توعوية في المساجد لتوعية المصلين
- 12- حث الأولياء على تأطير نشاط أطفالهم الاتصالي وترشيد تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية وبصفة أخص الإلكترونية والحديثة
- 13- إدراج "التربية على وسائل الاتصال والإعلام" كتنقيح ومادة دراسية إجبارية في المدارس والمعاهد الثانوية حتى نربي جيلا قادرا على التعامل بإيجابية وذكاء مع هذه الوسائل

المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

- 1- المشوخي حمد سليمان: تقنيات ومناهج البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002
- 2- الألوسي، سؤدد، وفهد، موسى. وسائل الإعلام والحرب. عمان- الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، المملكة الهاشمية (2012).
- 3- نصر صلاح: الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، دار القاهرة للطباعة والنشر، القاهرة، 2012
- 4- صحيفة المدن الإلكترونية 2015/8/4
- 5- صحيفة الأهرام 20/8/2014
- 6- صحيفة "اليوم" السعودية 2016/6/19
- 7- العجلان عبد الله بن عبد العزيز بن فهد: الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول "حماية أمن المعلومات والخصوصية في قانون الإنترنت"، والمنعقد بالقاهرة في المدة من 2 - 4 يونيو 2008م
- 8- السحيمي نايف بن ميثب: العوامل المؤدية إلى التغرير بالشباب للوقوع في الجرائم الإرهابية، نادي الأحساء الأدبي، الأحساء، 1437هـ- 2014م

30 - صحيفة "اليوم" السعودية 19/6/2016

المراجع باللغات الأجنبية :

- 1- Anne Morelli: Principes élémentaires de la propagande de guerre, Editions Aden, Bruxelles, 2010
- 2- Harbulot Christian: La France peut-elle vaincre DAECH sur le terrain de la guerre de l'Information?, Ecole de guerre économique, Paris 2015
- 3- Info Afrique 16/11/2015
- 4- Koch Stephen: la fin de l'innocence, les intellectuels d'Occident et la tentation stalinienne, Editions Grasset, 1995
- 5- Le Figaro: 15/12/2015
- 6- Le Huffington Post du 13/10/2014
- 7- Le Parisien du 19/3/2016
- 8- Mathieu Guidère: Al-Qaïda à la conquête du Maghreb. Editions du Rocher 2007
- 9- McPHEE Michele and ROSS Brian. « Official: American May Be Key in ISIS Social Media Blitz », ABC News, publié le 3 septembre 2014
- 10- Sciences et Avenir du 16/11/2015
- 11- Sébastien Pietrasanta: La déradicalisation, outil de lutte contre le terrorisme, Mission auprès du ministre de l'intérieur, Monsieur Bernard CAZENEUVE, confiée par le Premier ministre, Monsieur Manuel VALLS juin 2015
- 12- Senat: Filières « djihadistes »: pour une réponse globale et sans faiblesse, Avril 2015
- 13- Wolsfeld gadi: Media and political conflict, news from the Middle East, Cambridge University Press 2014
- 14- Yannick Bressan: DAECH ou le théâtre de la mort. Le pouvoir de la mise en scène dans la communication de l'Etat Islamique, CF2R, 25/4/2015
= Bressan, Yannick(2015). DAECH ou le théâtre de la mort. Le pouvoir de la mise en scène dans la communication de l'Etat Islamique, CF2R, 25/4/2015

مواقع إلكترونية:

- 1- الإرهاب الإلكتروني وجرائمه، موقع "السكينة" www. assakina. com
- 2- www. sebnat. fr
- 3- العودة سلمان: المقالات، الجهاد الأكبر، الإسلام اليوم www. Islamtoday. net
- 4- <http://teleobs. nouvelobs. com/actualites/20150304. OBS3861/daech-ou-la-fabrique-de-l-horreur. html>
- 5- <http://abcnews. go. com/blogs/headlines/2014/09/official-american-may-be-key-in-isis-social-media-blitz/>
- 6- <http://www. telerama. fr/medias/la-video-arme-de-communication-massive-de-l-etat-islamique,119901. php>

Methods of media war in terrorist organizations and mechanisms used to address them

Analytical theory study on the so-called "Islamic State Organization"

Abstract: The purpose of this research is to study media war and how it is used by terrorist organizations by defining the conditions of its establishment, highlighting its mechanisms and analyzing its most important features among terrorist organizations in general and the so-called 'Organization of the Islamic State' in particular.

The reason for this concern is the growing importance of the media war and the fundamental and pivotal role played by traditional and modern media, or the so-called new media and social networking sites (Twitter, Facebook, YouTube. . .) in attracting the Mujahideen and spreading their ideas and beliefs and resorting to these means to coordinate criminal operations committed by terrorist organisations within the hotbeds of tension, as well as within peaceful countries.

In order to conduct a rigorous scientific analysis of communication and media strategy used by the so-called 'Organization of the Islamic State' and to study ways and means of its embodiment as well as propaganda content disseminated and published by this organization, we used the analytical descriptive method, which describes "what exists" with respect to situational variable , and adopted quantitative and qualitative analysis mechanisms and tools.

After explaining and analyzing the components and tools of the adopted communication and media strategy , we find that the so-called "Organization of the Islamic State" completely controls the communication process and mixes between traditional and modern means of communication and media and uses the symbolism at the level of form and content through the selection of dates and the use of religious references to justify criminal acts and to give evidence on credibility.

Our research concluded that addressing the communication and media war waged by terrorist organizations in general and the so-called "Organization of the Islamic State" in particular requires tightening controls on the means of communication, media and suspicious social networking sites and intensifying international communication and media cooperation especially with countries affected by terrorist crimes , as well as organizing awareness campaigns on the dangers of the terrorist media contents aimed at young men and children and the inclusion of the "Media Education" course as a compulsory subject in schools and secondary institutes to prepare a generation capable of dealing positively and intelligently with traditional and particularly modern media.

Keywords: Media War - Communication and media strategy - Terrorist organizations - Organization of the Islamic State.