

استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش

الارهابي (دراسة تحليلية)

psychological warfare strategy

(An analytical study in the psychological electronic warfare of the terrorist organization ISIS)

أ.قاسم حسين السعدي

كلية الآداب/قسم الاعلام /جامعة بابل

المخلص

استعمل تنظيم داعش الارهابي العديد من السياسات لرسم استراتيجيته في شن الحرب النفسية الالكترونية ضد المجتمع العراقي التي وظفت العديد من الاساليب كالدعاية، الشائعات، غسيل المخ، وتبني نظرية الرعب الالكتروني في محاولة تحطيم معنويات المجتمع العراقي. وقد تبنى التنظيم جملة من التكتيكات في حربه النفسية كالتوريط، توظيف لغة الجسد، الاعتماد على الارقام والاحصائيات، الرموز الالكترونية، فضلاً عن اسلوب التكرار الذي اتجه في معظمه نحو التضخيم والمبالغة من خلال بث محتوى رقمي يُظهر التنظيم بأنهم يملكون امكانيات خارقة ومن الصعوبة اختراقهم. وبعد خسارة التنظيم عسكرياً في معركة الموصل التي ادت إلى شل وتعطيل استراتيجية "باقية وتتمدد" اتجهت حربه النفسية نحو " حتمية الصراع " عبر تكثيف عملياته الارهابية والترويج لها الكترونياً ثم التوجه نحو " ادارة التوحش والتمكين " من خلال خلائاه النائمة وإيقاظها بعمليات نوعية مفاجئة تحت مسمى " استراتيجية الظهور والتلاشي الكترونياً". في محاولة زرع بذور الفتنة الطائفية وتأليب الرأي العام العراقي ضد الحكومة. وارسال اشارات ان التنظيم متماسك رغم ظروفه الصعبة. اخلال التوازن والزعزعة وازعاج العراقيين وتقنينهم معنوياً ومادياً والاقتراب من اماكن تواجدهم في اتجاهات لا يتوقعونها باتت استراتيجية مستقبلية تتبناها الحرب النفسية الحالية للتنظيم عبر شبكة الانترنت.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، الحرب النفسية الالكترونية، داعش ، الاتصال الالكتروني .

Abstract

After the organization lost militarily in the battle of Mosul, which led to paralyzing and disrupting its "remaining and expanding" strategy, its psychological war turned towards "the inevitability of conflict" by intensifying its terrorist operations and promoting them electronically, then heading towards "managing brutality and empowerment" through its sleeper cells and awakening it with sudden qualitative operations under the name The "electronic emergence and disappearance strategy" in an attempt to sow the seeds of sectarian strife and incite Iraqi public opinion against the government. And sending signals that the organization is cohesive despite its difficult circumstances..

Keywords: strategy, electronic psychological warfare, ISIS, electronic communication.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاتها، إن مشكلة البحث تعني وجود استفهام يحتاج إلى اجابة وهو ما متعارف عليه في الدراسات الاتصالية في بعدها النفسي-السياسي، وهنا لابد من إيجاد آليات بحثية وعلمية من أجل فك الغموض، إذ تمثل مشكلة موضوع بحثنا الاجابة على التساؤل الرئيس: ما استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي الموجهة ضد العراق؟ ويقود الإجابة على هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية يثيرها البحث تتمثل بالآتي:

- ما مفهوم الحرب النفسية الالكترونية؟ وما وسائلها؟
- إلى أي مدى يرتبط مفهوم الحرب النفسية الالكترونية بالمفاهيم الأخرى؟
- ما نظريات الحرب النفسية الالكترونية؟ وما محاورها؟
- ما الآليات والاساليب والادوات والتقنيات التي وظفها تنظيم داعش لتنفيذ حربه النفسية الالكترونية ضد المجتمع العراقي؟

- ما طبيعة المضمون الاتصالي الالكتروني الذي تبناه تنظيم داعش في حربه النفسية؟
 - ما الاهداف الاستراتيجية للحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش؟
 - ما التقنيات الرقمية التي استعملها تنظيم داعش في حربه النفسية ضد المجتمع العراقي؟
- ثانياً: اهداف البحث، من خلال ما تقدم فإن الضرورة البحثية في بعدها الوطني حتمت على الباحث التصدي لهذا الكيان من خلال التعرف على استراتيجيته في حربه النفسية الالكترونية ضد العراق، فصاغ أهداف بحثية تمثلت بالآتي:

- الاحاطة بالمقاربات المفاهيمية التي تركز عليها الحرب النفسية النظرية في سياقاتها التفاعلية المختلفة مع المضامين الاتصالية والسياسية والنفسية في جانبها النظري وزاويتها الميدانية ايضاً.
- توضيح الدور المتنامي الذي تقوم به الحرب النفسية في المجال الاتصالي والنفسى والسياسي، وتتبع التطور التاريخي في النظم الاتصالية والسياسية المعاصرة.
- تشخيص الآليات والوسائل والأساليب والتقنيات والانشطة الاتصالية التي اعتمدها تنظيم داعش الارهابي في ممارسته الحرب النفسية تجاه المجتمع العراقي.
- كشف المضمون الاتصالي والنفسى وابعاده السياسية الذي اعتمده تنظيم داعش الارهابي.
- معرفة الأفكارالاتصالية والسياسية والنفسية التي يوظفها التنظيم في صياغة استراتيجيته بالحرب النفسية الالكترونية.
- معرفة مصادر القوة في استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، لغرض اعتماد سبل المواجهة بحسب الامكانيات المتاحة.
- التعرف على استراتيجية داعش من حربه النفسية الالكترونية في ضوء تحليل ماتيسر من عينة البحث.
- رصد المادة الاتصالية والدعائية والنفسية للتنظيم " فيديوهات، صور، صوتيات، منشورات".

- الكشف بالتحليل عن مضامين وآليات ووسائل وفنون الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.
- معرفة الخطاب السياسي للتنظيم من خلال منشوراته في تحقيق أهداف الحرب النفسية والتقنيات التي استطاع الفاعل السياسي توظيفها في هذا الخطاب.
- بناء منظومة استحضارات ممكنة لمواجهة الحرب النفسية الالكترونية للتنظيم عبر مجموعة من التوصيات للمعنيين في الحقل الاعلامي والسياسي والامني.
- ثالثاً: أهمية البحث، تتضح أهمية البحث من الناحية النظرية والتنظيمية بالآتي:
 - إن الحرب النفسية الالكترونية صارت بالوقت الحالي سلاحاً اتصالياً ونفسياً وسياسياً بالغ الأهمية يهدف إلى تحطيم المعنويات وجذب أكبر قدر ممكن من الانتصار والمولين.
 - إن أهمية دراسة مفهوم الحرب النفسية الالكترونية تكمن في محاولة الاسهام في تطوير البناء المعرفي للمفهوم.
 - إيجاد تصور لمفهوم الحرب النفسية في إطار متكامل يرسم العلاقة بين العلوم البينية التي تدخل في نطاق تحديد المفهوم كدراسة الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.
 - رصد عمق التحول في آليات واساليب ووسائل التواصل السياسي والنفسي مع الجمهور عن طريق الحرب النفسية الالكترونية الذي بات مصطلح شائع في عالم الاتصال والسياسة ولدى الدارسين في هذه المجالات.
 - هي محاولة جادة للإفادة من خبرات الدول والجماعات في استعمال مفاهيم وآليات وتقنيات حقل معرفي هو الحرب النفسية الالكترونية بهدف استخلاص النتائج المفيدة في الواقع الاتصالي والسياسي والنفسي.
 - الوقوف على البيئة التي تمارس بها الحرب النفسية الالكترونية من قبل تنظيم داعش الارهابي ومدى تأثيرها النفسي في الجمهور.
 - تفسير مضمون اساليب الردع النفسية التي مارسها التنظيم.
 - إدراك الباحث بفعل مراجعته للدراسات الحديثة إن مشكلة البحث لم تعالج خاصةً في جانبها التحليلي.
 - تزويد المكتبة بقاعدة معرفية وفائدة عملية جديدة عن الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي وعلاقتها بالعلوم السياسية والاتصالية، لتستفيد منها المؤسسات البحثية والاكاديمية وصناع القرار والمتخصصون.
- رابعاً: نطاق البحث، ويشمل:
 - النطاق الموضوعي: إذ تستهدف الدراسة التعرف على استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ضد العراق، وذلك عبر تحليل مضمون بعض المنشورات من فيديوهات، صور، تصريحات، بيانات، انتشرت على شبكة التواصل الرقمي.
 - النطاق المكاني: تقتصر الدراسة على العراق.
 - النطاق الزمني: طبقت الدراسة خلال العام 2021/2020.

خامساً : منهج البحث: نظراً لتشعب استراتيجيات الحرب النفسية : دراسة تحليلية في الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي " موضوع البحث " وضرورة الإلمام بجوانبه كافة ، عمد الباحث إلى التوليف بين عدد من المناهج العلمية " التكامل المنهجي " الذي يتطلبه البحث العلمي والاكاديمي من أجل الانتهاء إلى دراسة تجمع بين الوصف والتحليل في آن واحد ، وعليه اعتمد البحث على المنهج المسحي " جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث " ¹، وفي إطار منهج تحليل المضمون بوصفه أحد اشكال البحث العلمي الذي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهري للاتصال السياسي ، ويهدف إلى بيان الاهداف والوسائل والاساليب التي يرمي إليها الفاعل ومعرفة مدى تأثير المحتوى الإتصالي والنفسي بأفكار الناس والتأثير فيهم نحو الأفكار والاحداث ²، مع الاعتماد على المنهج التاريخي بحسب مقتضيات البحث للوصول إلى الأهداف السابقة.

سادساً: إجراءات الدراسة، ولبیان أهمية الدراسة وتحقيق اهدافها والاجابة على تساؤلاتها، تم اجراء الخطوات الاتية:

- أداة الدراسة: استعمل البحث في معظمه تحليل المضمون النوعي الذي يعتمد على المضامين والمفاهيم مع توظيف استعمال تحليل المضمون الكمي " بشكل قليل" الذي يعتمد العد والارقام والاحصاء التي ثبتت في جدول واحد، وكلا التحليليين يوضحان الاساليب والوسائل والاتجاهات للحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي الموجهة ضد المجتمع العراقي.

- مجتمع وعينة البحث: يُعد مجتمع البحث الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة البحث، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، فمجتمع البحث يمثل جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ضمن إطار منهج تحليل المضمون ³، وتمثل مجتمع البحث الحالية المنشورات، الفيديوهات، الصور، التقارير، البيانات، التي يتم تداولها إلكترونياً عبر مواقع التواصل الرقمي.

أما عينة البحث الحالية ، فقد استعمل الباحث العينة العمدية أو القصدية بوصفها تتكون من مفردات تمثل المجتمع الاصلي تمثيلاً جيداً مما يوفر كثيراً من الوقت والجهد ، وفي هذا الشكل من العينات اختار الباحث العينة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض البحث الذي يقوم به ، ويقدر حاجته للمعلومات تحقيقاً لمتطلبات البحث ⁴، وعليه اختار الباحث "20" منشوراً التي تمثل أنشطة اتصالية تم تسويقها إلكترونياً من قبل تنظيم داعش الارهابي وتم خزنها على الحاسوب في مجلد تحت مسمى الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.

¹ سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 147.

² رشيد احمد طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الانسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 64.

³ فرج الكامل، بحوث الاعلام والرأي العام: تصميمها و اجراءها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 123.

⁴ ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الاردن، 2016، ص 120.

سابعاً: المصطلحات الاجرائية للبحث

- الاستراتيجية: التخطيط البعيد المدى من قبل تنظيم داعش الارهابي لتحقيق اهداف محددة في مجال حربه النفسية الالكترونية التي يشنها ضد المجتمع العراقي.

- تنظيم داعش: تنظيم ارهابي توسعي اجرامي متطرف يتبنى الفكر الجهادي السلفي وهو ذات ايدولوجية معقدة يسعى من خلالها الى تنفيذ مشروع " الخلافة الاسلامية"، يتخذ من العراق مسرحاً لشن حربه النفسية الالكترونية لتحقيق اهدافه الاستراتيجية مستغلاً التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الذي حول العالم الى شاشة صغيرة لتكون حربه أكثر فاعلية وتأثيراً في الآخر سواء كان عدواً أم مناصر أم محايد.

- الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش: خطة عمل تستعمل مجموعة من الانشطة الاتصالية التي تضمن النجاح النفسي والسياسي المرافق للعمليات العسكرية، فهي التكامل بين مختلف الاساليب والادوات عبر الوسائل الالكترونية التي يعتمد عليها التنظيم" فاعلاً اتصالياً وسياسياً" لتحقيق اهدافه الاستراتيجية في التمدد والبقاء أو التمكين أو اخلال التوازن والزعزعة.

المبحث الثالث: الحرب النفسية الالكترونية (تأصيل نظري)

اولاً: مفهوم الحرب النفسية الالكترونية

في عصر المعلومات تحولت الحروب الى حروب معلوماتية أكثر من الحروب العسكرية فالبيانات والمعلومات وادواتها اصبحت هجمات معلوماتية تحقق الاهداف بأقل عدد من الخسائر البشرية عبر البحث عن اسلحة ذكية واستعمال الطرق البديلة في ساحات المعارك والبحث عن اراض جديدة لتكون ساحات للقتال وهنا اصبحت الساحات الافتراضية وخطوط الشبكة العنكبوتية مجالاً حيويماً لتحقيق استراتيجية النصر ضد الخصم عبر ما يسمى بالحرب النفسية الالكترونية¹.

وهنا السؤال: ما مفهوم الحرب النفسية الالكترونية؟ وما المفاهيم المرتبطة بها؟

الحرب النفسية الالكترونية هي نشاط اتصالي تمارسه الدول المستعمرة وذات السلطة ضد الدول والجماهير المستضعفة باستعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة من بث فضائي وانترنت بخدماته المتنوعة بهدف التأثير واثارة الخوف لدى الجمهور المستهدف من خلال ما تبثه من معلومات مضخمة أو بث سيل ضخم من المعلومات التي تؤدي إلى ارباك الخصم وتشويشه².

ويرتبط مفهوم الحرب النفسية بالعديد من المفاهيم³:

- الارهاب المعلوماتي: هو استعمال المحرض سياسياً للحاسوب بوصفه سلاحاً أو هدفاً بواسطة مجاميع أو عملاء تهدف إلى إثارة الرعب ونشره في افراد المجتمع أو أكراه الحكومة على تغيير سياستها الوطنية لصالح أهداف هذه المجاميع.

¹ الصادق رايح، الاعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2004، ص 21.

² قاسم حسين السعدي، الدعاية والحرب النفسية، محاضرات أقيمت على طلبية قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة بابل، 2021

³ يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، بحث منشور، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011، ص 109.

- الاستعمار الاعلامي: هو العملية التي تتعرض فيها ملكية وسائل الاعلام وتركيبها ومضمونها في دولة معينة لضغوط خارجية من المصالح الاعلامية لدول أخرى.

- حرب المعلومات: وتتجلى في ثلاث مستويات: الأولى هي حرب الشبكات ذات الصلة بالصراع مع المستوى الكبير بين الأمم والمجتمعات وتشمل تعطيل وإرباك وتدمير البنية التحتية للخصم، والمستوى الثاني هو الحرب الفضائية المتعلقة بالعمليات العسكرية التي تتم وفق المبادئ المتصلة بالمعلومات، أما المستوى الثالث فهو الارهاب الفضائي الذي هو اعتداء مدفوع سياسياً ضد المعلومات ونظم الحاسب وبرامج الحاسب والبيانات ويؤدي الى العنف ضد أهداف سلمية من قبل مجموعات أو عملاء.

ثانياً: نظريات الحرب النفسية الالكترونية ومحاورها

في الصراعات العالمية وفي ظل عدم توازن القوى فإنه اللجوء إلى أساليب الحرب النفسية واستعمالها إلكترونياً لا يأتي من فراغ بل إنها مبنية على أسس ومعايير علمية وتجارب مختبرية، فالحرب المعلوماتية تتم على مستوى رمزي، ولكل أطراف الصراع نظرياتها العلمية المعتمدة في التوجه إلى الرأي العام المستهدف ، وحتى نفهم دور الاعلام في صراع القوى لا بد من فهم طبيعة العلاقات التي تربط بين القوى الرمزية والقوى السياسية والاقتصادية والأمنية ، وهي تعتمد على أمرين أساسيين هما:

- تغيير محاور التحالف بين القوى الاجتماعية ، إذ كان فرض السيطرة في الماضي يكمن في استعراض قوة القلة الحاكمة على مرأى الكثرة المحكومة ، أما في عصرنا الحالي فإن الكثرة المحكومة تبقى على مرأى القلة الحاكمة ، ويتم من خلال نظم الإعلام الموجه من شاشات التلفزيون والانترنت والرقابة الالكترونية ، إذ أثبتت التجارب أن مصير أية قوة سياسية رهن بوجودها الإعلامي المتوازن وهلاكها في إغفال هذا الوجود أو الإسراف فيه فالإعلام هو ساحة لحوار الثقافات وتعددتها وتنوعها ، وعليه فإن مصير المجتمع الانساني يتوقف على طبيعة العلاقة بين عولمة الاقتصاد وعولمة الإعلام¹.

- القوة اللينة وطبيعتها، إذ تصنف هذه القوى الرمزية بأنها قوى لينة حيث تختلف اختلافاً جوهرياً عن القوى التقليدية لأنها تعمل بالجذب لا بالضغط، وبالترغيب لا بالترهيب وتستعمل لغة العقول من أجل كسب الآراء وانتزاع الإرادة الجماعية وفرض المواقف، وقد توسع دور الاعلام في ظل هذه القوى فاحتل مساحات واسعة على الفضائيات والانترنت².

وتُعد المعلومات التي يبثها الاعلام الالكتروني نوع من التوجيه للإدراك وإدارة دفته ، إذ تتم ممارسة جملة من النشاطات الاعلامية والمعلوماتية لترسيخ أو إلغاء معلومات أخرى ، مثال على ذلك ما فعلته اذاعة " ميل كولينز" في راوندا بإشغالها نيران الفنته القبلية بأهل البلد الافريقي الذي تسببت بضحايا من قبائل "التوتسي" أكثر مما حصدهته القنبلة الذرية في "هيروشيما وناكازاكي" ، وهناك الكثير من الأساليب التي تعتمدها القوى اللينة فهي أكثر خطورة من القوى التقليدية لان الثانية تنشط في المواجهات فقط لكن الأولى تنشط في كل

¹ بطرس الحلاق، الاعلام والحرب النفسية، مصدر سابق، ص 67.

² ايهاب خليفة، القوة الذكية ، كيف يمكن ان تدير الدول شؤونها في عصر الانترنت، دار المنهل ، عمان ، 2017 ، ص 81.

وقت خاصةً اذا استعملت القوى الرمزية بشكل بشع في الحروب والصراعات ، ومن أهم وسائلها: الرسائل الالكترونية والحملات الاعلامية والمعارك الكلامية في الاذاعات الموجهة والدولية ، البث الفضائي وما يشكله من غزو ثقافي والكتروني فضلاً عن الاكساح الاعلامي وما يسببه من اشاعة ثقافة العنف¹.

وهناك أربعة محاور للحرب النفسية الالكترونية**، يمكن ايجازها بالآتي:²

- الاعتصام والحصار الافتراضي، من خلال زج كميات ضخمة من المعلومات على المواقع المقصودة فتسبب في شلل هذا الموقع.

- قنبلة البريد الالكتروني، وتعتمد إرسال سيل من الرسائل الالكترونية إلى صندوق بريد الشخص مما يؤدي الى فيضان معلوماتي يتسبب في فقدان القدرة على استلام الرسائل.

- قرصنة مواقع الويب واختراق الحواسيب، وترتكز هذه الآلية بالدخول غير المشروع إلى إحدى المواقع واستبدال البيانات الموجودة عليها بمعلومات جديدة تغير هويته وتطمس معالم الأهداف التي أنشئ لأجلها.

- توظيف الفيروسات الالكترونية، وذلك بزجها إلى الانترنت ونشرها في شبكات المعلومات الوطنية بقصد إحداث خلل مؤقت أو دائم في الملفات ونظم التشغيل المستهدفة

المبحث الثالث: استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الموجهة ضد العراق (دراسة تحليلية)
استطاع تنظيم داعش الارهابي من تأسيس ما يشبه الدولة تحت مسمى " دولة الخلافة" على اراض عراقية، بعد أن سيطر على اجزاء واسعة وتحديداً عام 2014 كمحافظة الموصل وتكريت واجزاء من الانبار وكركوك، وبدأت كأنها كيان لا يقهر بعد أن صورتها وسائل الاعلام بأنها وحش كاسر، مستعرضة قوة التنظيم في نشراتها الاخبارية، إذ يتفق أغلب الباحثين ممن تناول موضوع الارهاب على ارتباطه بأهداف سياسية خاصةً وان الارهاب لوحده ليس كما ينشر عبر وسائل الاعلام فيصبح أكثر قوة وأشد عنفاً ورعباً وتخويفاً للرأي العام³.

وتبين ان تنظيم داعش الارهابي قد أهتم بشكل كبير في حربه بالعراق بالجانب النفسي الاعلامي حتى أصبح له فرق كاملة متخصصة بنشر اعماله الاجرامية ، مستغل وسائل الاعلام الالكتروني خاصةً شبكات التواصل الرقمي كمنابر لبث افكاره واخباره وتنفيذ اجندته بسبب الانتشار المكوكي لهذه الشبكات وامكانية تخطي الحواجز السياسية والجغرافية في عملية الاتصال وايصال رسائله لتحقيق استراتيجيته ، وهكذا نرى أن التنظيم

¹ يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، مصدر سابق، ص 114.

** ومن وسائل الحرب النفسية الالكترونية: شبكة الانترنت (فيروسات، برامج خبيثة)، البريد الالكتروني، تلفزيون الانترنت بخدماته المتعددة الوسائط. للمزيد: ريتشارد كلارك، روبرت نيك، حرب الفضاء الالكتروني، ترجمة: مركز الامارات للبحوث الاستراتيجية، الامارات ، 2014 ، ص ص 16-20.

² عادل عبد الصادق، الحملات الالكترونية: المفهوم وآليات التغيير ، المركز العربي لأبحاث الفضاء ، القاهرة ، 2013 ، ص ص 5-7.

³ حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش الارهابي في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ، العدد 27 ، 2017 ، ص 437.

اصبح يوظف ويستغل وبشكل منهجي ومنظم حربه النفسية الالكترونية ، وهو يعرف كيف يحصل على افضل النتائج من الانفعالات الطبيعية لدى الجمهور واريابك صناع القرار¹.

تُعد الحرب النفسية الالكترونية مرتكزاً أساسياً في استراتيجية تنظيم داعش وأسلوباً أساسياً يستعمله ويوجهه للخصوم لإرهابهم وخفض عزائم المقاتلين وكسب الموالين لترغيبهم للالتحاق في صفوفه، فالتنظيم يعتمد على هكذا نوع من الحرب أكثر من اعتماده على العمليات العسكرية لتحقيق اهدافه التي نشأ من اجلها، وعليه نطرح السؤال الآتي: ما السياسات التي اتبعها تنظيم داعش الارهابي لتحقيق استراتيجيته في شن الحرب النفسية الالكترونية ضد العراق تحديداً؟ وللجواب على هذا السؤال تم اخضاع مجموعة من المنشورات الالكترونية للتنظيم، وفق اجراءات بحثية اشرفناها في الإطار المنهجي للبحث، فتبين الآتي:

1- توظيف اساليب الحرب النفسية الالكترونية كافة في عملياته التي يقوم بها ، كالدعاية والشائعات وغسيل المخ ، ، فعلى سبيل المثال، تمكن التنظيم من القيام بعمليات غسيل المخ الالكتروني لكسب أكبر قدر ممكن من الاتباع سواء على الصعيد التنظيمي أو الفكري ، عبر إيهام المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي فكراً ونفسياً وجسدياً أو عبر الايحاء النفسي والتأثير على الجوانب السلوكية والنفسية لديهم وتشكيل سلوكيات جديدة تتحرك الايحاءات في اتجاه واحد مركز مستعملاً الاغراءات الجنسية والمالية والعمل والهجرة خاصة لدى الشباب بوصفهم أكثر فئات الرأي العام طموحاً وانفعالية في تبني الافكار والآراء².

وقد تميز تنظيم داعش باستقطاب الكثير من الافراد عبر الانترنت، عبر الاجراءات الآتية³:

- بداية الدعوة تتجه نحو إنكار مظاهر الفساد وتحلل المجتمع التي يدعيها التنظيم بهدف تحريك دوافع الاعتراض لتشكيل الاتجاه المتطرف.

- الدعوة الحماسية بصورة تدريجية الى الجهاد الالكتروني عن طريق المنشورات والخطب والمرئيات والصوتيات.

- الدعوة الى أهمية القيام بأعمال " نبيلة وسامية" وهو إحياء سنة الجهاد " الفريضة الغائبة" التي هجرها الناس من خلال منهج الحق لإعلان الجهاد داخل العراق على حد زعمهم.

- لقاء الشخص والتحدث اليه عبر الدردشة الالكترونية والمنديات الخاصة ثم الترحيب به كعضو عامل بالتنظيم.

- وضع خارطة طريق شاملة وتقديمها للراغبين في الانخراط المباشر بصفوف التنظيم تبدأ بتأزم الوضع النفسي ثم تقود إلى خطوات المباركة والبدء بالانضمام للعمل في صفوف التنظيم.

واستكمالاً لاستراتيجية داعش في كسب أكبر قدر ممكن من المناصرين والمحافظه على ولائهم المطلق عمدت دعايتها الالكترونية الى اسلوب الترغيب من خلال الترويج عبر مواقعها الالكترونية الى⁴:

¹ اسماعيل محمود عبد الرحمن، الارهاب والثقافة البديلة، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية ، 2014 ، ص 81.

² عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والعلاقات الدولية، مصدر سابق ، ص 348 .

³ فايز عبد الله الشهري، الخطاب الفكري على شبكة الانترنت، جامعة الملك سعود، الرياض ، 2008 ، ص 47.

⁴ حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش، مصدر سابق، ص ص 443-444.

- التأكيد على اقامة الخلافة الاسلامية وفق منهج النبوة.

- التركيز على اظهار قيادي التنظيم من الاجانب لاستقطابهم في المعارك.

وقد تعمد تنظيم داعش استعمال الاشاعة المعلوماتية التي تُعد نمط اتصالي هدام مشكوك في اغراضه يروج عبر وسائط الاتصال الالكتروني، تنشر أخبار لا أساس لها من الصحة أو أخبار تحمل جزءاً من الحقيقة فيضخها أو يقلل من شأنها، يُشكل موضوعاً للتداول والحوار والدرشة في المجتمع الافتراضي لمستخدمي الشبكات ومنهم الى الآخرين في المجتمعات الواقعية¹.

إن هدف التنظيم من بث الاشاعات سواء كانت اجتماعية أم سياسية أم عسكريه ينصرف الى:

أ-اثارة الفرقة على اساس مذهبي أو ديني أو قومي لتعميق الخلافات على هذه الاسس.

ب-تأزيم الوضع العام.

ت-إثارة الانقسامات الداخلية واشغال النظام السياسي بها².

ج-اثارة قلق المواطن وأرباك حركة الاسواق لأحداث عمليات شغب واحتجاج جراء سخط المواطن على الحكومة نتيجة ارتفاع الاسعار .

د-تعظيم مقدرة تنظيم داعش عسكرياً وسياسياً واقتصادياً.

هـ-التشكيك بقدرة وامكانية القوات المسلحة العراقية وزرع بذور التفرقة بين صفوفها أو تأليبها على الدولة والحكومة³.

ومن الاشاعات الاجتماعية التي روج لها التنظيم في مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال " ميليشيات تابعة للحكومة تختطف مجاميع من الشباب"، "فتوى الجهاد فتوى طائفية"، "مليشيات صفوية مدعومة من الحكومة تهجر العوائل من بغداد"⁴.

وبالنسبة للشائعات السياسية فقد انصرف البعض منها الى " الاكرد سكتوا عن سقوط الموصل مقابل نفط كركوك"، " ثوار العشائر اتجهوا إلى بغداد لتحريرها من الصفويين"، "امريكا اشترطت رحيل المالكي عن السلطة مقابل المشاركة الفعلية بالعمليات العسكرية للقضاء على تنظيم الدولة"، "الثوار على مشارف بغداد

¹ إن سريان الاشاعة المعلوماتية يمر بخمسة مراحل: (بلبله الافكار، تشجيع الطائفية، خلق عدم الثقة في الاطار السياسي الذي يرتبط به المواطنون ، تقنيت قوى المقاومة في الجسد السياسي ، تقنيت الوحدة الوطنية) للمزيد : نهى السيد عبد المعطي ، صحافة المواطن نمط اتصالي جديد ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2015 ، ص 77. قاسم حسين حسن، مادة الاتصال السياسي: الإشاعة ، محاضرات القيت على طلبة قسم الاعلام بكلية الآداب ، جامعة بابل ، العراق ، 2021 ، ص ص 44-45.

² لوريتا نابوليوني، الدولة الاسلامية " داعش" واعادة ترسيم حدود الشرق الاوسط، شركة بيت لل نشر والتوزيع، بغداد، 2015، ص ص 11-12.

³ هشام الهاشمي، عالم داعش من النشأة إلى اعلان الخلافة، دار الحكمة، لندن، 2015، ص 130.

⁴ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (1).

واهالي الكرخ ينتظرون ساعة الصفر"¹، أما الشائعات ذات المضمون الاقتصادي: " سقوط مصفى بيجي بيد تنظيم الدولة"، " تعرض الكثير من المصارف العراقية الى عمليات نهب وسطو كما حدث عام 2003"².
وبهدف تعظيم مقدره التنظيم وبالمقابل التشكيك بإمكانية القوات العراقية المسلحة ومحاولة زرع بذور التفرقة بين صفوفها أو تأليبها على الدولة والحكومة، سارع تنظيم داعش إلى بث الاشاعات الميدانية وقت حدوث المواجهات العسكرية منها: " مقتل ابو الوليد - القائد العسكري بالموصل- وإعدامه أمام أهالي تلعفر"، "سقوط مطار بغداد الدولي"، " دخول قوات إيرانية لإنقاذ القوات العراقية"³. وهو ما نفته قيادة عمليات بغداد وتبين لاحقاً للرأي العام انها مجرد اكاذيب لا صحة لها.
2- استعمال الرموز الالكترونية في الحرب النفسية.

ارتفعت أزمة تنظيم داعش من أزمة منطقة أو "دولة" الى الفضاء الالكتروني، فمع تفاجئنا بآليات تمدد التنظيم وكسبه للمناصرين والحواضن عبر عمليات غسيل المخ والاساليب الدعائية، رغم دموية واجرام التنظيم إلا أن التساؤل هنا حول آليات حرب الرموز الالكترونية التي يسوقها التنظيم في محاولة تحطيم معنويات الآخر سواء الحكومة أم المجتمع المحلي الخاضع تحت سيطرته، وأبرز تلك الآليات:

- ارتداء الزي الخاص ورفع الرايات السود: الملابس في معظمها قريبة من الجيوش النظامية العالمية أو ارتداء ملابس قريبة على الزي الافغاني المعبر عن التشدد ، أما الرايات السود تحمل شعار " الدولة الاسلامية" ، فهي وسيلة ترويجية مختارة بعناية كون ان اللون الاسود يبعث على الخوف والرعب⁴، وهذا واضح من خلال شهادة أحد الجنود العراقيين قبيل سقوط مدينة الموصل قائلاً: " لقد سقطت فرقة كاملة دون أن تطلق داعش إطلاقاً واحدة، إذ فر الضباط وغادروا بعدهم حينما شاهدنا ثلاث سيارات تحمل رايات سود تدور حول مقر فرقتنا التي نعمل بها"⁵.

- الاستعراضات العسكرية: بعد استيلاء تنظيم داعش على محافظة الموصل وامتلاك العديد من الاسلحة والآليات عمد الى الترويج لاستعراضاته العسكرية عبر مواقع التواصل الرقمي وهي بمثابة رسالة رمزية مؤثرة تسري على ركائز للتلقي هي: رسالة الى القوات الامنية العراقية وفقاً لنظرية استعراض القوة ورسالة الى المدنيين والنازحين العراقيين، والذين لهم موقف مخالف ومعادي لأفعال تنظيم داعش، داخل المناطق المستباحة أو خارجها كجزء من الرعب واستحالة المواجهة في ظل ما يمتلكه التنظيم⁶.

¹ مجلد الحرب النفسية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (2).

² مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (3)

³ لؤي مجيد حسن، الشائعات وسقوط مدينة الموصل، مجلة آداب المستنصرية، العدد 73، الجامعة المستنصرية، العراق، 2016، ص ص 294-295.

⁴ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (4).

⁵ سعد معن الموسوي، ادوات القتال النفسي، مركز أضاء الاستشاري للدراسات والبحوث، 2014، ص 52.

⁶ وإن الاستعراضات العسكرية التي يسوقها تنظيم داعش تحمل رسالة رمزية تركز على الظهور الاعلامي على المستوى الدولي ومخاطبة الرأي العام الاسلامي والاوروبي واصحاب القرار بان التنظيم يملك الاسلحة والتشكيلات التي تثير الرعب وهو ما أشارت له الصحف الامريكية التي صورت التنظيم بالمنظم والمدرب وان الضربات الجوية قد لا تنفع في ظل الاسلحة والمهارات التي يمتلكها ، إذ صرح بايند قائلاً ان الإستحضارات والتخطيط لتحريير

- محاولة الظهور بالمظهر "الانساني": فعلى صعيد الحرب النفسية الناعمة، على سبيل المثال، مجرد دخول قوات التنظيم الى الموصل قام ببث مقاطع فيديو تُظهر "انسانية" افراد داعش من خلال توزيع المساعدات "الانسانية" للمناطق التي سيطروا عليها وتوزيع مبالغ نقدية فضلاً عن توزيع الوقود على المواطنين سواء في محطات الوقود أو ايصالها لبيوتهم، وإن عرض مثل هذه الافلام تحمل هدفين: الاول كسب ثقة وتعاطف المواطنين، والثاني يتمثل بإيهام الرأي العام إن تنظيم داعش يملك أموالاً لدحض الانباء التي تتحدث عن قيام التنظيم بسرقة ونهب مصارف الدولة واخذ الاتاوات من التجار¹.

- إطلاق الشعارات والأوصاف: الشعار جملة رمزية هدفها نشر فكرة معينة لاستثارة المشاعر، وهو إجراء شائع في الحرب النفسية ، وغالباً ما يتم تعميم أحد الشعارات المنتقاة بعناية كعنوان عريض² ، فقد ظهر تنظيم داعش مقترناً بالعديد من الشعارات مثل " دولة الخلافة"، "دولة الاسلام"³ ، فكانت بمثابة علامة تجارية- دينية ذات ابعاد سياسية تم تسويقها إلكترونياً لتحسين صورتها الخارجية المتضمنة "التسعير النفسي" المرتبط بالصورة الذهنية التي شكلها كونه " المخلص والمنفذ" من ضلال الحكم الفاسد الكافر، فهو الكيان "الضرورة" الذي جاء استجابة للظروف الكارثية التي يمر بها المسلمين وبهذه الصورة تم تغليب داعش كسلعة جاهزة للاستهلاك والبيع في السوق الاسلامي⁴.

ومن آليات حرب الرموز الالكترونية التي يسوقها التنظيم هو إطلاق الاوصاف لقياداته البارزة وتداولها بين صفوفه والمدنيين المستباحين ووسائل الاعلام الالكترونية، كجزء من سير التنظيم بعقلية محددة ومتوافقه مع تياره السلفي، مثل استعمال الكنى " الخليفة امير المؤمنين" " ابو بكر الحسيني البغدادي" " ابو عمر الشيشاني" " أهل العراق"، فضلاً عن الاوصاف التي يطلقها على عدوه المستهدف مثل " الرافضة" " الصفويين " " الكفرة" " عملاء امريكا" " اذئاب إيران" " اعداء الله"⁵.

3- بث الرعب والخوف: وهو يعد اهم السياسات المتبعة لتنظيم داعش للتأثير على معنويات الخصم لتحقيق اهداف عسكرية في ساحات المواجهة فضلاً عن التأثير على الوضع النفسي للمدنيين في الجبهات الداخلية، إذ إن استراتيجية العنف الملازمة للفكر الجهادي والسلفي هي الموجه الرئيس والواضح لمنهجه الذي يرى ان التغيير المقصود لا يتم إلا عبر الجهاد والذي يتم بالقتال بأعنف صورته وأكثره رعباً⁶.

الموصل قد يتطلب سنة على اقل تقدير " ، مما اعطى زخماً معنوياً على ان التنظيم قوة جبارة لا يمكن قهرها بسهولة. كامل القيم، حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والارهاب، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، العدد 2، العراق، ص 271. كذلك: مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (5).

¹ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (6). كذلك: قاسم حسين حسن، الدعاية والحرب النفسية، مصدر سابق، ص 6.

² Manuel Adolphsen, Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? MSc Dissertation , (LSE), London School of Economics and Political Science, 2009,p.30.

³ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (7).

⁴ ياسر طالب الخزاولة، ادارة الاعلام الامني بين النظرية والتطبيق، دار الخليج للنشر ، الاردن ، 2018 ، ص 70.

⁵ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (8).

⁶ حسين جاسم الخزاوعي، داعش وأثره على الامن القومي العراقي، دار الحكمة ، لندن ، 2015 ، ص 88.

وعلى صعيد الحرب النفسية الخشنة، وظف التنظيم نظرية الرعب عبر بثه لتسجيلات مصورة ذات محتوى عنيف وصادم، تظهر فيها قطع الرؤوس والأيادي سواء للعناصر الامنية الذين سقطوا أسري بعد احتلال الموصل او لمواطنين (بخالفون) تعليمات وفتاوي التنظيم، فقد ظهر فيديو لشاب قاموا بجلده امام الناس لأنه كان مفطر في شهر رمضان او رمي شاب من بناية عالية جدا لان التنظيم اتهمه بالشذوذ الجنسي وهذا يأتي في اطار كسب الانصار¹.

إن عرض مثل هكذا محتوى صادم يدخل ضمن استراتيجية داعش في شن حرب نفسية للتأثير في آراء ومشاعر وسلوكيات العدو بطريقة تسهل الوصول الى تحقيق اهدافه، وخير مثال على ذلك هو قيام التنظيم بإعدام 1500 جندي عراقي في قاعدة سبايكر، وعرض هذا المشهد المرعب الوحشي على مواقع التواصل يصور كيف يتم إطلاق الرصاص على رؤوس الجنود مباشرةً ورميهم في نهر دجلة الذي تحول الى بركة حمراء، لبث الرعب والهلع في قلب كل من شاهده خاصة اعداء التنظيم او من يخالفهم الراي والتوجه.²

وإذا ما نظرنا بالتحليل إلى نظرية الرعب التي يسوقها تنظيم داعش عبر مواقعه الالكترونية الخاصة لتصبح هذه المشاهد المرعبة الاكثر تداولاً بين اوساط الرأي العام الالكتروني، نراها هي الانسب للتنظيم الذي اصبح الرعب هو هويته التي ينطلق بها ويتمدد من خلالها على اساس المقومات الآتية³:

أ- نفسياً، إذا كان الآخر عدو ميداني أو مدني معارض فهو يمتلك قدر من الشجاعة والخوف ، وعمليات التماثل بين تلك الخاصيتين الانسانيين متزاوجة بين الارتفاع والهبوط تبعاً للصورة الذهنية التي يحملها تجاه الطرف الآخر سواء كان صغيراً حاوياً أم ضعيفاً ، فإن طرف الشجاعة والمعنويات ستفرض نفسها في الدماغ ، وان كان العكس فان الخوف والرغبة والخواء ستأتي لامحالة ، فتعمل التسويق الالكتروني للفيديوهات والصور والتصريحات على خلق انطباعات بالتركرر عما يمتلكه التنظيم من قدرة أو استخفاف وسرعة انهاء الآخر ،على وفق الهوة أو الخطأ اللفظي أو المنطقة أو الطائفة ، فكيف إذا كان عدواً ميدانياً على أرض المعركة!

ب - الناحية الثانية مرتبطة بالاتباع والانصار، من الناحية النفسية هناك بعض الافراد لديهم استعداد للجريمة عند التلوّث العقلي والاعتداد العقيدي المتطرف ، وهم بذلك مرضى نفسياً وعقلياً يميلون الى مبدأ التوافق بحسب تطلعاتهم وافكارهم وسلوكياتهم العقائدية والفكرية ، فليهم الشذوذ الفكري الذي يجعل من القتل والقسوة والدمار ولون الدم والحرب والاستباحة والسبي والوعيد والفوضى ، ميادين وحواضن بغاية الانتاج والتوافق والتنفيس ، لذلك فإن اسلوب الصدمة أو الخروج عن المألوف أو تحطيم القيم والرحمة ، ما هي إلا عوامل اتصالية ونفسية لكسب النصر ومن ثم التجنيد ، مع وجود فكر لبعض المجاميع المسلحة ان لغة الدم والرعب جزء من الحياة الاعتيادية المرتكزة على التفوق لنصرة الدين وتمدده.

¹ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (9).

² مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (10).

³ كامل القيم، استحضارات ادارة الاعلام والدعاية ضد داعش، ورقة عمل، ندوة حوارية، مركز حمورابي للابحاث والدراسات الاستراتيجية، العراق، 2014 ، ص 15.

4-تكتيكات الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش

لتحقيق أهداف الحرب النفسية الالكترونية سعى التنظيم الى استعمال العديد من الاساليب التكتيكية في حربه ضد العراق، نوجز اهمها بالآتي:

- التوريط: من منافذ سياسة تنظيم داعش في استراتيجيته لكسب الانصار خاصة في المناطق التي استباحها هو اتباع اسلوب التوريط، وهو ما فعله مع المدنيين في الموصل من خلال تقديم المساعدات المالية الشهرية لهم وتوفير بعض المستلزمات من اغذية وادوية ووقود أو ممارسة بعض الضغوط الجسدية والاجتماعية ، وهذا يأتي في اطار تجنيد هؤلاء المدنيين ، أي العمل على استخدامهم من غير أن يعملوا ليكتشفوا فجأة إنهم وسط التنظيم وهم جزءاً لا يتجزأ منه¹.

- توظيف لغة الجسد: وهي اللغة الغير كلامية أو اتصال غير لفظي ، فالمختصون يرون أن نسبة استعمالنا لهذه اللغة يصل إلى 70% من حجم المعلومات التي نستقبلها في عملية الاتصال لتحقيق هدفين : الاول هو الاقناع والتأثير والثاني لنقل المشاعر والمعلومات مما يجعل تأثير هذه اللغة أقوى بخمس مرات من التأثير الذي تتركه الكلمات.²

ولغة الجسد هي لغة التخاطب غير اللفظي اللاشعوري تمثل ردة فعل الجسد عند التواصل مع الغير سواء كان عدواً ام صديقاً أم محايداً عن طريق الحركات الصغيرة والبسيطة للوجه أو اليدين، وبالتالي فهم الانسان عن طريق مصطلحات الجسد المنتظمة في لغته، إذ يعد أسلوب ناجح ومؤثر للتواصل الفعال المناسب بحسب الشخص أو الظروف.³

فمن خلال تحليل الصور في الفيديو الذي نشره تنظيم داعش الارهابي يظهر فيه اعدام المئات من الجنود العراقيين الذين تم أسرهم من قاعدة سبايكر في محافظة صلاح الدين رصدنا بعض الحركات والايماء التي تعكس ميول قادة التنظيم وعناصره نحو الكذب والخداع والقتل والولاء ومحاولة الظهور بمظهر المسيطر والمتفوق الذي لا يقهر، فمثلاً احد المثلثين نجده يضع اطراف اصابع كلتا يديه مع بعض لإثبات السيطرة أو السلطة والايحاء ان الامور تحت السيطرة ، ثم يضع يديه على شكل برج للإشارة الى التفوق والتعالي ثم يؤشر بيده نحو عناصر أخرى مما يعني بأشروا بالتنفيذ ليبدلوه بإيحاءات كعلامة على الانقياد والطاعة وتطابق الآراء ليتم بعدها اطلاق الرصاص بشكل على الجنود وقتلهم⁴.

وفي نفس الفيديو يُظهر أحد الجنود العراقيين في محاولة تخليص نفسه يدعي انه من المذهب السني ويتوسل لكي يطلقوا سراحه وهو يكلم أحد عناصر داعش ليرد عليه بإغلاق العينين بشكل متكرر يعكس نوع من اللامبالاة أو ضعف الاهتمام وهي ردة فعل للهروب من طلب هذا الجندي ثم يقوم لمس انفه كنوع من الشك

¹ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (11).

² تونيا ريمان، قوة لغة الجسد، ترجمة: رفيف غدار، مؤسسة راشد آل مكتوم، الامارات، 2009، ص 23.

³ ياسر حماية، فن لغة الجسد، دار كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص 5.

⁴ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (12).

في كلام هذا الجندي ويقدم على حك ذقنه ليعكس عدم الموافقة لإخلاء سبيله لينتهي المشهد برمي الرصاص عليه، وكذلك يظهر المقطع أحد قادة المجموعة وهو جالس يضع اليدين والمرفقين وراء الرأس، إذ يُستخدم هذا الوضع للتخويف والتهديد أو اظهار انهم في حالة استرخاء لإعاطائهم شعور بالأمن وان كان هذا الامن زائف¹.

- الاعتماد على الارقام والاحصائيات: وهذا الاسلوب يضيف نوع من المصدقية للتنظيم في أثناء تسويقه الافكار والاحداث ودعمها خاصةً إذا تم تداولها في وسائل الاعلام وذاع صيتها وصارت محط اهتمام وثقة الرأي العام².

ففي صدد ذلك بث التنظيم تقرير الكتروني وتناولته صحيفة الواشنطن تايمز يقول فيه " أن هناك 3 أرتال عسكرية وكل رتل يتألف من 1000 مقاتل يتحركون بسيارات جيب مصفحة وناقلات اشخاص مدرعة، امريكية الصنع تم الاستيلاء عليها وهي تقترب من الشمال والغرب باتجاه القاعدة الجوية الكبرى التي تعتبر القسم العسكري لمطار بغداد الدولي"³.

وقد نشر التنظيم على احد مواقعه احصائيات عن عدد المقاتلين العرب الذي سافروا الى العراق وسوريا للإلتحاق بصفوفه منها: "3000" مقاتل تونسي، "2500" مقاتل سعودي ، "1500" مقاتل اردني ، "1500" مقاتل تونسي ، "900" مقاتل لبناني ، "600" مقاتل ليبي ، "360" مقاتل مصري ، "250" مقاتلي جزائري ، علماً ان الدول العربية المعنية لم تنف صحة ما نشره تنظيم داعش بل على العكس البعض منها أكد على صحة هذه الارقام وقامت قناة العربية بنشر هذه الارقام في تقريرها الصادر بتاريخ 2015/8/21⁴.

- اسلوب التكرار: من السياسات المؤثرة في الرأي العام فهو يتضمن تكرار كلمات، فقرات، جمل معينة يؤدي إلى تصديقها من قبل الجمهور، فالتكرار يُعد المفتاح السحري لزرع فكرة داخل عقل الجمهور لتتحول الى جزء من حياته وأحد المكونات الاساسية لوعيه ، فالحرب النفسية لا غنى عنها مطلقاً عن التكرار الذي يُعد وسيلة لتثبيت المعلومات المراد ترسيخها في عقلية ووجدان الجمهور⁵ ، فالتكرار من أكثر الاساليب استعمالاً في الحرب النفسية لما يمتلكه من وظائف مهمة ، يمكن ايجازها بالآتي:⁶

أ-دفع الجمهور الى ادراك موضوع الحرب النفسية .

ب-وصول الإشارة الى مختلف شرائح الجمهور وبالتتابع حتى الوصول الى تقبل الفكرة.

ت-يعمل على حفظ الجمهور للفكرة والتذكير بها.

¹ المصدر نفسه.

² عبد الكريم الساري، سوّد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر ، الاردن ، 2013 ، ص 20.

³ صحيفة الواشنطن تايمز، داعش تهدف الاستيلاء على مطار بغداد ، 2014/7/10.

⁴ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (12).كذلك: قناة العربية ، آخر الأرقام.. من أين يأتي مقاتلو تنظيم داعش؟ ، الموقع: <https://arabic.cnn.com/world/2015/08/21> ، تاريخ الزيارة: 2021/7/9.

⁵ ياسر حمادة، فن لغة الجسد ، مصدر سابق ، ص 70.

⁶ هالة محمود، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية لعام 2017 ، الدار العربي للنشر ، القاهرة ، 2018 ، ص 96.

ج-توليد الاحساس لدى الجمهور بقوة القائم بالحرب النفسية والثقة به .

وبعد تحليل المضمون الكمي للفيديوهات والابحار والمنشورات التي تم بثها عبر الانترنت¹، تم حصر أهم الكلمات أو الفقرات أو الافكار التي ركز عليها التنظيم لتوجيه الرأي العام إليها مراراً وتكراراً لتأكيداها في ذهنية المتلقي ، والجدول ادناه يبين عدد التكرارات مرتبة تنازلياً ، ووزنها المئوي " يساوي عدد التكرارات كل كلمة أو فقرة/ مجموع التكرارات * 100)²، الذي انطوت عليها الحرب النفسية في اسلوب التكرار الذي اتخذ العديد من الاتجاهات التكتيكية لتحقيق استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية للتنظيم .

ت	الكلمات أو الفقرات أو الافكار	الاتجاه	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	اظهار شجاعة مقاتلي تنظيم داعش وانهم لا يقهرون وصعوبة اختراقهم.	تضخيم مبالغة	20	24.39	الاولى
2	اظهار صور ومقاطع اعدام الاسرى من الجنود العراقيين أو المدنيين المخالفين لهم، وصور الآليات العسكرية العراقية وهي مدمرة ومحتربة.	ترويع، تخويف	17	20.73	الثانية
3	التأكيد على قيام التنظيم بتطبيق مبادئ الشريعة الاسلامية، وان التنظيم يسعى الى تحرير العراق من الحكم الظالم الكافر .	كذب، تضليل	15	18.29	الثالثة
4	تكفير الديانات والمذاهب الاخرى، وطرح افكار التنظيم من وجهة نظر عقائدية دينية أو مذهبية.	دين	13	15.85	الرابعة
5	تصوير القوات العراقية انهم يقتلون الابرياء ويفجرون المساجد وينتهكون اعراض وممتلكات المناطق الغربية	تبرير، تحويل انتباه	10	12.19	الخامسة
6	حث المقاتلين على القتال والجهاد للظفر بالجنة، والتأكيد على اقامة الخلافة الاسلامية وفق منهج النبوة.	ترغيب، استمالة	7	8.53	السادسة
	المجموع		82	%100	

- اسلوب الأشخاص السعيدة: بعيداً عن الذبح والموت والاعدام ، لجأ تنظيم داعش إلى سياسة أخرى في حربه النفسية الناعمة تنصرف إلى التسويق عن طريق شخص سعيد إلى فكرة مفادها أنها ستجلب السعادة المماثلة وهنا تكون الحرب النفسية أقرب إلى الدعاية العاطفية (ترغيب)³.

فقد قام التنظيم ببث فيديو عال التقنية لمدة "15" دقيقة يُظهر فيه رجل في الستين من العمر فرنسي الاصل يدعى "أبو صهيب الفرنسي" وهو ينعم بحياة " هانئة وهادئة" التي يعيشها كل من يأتي إلى " جنة الدولة الاسلامية" ، بمشهدية ودراما ونشيد يتضمن أدبيات تنظيم الدولة، يبدأ الفيديو بأكثر من "كادر" لأبي صهيب يلخص الحياة في "الدولة الإسلامية"، فهو مقاتل ويعيش حياته بين الناس ويؤدي الصلاة في وقتها، لإرسال

¹ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم: (13) ، (14) ، (15) ، (16) ، (17) ، (18).

² أحمد مصطفى الأشقر، مقدمة في الاحصاء: مفاهيم وطرائق ، ط10 ، دار الثقافة ، عمان ، 2010 ، ص 52.

³ ويكيبيديا الموسوعة الحرة، أساليب الدعاية المعاصرة، الموقع: <https://ar.wikipedia.org> ، تاريخ الزيارة: 2021/7/9.

رسالة مفادها أنهم لا يقاتلون ولا يقتلون ولا يذبون طيلة الوقت بل إنهم أناس عاديون يعيشون في "مجتمع ودود ومحب"، بعد أن كان يعيش في مجتمعه حزينا كئيباً وهو ما يُظهره الفلم بتناول سيرته التي كانت كفيلة بشد إهتمام المُتلقي، إذ أنها تتحدث عن رجل كان المفروض ان يكون قسيساً في إحدى الكنائس الكاثوليكية بفرنسا لكنه لم يحصل على اجابته الكافية وبتأثير بالغ يختلط فيه الصوت مع لغة الجسد يتحدث "ابو صهييب الفرنسي" بانه ذات يوم رجع من العمل وفكر مع نفسه بصوت مسموع قائلاً: "الاسلام دين عظيم وسأصلي صلاة المسلمين"، ثم يبين الفلم وهو ساجد يصلي وعلامات الفرح شديدة عليه فيبتسم وتقاسيم وجه توحى للسكينة ثم يبدأ بالبكاء قائلاً: "احساس جميل لا يوصف"، ويصور الفلم انه في وضع مادي واجتماعي جيد من خلال بيته الجميل واثائه الجميلة، وهو يتلقى راتباً شهرياً، ثم يذكر انه قد ذهب للعمرة والتقى بشخص شجعه على الذهاب الى سوريا والعراق وانه امتثل لذلك وهو يعيش في حالة سعادة غامرة¹.

وفي الجزء الأخير من الفيديو بدأ التسويق "للدولة الإسلامية"، وقال إنه في البداية كان خائفاً ولديه "صورة مشوهة عن الدولة الإسلامية وأنهم غلاة ومتطرفون"، وبعد إعلان الخلافة -يضيف أبو صهييب- التحق بالخلافة التي يراها "واجبة وموافقة للكتاب والسنة"².

- بناء القابلية للتصديق³، تتخذ الحرب النفسية الالكترونية في سبيل البساطة صيغة البيان الصحفي ويقدم على شكل عبارات مختصرة تقدم معلومات محددة وموجزة عن حدث ما يسهل حفظها وترديدها وقد تعني هذه العبارات عن الدخول في مجادلات سياسية أو نفسية حول قضية أو فكرة معينة ويستدعي هذا الاسلوب التكنيكي الحصول على ثقة الجمهور وقابلية تصديق الرسالة⁴.

وهذا ما جسدهت البيانات الصحفية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي خاصةً بعد تفهقره وخسارته الكبيرة في معركة الموصل والانتصارات العسكرية للقوات العراقية مدعومة من التحالف الدولي التي ادت إلى خسارته للأرض التي تعد احدى اهم استراتيجياته "باقية وتتمدد" ومن ثم مقتل رأس الهرم "ابو بكر البغدادي"، الذي يُعد "أمير المؤمنين"، فبدأ من خلال خلاياه النائمة يمارس نوع من الانتقام الطائفي، تأليب الرأي العام ضد الحكومة، ويرسل اشارات بأنه لازال موجود ويقوم بعمليات نوعية، إذ أن الغرض من بيانه المذاعة الكترونياً ثلاث أغراض ترويجية⁵:

¹ إن الهدف من وراء نشر هذا النوع من الفيديوهات هو كسب أكبر عدد من المقاتلين الاجانب في صفوف التنظيم، وقد نجح التنظيم بفضل هذا الاسلوب التكنيكي عبر إبراز "الحياة الهانئة والهادئة" التي يعيشها القادم إلى "جنة الدولة الإسلامية"، فضلاً عن الاساليب الأخرى في جذب آلاف المقاتلين الاجانب، فمثلاً وصل عدد المقاتلين الاجانب الفرنسيين "1500" ومن روسيا "1500" ومن بريطانيا "700" ومن ألمانيا "680" ومن باكستان واوزبكستان "100" مقاتلاً، مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم(12). كذلك: مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (20).

² المصدر نفسه.

³ Ralph K. White, "Propaganda: morolly Questionable and morollyunquestionable techniques", Annals, Vol. 398, Nov. 1971,P29.

⁴ عماد الحداد، اساليب الدعاية التسويقية الناجحة، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2008، ص 35.

⁵ مجموعة مؤلفين، تنظيم الدولة المكنى "داعش"، التشكل والخطاب والممارسة، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، قطر، 2018، ص ص

أ- تنبيه وسائل الاعلام الرقمي بحدث معين ليتم نشره ومشاركته مع الجمهور الاوسع.
ب- رفع مستوى الوعي بالتنظيم، وجذب الانتباه والحصول على تغطية الرسالة واهدافها والانشطة والموقف الفكري والسياسي للتنظيم.

ت- الترويج للتنظيم من خلال الانترنت من أجل الوصول إلى الجمهور المستهدف .

ج- المناصرة، فهو اداة قوية واستعماله بشكل استراتيجي يشكل وسيلة ضغط.

وعليه تبنى التنظيم الانفجار الذي استهدف مدينة الكاظمية شمال بغداد في نيسان من العام 2021، مما أدى إلى وقوع العديد من الشهداء والجرحى، وقال التنظيم في بيان له: " أن مفردة من مقاتلي الدولة الاسلامية نجحت باختراق التحصينات الامنية للحكومة العراقية وقامت بتفجير عبوة ناسفة على تجمع للشيعا أمام ضريح لهم في منطقة الكاظمية ببغداد"¹.

وقد تبنى التنظيم بعد ايام من نفس الشهر في بيان له الهجوم على سوق شعبي في منطقة الحبيبية شرق بغداد وأعلن مسؤوليته بشكل رسمي في بيان له " الهجوم الذي وقع في معقل الشيعة ببغداد أسفر عن مقتل واصابة 20 شخصاً".

وبنفس الشهر وتحديدا يوم 2021/4/19، تبنى التنظيم عبر التلغرام مسؤوليته عن تفجير بئرين للنفط شمال العراق باستعمال عبوتين ناسقتين مما ادى إلى حدوث اضرار جسيمة بخوط نقل النفط²، وبعد شهرين وتحديداً يوم 2021/6/28، تبنى التنظيم هجوما صاروخياً استهدف محطة للكهرباء في محافظة صلاح الدين³ مما ادى إلى انقطاع التيار الكهربائي عن المحافظة في ظل موجات الحر التي يشهدها العراق في فصل الصيف.

الخاتمة:

استعرضنا في الصفحات السابقة موضوع البحث وتمت الإجابة عن اسئلته التي توزعت على مواضيع عدة، ولكننا بحاجة إلى إجمال ما تم تفصيله من أجل رسم صورة متكاملة لموضوع البحث في الاستنتاجات بشقها التحليلي ثم وضع التوصيات والمقترحات، التي نوجز أهمها بالآتي:

أولاً: الاستنتاجات

- أوضحت النتائج أن استراتيجية تنظيم داعش في حربه النفسية الالكترونية الموجهة إلى المجتمع العراقي قد وظفت العديد من الأساليب منها (الدعاية، الشائعات، غسيل المخ).

- تبين أن التنظيم إعتد بشكل كبير على بث الرعب والخوف في إطار نظرية الرعب لتحطيم معنويات العسكريين والمدنيين العراقيين.

¹ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (20).

² المصدر نفسه.

³ مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (19).

- تبنى التنظيم لتحقيق استراتيجيته العديد من التكتيكات (التوريط، توظيف لغة الجسد، الاعتماد على الارقام والاحصائيات، بناء القابلية على التصديق عبر بياناته الالكترونية، فضلاً عن اسلوب التكرار).
- بالنسبة لأسلوب التكرار فقد تبين انه اتجه بشكل كبير إلى التضخيم والمبالغة فجاء بالمرتبة الأولى بواقع "20" تكراراً، يليه الترويع والتخويف بواقع "17" تكراراً ، الكذب والتضليل بواقع "15" تكراراً ، الاتجاه الديني بواقع "13" تكراراً ، التبرير وتحويل الانتباه بواقع "10" تكراراً، واخيراً "7" تكرارات من حصة الترغيب والاستمالة.
- فقد تبين أن الاستمالات التي انطوت عليها الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي كانت استمالات عاطفية ودينية تركز على خطاب سياسي طائفي يهدد واقع ومستقبل جميع مكونات الشعب العراقي.
- تبين أن التنظيم عمد إلى استعمال الرموز الالكترونية (أرتداء الزي الخاص والرايات السود، الاستعراضات العسكرية، محاولة الظهور بالمظهر الانساني، إطلاق الشعارات والاصاف).
- برع التنظيم في تسليح الانترنت باغلب وسائله وخلق مساحات معارك رقمية شاسعة لتحويل رواية النصر عبر الانترنت الى نجاح على ارض الواقع.
- محاولة التنظيم _ بعد خسارته في معركة الموصل-العودة الى وسائل الاعلام الرقمي مستغلاً التكنولوجيا الرقمية للسماح له بالتحكم الجزئي في البيئة الافتراضية بهدف اعادة صفوفه ويجاد طرق جديدة لشن هجمات توعية بقضيته وجذب الدعم إليه وهذا واضح من بياناته الصحفية الالكترونية التي تبنى فيه العديد من الهجمات الاخيرة التي حدثت بالعراق.
- أن الاهداف الاستراتيجية التي سعى إليها التنظيم عن طريق حربه النفسية الموجهة إلى العراق عبر شبكة الانترنت هي:
- تحطيم معنويات العراقيين العسكريين منهم والمدنيين.
- تجنيد العديد من العناصر سواء من داخل العراق أم من خارجه " مقاتلين أجنب".
- زرع بذور الفتنة الطائفية بين اوساط الشعب العراقي.
- تأليب الرأي العام العراقي ضد الحكومة.
- التركيز على "حتمية الصراع" عبر تكثيف عملياته الارهابية والترويج لها عبر وسائل الاعلام الرقمي كنوع من الظهور المتكرر لإقناع الرأي العام العراقي بتماسك التنظيم خاصةً بعد انهيار استراتيجية التمكين في اعقاب سقوط " خلافته الداعشية" إثر هزيمته العسكرية الكبرى في معركة الموصل.
- التوجه نحو " ادارة التوحش والتمكين" من خلال خلاياه النائمة وابقاؤها للقيام بعمليات نوعية مفاجئة تحت مسمى " استراتيجية الظهور والتلاشي".
- التسويق الالكتروني لمحتوى داعش، إذ يتجه نحو الاتباع الجهاديين لإثارة مشاعر الغضب لديهم وتنمية الشعور عندهم بالانتماء " للامة الداعشية".

- أما التسويق نحو الآخر خاصةً المسلمين لإثارة مشاعر الارهاب والخوف، على المستوى المحلي، فحرب المحتوى تؤدي إلى ترويع الناس وحملهم على الفرار من بيوتهم " المدنيين " أوترك أماكنهم والانسحاب من الميدان " العسكريين ".

- تطبيق الاستراتيجية الغير مباشرة التي يعمل عليها منذ انهياره عام 2017 لتجنب الخسائر البشرية في صفوفه، وتتركه يتحين فرصة مواتية تعيده لمواجهة الاحداث.

- إن استراتيجية تنظيم داعش الارهابي حالياً وفي المستقبل القريب سوف يكون اخلال توازن وزعزعة وازعاج خصومه وتفتيتهم مادياً ومعنوياً والاقتراب من اماكن تواجدهم في اتجاهات لا يتوقعونها.

ثانياً: التوصيات

في ضوء الاستنتاجات السابقة يمكن وضع العديد من التوصيات، نوجزها بالآتي:

- إنشاء مراكز بحوث متخصصة في مجال الحرب النفسية الالكترونية والاعلام الرقمي يستفيد منها الباحثون والمعنيون كقاعدة معلومات في هذا المجال بهدف الارتقاء به.

- تفعيل المواجهة الحكومية كونها تملك الامكانيات للتخطيط لشن حرية نفسية الكترونية مضادة باتجاه التنظيم وبتجاه المجتمع.

- لابد من الاعتماد على المتخصصين في مجال الاتصال الرقمي والعلوم السياسية والنفسية في التخطيط الاستراتيجي لإدارة الصراع الافتراضي بكل وسائله واساليبه.

- أن تقوم الجهات المعنية سواء كانت حكومية أم مجتمع مدني بإقامة ورش عمل ودورات وندوات لتعزيز الوحدة الوطنية بين مكونات الشعب العراقي وخلق الثقة بينهم من جانب ومع الحكومة من جانب آخر فضلاً عن توعيتهم بالأهداف الاستراتيجية لتنظيم داعش الارهابي.

- أن تضطلع المؤسسات التربوية " الاسرة، المدرسة، الجامعات " بدورها الحقيقي في التحصين الفكري للأطفال والشباب لحمايتهم مستقبلاً من الافكار والسلوكيات المنحرفة والاجرامية.

- ان تعمل الحكومة والقطاع الخاص على بذل الجهود كافة للقضاء على البطالة خاصة بين فئة الشباب لتجنب اغراؤهم من قبل التنظيم بالوسائل المادية وتجنيدهم في صفوفه.

- إنشاء غرفة عمليات الكترونية خاصة لمراقبة المنشورات الداعشية بهدف شن حرب نفسية الكترونية مضادة وفق خطط مدروسة.

- اعتماد منظومة الكترونية متطورة من قبل جهاز مكافحة الارهاب لتسهيل عملية متابعة العناصر المنتمية للتنظيم والكشف عن خططهم لإفشالها قبل التنفيذ.

- ايجاد خطاب ديني وسياسي واعلامي موحد عبر اعطاء دور أكبر لرجال الدين المعتدلين والسياسيين الوطنيين ووسائل الاعلام يدعو للتصدي للأفكار الهدامة والمنحرفة ودعمهم مادياً ومعنوياً.

- تفعيل القوانين وتطبيقها بقوة بحق كل من يروج للطائفية والعنف والافكار المنحرفة ويهدد السلم الاهلي والمجتمعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإنزال اقصى العقوبات ضده.

ثالثاً: المقترحات، يقترح الباحث الآتي:

- دراسة الحرب النفسية لتنظيم داعش الموجهة إلى دول عربية أخرى ينشط فيها مثل سوريا، مصر ومقارنتها مع حالة العراق.
- دراسة توجهات عناصر التنظيم الواقعيين في قبضة القوات العراقية لمعرفة بناءهم السايكولوجي والاتصالي والسياسي للإفادة منها مستقبلاً في رسم استراتيجيات المواجهة أو محاولة إعادة تأهيلهم خاصة الذين لم يمارسوا القتل بحق العراقيين.

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المصادر باللغة العربية

- أحمد مصطفى الأشقر، مقدمة في الاحصاء : مفاهيم وطرائق، ط10، دار الثقافة، عمان، 2010.
- اسماعيل محمود عبد الرحمن، الارهاب والثقافة البديلة، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2014 .
- ايهاب خليفة ، القوة الذكية، كيف يمكن ان تدير الدول شؤونها في عصر الانترنت، دار المنهل، عمان ، 2017.
- بطرس الحلاق، الاعلام والحرب النفسية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020 .
- تونيا ريمان، قوة لغة الجسد، ترجمة: رفيف غدار، مؤسسة راشد آل مكتوم، الامارات، 2009.
- حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش الارهابي في مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد 27 ، 2017.
- حسين جاسم الخزاعي، داعش وأثره على الامن القومي العراقي، دار الحكمة، لندن، 2015.
- ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الاردن، 2016.
- رشيد احمد طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الانسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004
- ريتشارد كلارك، روبرت نيك، حرب الفضاء الالكتروني، ترجمة: مركز الامارات للبحوث الاستراتيجية، الامارات، 2014 .
- سعد معن الموسوي، ادوات القتال النفسي، مركز أضواء الاستشاري للدراسات والبحوث، 2014 .
- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة ، 1995.
- الصادق رابع ، الاعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2004.
- صحيفة الواشنطن تايمز، داعش تهدف الاستيلاء على مطار بغداد، 2014/7/10 .
- عادل عبد الصادق ، الحملات الالكترونية: المفهوم وآليات التغيير، المركز العربي لأبحاث الفضاء، القاهرة، 2013.
- عبد الكريم الساري، سوّد الألوّسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر، الاردن، 2013.
- عماد الحداد ، اساليب الدعاية التسويقية الناجحة ، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2008.
- فايز عبد الله الشهري ، الخطاب الفكري على شبكة الانترنت ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، 2008.
- فرج الكامل ، بحوث الاعلام والرأي العام: تصميمها واجراؤها وتحليلها ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 2001.
- قاسم حسين حسن ، اساليب ووسائل الحرب النفسية ، محاضرات القيت على طلبة قسم الاعلام ، كلية الاداب ، جامعة بابل، 2021 .

- كامل القيم ، استحضارات ادارة الاعلام والدعاية ضد داعش ، ورقة عمل ، ندوة حوارية ، مركز حمورابي للابحاث والدراسات الاستراتيجية ، العراق ، 2014.
- كامل القيم ، حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والارهاب ، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية ، العدد 2 العراق .
- لوريتا نابوليوني ، الدولة الاسلامية " داعش" واعادة ترسيم حدود الشرق الاوسط ، شركة بيت للورق للنشر والتوزيع، بغداد، 2015 .
- لؤي مجيد حسن ، الشائعات وسقوط مدينة الموصل ، مجلة آداب المستنصرية ، العدد 73 ، الجامعة المستنصرية ، العراق، 2016 .
- مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملفات من رقم (1) إلى رقم (20).
- مجموعة مؤلفين ، تنظيم الدولة المكنى "داعش" ، التشكل والخطاب والممارسة ، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات ، قطر، 2018 .
- نهى السيد عبد المعطي ، صحافة المواطن نمط اتصالي جديد ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2015.
- هالة محمود ، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية لعام 2017 ، الدار العربي للنشر ، القاهرة ، 2018.
- هشام الهاشمي، عالم داعش من النشأة إلى اعلان الخلافة، دار الحكمة، لندن ، 2015..
- ياسر حماية، فن لغة الجسد، دار كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
- ياسر طالب الخزاعلة ، ادارة الاعلام الامني بين النظرية والتطبيق ، دار الخليج للنشر ، الاردن ، 2018.
- يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، بحث منشور، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011.

ثالثاً : المصادر باللغة الاجنبية

- Lawrence J.Lau,The China-US Trade war& future Economic Relations,Hong Kong, The Chinese University Press,2018.
- Lee W.Eysturlid,DanielCoetzee,Philosophers of War, The Evolution of Historys Greatest Military Thinkers,California:ABC ClIO,2013.
- Manuel Adolphsen , Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? MSc Dissertation , (LSE), London School of Economics and Political Science, 2009.
- Ralph K. White , "Propaganda: morolly Questionable and morollyunqeuestionable techniques", Annals, Vol. 398, Nov. 1971.
- stole& mare hooghe, Dietlind, "chronicle of a war foretold: acomparative study of media framing in television news broadcasts in preparation to the war in Iraq, March 2003", (paper presented at the APSA political communication conference on international communication and conflict, august 31, 2003.