

## المواجهة والتحريض في العمل الاعلامي.. (داعش) في العراق وسوريا إنموذجاً

د. نبراس المعموري

### رئيسة منتدى الاعلاميات العراقيات

ظهور تنظيم ارهابي مثل (داعش - الدولة الاسلامية في العراق والشام) ابتداءً من العام 2014، وتحت قيادة زعيمه ابو بكر البغدادي، مؤثر الى بدء حقبة (جهادية!؟) جديدة لاسيما انه اعلن عن هدف بعيد المدى وهو: إقامة دولة إسلامية، أو خلافة، تستند إلى اجتهادات متطرفة للغاية، ما جعله أكثر من مجرد تنظيم إرهابي.

اعتمدت استراتيجية "داعش" الانتشار والبقاء والنمو على مجموعة من العوامل، منها:

- زيادة النعرة الطائفية والانشقاقية داخل البلد الواحد من خلال خلق لوبيات سياسية منتفذة في المنطقة تعمل بشكل غير مباشر لتحقيق اهداف داعش التوسعية.
- السيطرة على الأراضي كوسيلة لجذب السكان والمقاتلين الأجانب.
- استخدام الإيديولوجيا والإعلام كأداة للسيطرة على الناس، وتجنيد المقاتلين، وجمع الأموال واستثمار غياب العمل الاعلامي العربي والوطني المستقل والمهني.
- تطوير استراتيجية عسكرية مركزية.

إن هذه الورقة تحاول أن تلقي الضوء على المشكلة التي تواجه وسائل الإعلام في التعامل مع الحرب ضد الإرهاب لا سيما ان ما يعرف بتنظيم (داعش) جعل للترسانة الاعلامية اولوية على الترسنة العسكرية.

اولاً: الإعلام الوطني والاقليمي.. الواقع والتحديات:

يلعب الإعلام دوراً متنامياً لتشكيل الوعي الجمعي لعموم المواطنين ليس في المنطقة فقط بل علي مستوى العالم، وعلي سبيل المثال بلغت تكاليف الحملتين الانتخابيتين للمرشحة الديمقراطية، هيلاري كلينتون، ومنافسها الجمهوري، دونالد ترامب، لانتخابات الرئاسة

الأميركية، نحو 500 مليون دولار، صُرفت على الدعاية الإعلامية والترويج لحملتيهما الانتخابيتين<sup>1</sup>.

رصد تنظيم (داعش) الإرهابي، 3 مليارات دولار؛ لتمويل اعلامه المكون من سبع أذرع إعلامية يبت من خلالها العنف والإرهاب حول العالم وهي: أجناد، الفرقان، الاعتصام، الحياة، مكاتب الولايات، إذاعة البيان، مجلة وموقع دابق و90 ألف صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك وتويتر<sup>2</sup>. وهكذا فإن الإدراك الواضح لأهمية الإعلام وخطورة رسالته التوعوية يمثل حجر زاوية في الاستراتيجية العامة للدول، خاصة في وقت الأزمات والحروب، ومن هنا فإننا وفي إطار ما يواجه العراق من حرب حقيقية ضد الإرهاب فإن العنصر الإعلامي يصبح لاعبا رئيسيا في المواجهة الشاملة.

للأسف لعب الاعلام العربي وحتى الوطني دورا اساسيا في تغذية الارهاب لا سيما في ظل ضعف اداء وامكانيات تلك المؤسسات والفوضى الإعلامية المتميزة بخطاب اعلامي تحريضي والمساند في بعض الاحيان للعمليات الارهابية مع وجود امكانيات مادية كبيرة، ولعل تجربة قناة الجزيرة دليل؛ فما زالت معظم المحطات التلفزيونية والمواقع والصحف تقدم آراء مؤيدة للجماعات الإرهابية تحت دعوى الموضوعية وحرية التعبير ويمكن كذلك ملاحظة أمر هام يتمثل بتوصيف الإرهاب وجماعاته ضمن السياسة التحريرية لتلك المؤسسات، فنرى - الجماعات المسلحة - الجماعات الإرهابية - المتمردون - الثوار - الدولة الإسلامية - ما يسمى بالدولة الإسلامية - المتطرفون - المجاهدون - مقاتلو القاعدة - عناصر القاعدة. وغير ذلك مما يشير إلى حجم المسافة بين الدعم أو الإنكار أو الحياد، فضلا عن تعامل بعض القنوات الفضائية مع عناصر الإرهاب أو من يدعمهم باعتبارهم يمثلون طرفا معارضا يملك حق الرد والإيضاح<sup>3</sup>.

امام التحديات الكبيرة التي واجهها الاعلام في مواجهة التوسع الكبير لـ "داعش" في العراق وسورية مستخدما كل وسائل الترويج الدعائية والاعلامية، ومع اعلان القائد العام للقوات المسلحة ورئيس الوزراء حيدر العبادي في ساعات الصباح الاولى من الاثنين 17 / تشرين الاول / 2016، عن انطلاق عمليات تحرير الموصل من سيطرة (داعش) الارهابي، بادرت شبكة الاعلام العراقي، الى اعلان تشكيل تحالف الاعلام الوطني الذي يضم اغلب المؤسسات الاعلامية العراقية بمختلف التخصصات؛ لدعم العمليات العسكرية في تحرير مدينة الموصل من سيطرة (داعش) الارهابي، معتمدا خطة إعلامية موحدة لتغطية تحرير المدينة وتقديم الخدمات الفنية والصحفية لوسائل الاعلام.

ورغم حداثة التجربة الا انها استطاعت ان تحقق نوعاً من تعاون واتفق على خطاب اعلامي وطني يدفع باتجاه رفع المعنويات وتقهر العدو، بالمقابل يعاني العراق عدم وجود اعلام

<sup>1</sup><http://www.rudaw.net/arabic/world/240920165>

<sup>2</sup><http://www.alarabiya.net/ar/Arab-and-world/egypt/2015/03/10/%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D8%B4-%D9%8A%D9%85%D8%AA%D9%84%D9%83-7-%D9%82%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D9%8890-%D8%A3%D9%84%D9%81-%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8-%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A.html>

عبد الحميد الصائح، الصياغة الخيرية وإعلام الإرهاب، بحث منشور في موقع كتابات 2017<sup>3</sup>

مستقل واغلب ما موجود حزبي.. مختلف في الرؤى والتوجه والاداء، وان وجد اعلام مستقل فهو ليس مستقلا بالمعايير المهنية، إنما ذو بعد تجاري واحيانا ابتزازي.

المتابع للمشهد الاعلامي يشخص ان شبكة الاعلام العراقي، التي تشكلت بعد التغيير مباشرة، لم تعمل كهياة مستقلة تابعة للدولة الا في هذه المرحلة بالذات وهذا شئ ايجابي، يحثنا على تجاوز كم الملاحظات الادارية والفنية وحتى القانونية عليها.

اما المعالجة الاعلامية العربية بشكل عام للعمليات الارهابية فتميزت بـ :

1- غياب المؤسسات الاعلامية المستقلة وهيمنة الدول الراعية لتلك القنوات على الخطاب الاعلامي المتطرف.. الداعم للتنظيمات الارهابية.

3- ضعف اداء المؤسسات الاعلامية امام التطور المعقد والسريع في مجال الاعلام حيث لاتنطلق التغطية الاعلامية وللعمليات الارهابية من الإستراتيجية الإعلامية للإرهابيين (داعش) وبالتالي تتعثر خطوات هذه التغطية بمواجهة إعلام الخضم ..

4- وجود إرادات دولية لرسم سياسات مستقبلية للمنطقة عبر الاعلام، وإن ما يحدث من دعم إعلامي للإرهاب تحت ذرائع العقائد، وتغيير الأنظمة، إنما هو جزء من تلك السياسات.

5- هيمنة الطابع الإخباري على التغطية الإعلامية العربية للعمليات الإرهابية، وتقديم تغطية متعجلة وسريعة، وربما أحياناً سطحية مع غياب التغطية الاعلامية الاستقصائية والتحليلية.

6- لم تعتمد وسائل الإعلام، في الأعم الأغلب، على الخبراء والمختصين في المجالات الأمنية والاجتماعية والدينية والتربوية لمعالجة الجوانب المختلفة للظاهرة الأمنية، كما لا تتعاون، كما يجب، مع المؤسسات التربوية والدينية والاجتماعية المعنية بمواجهة التحديات الإرهابية.

7- تميزت التغطية الاعلامية بعدم الانتظام وعدم الاستمرارية، ولذلك تأتي متقطعة، تزداد كثافة أثناء العمليات والمناسبات والمؤتمرات الارهابية، ثم تضعف، وهذا ما يؤثر سلباً في قوة تأثيرها.

8- افتقرت الممارسة الإعلامية العربية إلى وجود أي قدر من التعاون والتنسيق على مستوى عربي من أجل تقديم تغطية ذات طابع عربي عام ومشارك لهذه الظاهرة.

9- استغلال بعض وسائل الاعلام التجارية الطابع الخبري للحدث لغرض المبالغة والتهويل وتحقيق نسبة مشاهدة ومتابعة اكبر.

ثانياً: الاستراتيجية الإعلامية ل داعش:

ركزت عصابة (داعش) في مضامينها الاعلامية على الدعاية الفكرية السياسية ثم الدينية، خاصة في مجلة دابق التي خاطبت الجمهور العالمي بشكل عام ونشرت أفكارها ومعتقداتها الى عينات مستهدفة بشكل خاص، وقد ميزت في حملاتها بين أنواع الجمهور المستهدف

وهويته، فخاطبت حملاتها اربعة مستويات من الجمهور كان الغالب منهم الجمهور العالمي العام وجمهور المناطق الخاضعة لسيطرتها وبعض الرسائل كانت موجهة لجمهور الدول العربية والإسلامية ومنها كان يستهدف دول التحالف الدولي، تحديداً الدول الغربية.

حرص التنظيم على ان تكون له علاقات جيدة مع وسائل الإعلام، خاصة الصحافة ووكالات الأنباء، وتزويدهم بأخبارهم وبياناتهم وأفكارهم وتضخيم جرائمهم وتعظيم الأضرار التي أصابت المجتمع من الحوادث الإرهابية من خلال نشر التحقيقات الإعلامية عنهم كمجرمين عتاة يثيرون الرعب، والسعي الى دس عملاء لهم في مواقع الاتصال بالمؤسسات الصحفية ووكالات الأنباء، مثل عمال التليفونات او موظفي التلكس والفاكس، وغيره من المواقع الوظيفية المتحكمة في مسار الأخبار وبذلك يستطيعون التأثير على وسائل الإعلام في وصف أفعالهم الإرهابية ويتحقق هدفهم في نشر مشاعر الرعب منهم في المجتمع.

الإعلام الإلكتروني:

لمواقع التواصل الاجتماعي نصيب من المساندة العامة للعمل الإرهابي الإلكتروني، واتساع نطاقه وتناميته، والتي تمثل فضاءً خصباً تتسلل إليه التنظيمات والجماعات الإرهابية لعلامة أنشطتها الدائمة، وذلك عبر التسويق لأيديولوجياتها أو لإثارة الرعب أو للتنسيق والتواصل عن بعد مع المستقطبين والمنتسبين إليها وعلى سبيل المثال فان تنظيم (داعش) وأنصاره ينشرون ما يقرب من 90 ألف تغريدة يوميا، تضم بعض هذه التغريدات فيديوهاتٍ وصوراً لعمليات القتل.

كما ان منهجيته محكمة تقوم على تقنيات التأثير الوجداني، من خلال إثارة العاطفة بواسطة وصفة الغيرة على الدين وحجة الدفاع عن القيم المقدسة، كما تعتمد على أسلوب دغدغة مشاعر المستخدمين للشبكات من الشباب العُقل.. المتشدد.. المحبط واليائس.

أنشأ (داعش) حسابات فردية لكل (ولاية) تابعة له، ومن خلال هذه الحسابات، روج عمله التنموي في قطاعات على غرار المدارس وإنجاز مشاريع شق الطرق، ومثل هذا التركيز على الخدمات يستهدف خلق حسٍ من الشرعية لتنظيم الدولة الإسلامية، عبر تصويره بأنه راعي المسلمين الفقراء والمحتاجين.

أكثر من 90% من عمليات التجنيد تمت عن طريق الإنترنت، من خلال نشر مقاطع فيديو فيها تأثير نفسي اغوائي، باستخدام مقاطع من أفلام مثل "ماتريكس" و"سيد الخواتم" وموسيقى جذابة وكلام مؤثر عن المظلومين وواجب الدفاع عنهم، ومع التكرار يقتنع المستهدف بأنه "مختار" للدفاع عن قضية عادلة.

التوسع الكبير لـ (داعش) عبر مواقع التواصل أدى الى ان تتخذ الشركات التي تدير مواقع التواصل الاجتماعي قرارا بالتصدي لزخم الماكنة الإلكترونية للتنظيم، ووقف الحسابات

المؤيدة للإرهاب، فقد حجب موقع تويتر 18 ألف حساب مؤيد لـ (داعش) من بينها 800 حساب جمدت في خريف 2014، وذلك وفق معطيات معهد بروكينغز.<sup>4</sup>

## الحرب النفسية

ينشر (داعش) صوراً معبرة عن العنف.. بانتظام، تُعدّ شكلاً من أشكال الحرب النفسية التي تهدف إلى زرع الخوف في نفوس أعدائه وقاعدته على حدّ سواء، ويختار التنظيم نشر المعلومات عند الحاجة ووفقاً للتغيرات التي تطرأ على السياق المحلي.. على سبيل المثال، إذا استشعر التنظيم أن السكان المحليين بدأوا بالتململ، ينشر المزيد من الدعاية حول مبادراته في مجال التنمية؛ وإذا استشعر احتمالاً متزايداً لحدوث مواجهات سياسية أو عسكرية، ينشر صوراً أكثر وحشية لبتّ الخوف في نفوس خصومه، مثل قطع الرؤوس والتمثيل بالجنث واستعباد النساء والأطفال وهو الامر الذي ساعد التنظيم على حسم معاركه بسرعة.

استُخدمت الدعاية لمساعدته على تجاوز القصور العسكري، فحين كان التنظيم عاجزاً عن التوسّع أكثر نحو الشرق، بسبب المقاومة التي واجهها في المناطق ذات الغالبية الشيعية في العراق بعد التقدّم الذي أحرزه في الموصل، أعلن عن "عودة" الخلافة في 29 حزيران 2014، وقام زعيمه أبو بكر البغدادي، بأول إطلاقة علنية، ألقى خلالها خطبةً بصفته "ال خليفة ابراهيم" في الجامع الكبير في الموصل<sup>5</sup>. ومع انتشار فيديو الخطبة حول العالم، نشر (داعش) لأعضائه صورة عن أمير المؤمنين تعكس ايحاءً بقائد شجاع في أكبر مسجد موصل، مع ما يحمله ذلك من دلالة تاريخية كبيرة للمسلمين السنة.

يُروّج التنظيم لبعض العمليات إلى حدّ كبير، مثل إعدام 250 جندياً سورياً عقب سيطرته على مطار الطبقة في الرقة خلال صيف العام 2014، وتُستخدم أشرطة هذه العمليات لتبيان فعالية (داعش) على عكس التنظيمات الأخرى، وللمساعدة في عملية التجنيد وإثبات معنويات الأعداء.

استخدم الدعاية للتعويض عن خسائره العسكرية مجدداً في أعقاب الهزيمة التي مني بها في مدينة تكريت شمال العراق في نيسان/أبريل 2015، حين نشر أشرطة فيديو أظهرت تدمير الآثار القديمة في مدينة الحضر العراقية<sup>6</sup>.

اما معركة كوباني مطلع العام 2015، وقيام التنظيم مرّةً أخرى إلى المقاربة التي أثبتت فعاليتها في تجاوز الخسائر العسكرية من خلال الدعاية، فبعد أن أسر التنظيم طياراً أردنياً هو الملازم معاذ الكساسبة، الذي شارك في الحملة الجوية ضدهم، أظهره في شريط فيديو عارياً من الوسط وما دون...، وفي فيديو آخر يتم حرقه<sup>7</sup>. حصدت الأشرطة الفيديوية لتلك العمليات

<sup>4</sup><https://www.radiosawa.com/a/should-social-media-be-responsible-for-terrorist-posts/267090.html>

<sup>5</sup> وفقاً لمصدر محلي، لم يعلن التنظيم عن اسم الخليفة في البداية، بل أعلن عنه فقط بعدما أثّرت أسئلة في صفوف رجال دين محليين في العراق وسورية، رأوا أن مامن خلافة من دون خليفة مُعلن عن اسمه.

<sup>6</sup>[http://www.bbc.com/arabic/middleeast/2015/03/150307\\_iraq\\_hatra](http://www.bbc.com/arabic/middleeast/2015/03/150307_iraq_hatra)

<sup>7</sup><http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/2017/02/10/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%A3%D8%B9%D8%AF%D9%85-%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D8%B4->

الارهابية اهتماماً إعلامياً كبيراً وهكذا، تمكّن (داعش) من إذلال خصومه وإثارة الرعب والخوف بشكل اكبر.

فضل التنظيم عموماً قتل الصحافيين الأجانب والمحليين الذين لايعتبرهم متعاطفين مع قضيته، وفي بعض الأحيان، وافق على استضافة صحافيين ميدانيين أجانب كوسيلة للترويج لنفسه على المستوى الدولي<sup>8</sup>. مع ذلك، لم يكن راضياً عن التقارير التي أعدّها هؤلاء الصحافيون، قائلًا إنهم شوّهوا الحقائق، فكفّ عن استقبال الصحافيين الأجانب.

من خلال متابعتنا لمسار التحرك الاعلامي للتنظيم يمكننا القول ان هناك اسبابا عدة تقف امام نجاحه اعلاميا، من بينها:

1- إعتد ادارة مركزية في مواقعه الاعلامية ساعدته على التحكّم الدقيق بما يُنشر وبتوقيت متزامن مع الاحداث.

2- الثروة الهائلة، التي حققها بسبب سيطرته على معظم آبار النفط بالعراق، واستيلائه على 480 مليون دولار من بنك الموصل بعد اقتحامه، بخلاف 250 كيلو ذهباً من البنك ذاته.

3- ارتفاع عدد المنتظمين نتيجة التجنيد عبر مواقع التواصل، والذي بلغ 200 ألف مقاتل بالتنظيم في سوريا والعراق.

4- ترويج بعض عناصر ومكونات ثقافة العنف والإرهاب وتقنياته عبر نشر أساليب ووسائل صنع الأسلحة والمتفجرات في البيانات الصحفية والتقارير التلفزيونية .

5- الاستخدام الامثل للتقنية المعلوماتية المتطورة - لاسيما على شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة، والجيل الثالث من الهاتف النقال وتيسير عملية نقل التعليمات الإرهابية للخلايا النائمة أو النشطة، أو بناء اتصالات جديدة مع جماعات حليفة.

في الختام لغرض تحقيق اعلام وطني وعربي ايجابي يواجه اعلام التنظيمات الارهابية لا بد تحقيق ما يأتي:

1 – تنمية القدرات الاعلامية في مجال الصحافة الاجتماعية بما ينسجم وحجم التحديات، لا سيما حجم الترسانة الالكترونية المتطورة التي امتلكتها التنظيمات الارهابية.

2- تنسيق السياسات بين وسائل الإعلام المتعددة فيما يتعلق بقضايا الإرهاب والأمن القومي وتطوير تجربة العراق في انشاء تحالف الاعلام الوطني التي اثبتت نجاحها خلال عمليات تحرير الموصل.

%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B0-

%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D8%A8%D8%A9%D8%9F.html

<sup>8</sup>"The Islamic State," Vice News, <https://news.vice.com/video/the-islamic-state-full-length>.

- 2 - عدم تقديم تحليلات أو آراء تخدم الإرهابيين بذريعة الحياد أو حرية التعبير، فلا حياد في مواجهة الإرهاب والتخريب.
- 3 - عدم التعامل مع الأحداث الإرهابية على كونها قصة خبرية أو سبقاً إعلامياً، إنما عدوان على الدولة والمجتمع.
- 4 - وضع نشاطات ومظاهرات المناصرين للجماعة الإرهابية وحلفائها في حجمها الطبيعي وعدم تسليط الأضواء عليها.
- 6- إبراز الأضرار المباشرة التي تقع على المواطنين جراء أعمال العنف والإرهاب ، بحيث تصبح قضية القضاء على الإرهاب قضية شخصية لكل مواطن .
- 7 - تدريب العاملين في وسائل الإعلام.. خاصة مقدمي البرامج التلفزيونية والقائمين على إعدادها؛ كي يحسنوا التعامل مع القضايا المتعلقة بالإرهاب والأمن القومي.
- 8 - ضرورة الرجوع إلى مصادر موثوقة قبل نشر أية أخبار تتعلق بالإرهاب.
- 9 - الاعتماد على القصص الإنسانية لجذب التعاطف الواسع من المواطنين مع أجهزة الدولة في مواجهة الإرهاب.