

هداية  
مكافحة التطرف العنيف



# تفكيك بنيان خطاب العنف والتطرف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

الدليل الإرشادي

ليلى السيد  
طلال فارس  
سارة زيجر

ديسمبر ٢٠١٧



تفكيك بنيان خطاب العنف والتطرف  
في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا  
الدليل الإرشادي

ليلى السيد، طلال فارس، سارة زيجر

الآراء الواردة في هذا الدليل العملي تعبر عن أصحابها ولا تعكس بالضرورة آراء مركز هداية أو وزارة الخارجية الأمريكية.

حقوق الطبع والنشر والتأليف محفوظة لمركز هداية ٢٠١٧

جميع الحقوق محفوظة.

تصميم الغلاف ومخطط النشر: إيمان بدوان.

## نبذة عن هذا الدليل:

يأتي هذا الدليل ضمن سلسلة المتابعة الناشئة عن ورشة الخبراء حول "مجموعة الخطاب المضاد للعنف والتطرف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA) من أجل مكافحة التطرف العنيف (CVE)"، المنعقدة في ٣١ يوليو - ٢ أغسطس ٢٠١٧ بمدينة مراكش في المغرب.

هذا الدليل وملحق مصادر الخطاب المضاد متاحان من خلال مكتبة مركز هداية الإلكترونية للخطاب المضاد (www.cn-library.com). ولمزيد من المعلومات عن المشروع يرجى مطالعة الملحق أ، ولمطالعة ما في مكتبة مركز هداية الإلكترونية للخطاب المضاد يمكنكم التواصل عبر البريد الإلكتروني التالي: cnlibrary.admin@hedayah.ae

## نبذة عن المؤلفين:

**ليلي السيد** باحثة مشاركة في قسم البحوث والتحليل في مركز هداية، وقد انضمت إلى القسم بوصفها باحثة مشاركة في نوفمبر ٢٠١٥ حيث تدعم القسم من خلال المشاركة في إدارة مكتبة مركز هداية الإلكترونية للخطاب المضاد ومؤتمر مركز هداية السنوي لبحث مكافحة التطرف العنيف هذا بالإضافة إلى قيامها بتسويق وإدارة الكتالوج المعني ببرامج المقاتلين الإرهابيين الأجانب (FTF). وقبل ذلك كانت ليلي تدعم مكتب المدير التنفيذي وتتولى عمل الترجمة من العربية إلى الانجليزية للمركز بصفتها مترجمة قانونية معتمدة من وزارة العدل الإماراتية وقد تخرجت بدرجة الماجستير في القانون الدولي والدبلوماسية والعلاقات الدولية من جامعة السوربون في أبوظبي في ٢٠١٦.

**طلال فارس** مسؤول أول برامج في قسم الحوار والاتصالات في مركز هداية وكان قد شغل في السابق عدة مناصب في مؤسسة الإمارات للطاقة النووية ومجلس أبوظبي للتخطيط العمراني حيث كان يركز على تنفيذ ما ورد بدليل تخطيط الأمن والسلامة. تنصب المهمة الرئيسية لطلال داخل المركز على تحقيق فهم أفضل للكيفية المثلى التي تستغل بها الوكالات الحكومية وغير الحكومية خبرات المتطرفين العنيفين السابقين ضمن الجهود الحالية والجديدة للتصدي للتطرف العنيف، وفيما يتعلق بالخلفية التعليمية، يحمل طلال درجة البكالوريوس في علم الجريمة من جامعة نورثمبريا، وعلاوة على ذلك فإن معه درجة الماجستير في الأمن الدولي والمدني حيث كان بحثه عن استراتيجيات مكافحة الإرهاب الوطنية وهو حاصل على ماجستير الفلسفة في علم الجريمة من جامعة كمبردج حيث تركّز بحثه في هذه الجامعة على المكونات الرئيسية المطلوبة لتطوير ناجح لبرنامج معني بمكافحة الراديكالية وودرتها.

**سارة زيجر** مديرة برامج بقسم الأبحاث والتحليل في مركز هداية، انضمت سارة في البداية إلى الفريق في أغسطس ٢٠١٢ بصفتها مستشارة لدى وحدة الاستراتيجية والإنجاز التي كلفتها وزارة الشؤون الخارجية الإماراتية لتدشين مركز هداية، وتعمل سارة حالياً في مشروع بحثي معني براديكالية اليمن المتطرف في أوروبا إضافة إلى مشروع بحثي آخر معني بدور القطاع الخاص في منع ومكافحة التطرف العنيف P/CVE في إفريقيا. لقد كانت هي أيضاً حلقة الوصل بين مركز هداية والمتمتدي العالمي لمكافحة الإرهاب (GCTF) لدعم تطوير وصياغة وثيقة الإطار لدى المركز المسماة مذكرة أبوظبي حول الممارسات الجيدة في التعليم ومكافحة التطرف العنيف وخطة عمل المتابعة، ومن بين منشوراتها الأخيرة عالم الرجل، استكشاف دور المرأة في مكافحة الإرهاب والتطرف العنيف وتفكيك بنيان خطاب العنف والتطرف في منطقة جنوب شرق آسيا: الدليل الإرشادي. سارة أيضاً زميلة غير مقيمة في العلاقات الدولية ومكافحة الإرهاب لدى مركز تريندس للبحوث والاستشارات (TRENDS Research & Advisory). وقبل الانضمام على مركز هداية عملت سارة باحثة مساعدة في مركز دراسات الشرق الأوسط في جامعة هارفارد وزميلة تدريسي أولى بإحدى كليات التعليم المستمر في هارفارد. وقد حصلت سارة على درجة الماجستير في العلاقات الدولية والأديان من جامعة بوسطن وتخرجت الأولى على دفعتها بكالوريوس في علم النفس والأديان من جامعة أوهايو نوردرن.

## الخبراء

كجزء من هذا المشروع، دعا مركز هداية إلى عقد ورشة عمل لخبراء يجتمع فيها خبراء بارزون من المنطقة بمن فيهم أكاديميون وممارسون ومسؤولون حكوميون لتطوير تشكيلة متنوعة من الخطابات المضادة ودراسات الحالة، وقد حضر الخبراء التالية أسماؤهم وساهموا في مراجعة هذا التقرير:

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>نوفل عيود</b><br>المدير الإقليمي لمنظمة البحث عن أرضية مشتركة.<br>المغرب                                  | <b>بشير الأنصاري</b><br>مدير الحوار والتواصل ومدير مركز صوت الحكمة للحوار والسلام والتفاهم، منظمة التعاون الإسلامي | <b>د. صافي قصقص</b><br>مدير في مؤسسة "جسور نحو أرضية مشتركة"، الولايات المتحدة الأمريكية   |
| <b>فُرقان علي</b><br>منسق المشروع لباحثي العقيدة المشاركين (فيث أسوسيتيس Faith Associates)، المملكة المتحدة. | <b>شوقي بوسعدة</b><br>واعظ ورئيس الإدارة العامة للتفتيش على الشؤون الدينية، تونس                                   | <b>د. دنيا مهلولي</b><br>باحثة مشاركة في شبكة التميز " فوكس بول VOX-Pol Network" في مركز دراسات الراديكالية والتطرف، المملكة المتحدة |
| <b>د. عبد الرزاق المرجان</b><br>مستشار حملة الشكينة وعضو أكاديمية الطب الشرعي، المملكة العربية السعودية.     | <b>كامل شكاط</b><br>عضو اتحاد العلماء المسلمين الجزائريين وعضو اتحاد علماء دول الساحل، الجزائر                     | <b>محمد عبد الوهاب رفيقي</b><br>رئيس مركز الميزان، المغرب  |
| <b>داليا المققاد</b><br>مديرة الإعلام بمؤسسة أديان، لبنان  | <b>ساشا جوردون</b><br>محللة أولى بشبكة الاستقرار، المملكة الأردنية الهاشمية  | <b>أبرار الحسن</b><br>رائد اجتماعي أسس وأدار مهرجان أفلام مؤسسة مورانجو ومهرجان أفلام الستين ثانياً في باكستان.                      |
| <b>د. فاطمة السالم</b><br>أستاذ مساعد الصحافة والإعلام الجديد بجامعة الكويت                                  | <b>إيمان قصقص</b><br>سفير لدى اتحاد الولايات المتحدة للسلام في الشرق الأوسط  | <b>نجيب زبيدي</b><br>رئيس قسم البرامج التعليمية بوزارة التربية والتعليم، تونس  |

## شكر وعرفان

بالإضافة إلى الاستشارات المذكورة أعلاه، يتقدم المؤلفون بالشكر لزملائهم التالية أسماؤهم في مركز هداية وفي ألباني أسوسيتيس (Albany Associates)، وإلى الأنسة موزة الزعابي لدعمه وتيسير ورشة عمل الخبراء ومراجعة هذا التقرير:

|  |   |
|--|---|
| <b>إيفو فينكامب</b><br>نائب المدير التنفيذي بمركز هداية            | <b>جيسي فرانسيسكون</b><br>مدير الحوار والاتصالات بمركز هداية                              |
| <b>وداد الحسن</b><br>مدير الشؤون التنفيذية<br>مكتب المدير التنفيذي | <b>جيم توماس</b><br>مدير التدريب والإيداع، مؤسسة ألباني<br>أسوسيتيس " Albany Associates " |

لطالما عانت منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA) من أشكال متباينة من التطرف العنيف والإرهاب. وثمة بالفعل العديد من الجماعات الإرهابية المختلفة التي تنشط في هذه المنطقة. وفي السياق الحالي كان ظهور تنظيم داعش<sup>1</sup> واحداً من أهم الشواغل الأمنية التي أفضت مضجع حكومات ومجتمعات وشعوب منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، فقد ظلت قدرة تنظيم داعش على التجنيد من بين سكان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أحد الشواغل الأمنية الرئيسية؛ لا سيما أن عدداً كبيراً من المقاتلين الأجانب الإرهابيين على سبيل المثال قد أتوا من دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (بينمبليش وكلور، ٢٠١٦؛ بريمر، ٢٠١٧).

وفي الوقت نفسه وفرت شبكة الإنترنت للإرهابيين والمتطرفين العنيفين العديد من المنصات المتنوعة لنشر ثقافة العنف والترويج لدعاياتهم واستقطاب أفراد يحاربون في سبيل قضيتهم. وقد وسعت شبكة التواصل الاجتماعي هذا النطاق وزادت وتيرة السرعة في نشر الراديكالية والتجنيد لا سيما أن تنظيم داعش ظلت مشهورة بسمعتها القوية في الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقعي فيسبوك وتويتير لنشر رسائلها. كما استخدمت تنظيم داعش أيضاً أشكالاً أخرى من قنوات الاتصال عبر شبكة الإنترنت لنشر دعايتها مثل مجلة "دابق" الصادرة باللغة الانجليزية ثم مجلة "رومية" التي حلت محلها منذ يوليو ٢٠١٦.

ومع هذا فثمة طرق للاتصالات خارج نطاق شبكة الإنترنت أيضاً تلعب دوراً مهماً في كيفية نشر الرسائل بواسطة جماعات مثل تنظيم داعش. ورغم إلقاء اهتمام كبير لاستراتيجية تنظيم داعش الإعلامية على الإنترنت إلا أنه في ذروة السيطرة الإرهابية لتنظيم داعش في العراق وفي سوريا وصف تشارلي وينتر استراتيجيتها خارج شبكة الإنترنت بأنها "أكثر إقناعاً" منها على الإنترنت (وينتر، ٢٠١٦). فقد اشتملت دعاية تنظيم داعش الإرهابية خارج الإنترنت على بث إذاعي ونشرات إخبارية في عيادات طبية ودروس "التاريخ" في مدارسها البديلة ومنشأتها التعليمية (وينتر، ٢٠١٦؛ المؤسسة العراقية للتنمية، ٢٠١٥). ولذا، يصبح التحدي لمواجهة خطاب تنظيم داعش مضاعفاً: كيف يمكن تفويض بنیان الدعاية المتطرفة المتنامية في الفضاء الإلكتروني وكيف يمكن خفض جاذبيتها في الخطاب الذي يجري خارج نطاق الإنترنت.

في هذا الصدد يهدف هذا الدليل إلى توفير مساعدة للممارسين المختصين وصناع السياسات والحكومات والمجتمع المدني والمنظمات المجتمعية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لإنتاج خطاب مضاد وبديل وأكثر فعالية للتصدي لخطاب تنظيم داعش. كما يعرض الدليل كذلك مجموعة منتقاة من المصادر المفتوحة وأمثلة للخطاب المضاد القائمة والمتاحة باللغات الإنجليزية والعربية والفرنسية. ورغم تركيز هذا الدليل على خطاب تنظيم داعش باعتبارها حالة للدراسة إلا أن هناك تنظيمات إرهابية أخرى موجودة داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ذات استراتيجيات مماثلة وأيديولوجيات وخطاب مشابه لخطاب تنظيم داعش قد تَنَوَّلَت بالبحث أيضاً. ومع بعض الفروق الدقيقة يمكن تعديل التوجيهات في هذا الدليل ومن ثم استخدامها من أجل مكافحة رسائل وخطاب مختلف التنظيمات الإرهابية أيضاً.

لقد تم وضع هذا الدليل استناداً على مصادر وطرق مختلفة وذلك على النحو الآتي: (١) بحث على الإنترنت عن تهديدات التطرف العنيف وخطاب تنظيم داعش ومصادر الخطاب المضاد المتاحة من المنطقة؛ (٢) ورشة عمل خبراء حول "مجموعة الخطاب المضاد لخطاب العنف والتطرف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA) من أجل مكافحة التطرف العنيف" والتي استضافها مركز هداية ومنظمة البحث عن أرضية مشتركة في الفترة من ٣١ يوليو حتى ٢ أغسطس ٢٠١٧ في مراكش بالمغرب؛ و (٣) عملية تشاور مع خبراء وصناع السياسات الإقليميين. وجدير بالذكر أن الإطار التالي مرتكز على تقرير مركز هداية، تفكيك بنیان خطاب العنف والتطرف في منطقة جنوب شرق آسيا: دليل إرشادي، وهو الأول في سلسلة من الأدلة الإقليمية المتعددة حول الخطاب المضاد والبديل (زيجر، ٢٠١٦). وقد صيغ إطار العمل في الدليل الإرشادي الأصلي بالتشاور مع خبراء الخطاب المضاد وأكاديميين ومسؤولين حكوميين ومُرمِّين بعملية رصينة وقوية من آية استعراض الأقران. ومن ثم، فإن دليل جنوب شرق آسيا يوفر إطار عمل أساسياً وجيداً لهذا ولأي دليل إرشادي لاحق.

١ - سيشير هذا التقرير إلى هذه الجماعة باسم داعش وهو اختصار لاسمها بالعربية وهو الدولة الإسلامية في العراق والشام. واستخدام هذا المصطلح هو نوع من الخطاب المضاد لأن الجماعة تكره كلمة داعش لأنها قريبة الشبه من الكلمة العربية داعس "التي تدوس شيئاً بالقدم" أو "من يزع الغنّة" (أوكلاي وتشاكرابارتي، ٢٠١٧).

في البداية استحوذ تنظيم داعش على أراضٍ في العراق وفي سوريا بسرعة نسبية مما يعني تركيز استراتيجيات مكافحة الإرهاب (CT) والتصدي للتطرف العنيف (CVE) على منع تنظيم داعش من زيادة أعدادها في جيوشها وكسب أراضٍ مادية لها سموه "الخلافة". وأكثر من ذلك، فمع سقوط الحصون الأساسية في مدينتي الموصل العراقية والرقبة السورية في يوليو ٢٠١٧ ربما يتطلع تنظيم داعش إلى أراضٍ أخرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مثل سيناء في مصر ومثل ليبيا والسعودية واليمن وذلك لتأسيس قاعدة عمليات تالية. وفضلاً عن التواجد المستمر في العراق وسوريا؛ يظل تنظيم داعش أيضاً مصدر تهديد مباشر من ناحية تنفيذ عمليات في دول أخرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مثل الهجوم الذي شنّه تنظيم داعش على أهداف ناعمة في تونس في متحف بردو الوطني وفنادق منتجع سوسة في ٢٠١٥. وفي يونيو ٢٠١٧ كان هناك هجوم محبط خطط له ضد المسجد الحرام بمكة في السعودية ("هجوم انتحاري" على المسجد الحرام، ٢٠١٧).

هذه المستجدات اللافتة لها أيضاً دلالاتها فيما يخص صياغة الخطاب المضاد. أما الحال هكذا فإن حملات الخطاب المضاد في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ينبغي أن تضع قليلاً من التركيز على منع الأفراد المتطرفين من السفر إلى ما يسمى "دولة الخلافة" والتركيز على: (١) منع الأفراد والخلايا الصغيرة من تنفيذ هجمات في أوطانها؛ (٢) إعادة ادماج المقاتلين الإرهابيين الأجانب العائدين (FTFs) سواء من خائبي الأمل أو من يرغبون في تنفيذ هجمات في الداخل؛ و (٣) منع الهجرة إلى معاقل تنظيم داعش الأخرى سواء داخل المنطقة أو خارجها. ومع هذا، فإنه يجدر بنا أن نذكر أنه لأن هذا الدليل ومجموعة مصادر الخطاب المضاد الواردة فيه قد بدأت في يوليو ٢٠١٧ وما يزال التحول في تكتيكات الدعاية لدى تنظيم داعش وقتئذٍ جديداً نسبياً؛ فإن الأمثلة الحالية من الخطاب المضاد لا تعكس دائماً بالضرورة تلك المرحلة التالية من الخطاب المضاد المهمة لخطر تنظيم داعش. غير أن أمثلة الخطاب المضاد التي تعالج استراتيجيات الدعاية السابقة لتنظيم داعش بوسعها أيضاً أن تقدم إلهاماً وتبصرة للممارسين المتخصصين وصناع السياسات ومن ثم فقد ضُمّت في هذه المجموعة.



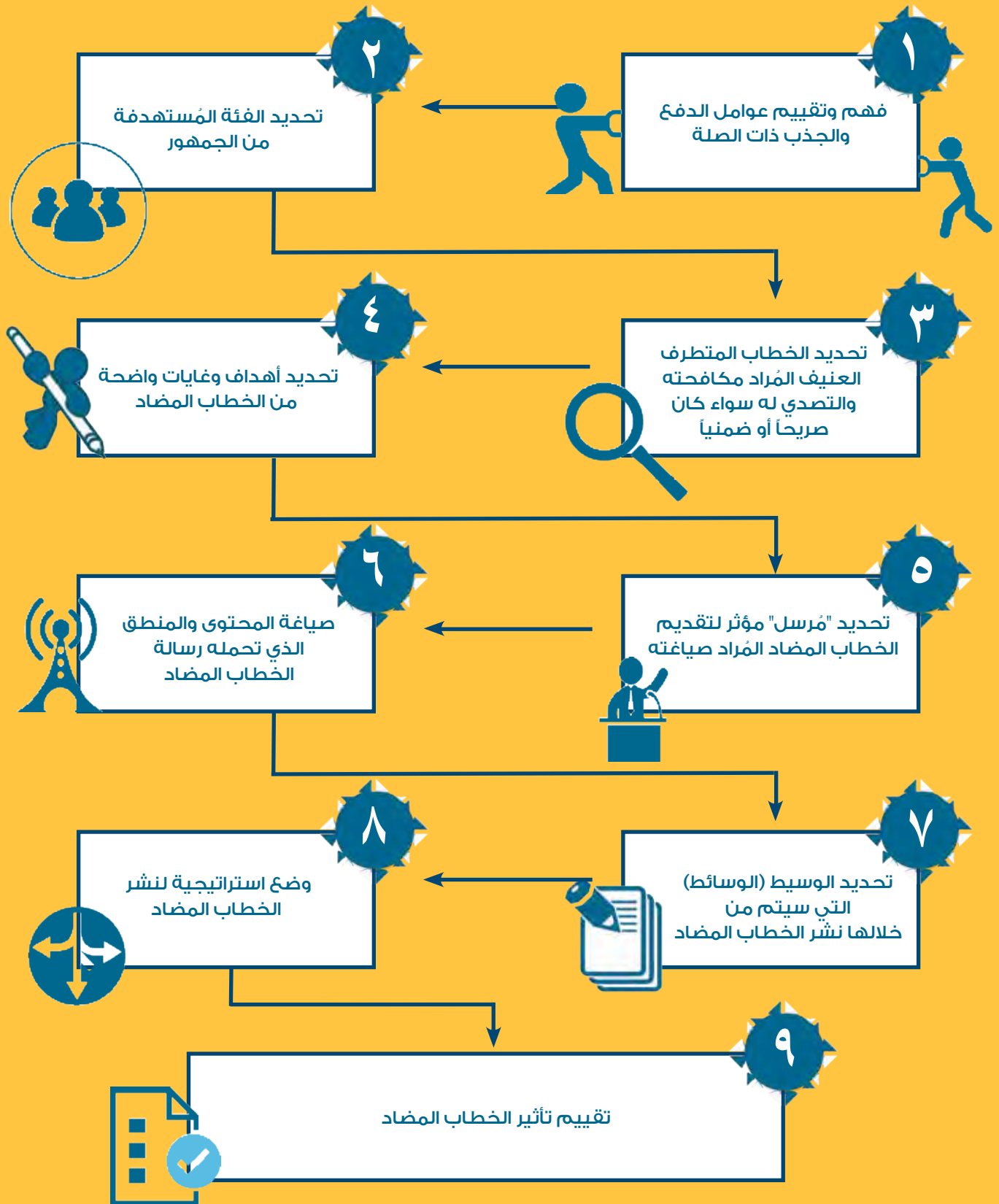
## ما المقصود بـ "مكافحة التطرف العنيف" (CVE)؟

في مجال نُهج مكافحة الإرهاب، نجد أن الاستراتيجيات والسياسات والبرامج "الناعمة" أو "الوقائية" التي يمكنها كشف وتحديد عوامل "الدفع" و "الجذب" للراдикаلية والتجنيد والتحديات الناشئة عنها قد وُصفت بأنها "مكافحة التطرف العنيف" أو برامج وسياسات مكافحة التطرف العنيف.

وتقيداً بغاية هذا الدليل الإرشادي نقول إن مكافحة التطرف العنيف تصف استراتيجيات المنع طويلة الأمد وهي تلك التي تعالج العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية الكلية المحتملة وكذلك أيضاً التدخلات المستهدفة المصممة خصيصاً على مستوى الأفراد والمجتمعات المحلية (وتشمل الاستشارات النفسية الاجتماعية للأفراد المعرضين للخطر وكذلك المحتجزين) (مربع النص الأصلي من زيجر، ٢٠١٦).

# صياغة الخطاب المضاد

في سبيل تطوير خطاب بديل ومضاد لخطاب العنف والتطرف فهناك تسع خطوات رئيسية لصياغة خطاب مضاد جيد (زيجر، ٢٠١٦، ص. ٣):





## فهم وتقييم عوامل الدفع والجذب ذات الصلة

لمنع ومواجهة التطرف العنيف (P/CVE) يلزم أولاً أن يكون هناك فهم سياق للعوامل المحلية المؤدية للاراديكالية والتطرف باعتبار هذا الفهم خطوة أولى حيوية لصياغة ووضع أي نوع من أنواع التدخل. وبحسب الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (٢٠١١) فإن العوامل المؤدية للاراديكالية والتطرف توصف بأنها "عوامل الدفع والجذب". و"عوامل الدفع" هي تلك العوامل التي تجعل من أي بيئة مواتية أكثر للتطرف العنيف بما في ذلك الظروف الهيكلية (الفعلية أو المتصورة) مثل انعدام فرص الحصول على التعليم أو الوظائف، أو الفقر أو التهميش الاجتماعي أو الحوكمة السيئة أو قمع الحكومة أو الفساد. وطبقاً لما في هذا التقرير، فإن عوامل "الدفع" للشرق الأوسط وشمال إفريقيا مصنفة بأنها اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية. وأما المجموعة الثانية من العوامل وهي "عوامل الجذب" فهي ظروف نفسية تدفع بالفرد إلى التطرف العنيف. وفي هذا التقرير نجد أن "عوامل الجذب" في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مصنفة على أنها اجتماعية/نفسية واقتصادية ودينية/ثقافية. ومن اللافت أن الأدبيات الحديثة قد وصفت عوامل "الدفع" بأنها "عوامل هيكلية" وعوامل "الجذب" بأنها خليط من "الحوافز الفردية" وفئة ثلاثة باسم "عوامل التمكين" والتي تشمل دور المعلمين أو الزعماء الدينيين من ذوي الكاريزما والتأثير (خليل وزويتن، ٢٠١٦). ومع ذلك وطبقاً لما في هذا التقرير، سوف يتم تطبيق إطار الوكالة الأمريكية للتنمية (USAID) وسيتهم إدراج الفئة الثالثة وهي "عوامل التمكين" تحت "عوامل الجذب".

وتركيزاً على منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ناقش خبراء ورشة عمل مراكش وتداولوا أمثلة ذات صلة فيما يخص عوامل "الدفع" و "الجذب" التي أدت بالأفراد والفئات الهشة المعرضة للوقوع في العنف. وبناء على هذه النقاشات، فإن عدداً من عوامل الدفع والجذب قد بات واضحاً بالنسبة إلى هذه المنطقة ونحن نعيد إلقاء الضوء عليه لمزيد من الوضوح في هذا الشكل التالي:

| عوامل الجذب  | عوامل الدفع   |
|--|---|
| <b>اجتماعية - نفسية</b> <ul style="list-style-type: none"><li>المكانة الاجتماعية – أن يحظى الشخص بمكانة أو دور ريادي؛</li><li>فرص للانتقام؛</li><li>الانجذاب إلى العنف (الإحساس بأن يجده الفرد شيء مغر)؛</li><li>الإحساس بالانتماء والغاية وتحقيق الذات وإشباع الأحلام؛</li><li>نماذج القدوة والقادة الجذابين المؤثرين الذين يطلون في ذهن محل الأب؛</li><li>إظهار الهيمنة أو الرغبة في البطولة (الطموح والقوة)؛</li><li>السعي للدم شمل الأسرة مع الأقارب المتواجدين في دولة "الخلافة".</li></ul> <b>اقتصادية</b> <ul style="list-style-type: none"><li>فرص الحصول على المكافآت المالية؛</li><li>فرص الحصول على وظيفة أو حياة أفضل.</li></ul> | <b>اجتماعية - اقتصادية</b> <ul style="list-style-type: none"><li>التهميش الاجتماعي والاقتصادي للأقليات الدينية والإثنية واللغوية والجنسية والثقافية؛</li><li>انعدام العدالة الاجتماعية أو الاستجابات المناسبة من جانب العدالة الجنائية؛</li><li>قلة فرص العمل المتاحة؛</li><li>الإحباط والسخط على مستوى المعيشة المتدني وغير المقبول (الأسرة والتعليم والعمل).</li></ul> <b>سياسية</b> <ul style="list-style-type: none"><li>ثقافة نظريات المؤامرة المتداخلة في الشعور بأوجه الظلم سواء فعلية أو متصورة؛</li><li>الشعور بـ"حالة الضحية" من الناحية السياسية بسبب العيش في ظل تاريخ طويل من الاستعمار؛</li><li>غياب الثقة والتواصل بمؤسسات الدولة وسياساتها لا سيما بين الشباب؛</li><li>الفساد (الفساد الإداري وانتهاك القانون) وسوء معاملة المواطنين لاسيما من جانب قوات الأمن وغياب المساءلة عن تلك الأفعال.</li></ul> |

## عوامل الجذب

## عوامل الدفع

## دينية وثقافية

- التعبير عن الآراء الدينية (باعتباره بديلاً للمؤسسات الدينية)؛
- التعبير عن الهوية القبلية والثقافية؛
- دور الزعماء الدينيين المقنعين (عبر شبكة الإنترنت) الذين يدعمون "الجهاد"؛
- تصوير الحياة في ظل دولة الخلافة بشكل مثالي باعتبارها الطريق إلى الحنة بعد محاربة الكفار؛
- تأثير الأخبار والصور والفيديوهات التي تُصور حياة أفضل في ظل الخلافة وتنتشر عبر شبكة التواصل الاجتماعي؛
- دعم المسلمين المقومين في مختلف بقاع الأرض والسعي لفرص الانتقام من الأعداء.

- الفساد (الفساد الإداري وانتهاك القانون) وسوء معاملة المواطنين لاسيما من جانب قوات الأمن وغياب المساءلة عن تلكم الأفعال.

## ثقافية

- غياب الوعي الديني/الثقافة الدينية بسبب الانحدار في مستوى التعليم الديني المناسب بين الزعماء الدينيين وأفراد المجتمعات المحلية؛
- الصراع الأيديولوجي المتصور (الأيديولوجية الدينية مقابل العلمانية) وتصور بأن المجتمع العلماني هو ما "يُفسد" المجتمع الديني؛
- تقلص دور الوالدين في تقديم الدعم التربوي والنفسي والاجتماعي؛
- نقص مهارات التفكير النقدي في المدارس؛
- نقص مساحات الترفيه والتسلية كالأنشطة الفنية والثقافية؛
- الانحدار في دور التعليم بوصفه وسيلة للتقدم والترقي الاجتماعي؛
- التأثير السلبي للأفغان داخل المجتمعات المحلية والأحياء.

## الشكل ١: عوامل الدفع والجذب المحتملة من الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA)

**ملحوظة:** تستند هذه العوامل المذكورة أعلاه على نقاشات الخبراء في ورشة العمل في مراكش ولا ينبغي اعتبارها عوامل شاملة بل يمكن أن تتباين بتباين بلدان المنطقة وقد تكون مظاهر فعلية أو متصورة.

في هذه الخطوة نجد أن تحديد خط الأساس للثقافة المحلية والدين والمجتمع والظروف الاقتصادية أمر مهم وذلك من أجل ما يلي: (١) تفادي مغالطة الافتراض الخاطئ بأن الجماهير "مستضعفين" و"غرضية للراديكالية والتطرف دون أدلة على ذلك عند تحديد الفئة المستهدفة من الجمهور (٢) اختيار الفئة المستهدفة من الجمهور والتي لا بُدَّ أنها الأكثر تأثراً بالخطاب المضاد.

## تحديد الفئة المُستهدفة من الجمهور

بعد فهم عوامل الدفع والجذب لما قد يحدو بالمرء إلى اتباع جماعة مثل تنظيم داعش يلزم أن تكون الخطوة الثانية هي تحديد الجمهور الذي تستهدفه حملة الخطاب المضاد. ويتبنى إطار العمل المصاغ في دليل مركز هداية الإرشادي منهجاً تسويقياً للخطاب المضاد والذي يُعرف تحديد الفئة المُستهدفة من الجمهور بأنه المكوّن الأساسي الجوهرى والمركزي للحملة نفسها. فمعرفة الجمهور الذي ينبغي الوصول إليه عبر الحملة إنما يُساعد في تحديد محتوى الرسالة والوسيلة أو الوسيط المستخدم والمُرسل المستعان به لنقل الرسالة المرادة.

فتنظيم داعش لا يصيغ رسائله المختلفة بحيث تناسب فئات مُستهدفة من الجمهور بعينها فقط بل أيضاً تجعل تلك الرسائل متاحة بالعديد من اللغات، وإذا كانت المنظمات الإرهابية تصيغ رسائلها بحيث تناسب فئات من الجمهور معينة تم تحديدها بدقة؛ فينبغي على الخطاب المضاد أو البديل اعتماد استراتيجيات مماثلة ثلاثية السباق المحلي.

ولأن المجتمعات داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا متنوعة فإنه يلزمنا أن نحدد أوصاف الجمهور المستهدف قبل التخطيط لحملة الخطاب المضاد أو البديل. ينبغي أن يشتمل هذا الوصف على النوع والسن والتعليم والمكان والاهتمامات ذات الأولوية والأنشطة على الإنترنت لضمان أن الحملات تم تصميمها على نحو يُناسب الجمهور المستهدف (تك وسيلفرمان، ٢٠١٦). وربما يشتمل تصنيف الجماهير المستهدفة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على:

### الشخصيات المؤثرة الرئيسية

تشتمل هذه الفئة على الأشخاص المؤثرين في المجتمع مثل قادة المجتمعات المحلية أو رؤساء القبائل أو المعلمين أو جماعات الأقران أو أفراد الأسرة أو الأخصائيين الاجتماعيين. وبعبارة أخرى فإن الشخصيات المؤثرة الرئيسية هم أولئك الذين ربما يتمتعون بالقدرة الفائقة على التأثير أكثر على الأفراد "المستضعفين". ومع ذلك فربما تنقص تلك الشخصيات المؤثرة المعرفة بكيفية التفاعل والمشاركة لاسيما توجيه الخطاب المضاد ولذا فقد تسعى حملات الخطاب المضاد إلى بناء المعرفة والمهارات لدى تلك الشخصيات المؤثرة الرئيسية.

### المُتعاطفون

تشتمل هذه الفئة المُستهدفة من الجمهور على الأفراد الذين لا يدعمون بنشاط أو بصراحة أي شكل أو مظهر للتطرف العنيف لكنهم ربما يتعاطفون مع بعض الحجج التي يسوقها التطرف في دعابته بسبب السياق المختلف للمنطقة سواء ثقافياً أو اجتماعياً أو تاريخياً. والمتعاطفون سلبيون في دعمهم للتطرف العنيف – فقد لا يتصرفون ولا يكون لهم ردة فعل عند مواجهتهم خطاب العنف والتطرف ولكنهم يوافقون ضمناً على محتواه. هذه الفئة أيضاً تشتمل على الأفراد المُعرضين "لخطر" الانزلاق إلى الراديكالية والتطرف أو يتفاعلون ويتابعون بدأب لدعابات العنف والتطرف سواء على شبكة الإنترنت أو خارجها.

### الجمهور العام

قد يقوم الخطاب المضاد الذي يستهدف الجمهور العام بالتأكيد على قيم ثقافية أو تاريخية مشتركة ويلقي الضوء على موضوعات إنسانية مشتركة وأو قيم المواطنة العالمية أو تشدد على قيمة السلام والتسامح والتضامن (بريجس وفيف، ٢٠١٣). وقد تشمل الحملات المصممة للجمهور العام أيضاً على رسائل تشجيع النقاشات المفتوحة حول الموضوعات الشائكة (مثل العنف والدين والسياسة). وربما يوفر هذا فرصة لتضمين مكون غير متصل بالإنترنت في الحملة بما يسهل التفاعل البناء والمثمر مع تلك الموضوعات (هيمينجسين وكاسترو، ٢٠١٧). وبالنسبة إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا فإن الجمهور العام هو جمهور ذو أغلبية مسلمة ولذا فإن الرسائل الموجهة نحو شعوب المنطقة عموماً ربما تشتمل على جوانب دينية. على سبيل المثال ربما تهدف تلك الرسائل إلى تحسين المعرفة بمبادئ محددة في الإسلام يُسيء الخطاب الإرهابي تفسيرها. ولأن منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا متنوعة من حيث الخلفيات الدينية والعرقية والثقافية والاجتماعية والطائفية فإن الفئات الفرعية للجمهور العام قد تُستهدف هي الأخرى بحملات خطاب مضاد أيضاً والتي قد تتضمن الأقليات الإثنية أو الدينية.

## المُبررون

تشتمل هذه الفئة على أفراد معرضين للخطر يبررون بحماس أفعال الجماعات الإرهابية. وفي سياق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تشتمل هذه الفئة على مسلمين يبررون الأنشطة المتطرفة أو مسلمين يعتقدون أن الدفاع عن الإسلام بالعنف أو الحماس ليس فقط مسؤولية شرعية للدولة أو السلطة الدينية بل أيضاً فرض عين وواجب فردي ضمن كافة السياقات. على سبيل المثال ربما يشتمل هذا على أفراد يوافقون على ما يسمى بخطاب "الجهاد العالمي" رداً على أن "العرب يشن حرباً على الإسلام" ويظنون أن الجماعات المتطرفة مثل القاعدة و تنظيم داعش "تعمل دفاعاً عن الإسلام وأن أعمالها المشمولة بـ (العنف) لها مبرراتها الأخلاقية والدينية" (ماكولي وموسكالينكو، ٢٠١٧، الصفحات من ٢٦٦ إلى ٢٦٧).

## الجُنَاة والإرهابيون

تعد هذه الفئة المُستهدفة من الجمهور هي الأضعف في توجيه الخطاب المضاد وذلك لأنها تتألف من أفراد متفانين بحيث يقوموا بالتحريض والحث على العنف والمشاركة في أعماله وذلك من أجل تحقيق غاياتهم السياسية أو الأيديولوجية أو الدينية. وتتضمن هذه الفئة أيضاً على الأفراد أو الجماعات المدانة بالإرهاب أو - في سياق تنظيم داعش - الانضمام إلى دولة "الخلافة" والمشاركة في أنشطتها.

## تحديد الخطاب المتطرف العنيف المُراد مكافحته والتصدي له سواء كان صريحاً أو ضمناً

أما عن المكون الثالث لتقييم السياق المحلي فمن المهم أولاً أن نفهم الموضوعات الأساسية والمنطق الذي يكتنفه الخطاب الإرهابي والدعايات التي يستعين بها الإرهابيون. وفي القسم أدناه ثمة تلخيص للأنماط الرئيسية من الخطاب التي تتلقاها شعوب منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ورغم ذلك، تجدون أدناه أمثلة توضيحية ولكن لا ينبغي النظر إلى قائمة أنواع الخطاب التالية باعتبارها تقييماً شاملاً للخطاب الذي يستعين به تنظيم داعش ويروج له.

### أنماط الخطاب الذي يستعين به تنظيم داعش

طبقاً لما جاء بمقال الكاتب زجرزيفيز (٢٠١٦) فإن أكثر أنماط الخطاب الذي يستعين به تنظيم داعش والمُوجه إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هي السياسية والدينية والاجتماعية. ولمتطلبات هذا التقرير فإن إطار العمل قد توسع بحيث يشتمل على:



### خطاب سياسي وعسكري

يستغل الخطاب السياسي والعسكري التصريحات حول الأهداف السياسية أو العسكرية ويعمل على تبرير القيام بارتكاب أعمال العنف من أجل تحقيق التغيير. ويُمكن القول بأن الخطاب السياسي والعسكري هو أهم المحاور التي يركز عليها استراتيجية تنظيم داعش الدعائية والإعلامية وهذا هو الحال سواء قبل أو بعد هزيمتهم في مدينتي الموصل العراقية والرقبة السورية. ووفقاً لدراسة أجراها فريسن وداهينينس (٢٠١٧)، فقد تغيّر خطاب تنظيم داعش في مجلته الصادرة باللغة الإنجليزية "دابق" من خطاب ديني إلى خطاب سياسي وذلك على مدار الأربعة عشر عاماً الأولى وربما كان ذلك تحسباً لفقدان السيطرة على الأراضي في العراق وفي سوريا. ويُقدم القسم أدناه عدداً من الأمثلة للمحتوى الذي يستخدمه تنظيم داعش في خطابه السياسي والعسكري.

## ١. تأسيس "الخلافة" والحفاظ عليها

كانت تطلعات تنظيم داعش لإقامة ما يسمى بـ "الخلافة" كبديل سياسي لهيكل دولته في بقية العالم واحدة من أهم رسائله الجوهرية قبل سقوط مدينتي الموصل العراقية والرقبة السورية. وفي جهوده لتعزيز نظام دولته، أظهر تنظيم داعش في دعايته مجموعة الخدمات التي يُقدّمها للمجتمع والقوات الأمنية التي يُوفرها من أجل حماية "الأمّة". وتُشير كلمة "الأمّة" هنا إلى المجتمع كله والذي يوحده ويربط أفراد الانتماءات الدينية والثقافية والتاريخية. وبحسب مقال الدكتور العبادي (٢٠١٧)، يعتمد تنظيم داعش في خطابه على إبراز العديد من التغييرات المهمة للأمنية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي حدثت لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على مدى العقود القليلة الماضية. ويزعم تنظيم داعش بأن "خلافته" هي الرد الحتمي والبديل للقوى الغربية التي تمارس قمعاً على المسلمين. وربما يجد هذا الخطاب بالذات صدقاً لاسيما عند اقتترانه ببعض المظالم التي حملتها وأظهرتها منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ومع ذلك فمنذ سقوط مدينتي الموصل العراقية والرقبة السورية تغيرت فكرة "الخلافة" المركزية في العراق وسوريا والتمحورة حول فكرة الاستحواذ على أراضي ملموسة إلى نسخة نوستالجية من الحنين إلى انتصارات الماضي والتي يمكن أن تكون بمثابة الموجة التالية من الدعايات التي يستعين بها تنظيم داعش (زيجر، ٢٠١٧). وبحسب ما جاء في مقال وينتر إن الاستحواذ على هذه الأراضي حتى ولو في الماضي "سيكون كافياً لتفاخر [تنظيم داعش] بذلك في السنوات التالية بما يراه من المثالية أو اليوطوبيا الجهادية التي كانت متحققة يوماً ما" وعلى أن تصبح أيضاً بمثابة نموذج لمعاقل داعش خارج العراق وسوريا (وينتر، ٢٠١٧).

## ٢. الدفاع عن الإسلام ضد الهجوم

يزعم تنظيم داعش من خلال هذا النوع من الخطاب العسكري على إبراز تعرض الإسلام للهجوم والذي يحتاج بدوره إلى الدفاع عنه. وبحسب الكاتب أرون زيلين (٢٠١٦) فإن تنظيم داعش يزعم امتداد "الحرب على الإسلام" من الهجوم على عموم المسلمين إلى التركيز الآن على هجمات التحالف الدولي على أساسات "خلافته" لاسيما خصومه من دول المنطقة بانضمامها إلى هذا التحالف مثل الأردن والسعودية والإمارات العربية المتحدة. ويسعى تنظيم داعش من خلال هذا النموذج من الخطاب إلى إظهار أن العالم الخارجي يعادي المسلمين وتعزز رؤية أن المسلمين "أمّة" واحدة.

## ٣. الجبهة الجديدة

ويسعى جزء من الخطاب السياسي لتنظيم داعش لاسيما في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى تسليط الضوء على الاستحواذ على أراض جديدة (زيلين، ٢٠١٥)، وهو الخطاب الذي صار أكثر أهمية بعد أن خسر تنظيم داعش أراضيه في مدينتي الموصل العراقية والرقبة السورية. وقد برز هذا أيضاً في مقطع صوتي لأبي بكر البغدادي نُشر في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٧ خاطب فيه "أمّة الخلافة" محتجاً "بألا يروا خسارة الأرض كأنها هزيمة للجماعة" بل دعا أتباعه إلى العمل من أجل "ألا تضيع سدى أرواح المجاهدين التي أذهقت في مدينتي الموصل والرقبة" (دوير، ٢٠١٧). ومع خسارته الواضحة لأراضي "الخلافة" سوف يتحول تنظيم داعش على الأرجح إلى ولاياته غير العراقية أو السورية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مثل مصر (ولاية سيناء) والجزائر (ولاية الجزائر) وتونس وليبيا (ولاية طرابلس والبرقة وفزان) والسعودية (ولاية الحرمين) واليمن (ولاية صنعاء) (مشروع مكافحة التطرف، ٢٠١٧).

ويظهر تنظيم داعش هذا التحول في الاستراتيجية العسكرية وذلك من خلال القيام بقتل خصومه في عقر دارهم وقلب أوطانهم. على سبيل المثال كانت هناك هجمات محلية بمصر مثلما حدث ضد قوات الشرطة في شمال سيناء في يوليو ٢٠١٧ ("تنظيم داعش يتبنى الهجوم في سيناء مصر، ٢٠١٧)، أو في الأسكندرية ووطنطا في مناسبة "أحد الشعانين (أحد السعف)" ضد كنيسة قبطيتين في نفس الوقت (عوض، ٢٠١٧). وفي السعودية وقعت ثلاثة تفجيرات انتحارية في يوم واحد في يوليو ٢٠١٦ بما في ذلك هجوم على مسجد النبوي في المدينة المنورة وهو ثاني أقدس المواقع في الإسلام حيث قُتل أربعة من حراس الأمن. كما وقعت هجمات تنظيم داعش أيضاً ضد أهداف شيعية في السعودية وضد مسجد الإمام الصادق المنتمي للشيعة في الكويت.

## خطاب ديني أو أيديولوجي

يعتمد النوع الثاني من الخطاب على التذرع بالحجج والاستمالات الدينية والأيديولوجية، فترويج تنظيم داعش باستخدام الخطاب الديني إنما يتم عبر ممارسته "الدعوة" وهو ما يعني دعوتهم غير المسلمين إلى اتباع الله ودعوة الناس إلى "العودة" إلى ما يزعمون أنه الإسلام "الصحيح". هذه الحجج الدينية التي يستعين بها تنظيم داعش إنما تتخذ القرآن والسنة مرجعاً لاكتساب مرجعية وسلطة دينية وشرعية لمزاعمه وذلك سعياً منه لحشد المزيد من الدعم وتجنيد المزيد من الأفراد وتبرير استخدام العنف ضد أعدائه. ومن بين الأمثلة على الحجج الدينية التي يستعين بها تنظيم داعش:

### ١. "الجهاد" باعتباره فرض عين

يُحاجج تنظيم داعش بأن مفهوم "الجهاد" فرض عين لا فرض كفاية وأن الجهاد واجب على كل مسلم. وبالنسبة إلى تنظيم داعش فإن "الجهاد" هو صورة من صور العنف المادي الذي يُنظر إليه باعتباره الطريقة الوحيدة المشروعة لإظهار عقيدة الفرد السلمية (كومورفورد، ٢٠١٥). وعندما تمتزج هذه الحجج بالوجوب الذي يشعر به المسلم للتصرف إزاء المظالم سواء كانت حقيقية أو متصورة مثل معاناة المسلمين في فلسطين أو سوريا أو العراق تصبح سبباً في أن تصوّر تنظيم داعش عن "الجهاد" ربما يجد له صدق لدى المسلمين المعرضين لخطر التطرف. ويتطلب مفهوم "الجهاد" بالنسبة لتنظيم داعش أيضاً ارتكاب الأفعال البدنية والدليل على هذا خطاب البغدادي يوم إعلان "الخلافة" عندما قال "حياة الجهاد مستحيلة ما لم تأخذ متاعك وتنتقل إلى دولة "الخلافة" (شميد، ٢٠١٥).

### ٢. الزعم بصفاء الإسلام

يزعم تنظيم داعش أن لديه النسخة "الأصفي" من الإسلام ويستعين بجوانب متعددة للخطاب لتعزيز هذا الزعم (العبادي، ٢٠١٧). على سبيل المثال فقد ادعى تنظيم داعش أن لديه سلطة مخولة بإصدار الفتاوى<sup>٢</sup> عبر من نصب نفسه "خليفة" - أبو بكر البغدادي ومن خلال ادعاءاته بأنه مؤهل من الناحية الشرعية والإسلامية لإصدار الفتاوى لأنه يحمل درجة الدكتوراه في الدراسات الإسلامية باللغة العربية (فيصل، ٢٠١٥). ويزعم تنظيم داعش أيضاً أن له سلطة شرعية وأخلاقية على أتباعه وذلك من خلال إعلانه ومصادقته لقانون عقوبات لتطبيق الحدود الشرعية. على سبيل المثال يشمل قانون العقوبات لتنظيم داعش على الإعداد بتهمة التجديف والكفر بالله والنبي محمد (ﷺ) والإسلام والرجم حتى الموت للزاني المُحصن أو الزانية المُحصنة وقطع اليد عقاباً للسرقة و٨٠ جلدة لشرب المُسكرات والغذف (سول، ٢٠١٥). كما يسعى تنظيم داعش أيضاً لنشر ثقافة تفرض المعايير الأخلاقية وذلك من خلال تطبيق ما يسمى بـ "الحسبة" أو الشرطة الأخلاقية أو شرطة الآداب بحيث يحرق "رجال الحسبة"<sup>٣</sup> السجائر ويدمرون المشروبات الكحولية أو المنتجات المحرمة وينفذون إعدامات علنية أو عقوبات علنية على الجرائم. وتعمل كافة الأعمال السابقة على تعزيز زعم تنظيم داعش بأن إسلامه هو المرجعية الدينية الأكثر مشروعية لكل المسلمين.

### ٣. تكفير غير المسلمين<sup>٤</sup>

يستعين خطاب تنظيم داعش بتكفير الأفراد وذلك من أجل استقطاب المزيد من الأتباع للانضمام إليه حيث يعتمد هذا الخطاب على إقصاء الآخرين عن نسختهم الطوباوية للمجتمع المثالي. وجاء في التحليل للنصوص الواردة في أعداد مجلة "دابق" أن سورة التوبة هي الأكثر استشهاداً بها وهي المعروفة بأنها مثار للجدل فيما يتعلق بالخطاب الموجه إلى شتى الحرب على غير المسلمين (فريسن وداهينينس، ٢٠١٧). وبحسب تنظيم داعش فإن كل أولئك المندرجين تحت تصنيف "كافر" ربما يشتملون على: "الشيعة الاثني عشرية؛ وكل الأحزاب القائمة على الشيوعية والوطنية والقومية والليبرالية؛ وأنصار الديمقراطية وأولئك الذين يشاركون في إجراءاتها؛ وكل الحكومات التي لا تحكم بالشريعة" وأفراد الجيش وضباط الشرطة والمخابرات والأجهزة التنفيذية والقضائية؛ وكل من يسعون إلى الاحتكام إلى القوانين المدنية ومن يسخرون من النبي (ﷺ) ويهينونه وعائلته الشريفة؛ وكل البعثيين وجميع قادة الحزب الإسلامي العراقي وليس كل أفراده العاديين؛ وكل من يمارسون أعمال السحر والشعوذة" (م. ح. حسن، ٢٠١٥). ولتعزيز هذا النوع من الخطاب فإنه يجدر بالذكر أن اللغة التي يستخدمها تنظيم داعش لوصف خصومه مهيئة للغاية. على سبيل المثال يصف تنظيم داعش القوات الكردية بأنها "الأكراد الملحدون" أو ("الكردية الإلحادية") وتشير إلى الشيعة بطريقة تحقيرية باسم "الرافضة" و "الشيعة النثر" (ح. حسن، ٢٠١٦). ويحاجج تنظيم داعش أيضاً بأن اليزيديين هم "قوم يعبدون الشيطان بدلاً من الله" (فيصل، ٢٠١٥). وبالنسبة إلى تنظيم داعش فإن وصفهم الآخرين بأنهم غير مسلمين ينطبق أيضاً على أديان أخرى تعتبرها عمومًا تفسيرات الإسلام "أهل كتاب" مثل المسيحية واليهودية بل ينطبق الوصف أيضاً على الهندوسية والبوذية والإلحاد.

٢ - الفتوى رأي لعلماء المسلمين يرتكز على فقه الإسلام.

٣ - رجال الحسبة هم أولئك الرجال الذين يمنعون الخروج على الأخلاق وينكرون أفعال الشر في الشوارع العامة أو يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر بالتعبير الإسلامي.

٤ - التكفير هو تقرير ديني بأن المسلم قد صار مرتداً أو أن شخصاً قد أصبح كافراً أو عمل عملاً صاربه مشركاً.

## ٤. الدعوة إلى الهجرة

اصطفافاً مع أهدافه السياسية والعسكرية يزعم تنظيم داعش أن ثمة فرضاً دينياً يقضي بالهجرة لو كان المسلم يعيش في مكان قمعي ولا يستطيع فيه تأدية شعائر دينه. والمثال على هذا دعوة ٢٠١٤ من قائد التنظيم لكل المسلمين "بالمسارعة إلى الدولة" وإذا أمكن أن يهاجروا إلى الدولة الإسلامية" (سي إن إن، ٢٠١٤). ومع ذلك يجدر بالذكر أنه في سياق هزيمة تنظيم داعش العسكرية في مدينتي الموصل العراقية والرققة السورية فقد تغير من خطاب يدعو إلى الهجرة إلى خطاب يسعى لتشجيع المتعاطفين على البقاء في أوطانهم وارتكاب هجمات الذئاب المنفردة أو الهجرة إلى أراض أخرى غيرها (بولكه، ٢٠١٦). ويمكن رؤية هذا أيضاً في ثنايا التحليل النصي لمجلة "دابق" على سبيل المثال إذ يُرَجَّح البحث تحول خطاب داعش نحو التأكيد على قوة الأعمال العسكرية المحلية التي يتم ارتكابها في "الولايات" بما يجعلها أفضل من الأعمال العسكرية العالمية ضد الغرب (فريسن وداهينينس، ٢٠١٧).

## خطاب اجتماعي وبطولي

النوع الثالث من الخطاب الذي يتبناه تنظيم داعش في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مرتبط بالحج الاجتماعي والبطولي. وفي بعض الأحيان ربما يحتوي هذا النوع من الخطاب الاجتماعي البطولي على لغة وموضوعات دينية بارزة لكنها ليست حجاً دينية مباشرة. وبحسب تقرير يحلل دعاية تنظيم داعش باللغة العربية على الموقع الاجتماعي تويتر فإن خطاب تنظيم داعش يركز بالأساس على الحج غير الدينية بنسبة (٧٨.٣٪ في عيّناتهم) (المسبار، ٢٠١٦). وعلاوة على ذلك فإن نفس التقرير يَرَجِّح أن حسابات تنظيم داعش على تويتر تستغل بقوة تكتيكات عاطفية بدلاً من المنطقية؛ وذلك بنسبة ٤٢٪ من استخدام تويتر للصور ونسبة ٢١.٣٪ للتغريدات تستعين بفيديوهات تتلاعب بالمشاعر مقارنة بنسبة ١٤.٣٪ تغريدات نصية و ١.٤٪ من التغريدات تستعين بمنطق علماء الدين (المسبار، ٢٠١٦). وهكذا فينبغي أن تتلقى فئة الخطاب الاجتماعي والبطولي بعض الاهتمام عند صياغة الخطاب المضاد لها. وثمة أدناه عرض للأفكار الجوهرية الاجتماعية والبطولية في خطاب تنظيم داعش:

### ١. اليوتوبيا (العالم المثالي)

جزء من رؤية تنظيم داعش لـ "الخلافة" وحجتها الاجتماعية الرئيسية هي تعظيم أراضيها باعتبارها الصورة الطوباوية للمكان المثالي للسكن واستحقاق الدفاع عنه. وكما وجد تشارلي وينتر في دراسته في ٢٠١٥ عن دعاية تنظيم داعش عبر مؤسسة كويليام فإن أكثر من نسبة ٥٠٪ من خطاب تنظيم داعش في مجموعة بياناتها تشير إلى رؤية تُصور "الخلافة" على أنها مجتمع اليوتوبيا المثالي ويرى وينتر بأن "نبوءة الدولة الإسلامية الألفية هي نقطة ارتكاز دعوته العالمية" (وينتر، ٢٠١٥، ص. ٣٠). ويتعزز هذا الوعد الطوباوي الداعشي من خلال استعانة التنظيم بدعاية تُصور الحكم الرشيد لقيادة تنظيم داعش وعدم تعطيل أنشطة الحياة اليومية حتى في أثناء العيش في ظل الصراع. والأمثلة على هذا تشتمل على: انعقاد الاجتماعات بصورة منتظمة مع مختلف قادة وأعيان المجتمع ووسطاء من الأهالي، هذا بالإضافة إلى توفير فرص العمل في مراكز التعليم المحلية ونشر تقويمات سنوية للفعاليات المجتمعية ورفص الطرق وفتح الأسواق وتوفير خدمات الكهرباء والمياه ووضع لافتات الطرق ودعم الأنشطة الزراعية (وينتر، ٢٠١٥؛ زيلين، ٢٠١٦). وحيث حدث تحول في رؤية "الخلافة" بعد سقوط مدينتي الموصل العراقية والرققة السورية؛ فسيكون من المتوقع أن يواصل تنظيم داعش التأكيد على الرؤية الطوباوية في الأراضي التي استحوذ عليها خارج العراق وسوريا. على سبيل المثال في ليبيا (ولاية طرابلس) في مدينة سرت، حيث عمل تنظيم داعش على لفت الانتباه في دعايته إلى إعادة تنشيط الحياة اليومية والتجارة وذلك من خلال الصناعات المحلية (الطوب والرخام ومحاصيل الفواكه وتجارة الأسماك وصناعات المعجنات)، وتأسيس متاجر إمداد للمدارس والمكاتب ومحلات لإصلاح السيارات (زيلين، ٢٠١٦).

## ٢. الهوية والمخالطة الاجتماعية

تم تصميم هذا النوع من الخطاب الاجتماعي والبطولي بحيث يقوم بملء فراغ ربما يكون فيه نقص في الهوية وتشجيع الفئة المستهدفة بالخطاب على الشعور بأهميتها وفائدتها وذلك بانضمامها إلى تنظيم داعش. وفي هذا الصدد يُعزز تنظيم داعش هذا النوع من الخطاب بالتركيز على العناصر الثقافية التي هي جزء من الحياة اليومية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والتي تساعد في خلق إحساساً بالانتماء وروح الجماعة. على سبيل المثال فإن الصور التي ينشرها تنظيم داعش تصوّر تجمعات الإفطار في رمضان وتلقي الضوء على جوانب الحياة مع العديد من العائلات الكبيرة وتركز على الأطفال وهم يلعبون أو في المدرسة. فيُعد الإحساس بالإخوة سواء بين الذكور أو بين الإناث هو الموضوع المحوري في دعاية تنظيم داعش حيث يظهر العديد من المقاتلين من جنسيات متنوعة وهم يصلون ويقاتلون ويحتفلون معاً (مركز كارتر، ٢٠١٧). وربما يشمل هذا النوع من الخطاب الاجتماعي أيضاً على وعود بالرومانسية أو الزواج أو تأسيس عائلة (تاراس-فالبيرج، ٢٠١٧).

## ٣. الإحساس بالمغامرة

يعتمد الخطاب الاجتماعي الذي يستعين به تنظيم داعش على جذب الناس إلى دولة "الخلافة" كمكان لتحقيق المغامرة والمكانة أو الهيبة وكفرصة لأن يصبح الفرد بطلاً. ويتضمن العديد من نماذج الخطاب الذي يستعين به تنظيم داعش على وصف مقاتلوه بأنهم "الأبطال الذين يدافعون ببسالة عن العالم الإسلامي" (شميد، ٢٠١٥، ص ٥). ويقترن هذا الأمر مع صور وفيديوهات المقاتلين الذين يستخدمون الأسلحة وكذلك في أثناء مشاركتهم في المعارك العسكرية بغية اقناع المُجنّدين الجُدد المُحتملين الذين قد تدفعهم الإثارة إلى الانضمام إلى تنظيم داعش. وبالنسبة إلى العديد من مجنّدي تنظيم داعش، عادةً ما يقترن ترك الوطن والانضمام إلى الخلافة بوعد بالعثور على حبيب وزوج والتي تعد رسالة محورية ضمن دعاية تنظيم داعش.

إن الخطوات الثلاث الأولى في هذا الدليل تساعد على تعريف السياق المحلي. وتتمحور الخطوة التالية حول التحديد الدقيق للأهداف والغايات المقصودة من حملات الخطاب المضاد. فتحديد أهداف واضحة وغايات واقعية يساهم في صياغة وتطوير حملات للخطاب المضاد أكثر تركيزاً وقادرة على تحقيق تغييرات حاسمة في سلوك أو تصرفات الفئات المستهدفة من الجمهور. وعلاوة على ذلك فإن الأهداف والغايات المختارة بعناية عوامل أساسية ومحورية في وضع وتطوير حملات الخطاب المضاد لأنها ترتبط مباشرة بتقييم تأثير الحملة بعد تنفيذها ونشرها.

تحديد أهداف وغايات واضحة من الخطاب المضاد





## أهداف حملات الخطاب المضاد على الإنترنت

هناك القليل من البحوث التي تُظهر العلاقة بين الحملات عبر شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي عموماً وتأثير تلك الحملات على التغييرات السلوكية الفعلية.

ولذا يُوصى بقيام حملات الخطاب المضاد على الإنترنت بتحديد أهدافاً واقعية تركز على التغييرات في مواقف الأفراد بدلاً من سلوكهم.

كما يُحبذ أيضاً إجراء المزيد من الإحصائيات المُتعمقة لقياس تأثير الخطاب المضاد الذي يسعى لإحداث تغيير سلوكي.



يجب أن تصف الأهداف والغايات ذلك التغيير المنشود من الخطاب المضاد سواء من ناحية المواقف أو السلوك، وبالنسبة إلى الخطاب المضاد في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا فإن بعض تلك التغييرات ربما تتضمن ما يلي (زيجر، ٢٠١٦، ص. ١٢):



من المفيد أيضاً تقسيم الأهداف إلى أهداف فرعية أسهل فهماً أو غايات محددة قابلة للقياس وواقعية ضمن الإطار الزمني المخطط له للحملة.

## ربط الأهداف بالتأثير

ينبغي دمج قياس تأثير الخطاب المضاد في عملية صياغته وتطويره منذ البداية، كما ينبغي اختيار المؤشرات الرئيسية فيما يتعلق بكل هدف أو غاية تم تحديدها قبل البدء في تطوير الحملة. وللتعرف على أمثلة واضحة للمؤشرات انظر الخطوة رقم ٩ من هذا الدليل والتي تتناول قياس تأثير حملات الخطاب المضاد وتقييمها.

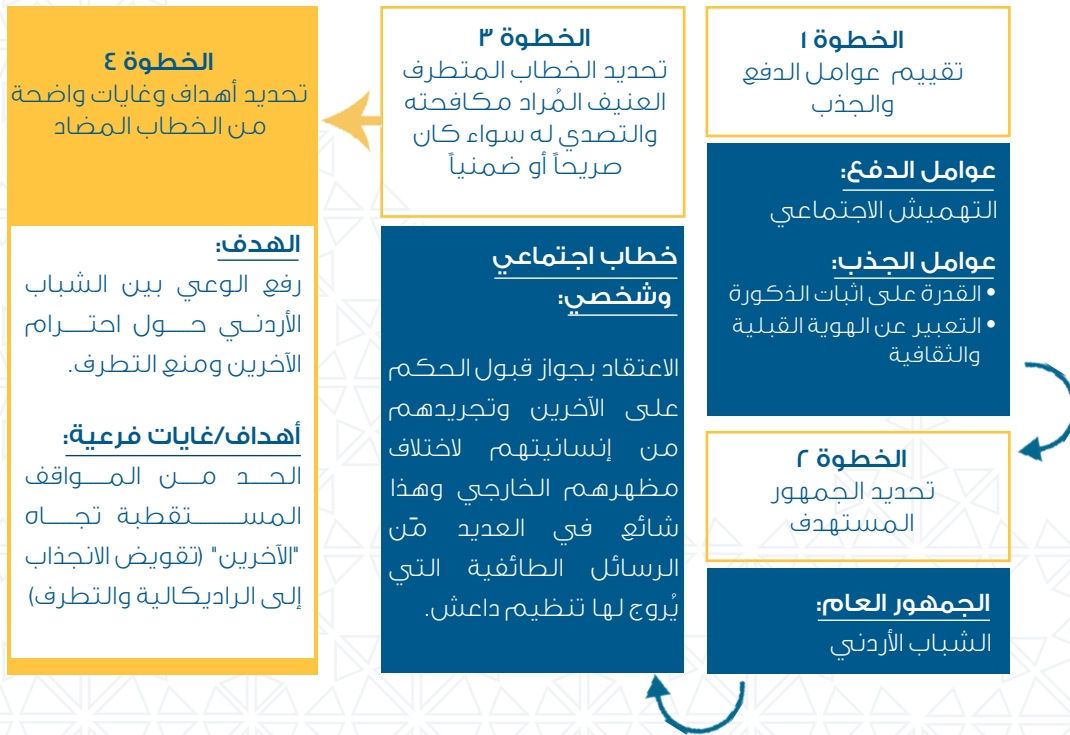


## دراسة حالة لتحديد الأهداف والغايات

"الحكم على الناس"

الوصف:

لقد أنتجت شبكة الإعلام المجتمعي سلسلة من المقاطع الصوتية والمرئية باللغة العربية بحيث تذاع عبر شبكتي الإذاعة والتلفزيون الأردنية وموقع اليوتيوب. وقد تم تحديد الفئة المستهدفة من الجمهور لهذه الحملة وهي الجمهور العام ذو الأغلبية المسلمة لاسيما من الشباب الأردني. ويتناول هذا التسجيل الإذاعي الذي نحن بصدده وعنوانه "الحكم على الناس" محادثة بين أم وابنها حيث يستعرض هذا الحوار موقفاً يتسرع فيه الابن بالحكم على ولد آخر لأن شعره طويل وخلال المحادثة يتبين أن الولد ذا الشعر الطويل يزيل حجراً كبيراً من أمام طريق السيارات والمقصود منه على الأرجح إنقاذ الأرواح. ونتيجة لذلك فإن الأم تشرح أن المظاهر ليست هي الأساس وإنما الأفعال صوتها أعلى من الأقوال.



وللمزيد من التسجيلات الإذاعية بعنوان "الحكم على الناس" يمكن أن تجدها في الرابط التالي:



<http://bit.ly/2iSsJpP>

## تحديد "مُرسل" مؤثر لتقديم الخطاب المضاد المُراد صياغته

يعتبر تحديد مُرسلين مؤثرين أمراً في غاية الأهمية لبلورة الرسالة المُراد توصيلها وما إذا كان سيتردد صداها عند الجمهور المستهدف بتلك الرسالة على النحو المنشود. وهناك بعض الأسئلة ينبغي طرحها وإيجاد إجابات لها قبل تحديد "المُرسل" المناسب ومن بينها:

### أسئلة لتحديد المُرسَل المناسب

- ما العلاقة بين المُرسَل والجمهور المستهدف؟
- ما مدى المصداقية التي يتمتع بها ذلك المُرسَل لدى الجمهور المستهدف؟
- ما قدرة ذلك المُرسَل على إحداث التغيير في مواقف الأفراد؟
- ما قدرة ذلك المُرسَل على إحداث التغيير في سلوكيات الأفراد؟
- ما الآثار السلبية أو المخاطر المحتملة المرتبطة باختيار ذلك المُرسَل بعينه؟

يتنوع المُرسلون المُحتملون بتنوع الفئات المُستهدفة من الجمهور ويمكن أن يشتملوا على جماعات الأقران والأسر والمعلمين والقادة الدينيين والقادة المجتمعيين والسلطات الدينية والسياسيين والمشاهير ونجوم الرياضة. وقد يرغب مصممو الحملات في عقد اجتماعات لمجموعات مُركزة (أو بؤرية) تتضمن عيّنات من الجمهور المُستهدف بحملتهم على أن يكون ذلك قبل البدء في صياغة وتطوير الحملات من أجل وضع خطوط الأساس لتقييم تحقّق الفاعلية القصوى للمُرسل أو عدم تحقّقها في سياق الجمهور المُستهدف. وفيما يلي وصف لبعض الأمثلة العملية للفئات المُحتملة للمُرسلين لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا:

### الأسر

قد تلعب أسر الأفراد الذين سافروا إلى العراق وسوريا للانضمام إلى تنظيم داعش وكذلك العائدين دوراً محورياً لا يقتصر على إعادة الذين سافروا بالفعل فحسب بل أيضاً في منع آخرين من السفر وإقناع الأفراد بعدم مغادرة بلدانهم. وتُعد الروابط الأسرية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا قوية جداً لاسيما العلاقات التي تجمع بين الشباب ووالديهم. لقد تبين أن العلاقات الأسرية في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا بمثابة أحد العوامل الهامة التي تدفع الأفراد إلى إعادة النظر في أفعالهم واختياراتهم ذات الصلة بالإرهاب. وثمة أمثلة ظهر فيها أن العلاقات مع الآباء لاسيما الأمهات مهمة لإقناع أبنائهم بالعودة من أراضي تنظيم داعش. على سبيل المثال فإن قصة المنشق عن تنظيم داعش محمد السليبي وهو من المملكة العربية السعودية وعمره ٢٦ سنة والذي ذكر في مقابلة له "دموع أمي عبر الهاتف" كانت هي السبب الرئيسي في أني عدت إلى وطني بعد انضمامي لتنظيم داعش ("تنظيم داعش من الداخل"، ٨، ٢٠١٥).

وللأسف أيضاً دورٌ مهمٌ باعتبارهم من أفراد الأسرة ويمكن أن يكونوا مُرسلين أقوياء لحمل الخطاب المضاد سواء للتصدي للتجنيد أو التجنيد المضاد. على سبيل المثال في مقابلة أجرتها قناة سي إن إن بعنوان "خسارة أخيك من أجل تنظيم داعش" والتي حملت مناقشة محمد الشايب لأخيه الأكبر هشام الشايب الذي فقدته عائلته بانضمامه لتنظيم داعش وانتهى به المطاف إلى أن يكون مُنفذاً "وحشياً ورهيباً" لأحكام الإعدام" (هولمس وبينال، وفان هيردين، ٢٠١٦). وخلال هذه المقابلة عبّر محمد عن حزنه وغضبه نحو أخيه الذي لم يعد يعرفه. وكانت الرسالة الأخيرة من محمد لهشام هي "أعد التفكير مرة أخرى لأن لديك أسرة هنا...وأملك تفكر فيك كل ليلة وتبكي دائماً لأجلك. والدك شيخ هرم والذي لطالما أحبك...أدعوك أن تفكر في عواقب الأمر على أسرتك لأن هذه العواقب وخيمة" (هولمس وأخرون، ٢٠١٦).

## الضحايا والناجون

يُمكن لضحايا الإرهاب والناجين منه أن يكونوا مُرسلين أقوياء من ذوي المصداقية لأن "الناجين يمكن أن يصفوا الواقع القاسي للعنف الإرهابي ويمكن أن تنشر قصصهم بذور الشك بين المجندين المحتملين والإرهابيين الحاليين والداعمين وتجبرهم على الشك في دوافعهم" (بيزوتو، ٢٠١٣). على سبيل المثال فإن نادية مراد قد أدلت بشهادتها أمام الأمم المتحدة والتي ذكرت فيها المعاناة التي عانت منها على أيدي أعضاء تنظيم داعش حيث اغتُصبت وعوملت معاملة الجوارى ومن ثم فقد قادت حملة مهمة في مصر والتقت مع الرئيس عبد الفتاح السيسي وشيخ الأزهر وشرحت كيف أن تنظيم داعش "يقترب جرائم الاغتصاب وجرائم الإبادة الجماعية باسم الإسلام" (محمود، ٢٠١٥). وفي السياق المصري فإن قصة نادية أيضاً قد أثارت النقاشات بين علماء الدين بشأن الأسئلة المزعجة عن التبريرات الدينية للرق في الإسلام.

## المنشقون والجنّة السابقون (متطرفون عنيفون سابقون)

يُمكن للمتطرفين العنيفين السابقين أو "المنشقين" عن تنظيم داعش أن يكون لهم دور فعال في حملات الخطاب الموجه ضد تنظيم داعش إذا استُخدمت في السياق الظرفي الصحيح. ونظراً لاشتراكهم في ارتكاب الأعمال الإرهابية، فإن الجنّة السابقين والمنشقين في أفضل وضع يُمكنهم من وصف العواقب الوخيمة للإرهاب والواقع على الأرض الذي يعيشون فيها تحت حكم تنظيم داعش والذي يُمكنهم بدوره من إنشاء الآخرين وإقناعهم من العدول عن احتمالية انضمامهم لتنظيم داعش أو التعاطف مع قضيته. وبناء على شهادات المنشقين عن تنظيم داعش فإن تقريراً كتبه نيومان (٢٠١٥) قد ألقى الضوء على أربع رسائل محورية يمكن للمنشقين عن تنظيم داعش أن يروجوها للتصدي لدعاياته التي يُروج إليها وهي فيما يلي:

١. **الاقتتال الداخلي:** وتُرجح هذه الرسالة تفضيل تنظيم داعش لقتال اخوانهم من المسلمين بدلاً من حكومة الأسد؛
٢. **الوحشية:** وتُرجح هذه الرسالة قيام تنظيم داعش بأعمال وحشية وفظائع يرتكبها ضد المسلمين؛
٣. **الفساد والسلوك غير الإسلامي:** وتُلقي هذه الرسالة الضوء على أعمال الفساد والسلوك غير الإسلامي الذي يهجه تنظيم داعش؛ و
٤. **نوعية الحياة:** إبراز الحقائق بشأن الحياة في ظل تنظيم داعش والتي ما هي إلا حياة قاسية مُجربة ومُخيبة للأمال.

وفي المملكة العربية السعودية ثمة برنامج تليفزيوني عربي وعنوانه "همومنا" استضاف سلسلة من المقابلات والتي تم إذاعتها عبر قنوات التليفزيون الوطنية والتي أجريت مع المنشقين عن تنظيم داعش بعنوان "خبرات الشباب المضلل والمخدوع وبرنامج "من داخل تنظيم داعش" وهي سلسلة من اللقاءات تمت بالأساس مع السعوديين العائدين من القتال في العراق وسوريا. وتكشف قصص أولئك المنشقين الفظائع التي اقترفها تنظيم داعش ومن بينها قتل وتشريد الأبرياء واغتصاب النساء في سوريا ("الشباب المضلل (٦)، ٢٠١٤) وقد أديعت على التليفزيون ليراه الجمهور السعودي. وبالمثل؛ ففي مقابلة مع ثلاث نسوة سوريات فررن من تنظيم داعش بمدينة الرقة حيث تصفن حياتهن تحت حكم داعش وكيف أنهن كن يقمن بتجنيد النساء وكن يفرضن الصارم لقواعد عدم استخدام مستحضرات التجميل مثلاً. ولوصف وحشية الجماعة الإرهابية قالت إحدى المنشقات "كانت تُقطع الرؤوس وتعلق في الشوارع أو يتم التمثيل بالأجساد وتُعرض بحيث يستطيع أن يراها الجميع حتى الأطفال. لقد كان هذا فظيلاً فعلاً." (إنجيل، ٢٠١٥).

## القادة الدينيون

وفيما يتعلق بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، لدى القادة الدينيين القدرة على تنفيذ الخطاب الديني والأيديولوجي الذي يستخدمه تنظيم داعش وذلك بنقض الاستمالات التي يجذبون بها الشباب لتبرير استخدام العنف باسم الإسلام. وإذا تحدثنا من المنظور الثقافي فإن الشخصيات الدينية المشهورة تنال احتراماً وثقلاً كبيرين لدى جمهورهم لما يقدمونه من توجيه يحمل قيمة قوية في مجتمعاتهم المحلية.



## القادة الدينيون بصفتهم أصحاب رسالة / مؤثرين

يمكن للقادة الدينيين وعلماء المسلمين أن يقدموا الرسالة بطرق خلاقة ليس فقط في المساجد بل أيضاً لنا مثال في مبادرة الأزهر الشريف كأول من قدم "أكشاك الفتوى" في مترو الأنفاق للركاب بهدف تشجيع الجمهور على للحصول على الفتوى الدينية من الأزهر الشريف وليس من الجماعات المتطرفة مثل تنظيم داعش.

وهناك العديد من علماء الإسلام قد بذلوا جهوداً في التصدي للدعاية التي يُروج لها تنظيم داعش في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؛ فعلى سبيل المثال، يُقدم الشيخ أسامة السيد (الشهير بأسامة الأزهرى) وهو عالم أزهرى برنامجاً تليفزيونياً يحمل اسم ("رؤى") والذي يُعند فيه المزاغمة الدينية والأيدولوجيات المتطرفة لجماعات مثل تنظيم داعش. ويُذكر أنه قد تم تكليف الشيخ أسامة الأزهرى مؤخراً بتولي مبادرة الرئيس المصري عبدالفتاح السيسي التي تحمل عنوان "الجيش الإلكتروني" المعنية بالتصدي لدعاية تنظيم داعش الإرهابي على الإنترنت عبر تخصيص صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتير باللغتين العربية والانجليزية (السيسي، ٢٠١٧).

وجدير بالذكر أيضاً أن القادة الدينيين في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ليسوا محصورين في علماء الإسلام؛ بل يستطيع قادة الدين المسيحي واليهودي أن يكونوا مُرسلين ناجعين؛ فعلى سبيل المثال، تم تقديم خطاباً مشتركاً من قادة مختلف الأديان يتمحور حول الوصايا الإلهية للمسلمين والمسيحيين والتي تحت الإنسان على محبة الله وحب جيرانه وإخوانه وأخواته من العقائد الإبراهيمية (مبادرة "كلمة سواء"). ولعل أبرز الأمثلة تتجسد في الزيارة التاريخية البابا فرنسيس إلى مصر والأزهر الشريف في مارس ٢٠١٧ وذلك بعد وقوع تفجيرين وحشيين في كنيسة سين بمصر في ديسمبر ٢٠١٦. ويصف خبير شؤون الشرق الأوسط أغسطس ريتشارد نورتن تلك الزيارة قائلاً: "بالنظر إلى مقام البابا ومكانته فإن المساهمة الكبرى التي قدمها هي تمييزه بين التطرف العنيف لجماعات مثل تنظيم داعش وبين الإسلام الحقيقي المعتدل" (فريد، ٢٠١٧).

## الشباب

لأن الشباب هم في العادة من يستمعون إلى أقرانهم فإن إشراك القادة الشباب بقوة باعتبارهم عناصر إيجابية للتغيير بحيث يمكن تحقيق أقصى استفادة منهم لا فقط باعتبارهم مُرسلين للخطاب المضاد والبدل ولكن أيضاً لصياغة الخطاب البديل ضد دعاية تنظيم داعش. ومن الأمثلة على مبادرات يقودها الشباب من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ومنها مبادرتي "السد الاستباقي" و "مركز الشمال للتعليم" وذلك في مدينة تطوان بالمملكة المغربية. وفي ظل تلك المبادرات، يعمل القادة الشباب على أرض الواقع للتصدي للراديكالية والتطرف بتوجيه المحتوى المقنع الذي يلقي صدق لدى الجمهور من الأهالي خاصة من الشباب في مناطق تستغلها الجماعات المتطرفة في تجنيد عناصرها. ("المجتمع المدني في تطوان بالمغرب يواجه أيديولوجية تنظيم داعش"، ٢٠١٦). وهم يقومون بهذه الجهود من خلال توفير فرص الحصول على تعليم وتقديم مناهج دراسية إضافية من خلال مراكز محلية. وفي هذا الصدد، غالباً ما يتمتع الشباب بمصداقية كمرسلين للخطاب المضاد والبدل وذلك بفضل قدرتهم على التواصل مع أقرانهم والتحدث مباشرة عن المظالم التي واجهوها.

## القاعدة الشعبية والمجتمع المدني والجهات الفاعلة المجتمعية

للعديد من الجهات الفاعلة ومن بينها المنظمات غير الحكومية ومنظمات المجتمع المدني دور مهم في إعلاء الأصوات المحلية. وبإمكان هذه الجهات الفاعلة التواصل مع فئات الجمهور المعرّضة لخطر الراديكالية والتطرف ولكن غالباً ما تكون مواردها محدودة للغاية حتى يتسنى لها القيام بصياغة وتطوير تطوير حملات الخطاب البديل أو المضاد. والمثال على المنظمات الشعبية هو "الرقعة تُذبح بصمت" (RBSS) وهي لمجموعة من الصحفيين الناشطين في سوريا والذين يقدمون صوراً ولقطات عن الحياة في ظل ما يُسمى بـ "الخلافة". وقد نشروا العديد من الفيديوهات التي تلقي الضوء على مواطنين في الأراضي التي يسيطر عليها تنظيم داعش وهم ينتظرون في طوابير طويلة من أجل الحصول على السلع الأساسية. ويمكن النظر إلى "الرقعة تُذبح بصمت" باعتبارها مُرسلاً ذو مصداقية لأنه يُنظر إليها باعتبارها "من الجمهور" وقادرة على نشر معلومات عما يحدث في الرقعة بطرق لا يستطيعها آخرون.



## الحكومات والمنظمات دولية

وفي سياق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا حيث تلعب الحكومات دوراً مركزياً في معاش مواطنيها؛ ويمكن أن تقوم الحكومات بإرسال خطاب مضاد فعال ضد التطرف العنيف. وعلاوة على ذلك ففي بعض السياقات ينظر المواطنون إلى قادتهم السياسيين أيضاً باعتبارهم ذوي هيمنة على الدين لا سيما أن ثمة تداخلاً بين الدين والسياسة في سياق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ولدى الحكومات في المنطقة أيضاً فرص الوصول إلى الموارد والتمويل والإفادة منها حيث يمكن تحقيق النجاح منها إذا ما تم استغلال تلك الموارد استغلالاً صحيحاً. ويجدر بالذكر أن إشراك الأطراف الإعلامية وغير الحكومية يمكن أن يعزز مصداقية الرسالة التي ينقلها كيان ترعاها الحكومة. ففي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ثمة عدد من المراكز والمنصات المعنية بالخطاب المضاد والبيديل وترعاها الحكومات أو المنظمات الدولية كما هو مدرج أدناه:

### السكينة (السعودية)

السكينة تديرها منظمة مستقلة غير حكومية وتركز على الشراكة مع علماء الإسلام من أجل التفاعل مع الأفراد الذين يسعون إلى تحصيل معرفة دينية وذلك بدعم من وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بالمملكة العربية السعودية (وزارة الشؤون الخارجية - المملكة العربية السعودية، ٢٠١٧).

الموقع الإلكتروني: <http://en.assakina.com>



### صوت الحكمة (منظمة التعاون الإسلامي OIC)

هذا المركز للحوار والسلام والتفاهم (CDPU)، أو "صوت الحكمة" هو منصة إقليمية خصصتها منظمة التعاون الإسلامي للخطاب المضاد المعني بالتصدي لخطاب التطرف والعنف وذلك بوعي نزع الشرعية عنه عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت والذي يشمل أيضاً إصدار سلسلة من الفيديوهات ومدتها ٩٠ ثانية يتم تقديمها باللغتين العربية والانجليزية .

الموقع الإلكتروني: <http://www.oic-cdpu.org>



### مركز صواب (الإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية)

هذا المركز هو مبادرة مشتركة قامت بتقديمها كل من الحكومتين الإماراتية والأمريكية لمحاربة دعاية تنظيم داعش على الإنترنت وتعزيز ونشر البدائل الإيجابية على صفحاته عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وإنستجرام ويوتيوب.

الموقع الإلكتروني: <https://twitter.com/sawabcenter>



### الرابطة المحمدية للعلماء المسلمين (المملكة المغربية)

خصصت هذه الرابطة المحمدية للعلماء المسلمين بالمملكة المغربية موقعاً بالعربية على الإنترنت يعمل على رفع الوعي الديني في المجتمع المغربي عبر عدد ١٤ مركزاً وهذا بالإضافة إلى مكتبة إلكترونية بها العديد من المطبوعات التي تركز على تفكيك خطاب التطرف وبالأخص الخطاب الصادر عن تنظيم داعش.

الموقع الإلكتروني: <http://www.arrabita.ma/default.aspx>



### اعتدال (المملكة العربية السعودية)

بصفته مركزاً عالمياً لمكافحة الأيديولوجيات المتطرفة جرى تدشينه مؤخراً خلال القمة الإسلامية الأمريكية في مايو ٢٠١٧؛ يسعى اعتدال إلى تنفيذ الخطاب الإصائبي الذي تستخدمه الجماعات المتطرفة مثل تنظيم داعش وتعزيز ثقافة الاعتدال والتعايش في مجتمعات الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

الموقع الإلكتروني: <https://etidal.org>



حالما تتحدد الأهداف ويتعين مُرسل الخطاب، تجب مراجعة الرسالة الواضحة المتعددة المستويات من أجل التأكد من أنها ستترك أثرها المنشود لدى الجمهور المُستهدف. وهذا يحدث فقط عندما يفهم منتج المحتوى جمهورهم المُستهدف ويستطيعون تطوير مُنتج و/أو رسالة تلقى صداها لديه. وعلاوةً على ذلك فعند تطوير محتوى حملات الخطاب البديل أو المضاد يصبح محتوى الرسالة وأسلوبها أمرين حاسمين تماماً مثل أهمية المحتوى ومُرسل الخطاب في ذاتهما.

فقد صوّر الخبراء في ورشة عمل مراكش وناقشوا العديد من أنواع الخطاب البديل والمضاد معتمدين على ممارسات محلية وإقليمية ودولية جيدة. ويقدم القسم التالي بعض المقترحات والأمثلة على العديد من أنواع الرسائل التي يمكن استخدامها والاستعانة بها عند تطوير محتوى أو صياغة حملات الخطاب البديل أو المضاد.

| أنواع الخطاب المضاد بمنطقة الشرق الاوسط وشمال إفريقيا |  |  |                           |
|---|--|--|---------------------------|
| الدولة  | المثال   | الوصف  | النوع                     |
| الممارسات الجيدة على الصعيدين المحلي والإقليمي        |  |  |                           |
| المملكة العربية السعودية                              | <p>دشن مركز اعتدال العالمي لمكافحة الفكر المتطرف حملة بعنوان "#لحياة_بلا_تطرف" أو "#LifeWithoutExtremism"</p> <p>وتجدونها في الرابط أدناه: <a href="https://bit.ly/2v5CnMS">"https://bit.ly/2v5CnMS"</a></p> <p>بهدف تعزيز ثقافة تدعو لـ "الحياة" بدلاً من الموت والتطرف. وتطرح حملة الفيديو هذه أسئلة عن حياة الناس اليومية مما يدفعهم إلى إعادة النظر في رؤيتهم للأخريين في سياق التطرف. ويسعى الفيديو إلى دعوة المشاهدين إلى النظر إلى الأخريين الذين يتفاعل معهم يومياً باعتبارهم بشراً مثله لا من خلال منظور الاختلافات الدينية أو الطائفية أو الإثنية.</p>                     | <p>يُركز هذا النوع من الخطاب على تقديم قصة استباقية وبديلة أكثر جاذبية من الإرهاب. وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ربما تشتمل هذه الرسائل على السلام والتسامح والحوار بين الأديان أو بين الطوائف.</p> | الخطاب الإيجابي أو البديل |
| لبنان<br>سوريا<br>العراق<br>مصر                       | <p><a href="https://bit.ly/2CGyqjZ">#شو_قصتك؟</a><br/>"https://bit.ly/2CGyqjZ"</p> <p>حملة على الإنترنت تسمى "شو قصتك" (ما قصتك؟)، وتجدون رابطها أعلاه، تهدف إلى التصدي إلى التطرف العنيف من خلال مجموعة من الأفلام القصيرة تعرض قصص أبطال من الشباب مؤثرين في مجتمعاتهم مع عرض أمثلة من الحياة لمكافحة التطرف ونبذ التعصب بناء على قصص واقعية. وإحدى الحملات تحكي عن فتاة لبنانية شيعية دعت فتاة أخرى سنية إلى الصلاة معاً كل في مسجدها برغم التوترات الطائفية حيث تعرض الحملة مثلاً إيجابياً على كيفية التعامل مع الاختلافات بين الأفراد في المجتمع من خلال القيام بعمل ملموس.</p> |  |                           |

## انتاج محتوى مؤثر

تدليل جمهورك عبر مقابلات عميقة واستبيانات أو جماعات مُركّزة يمكن أن يساعد في صقل المحتوى أكثر وأكثر، وتوفير المعلومات الضرورية لتطوير محتوى مُقنع.



| الدولة           | المثال  | الوصف  | النوع                            |
|------------------|---|--|----------------------------------|
| المملكة المغربية | <p>أنتجت منظمة البحث عن أرضية مشتركة سلسلة فيديوهات بعنوان "#بناء الجسور في المغرب" التي تجدونها في الرابط أدناه:</p> <p><a href="https://bit.ly/2zxQjTn">https://bit.ly/2zxQjTn</a></p> <p>تجمع بين "الضحية" و"المعتدي" لتبادل خبراتهما العاطفية. وبنقاش المرتضى وهو إمام مسجد محلي في شمال المغرب كيف أن زيارته إلى كنيسة محلية في يوم التسامح العالمي قد أفضت إلى تلقيه تهديدات بالقتل ومن ثم قرر المرتضى أن يلتقي المعتدي (ليكن له أي اسم "فلان" مثلاً) من أجل أن يفهم دوافعه فهماً أفضل ولمحاولة التغلب على ما بينهما من اختلافات. وقد قدم فيديو "المرتضى وفلان" مثلاً يُقتدى به في إعلاء قيم التسامح والاعتدال والتفاهم الذي ينبغي أن تحذو المجتمعات المحلية حذوه.</p>  | <p>يُركز هذا النوع من الخطاب على عوامل "الجذب" التي قد تؤثر على الأفراد عاطفياً أو نفسياً وتؤدي بهم إلى الوقوع في برائن التطرف العنيف.</p> | الخطاب العاطفي أو الأخلاقي       |
| العربية السعودية | <p><a href="https://bit.ly/2r0xYta">https://bit.ly/2r0xYta</a></p> <p>هو إنتاج تليفزيوني من ٢٠ حلقة، والذي يُمكن مشاهدته مباشرة عبر الرابط أعلاه، والذي يسعى للاستفادة من تأثير التليفزيون في العالم العربي ليلقي الضوء على طبيعة مظاهر الحياة الحقيقية في ظل تنظيم داعش. والقصص التي يعرضها المسلسل مأخوذة عن حالات موثقة ومقابلات تم إجرائها مع أعضاء سابقين في تنظيم داعش. ومع تركيز خاص على المُجندات حيث تتبع حبكة الحلقات تلك الدوافع المختلفة التي تؤدي بالأفراد إلى الانضمام إلى تنظيم داعش (السلطة والدين والديكتاتورية والفقر وما شابه). ويمتزج هذا بعرض أفعال غير إنسانية تورط التنظيم فيها ودعا إليها. كما تظهر الفساد المتأصل داخل قيادة التنظيم بالإضافة إلى عدم وجود التزام تجاه المجندين والمجنّدات فيها وتخليهم عنهم.</p> <p>ومن بين الصيحات الأساسية هي عملية تجنيد الأطفال لتنفيذ عمليات التفجير الانتحارية حيث تلقي حلقات المسلسل الضوء على عدد من الأنشطة الإجرامية الوحشية التي ارتكبتها تنظيم داعش ومنها على سبيل المثال لا الحصر: القتل الجماعي لاسيما قتل إخوانهم من المسلمين والاعتصام والخطف والتورط في نشاط الاتجار بالمخدرات.</p> <p>وبأبني الممثلين والممثلات من بلدان عربية مختلفة مع استخدام اللهجات العامية واللغة العربية الفصحى الحديثة.</p> | <p>هذا النوع من الخطاب إنما يهدف إلى كشف المغالطات والنفاق الذي يُحيط بالجماعات العنيفة المتطرفة.</p>                                      | فضح الخرافات والمعلومات المغلوطة |

| الدولة                         | المثال   | الوصف  | النوع                             |
|--------------------------------|--|--|-----------------------------------|
| الإمارات<br>العربية<br>المتحدة | #أكاذيب_داعش_تفصح والتي تجدونها عبر الرابط أدناه:<br><a href="https://bit.ly/2vn0Hcz">https://bit.ly/2vn0Hcz</a><br>وهي حملة أطلقها مركز صواب وتمحور حول شهادات المنشقين عن تنظيم داعش بهدف تشجيع من ينوون الانشقاق على الإقدام عليه، بالإضافة إلى استعراض مزاعم تنظيم داعش الزائفة المغلوطة وأنه ليس معصوم من الخطأ. وهي حملة تهدف إلى رفع الوعي بالتأثير السلبي للانضمام إلى تنظيم داعش.   |  |                                   |
| المملكة<br>العربية<br>السعودية | استخدمت الكثير من البرامج والفيديوهات الفكاهة والضحك كوسيلة للتصدي لأعمال العنف التي يرتكبها تنظيم داعش. على سبيل المثال فإن برنامج "سلفي" والذي تحدون تفاصيل أكثر عنه في الرابط أدناه:<br><a href="https://bit.ly/2AqI2SR">https://bit.ly/2AqI2SR</a><br>هو برنامج تليفزيوني يسخر من تنظيم داعش في واحدة من طقاته حيث أراد النجم الكوميدي ناصر القصبي أن يقدم جماعة على نمط تنظيم داعش الإرهابي فصور الحياة في ظل تنظيم داعش وهي تحوي "أسواق الخاصة" لبيع البنات ويذكر أن الممثل ناصر القصبي قد أجاب بالضحك إزاء التهديدات بالقتل التي تلقاها من تنظيم داعش بعد إذاعة الحلقة فكان أن سخر منها أكثر. (جاني، ٢٠١٥). | يستخدم هذا النوع من الخطاب الفكاهة والسخرية للاستهزاء من تنظيم داعش ونزع الشرعية عن رموزه وخطابه العنيف المتطرف.   | الخطاب<br>الفكاهي<br>السخر        |
| جمهورية<br>مصر العربية         | نمة نماذج للخطاب الديني والأيدولوجي يتم تقديمه من خلال <b>مرصد الأزهر لمكافحة التطرف</b> والذي يمكنكم زيارة موقعه عبر الرابط أدناه:<br><a href="https://bit.ly/1Zt0wCN">https://bit.ly/1Zt0wCN</a><br>والمرصد متاح بتسع لغات مختلفة. والأزهر الشريف وهو أقدم المراكز لتدريس الإسلام في العالم وأعلى سلطة إسلامية في مصر تعمل خلال المدارس وكليات الجامعة ومعاهد البحوث. وهذا المرصد هو بوابة إلكترونية تُقدم تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام وتفنّد الأيدولوجيات الإرهابية وترد عليها.  | يسعى هذا النوع من الخطاب إلى تفنيد المزاعم الأيدولوجية أو الدينية التي تستخدمها الجماعات المتطرفة مثل تنظيم داعش وتقديم التفسيرات الصحيحة للنصوص الدينية والتي بالطبع لا تبرر استخدام العنف. | الخطاب<br>الديني أو<br>الأيدولوجي |

بعد تحديد فئات الجمهور المُستهدفة وأوجه ضعفها ووضع أهداف وغايات واضحة وتحديد المرسل لرسالة الخطاب البديل أو المضاد تأتي مرحلة تعيين وسيلة النشر والترويج سواء من خلال منصات متوفرة عبر شبكة الإنترنت أو خارج الإنترنت. وفيما يلي الوسائل أو الوسائط الرئيسية لنشر حملات الخطاب البديل أو المضاد والتي تشمل على سبيل المثال لا الحصر:

**تحديد الوسيلة أو الوسيط (الوسائط) التي سيتم من خلالها نشر الرسالة**

### منصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الرسائل النصية والاتصال

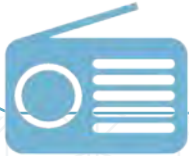
حيث غالباً ما تمتزج بصور أخرى من وسائل الاتصالات (مثل الفيديوهات أو تنسيق تبادل الرسومات (GIF) أو الصور) تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بفعاليتها كمنصات لتبادل ومشاركة المحتوى رسائل الخطاب البديل أو المضاد عبر شبكة الإنترنت. وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، يحتل فيسبوك الصدارة بصفته الموقع الأكثر شعبية حيث تأتي دولة الإمارات العربية المتحدة وتونس كأكثر بلدان المنطقة نشاطاً في استخدامه. ومن حيث أكبر عدد للتغريدات على موقع تويتر تحتل الصدارة كل من السعودية ومصر (سالم، 2017). أما موقع انستجرام فينتشر استخدامه أيضاً في الإمارات العربية المتحدة والبحرين ولبنان والكويت (سالم، 2017) ويُستخدم موقع يوتيوب بكثرة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خاصة في السعودية والإمارات حيث يتم مشاهدة الفيديوهات في المقام الأول عبر الهواتف الذكية ("يوتيوب بعد عشر سنوات"، 2015). ولا ننسى تطبيقات الرسائل النصية والاتصال المجانية مثل "واتساب" و"هاناوتس" و"سكايب" و"فاير" و"سناشات" و"تيليجرام" و"وي تشات" والتي لها جميعاً شعبية كبيرة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. والمثال على حملة تصميمها ليتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي صفحة فيسبوك "تعددية" التي تتقاسم قصصاً وأفلاماً قصيرة عن أبطال من شباب المنطقة مصحوبة بهاشتاج أو وسم "شو قُصتك" والتي تجدونها في الرابط أدناه.

(<https://www.facebook.com/taadudiya>)



### برامج الإذاعة

ظلت برامج الإذاعة ذات شعبية كبيرة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لكنها وصلت بالتحديد في الخليج ومصر ولبنان إلى أكثر من ثلثي الشعب بحسب Mideast Media ("صناعات الإعلام الإذاعي في الشرق الأوسط"، 2016). والمثال على مبادرة في البحرين هو برنامج إذاعي بالعربية "المعرفة قوة" (الرويلي، 2017). ويهدف هذا البرنامج إلى توعية العائلات بشأن الدعاية الزائفة للمنظمات الإرهابية ومناقشة مختلف المسائل المتعلقة بالتطرف العنيف.



### المواقع الإلكترونية ومنتديات المناقشة

يمكن أن تكون المواقع الإلكترونية موارد بالغة الأهمية سعياً لنشر محتوى أكبر كماً وكيفاً. والمثال على ذلك هو حملة السكنينة ("جيش إلكتروني لمجابهة التطرف والإرهاب"، 2017)، وهو موقع إلكتروني يُقدم تدخلات فردية ويحوي قاعدة بيانات رقمية للإرشاد الديني للإجابة عن أسئلة حول المعتقد الإسلامي (40,000 مادة كتابية وصوتية ومرئية) للمستخدمين في السعودية بالأساس.



### التلفزيون ومسلسلات الدراما العربية والأفلام والسينما

مقاطع الفيديو القصيرة ومسلسلات الدراما والأفلام الطويلة هي نوع آخر من الإعلام الذي يصل إلى جمهور عريض في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وثمة مثال من هذه المنطقة هو "غرابيب سود" وهو مسلسل درامي يصور وحشية الحياة في ظل تنظيم داعش وقد قدمته قناة تلفزيونية مملوكة للملكة العربية السعودية خلال رمضان في 2017 ("دراما التلفزيون السعودي تحارب داعية تنظيم داعش"، 2017). وجدير بالذكر أيضاً أن موقع يوتيوب قد نشر مؤخراً قناة جديدة اسمها "مسلسلات" لتكون بمثابة منصة تحوي أكثر من 500 مسلسل تلفزيوني عربي من مختلف أنحاء الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (يوتيوب يدشن منصةً لمسلسلات تلفزيونية عربية بعنوان مسلسلات، 2016).



### منصات أخرى خارج الإنترنت

وتشتمل على الإعلام المطبوع مثل اللوحات واللافتات والكتب والمجلات والجرائد والمطويات ورسوم الكارتون ورسائل الهاتف النصية. على سبيل المثال فإن النسخ المطبوعة من كتاب "القرآن الكريم مع إحالات إلى الإنجيل، فهم معاصر" يمكن استخدامها كخطابات بديلة لإبراز حجم التشابه الكبير بين الإسلام والمسيحية ومن ثم بث رسالة الوحدة. وثمة مثال آخر هو مجلة "الحقيقة" وهي متاحة أيضاً على الإنترنت وتهدف إلى كشف زيف خطابات تنظيم داعش حيث تتبع مجلة الحقيقة تصميماً وأسلوباً مماثلاً لمجلة دابق وتستغل الصور المبهجة لإغراء الجمهور المستهدف بفتح صفحاتها.



### التفاعل وجهاً لوجه

مع أن هناك تركيزاً كبيراً على التعامل على الإنترنت وشبكة التواصل الاجتماعي إلا أن التفاعل الاجتماعي المباشر ينبغي ألا ننساه. ويشتمل هذا على المحاضرات الدينية والفعاليات العامة والحفلات والمؤتمرات وبرامج المناظرات. والشائع أيضاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هو التجمعات الصغيرة حيث يتواصل أفراد المجتمع ويتشاركون المعرفة عبر المجالس والقعدات سواء الرسمية أو شبه الرسمية وهو تقليد ثقافي يمكن فيه للكبار في السن أن يوجهوا الجيل الأصغر ويعلموه ويناقشوا ما لديهم من أسئلة. وثمة مثال آخر من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على التعامل المباشر وجهاً لوجه هو "أكشاك الفتوى" الأزهرية وهنا يلعب علماء الإسلام دوراً حاسماً في الإرسال الديني المضاد خارج الإنترنت وذلك بتشجيع الناس على استشارة الأزهر في الأمور الدينية لأن يستقوا معلوماتهم من جماعات مثل تنظيم داعش (مايكلسون، 2017).



عند تعيين استراتيجية ملائمة للترويج لمنتجاتك ضع بحسبانك وصايا جوهرية مثل ما يلي:

توظيف شبكات المنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني والشركاء الإعلاميين. لا تنس التعاون مع القطاع الخاص.



فكر في كيفية إعادة تعبئة المادة ونشرها على منصات متنوعة لتصل إلى مدى أوسع. على سبيل المثال يمكن اختصار منشور مدونة في جملة واحدة وجمعه بصورة لإنستغرام.

فكر في توقيت تدشين الحملة وكيف سيتفاعل الجمهور المُستهدف مع الرسالة في خلال ذلك الإطار الزمني. على سبيل المثال ثبتت مسلسلات التلفزيون الدرامية في أثناء شهر رمضان حيث تقيم الأسر في الغالب في البيت وتشاهد التلفزيون معاً.



استعن بالأفلام الدعائية القصيرة للتحفيز والإلهام قبل البداية خاصة مع الخطابات التي ثبتت عبر الإذاعة والتلفزيون.

في شبكات التواصل الاجتماعي استخدم الوسوم الجاذبة الأخاذة التي تلقى الضوء على الرسالة الجوهرية.



اضمن طريقة تواصل ثنائية بين المرسلين والجمهور المستهدف. قدّم سبيلاً للجمهور المستهدف يستطيع من خلاله استقبال المزيد من المعلومات أو التفاعل مع الرسالة لو كانت هناك دعوة للعمل (غير العنيف طبعاً).

تأمل لغة الرسالة وقدم ترجمة أو تعليقات تفسيرية إذا لزم الأمر بغرض الوصول إلى نطاق أوسع.





أخيراً ولضمان الاستدامة من المهم أن يكون هناك تقييم لتأثير الخطاب البديل أو المضاد على أن يرتبط هذا التقييم بالأهداف والغايات التي حُددت للخطاب المضاد في الخطوة ٤. ولكل هدف/غاية ينبغي أن يكون هناك مؤشر واحد أو عدة مؤشرات تصاغ بحيث تُفصّل كيف وفت الحملة أو لم تف بالأهداف/الغايات المُقررة لها. وثمة تقرير في ٢٠١٦ من معهد الحوار الاستراتيجي (ISD) يلخص ثلاث طرق يمكن بها قياس حملات الخطاب المضاد على الإنترنت: الوعي والتفاعل والتأثير (سيلفرمان، وآخرون، ٢٠١٦). وبالاستفادة من تلك الفئات في تقرير المعهد إليك فيما يلي بعض الأمثلة على المؤشرات الرئيسية لكل واحدة من تلك الفئات (وتشتمل أيضاً على القياسات خارج الإنترنت):

### الوعي

- عدد الأشخاص الذي تأثروا بالحملة (بمعنى أين تم الترويج لها)
- عدد الأشخاص الذين يرغبون في المشاركة في فعالية عامة أو محاضرة
- عدد "الانطباعات" على تويتر
- "التواصل" على فيسبوك
- نسبة المشاهدة المتوقعة لبرنامج تليفزيوني
- العدد المحتمل لزوار موقع تُعرض فيه لوحة أو لافتة

### التفاعل

- عدد الأشخاص الذين رأوا/شغّلوا الفيديو على يوتيوب
- عدد "الإعجابات" على منشور أو صفحة فيسبوك
- عدد النقرات على الروابط
- إعادة التغريد أو المشاركات على تويتر وفيسبوك
- دعوات الاشتراك في بث تليفزيوني مباشر لبرنامج على الهواء
- عدد الأشخاص الحاضرين في حفل أو فعالية عامة

### التأثير

- التفاعل الدائم من جانب المستخدمين مثل الردود على تويتر
- المشاركات بتعليقات على فيسبوك
- التحليل النوعي للتعليقات والنقاشات على يوتيوب
- مكاسب المحتوى وهو مفهوم ينطبق على القيمة العددية لما أحرزه المحتوى من نقاط اعتباراً من رحلة المشاهد منذ البداية حتى وصوله إلى المحتوى (إشام وبيدو، ٢٠١٦)

البيانات المجمّعة عن تلك المنصات يمكن أيضاً إعادة تصنيفها بحسب النوع والسن والدولة للمساعدة في تحديد ما إذا كانت الحملة قد وصلت بالفعل أو لم تصل إلى الفئات المستهدفة من الجمهور والمقصودة بالحملة.



## التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مؤشراً للتأثير

التفاعل مع أولئك الذين يكتبون تعليقات مهمة على شبكات التواصل الاجتماعي مفيد لأن التحليل العميق لتلك التعليقات قد يكون ذا جدوى في مرحلة التقييم ويساعد على تغيير وتفصيل حملات الخطاب المضاد مما يجعلها أكثر تأثيراً وفعلاً.

## دراسات حالة للخطاب البديل والمضاد من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ومن خارجها

### المنهجية

خلال ورشة عمل انعقدت في مراكز انقسام الخبراء إلى مجموعات مُكلفة بتقديم تحليل تفصيلي عن نماذج معينة للخطاب المضاد والتي تم تناولها بالتفصيل من خلال إطار الـ ٩ خطوات المُقدم في هذا الدليل الإرشادي. وقد اختيرت دراسات الحالة بناءً على رأي الخبراء الذين حددوا أمثلة تكاد تكون مطابقة لنماذج خطاب مضاد كان لها صدى ودوي لدى الفئات المستهدفة من الجمهور بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (حتى بالنسبة إلى أمثلة من خارج المنطقة).



### دراسة الحالة # ١: "شو قصتك رقم ١" لبنان

#### ١. تقييم عوامل الدفع والجذب ذات الصلة

**عوامل الدفع:** - الطائفية وبخاصة في سياق هجوم تنظيم داعش على الضاحية الجنوبية وهي منطقة تحتوي على نسبة كبيرة من الشيعة بلبنان.  
- بيئة الكراهية والخوف بسبب الموقف الأمني.

**عوامل الجذب:** - الولاء للعشيرة والطائفة  
- عدم وجود القدوة الحسنة  
- السعي إلى إشباع الهوية والإحساس بالانتماء

#### ٢. تحديد الفئة المستهدفة من الجمهور

لقد كانت الفئة الأولى المُستهدفة من الجمهور بهذه الحملة هو شعب لبنان ولكن ثمة أيضاً دولاً مماثلة تعاني من توترات طائفية قد تلقى الحملة صدى لديها. وكانت الفئة الثانية المُستهدفة من الجمهور هو الشباب العربي من سن ١٨ إلى ٣٩ سنة وبخاصة من هم عُرضة للوقوع في برائن الراديكالية والتطرف.

٣. تحديد الخطاب المتطرف العنيف المراد مكافحته والتصدي له سواء كان صريحاً أو ضمنياً  
تسعى هذه الحملة إلى مواجهة خطاب تنظيم داعش الذي يُبرز الصراع الطائفي وخطاب "نحن في مقابلهم" الذي يُحاجج بأن السنة يتعرضون لهجوم من قوات الشيعة وميليشياتها.

#### ٤. تحديد أهداف وغايات واضحة من الخطاب المضاد

كانت أهداف الحملة وغاياتها تقتضي تغيير مواقف المجتمع اللبناني ورؤاه نحو الطوائف الأخرى وزيادة خطاب الإعلام الإيجابي وشبكات التواصل حول التعددية والتعايش في العالم العربي

## ٥. تحديد المُرسِل المؤثر

داليا المقداد هي المُرسِل الأساسي لهذه الحملة وتُعتبر مُرسلاً مؤثراً وموثوقاً لأنها ناشطة معنية بالشباب ومن الواضح أنها تنتمي إلى المجتمع البيروتية ولها اطلاع على المسائل المثارة في الحملة. وقد أبرز الفيديو أيضاً التنوع بإظهاره امرأتين ترتدي أحدهما الحجاب والأخرى لا ترتديه.

## ٦. صياغة محتوى الرسالة ومنطقها

تُرکز حملة "شو قصتك" على تقديم رسالة مفادها أن مختلف الطوائف الدينية بوسعها أن تعيش بل هي بالفعل تعيش في تناغم مع بعضها البعض. وقد بيّنت هذه الحملة أن العلاقات فيما بين الطوائف والتنوع هما المكون المحوري في المجتمعات اللبنانية.



## ٧. تحديد الوسيلة أو الوسيط (الوسائط) التي ستُنشر فيها الرسالة

كانت مواقع التواصل الاجتماعي المُحددة لنشر الرسالة هي فيسبوك وتويتر حيث تم اطلاق الحملة في البداية على فيسبوك حيث كانت الفئة الأولى المُستهدفة من الجمهور في بادئ الأمر هي المجتمع اللبناني ثم انتشرت الحملة بعدئذ عبر تويتر ثم يوتيوب من خلال قناة "تعددية" التي كانت سبباً جوهرياً وراء اتساع نطاق الحملات عبر مختلف الدول فيما بعد.

## ٨. وضع وتطوير استراتيجية للنشر

بسبب شعبية موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بين الشباب اللبناني انتشرت الحملة في أول الأمر عبر الإنترنت عبر فيسبوك ثم امتدت لاحقاً لتشتمل على تويتر للوصول إلى الشباب في البلدان العربية (مثل الخليج). ولأقصى حد من الترويج انتشرت الحملة أيضاً خارج نطاق الإنترنت عبر فعاليات مثل جلسات رفع الوعي في لبنان وخارجه. وعلاوة على ذلك فإن المنصات المحلية والدولية خارج نطاق الإنترنت قد استُخدمت للوصول إلى جمهور أوسع مثل قناة تيلي لومبار وقناة دي دبليو وقناة المستقبل ومجلة الشباب وإذاعة البشائر وإذاعة الفجر.

## ٩. تقييم تأثير الخطاب البديل أو المضاد ومراجعة النهج المتبع بناء على ذلك بغية الحفاظ على فعالية الحملات

ثمة أدناه بعض المؤشرات الرئيسية المستخدمة لتقييم تأثير الحملات:

### الوعي:

نطاق الانتشار (المشاهدات والانطباعات) - أكثر من مليوني مشاهدة في ٤ أشهر - مليون في الشهر الأول، وجزء بالذکر أن الفيديو حقق مشاهدات بلغت في نوفمبر ٢٠١٧ أكثر من ٢.٨ مليون مشاهدة.

### التفاعل

التفاعل النشط عبر شبكة الإنترنت اشتمل على ١٥ ألف إعجاب و ١.٦ ألف مشاركة.

وعند إعادة تقييم الحملة تبين أن هناك بعض التعديلات ينبغي النظر لها مثل تغيير الفئة المُستهدفة من الجمهور وذلك من أجل نجاح الحملة وتوسيع مداها لتصل إلى العالم العربي كله. وفوق هذا فبدلاً من أن يُطلب من الناس تصوير قصصهم بأنفسهم طُلب منهم أن يحكوا قصصهم وذلك بسبب القدرة المحدودة على تصوير قصصهم.



## دراسة حالة # ٢: مجلة الحقيقة الرقمية | المملكة المتحدة

### ١. تقييم عوامل الدفع والجذب ذات الصلة

|              |  |                              |
|--------------|--|------------------------------|
| عوامل الدفع: | - الشعور بالإحباط  | - الإقصاء والتهميش           |
| عوامل الجذب: | - البحث عن مغامرة  | - فرصة للحصول على الرومانسية |
|              | - الشعور بالهوية   | - البحث عن البطولة أو الخلاص |
|              | - طريقة للتكفير عن الخطايا أو التعويض عن العيش في مجتمع غربي |                              |
|              | - فرصة لتحقيق الانتقام                                       |                              |

### ٢. تحديد الفئة المُستهدفة من الجمهور

تم تحديد الفئة الأولى المُستهدفة من الجمهور بهذا النموذج من الخطاب المضاد لتكون الجيل الثالث والرابع للشباب البريطاني المسلم في الفئة العمرية من سن ١٥ إلى ٢٤ (سواء من الرجال والنساء).

### ٣. تحديد الخطاب المتطرف العنيف المراد مكافحته والتصدي له سواء كان صريحاً أو ضمنياً

كان هدف الحملة هو التصدي لدعاية تنظيم داعش التي ترؤج إلى: (١) دولة الـ"خلافة" في العراق وسوريا، و (٢) وجوب مبايعة تنظيم داعش وموالاته، و (٣) الفتنة أو بث الشقاق باستخدام العنف.

### ٤. تحديد أهداف وغايات واضحة من الخطاب المضاد

الهدف الأسمى للخطاب هو كسر الدائرة المفرغة لتنجيد الأفراد من أجل الانضمام لتنظيم داعش، وأما الأهداف والغايات الفرعية فتشتمل على:

١. تثقيف الشباب المسلم بشأن حقيقة الحركات المتطرفة؛
٢. زيادة مصداقية علماء المسلمين البريطانيين؛
٣. إثبات الضعف والنفاق في خطابات تنظيم داعش؛
٤. إثناء الشباب المسلم البريطاني عن الانضمام إلى تنظيم داعش.

### ٥. تحديد المُرسِل المؤثر

هذا الخطاب بالتحديد يستلزم مُرسِلين مُحددتين من العلماء أو الأئمة المسلمين البريطانيين من الذكور والإناث على حد سواء وكذلك الشخصيات المؤثرة الرئيسية مثل أفراد العائلة ومعلمي المدارس والصحفيين.

### ٦. صياغة محتوى الرسالة ومنطقها

محتوى هذا الخطاب المضاد إنما يبرز الخطاب الديني في سياق معين والذي بإمكانه ليس فقط إبعاد الإسلام عن تنظيم داعش بل أيضاً تعميق الإحساس بالهوية والانتماء للمسلمين البريطانيين. ولأن الشباب المسلم يتعرض للتضليل وتُستغل براءتهم إذ يُجبرون على قبول الأكاذيب التي تدعمها دعاية مُضللة فإن اختيار عنوان للمجلة الرقمية التي نحن بصددنا "حقيقة" هنا يعني الصدق الذي يهدف إلى جمع كبار علماء المسلمين في بريطانيا لشرح حقيقة الإسلام وكشف أكاذيب تنظيم داعش.

## ٧. تحديد الوسيلة أو الوسيط (الوسائط) التي ستُنشر فيها الرسالة

لقد تم تخصيص موقع إلكتروني لهذا النموذج من الخطاب المضاد وهو [www.haqiqah.org](http://www.haqiqah.org) وثمة فرص إضافية للنشر من بينها منصات شبكة التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب. واللافت أن المجلة الإلكترونية قد صُممت على نحو تصويري جذاب على نمط مجلة دابق وتستخدم خطوطاً وألواناً مشابهة لها لجذب الجماهير إلى محتواها.

## ٨. وضع استراتيجية للنشر

لقد انتشرت الحملة في بادئ الأمر على الإنترنت لكن ثمة تفكيراً أيضاً في الاستعانة بمنشآت أكبر خارج الإنترنت تشمل فعاليات في بيوتات عامة مفتوحة للجميع سوف تستغل المرسلين وجهاً لوجه ومطويات يمكن توزيعها في محطات مترو الأنفاق ورسوماً على الجدران ولوحات تُستخدم في المدارس والمساجد.

## ٩. تقييم تأثير الخطاب البديل أو المضاد ومراجعة النهج المتبع بناء على ذلك بغية الحفاظ على فعالية الحملات

لم يتم قياس فعالية الحملة حتى الآن ولكن فيما يلي بعض المؤشرات الرئيسية التي سوف تُستخدم لتقييم تأثيرها:

### الوعي

نطاق الانتشار (المشاهدات والانطباعات) - وهو مما يمكن الحصول عليه عبر تحليلات المنصات الرقمية والاستبيانات والاستقصاءات.

### التأثير

يمكن قياس التغيير المحتمل في الرؤى الدينية من خلال إجراء مسح استقصائي ومقابلات مع من تعاملوا مع مجلة الحقيقة أو عبر تحليل التعليقات.



## دراسة الحالة # ٣: "فيديو المرتضى و إكس (فلان)" | المغرب

### ١. تقدير عوامل الدفع والجذب ذات الصلة

- عوامل الدفع:**
- عدم وجود تدريب كاف في المدارس الدينية
  - وجود بيئة تشعل الطائفية والصراع الديني
  - نقص المعرفة بالآخرين
  - البيئة المحافضة والمنغلقة ثقافياً إضافة إلى نقص المعرفة بالمجتمعات الخارجية
  - التهميش الاقتصادي والفقر والعزلة
  - الإحساس بالنفور
- عوامل الجذب:**
- الإحساس بالانتماء
  - الانجذاب نحو بيئة مُحافِظة ثقافياً

### ٢. تحديد الفئة المُستهدفة من الجمهور

لقد كانت الفئة المُستهدفة من الجمهور بهذه الحملة هو الشباب من الفئة العمرية من سن ١٥ إلى ٢٥ سنة بمن فيهم الشباب في المدارس الدينية ومن حصلوا على تعليم محدود ومن ثم صاروا أكثر عُرضة للخطاب العنيف المتطرف.

### ٣. تحديد الخطاب المتطرف العنيف المُراد مكافحته والتصدي له سواء كان صريحاً أو ضمناً

لقد كان هدف الحملة هو التصدي لخطاب تنظيم داعش الذي يُعادي كل من يختلف معه في الدين أو العرق.

### ٤. تحديد أهداف وغايات واضحة للخطاب المضاد

- وقد اشتملت الأهداف والغايات على:
١. تعزيز خطاب ديني أكثر تسامحاً؛
  ٢. تعزيز قيم التعايش؛
  ٣. ترسيخ قيم المواطنة.

### ٥. تحديد المُرسِل المؤثر

بصفته أسوة حسنة وقدوة مُلهمة للشباب وهو رجل دين شاب؛ فإن المرتضى قد اختير ليكون المُرسِل الأساسي للحملة.

### ٦. صياغة محتوى الرسالة ومنطقها

لقد تم صياغة محتوى الحملة على نحو يُمكن الاستفادة منه في معالجة مسائل بعينها داخل مدينة "الحسيمة" وهي منطقة محافظة في المغرب. والهدف كان إبراز أهمية أو قبول الاختلافات بين الناس. وفوق هذا فقد طُوّرت الحملة للسماح للمعتدي (فلان/إكس) بالتفاعل مع ضحية الهجوم اللفظي (المرتضى) للسماح لكليهما بالتعبير عن رأيه وقناعاته من أجل فتح باب الحوار فيما بينهما.

### ٧. تحديد الوسيلة أو الوسيط (وسائط) تُنشر فيها الرسالة

كان الوسيط المُستخدم لنشر هذا النموذج من الخطاب هو مقطع فيديو يتم تداوله عبر شبكة الإنترنت لاسيما أن الخطاب انتشر بالأساس عبر الموقع الإلكتروني لـ "منظمة البحث عن أرضية مشتركة - المغرب" فضلاً عن العديد من منصات شبكة التواصل الاجتماعي.

## ٨. وضع وتطوير استراتيجية للنشر

بدأت الاستراتيجية بنشر الفيديو على الإنترنت عبر منصات شبكة التواصل الاجتماعي واشتملت الحملة أيضاً على عنصر خارج الإنترنت حيث قام المرسل وهو المرتضى باجراء حوار والتفاعل على نحو مباشر مع الفئة المُستهدفة من الجمهور.

## ٩. تقييم تأثير الخطاب البديل أو المضاد ومراجعة النهج المتبع بناء على ذلك بغية الحفاظ على فعالية الحملات

لم يتم تقييم هذا النموذج من الخطاب المضاد بعد لكن الطرق الأساسية التي يمكن الاستعانة بها لتقييم تأثيرها هي:

### الوعي

نطاق الانتشار المُحتمل من حيث نسب المشاهدة على صفحات التواصل الاجتماعي (المتابعين على موقع فيسبوك).

### التفاعل

عدد مرات مشاركة الفيديو على شبكة التواصل.

### التأثير

جودة الخطاب والنقاش خلال محاورات المرتضى خارج الإنترنت.





دراسة الحالة # ٤: إعلان زين | الكويت

### ١. تحديد عوامل الدفع والجذب المحتملة

- عوامل الدفع:**
- نقص الوعي الديني داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
  - الإقصاء/التهميش بين بعض المجتمعات داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
- عوامل الجذب:**
- الإحساس بتحقيق الذات بتنفيذ هجوم إرهابي
  - الإحساس المتزايد بالانتماء أو الهوية في مجتمع ما

### ٢. تحديد الفئة المُستهدفة من الجمهور

إن الفئة المُستهدفة من الجمهور بهذه الحملة هو "الجمهور العام" في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

### ٣. تحديد الخطاب المتطرف العنيف المراد مكافحته والتصدي له سواء كان صريحاً أو ضمنيّاً

سعت هذه الحملة إلى تنفيذ خطاب تنظيم داعش التي تبرر بها أعمال العنف وتعتبره مقبولاً دينياً وأخلاقياً. وفوق هذا فقد استعانت بأمثلة دينية تناقض خطاب تنظيم داعش الذي يُركز على انقسام المجتمعات.

### ٤. تحديد أهداف وغايات واضحة للخطاب المضاد

كان الهدف الرئيسي من رسالة هذا الإعلان هو تعزيز قيم السلام والتسامح وتغيير الفكرة المستقرة التي تقول إنه لا "مخرج" للإرهاب. وهي تهدف إلى فعل ذلك بتقديم خيار للانتقال من العنف إلى المحبة ومن العزلة إلى الاندماج في المجتمع.

### ٥. تحديد المُرسِل المؤثر

كان المُرسِل الأساسي لهذا النموذج من الخطاب أو الإعلان هو المغني العربي المشهور حسين الجسمي وهو من الإمارات العربية المتحدة. وفوق هذا فقد أظهر الفيديو مقاطع لضحايا الإرهاب لإبراز الوجه القبيح لعواقب العنف والإرهاب. وقد أنتجت شركة زين هذا الإعلان وهي شركة اتصالات كويتية تقدم خدمات الهاتف المحمول.

### ٦. صياغة محتوى الرسالة ومنطقها

استعان محتوى هذه الحملة ومنطقها بفكرتين جوهريتين: الأولى هي أن الفيديو يعزز الإحساس بالتضام والانتماء وينقل رسالة إلى الإرهابي المحتمل بأن بوسعه العودة إلى مجتمعه. يشير المُفتي الأساسي بيده إلى مفجر انتحاري مقدم على التفجير بسطر مكتوب فيه "واجه أعداءك حياً لا حرباً". وقد كان الفيديو أيضاً مؤثراً في المشاعر لِمَا قرن هذا المفجر الانتحاري بصور لعروس نجت من هجوم على قاعة زفاف في الأردن ووالد قتل ابنه في هجوم في بغداد (العراق). وتلقي هذه الرسالة الضوء على أن ضحايا الإرهاب أناس حقيقيون. وكانت رسالة الفيديو الأخيرة هي "نفجر لنفجر لنفجر ... لنفجر العنف رفقاً" بالتأكيد على أن الحب والسلام والتسامح والحلم والرحمة هي قيم الإسلام الجوهريّة والمجتمع الشرق أوسط لا العنف أو الإرهاب.

## ٧. تحديد الوسيلة أو الوسيط (الوسائط) لنشر الرسالة

كان الوسيط هنا هو إعلان الفيديو تصبّه أغنية بكلمات عربية، وموسيقى الفيديو من نوع الأغاني العربية الشائعة لدى الجمهور والتي تناولت الموضوعات واستخدمت الكلمات ذات الطابع الديني.

## ٨. وضع استراتيجية للنشر

بُثّ الإعلان على قنوات التلفزيون العربية خلال شهر رمضان في مايو ٢٠١٧ خلال عرض أشهر البرامج التلفزيونية. وهذه الاستراتيجية كانت مهمة لأن حجم مشاهدة التلفزيون في هذا الشهر ضخمة بسبب تقليل ساعات العمل في هذا الشهر. وقد نُشر الفيديو أيضاً على يوتيوب وراج عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي بالاشتراك مع شركة زين وهي شركة الاتصالات التي أنتجت الإعلان.

## ٩. تقييم تأثير الخطاب البديل أو المضاد ومراجعة النهج المتبع بناء على ذلك بغية الحفاظ على فعالية الحملات

فيما يلي المؤشرات الرئيسية المستخدمة لتقدير تأثير الحملات وتقييمها:

### الوعي

نطاق الانتشار (عدد المشاهدات في يوتيوب) - وصل العدد إلى ١٠,٨٠٠,٢٠٧ مشاهدة في أكتوبر ٢٠١٧.

### التفاعل

اشتمل التفاعل النشط على الإنترنت على ١٠,٣٤٥ تعليقا على موقع يوتيوب فضلاً عن تعليقات موائية ومضادة على موقع تويتر.

### التأثير

رغم أن هذا لم يتم؛ لكن إحدى الطرق لقياس التأثير ستكون عبر التقييم النوعي للتعليقات على موقع يوتيوب وارتباط هذه التعليقات بالإعلان سلباً أو إيجاباً.

- A Common Word. (n.d.). Retrieved from <http://www.acommonword.com/muslim-scholars-appeal-to-christian-scholars-for-dialogue-and-peace-on-eve-of-eid/>.
- Abadi, A. (2017). Deconstructing Daesh (Research Paper). Washington DC, USA: Hudson Institute. Retrieved from <https://www.hudson.org/research/13331-deconstructing-daesh>.
- Al Mesbar Studies & Research Center, & Future for Advanced Research & Studies – FARAS. (2016). How the Terrorist Thinks[Documentary]. United Arab Emirates. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=JNKNv0JJp3I>.
- Al Rabita Al Muhammedyya of Muslim Scholars (Morocco). (n.d.). [Website]. Retrieved from <http://www.arrabita.ma/default.aspx>.
- AlRuwaili, F. (2017). Knowledge is Power. Knowledge is Power. Bahrain. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=A3xrAU5Tg6Q>.
- Alsisi, M. M. (2017, May 13). Presidential Directives to Counter the Terrorist Ideology. Sisi Assigns Usama Al-Azhari to Find Mechanisms to Extinguish the Flames of Extremism. Al Yawm Al Sabie. Retrieved from <http://bit.ly/2y3qJAT>.
- Awad, M. (2017, April 9). Why ISIS Declared War on Egypt’s Christians. The Atlantic. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/04/why-isis-declared-war-on-egypts-christians/522453/>.
- Baulke, C. (2016). The Changing Face of Daesh. The Mackenzie Institute. Retrieved from <http://mackenzieinstitute.com/the-caliphate-is-dying/>.
- Benmelech, E., & Klor, E. (2016). What Explains the Flow of Foreign Fighters to ISIS? (No. w22190). Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w22190>.
- Bremmer, I. (2017). The Top 5 Countries Where ISIS Gets Its Foreign Recruits. TIME Magazine. Retrieved from <http://time.com/4739488/isis-iraq-syria-tunisia-saudi-arabia-russia/>.
- Briggs, R., & Feve, S. (2013). Countering the Appeal of Extremism Online (Policy Brief) (p. 18). Institute for Strategic Dialogue. Retrieved from <https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Countering%20the%20Appeal%20of%20Extremism%20Online-SD%20Report.pdf>.
- Civil Society in Tetouan, Morocco Counters Daesh Ideology. (2016, January 21). Al Arabiya News . Retrieved from <https://www.alarabiya.net/servlet/aa/pdf/cfe627ae-7402-4e9f-8350-2cb-63d7c710c>.
- CNN, (2014). Isis leader calls on Muslims to “build Islamic state” Retrieved from <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-28116846>.
- Comerford, M. (2015). From an Islamic “caliphate” to war with the west, just what is Isis ideology? Retrieved from <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/from-an-islamic-caliphate-to-war-with-the-west-just-what-is-isis-ideology-10353852.html>.
- Counter Extremism Project. (2017). ISIS. Retrieved from [https://www.counterextremism.com/sites/default/files/threat\\_pdf/ISIS-07122017.pdf](https://www.counterextremism.com/sites/default/files/threat_pdf/ISIS-07122017.pdf).
- Daesh From Inside (8). (2015, April 7). [Interview]. Hmoman. Saudi Arabia. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=-RrEae--CW0>.
- Deluded Young Men (6). (2014, October 13). [Interview]. Hmoman. Saudi Arabia. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ZTvFkBPmBm0>.
- Dwyer, C. (2017, September 28). ISIS Releases Audio Of Leader’s Purported Speech, Suggesting He Still Lives. NPR. Retrieved from <http://www.npr.org/sections/thetwo-way/2017/09/28/554310000/isis-releases-audio-of-leader-s-purported-speech-suggesting-he-still-lives>.
- E-army to counter extremism and Terrorism. (2017, January 29). [Insitution Website]. Retrieved from <https://www.assakina.com/awareness-net/processors/97814.html>.

- El-Said, H., & Barrett, R. (2017). Enhancing the Understanding of the Foreign Terrorist Fighters Phenomenon in Syria. United Nations Office of Counter - Terrorism. Retrieved from [http://www.un.org/en/counterterrorism/assets/img/Report\\_Final\\_20170727.pdf](http://www.un.org/en/counterterrorism/assets/img/Report_Final_20170727.pdf).
- Engel, R. (2015, August 13). Three Female ISIS Defectors Describe Life Under Terror Group's Harsh Rule. NBC News. Retrieved from <http://www.nbcnews.com/storyline/isis-uncovered/three-female-isis-defectors-describe-life-under-groups-harsh-rule-n409416>.
- Etidal – Global Center for Combating Extremist Ideology. (n.d.). [Website]. Retrieved from <https://etidal.org/>.
- Farid, S. (2017, April 28). ANALYSIS: The religious significance of Pope Francis' visit to Egypt. Al Arabiya English News. Retrieved from <http://english.alarabiya.net/en/features/2017/04/28/The-religious-significance-of-Pope-Francis-visit-to-Egypt-.html>.
- Faisal, A. (2015, February 14). Debunking The Letter Of The Wicked Scholars To Amirul Muhmineen – Part 1. Retrieved from <http://www.authentictauheed.com/2015/02/notes-debunking-letter-of-wicked.html>.
- Fernandez, A. M. (2015). Here to stay and growing: Combating ISIS propaganda networks. The Brookings Project on US Relations with the Islamic World Center for Middle East Policy at Brookings. Retrieved from <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/IS-Propaganda-Web-English.pdf>.
- Frissen, T., & d'Haenens, L. (2017). Legitimizing the Caliphate and its politics. Moral Disengagement Rhetoric in ISIL's Dabiq. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/320456087\\_Legitimizing\\_the\\_Caliphate\\_and\\_its\\_politics\\_Moral\\_Disengagement\\_Rhetoric\\_in\\_ISIL's\\_Dabiq](https://www.researchgate.net/publication/320456087_Legitimizing_the_Caliphate_and_its_politics_Moral_Disengagement_Rhetoric_in_ISIL's_Dabiq).
- Gani, A. (2015). Saudi comedian laughs off threats over Isis satire. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2015/jun/24/saudi-comedian-laughs-off-threats-isis-satire>.
- Ginsberg, M. (2016). The Battles for Dabiq & Mosul: Not the Beginning of the End of ISIS, but the End of Its Beginning. Huffpost. Retrieved from [https://www.huffingtonpost.com/amb-marc-ginsberg/the-battles-for-dabiq--mo\\_b\\_12543086.html](https://www.huffingtonpost.com/amb-marc-ginsberg/the-battles-for-dabiq--mo_b_12543086.html).
- Hassan, H. (2016, June 13). The Sectarianism of the Islamic State: Ideological Roots and Political Context. Retrieved from <http://carnegieendowment.org/2016/06/13/sectarianism-of-islamic-state-ideological-roots-and-political-context-pub-63746>.
- Hassan, M. H. (2015, August 11). A Wolf in Sheep's Clothing: An Analysis of ISIS Takfir Doctrine. Retrieved from <http://haniff.sg/en/links/a-wolf-in-sheeps-clothing-an-analysis-of-isis-takfir-doctrine/>.
- Hedayah and the International Centre for Counter-Terrorism (ICCT). (September 2014). *Developing Effective Counter-Narrative Frameworks for Countering Violent Extremism* (Meeting Note). Retrieved from <http://www.hedayahcenter.org/Admin/Content/File-3032016135442.pdf>.
- Hemmingsen, A.-S., & Castro, K. I. (2017). The trouble with counter-narratives. Kbh.: Dansk Institut for Internationale Studier (DIIS).
- Holmes, M., Benallal, L., & Van Heerden, D. (2016, March 31). Losing your brother to ISIS. *CNN*. Retrieved from <http://edition.cnn.com/2016/03/29/world/family-isis-executioner-hicham-chaib-speaks-out/index.html>.
- Humomona, Episode 10, Daesh from the Inside. [7 April 2017]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=-RrEae--CW0>.
- Humomona, Episode 24, Experiences of youth seduced by [Daesh] . [13 October 2014]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ZTvFkBPmbm0&t=410s>.
- Internet Usage in the Middle East - Middle East Internet Usage & Population Statistics. (2016, June 30). [Usage and Population Statistics]. Retrieved from <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>.

- Iraqi Institution for Development. 2015. Education in Mosul under the Islamic State (ISIS). Retrieved from [http://www.campaignforeducation.org/docs/reports/ISIS%20in%20Iraq\\_2015%20-%202016%20Education%20in%20Mosul\\_English\\_FINAL.pdf](http://www.campaignforeducation.org/docs/reports/ISIS%20in%20Iraq_2015%20-%202016%20Education%20in%20Mosul_English_FINAL.pdf).
- Isham, J., & Bodo, L. (2016). Countering the Narrative: Understanding Terrorist's Influence and Tactics, Analyzing Opportunities for Intervention, and Delegitimizing the Attraction to Extremism. *Small Wars Journal*. Retrieved from <http://smallwarsjournal.com/jrnl/art/countering-the-narrative-understanding-terrorist%E2%80%99s-influence-and-tactics-analyzing-opportun>.
- ISIS claims attack in Egypt's Sinai that killed 23 soldiers. (2017, July 8). Fox News. Retrieved from <http://www.foxnews.com/world/2017/07/08/isis-claims-attack-in-egypts-sinai-that-killed-23-soldiers.html>.
- Khalil, J., & Zeuthen, M. (2016). Countering Violent Extremism and Risk Reduction: A Guide to Programme Design and Evaluation. Royal United Services Institute for Defence and Security Studies (RUSI). Retrieved from [https://rusi.org/sites/default/files/20160608\\_cve\\_and\\_rr.combined\\_online4.pdf](https://rusi.org/sites/default/files/20160608_cve_and_rr.combined_online4.pdf).
- Mahmoud, N. (2015, December 28). Yazidi girl Nadia Murad visits Egypt [Blog]. Retrieved from <https://nervana1.org/2015/12/28/yazidi-girl-nadia-murad-visits-egypt/>.
- McCauley, C. R., & Moskalenko, S. (2017). *Friction: how conflict radicalizes them and us* (Revised and expanded edition). Oxford; New York: Oxford University Press.
- Michaelson, R. (2017, August). Egyptian Islamic authority sets up fatwa kiosk in Cairo metro. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/01/egyptian-islamic-authority-sets-up-fatwa-kiosk-in-cairo-metro>.
- Ministry of Foreign Affairs - KSA. (2017). Saudi Arabia and Counterterrorism (White Paper). Saudi Arabia. Retrieved from [https://www.saudiembassy.net/sites/default/files/White%20Paper\\_Counterterrorism\\_April2017\\_1.pdf](https://www.saudiembassy.net/sites/default/files/White%20Paper_Counterterrorism_April2017_1.pdf).
- Neumann, P. R. (2015). Victims, Perpetrators, Assets: The Narratives of Islamic State Defectors. International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR). Retrieved from <http://icsr.info/wp-content/uploads/2015/09/ICSR-Report-Victims-Perpetrators-Assets-The-Narratives-of-Islamic-State-Defectors.pdf>.
- Oakley, N. & Chakrabarti, S. (2 October 2017). What does Daesh mean? ISIS 'threatens to cut out the tongues' of anyone using this word. *Mirror*. Retrieved from <http://www.mirror.co.uk/news/world-news/what-daesh-mean-isis-threatens-6841468>.
- Online Video Consumption Middle East - Statistics and Trends. (2017, April 27). [Blog]. Retrieved from <https://www.go-gulf.ae/blog/online-video-consumption-middle-east/>.
- Open Letter to Baghdadi. (2014, September 19). Open Letter. Retrieved from <http://lettertobaghdadi.com/14/english-v14.pdf>.
- Pizzuto, M. (2013). Alter-Messaging: The Credible, Sustainable Counterterrorism Strategy (Policy Brief). USA: Center on Global Counterterrorism Cooperation (CGCC). Retrieved from [http://global-center.org/wp-content/uploads/2013/05/2013May2\\_Pizzuto\\_Final1.pdf](http://global-center.org/wp-content/uploads/2013/05/2013May2_Pizzuto_Final1.pdf).
- Radio-Media Industries in the Middle East, 2016. (2016). Retrieved from <http://www.mideastmedia.org/industry/2016/radio/>.
- Raqqa is Being Slaughtered Silently, Syria: International Press Freedom Awards. (2015). Retrieved from <https://cpj.org/awards/2015/raqqa-is-being-slaughtered-silently-syria.php>.
- Salem, F. (2017). *The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World* (No. Volume 7). Dubai, United Arab Emirates: MBR School of Government. Retrieved from <http://www.mbrsg.ae/getattachment/1383b88a-6eb9-476a-bae4-61903688099b/Arab-Social-Media-Report-2017>.
- Saudi-owned TV drama fights Daesh propaganda. (2017, June 1). *The Gulf Today*. Retrieved from <http://www.gulftoday.ae/portal/bb3d4506-1700-434e-b0b9-d37701a5e447.aspx>.

- Saul, H. (2015, January 22). Isis publishes penal code listing amputation, crucifixion and stoning as punishments - and vows to vigilantly enforce it. Independent. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/isis-publishes-penal-code-listing-amputation-crucifixion-and-stoning-as-punishments-and-vows-to-9994878.html>.
- Sawab Center warns against Daesh youth recruitment. (2017, May 1). UAE interact. Retrieved from <http://www.uaeinteract.com/news/default3.asp?ID=534>.
- Sawt Al-Hikma (The Voice of Wisdom) Center for Dialogue, Peace and Understanding (CDPU). (n.d.). [Website]. Retrieved from <http://www.oic-cdpu.org/en/page/?pID=5>.
- Schmid, A. P. (2015). Challenging the Narrative of the “Islamic State” (Research Paper). International Center for Counter-Terrorism - The Hague (ICCT). Retrieved from <https://www.icct.nl/wp-content/uploads/2015/06/ICCT-Schmid-Challenging-the-Narrative-of-the-Islamic-State-June2015.pdf>.
- Silverman, T., Stewart, C. J., Amanullah, Z., & Birdwell, J. (2016). The Impact of Counter-Narratives: Insights from a year-long cross-platform pilot study of counter-narrative curation, targeting, evaluation and impact (Pilot Study). Institute for Strategic Dialogue (ISD). Retrieved from [http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2016/08/Impact-of-Counter-Narratives\\_ONLINE\\_1.pdf](http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2016/08/Impact-of-Counter-Narratives_ONLINE_1.pdf).
- “Suicide Attack” On Grand Mosque In Mecca Foiled, 6 Injured: Saudi Cops. (2017, June). Retrieved from <https://www.ndtv.com/world-news/police-foil-terrorist-action-in-mecca-state-media-1716333>.
- Tarras-Wahlberg, L. (2017). Seven Promises of ISIS to its Female Recruits (Research Report). International Center for the Study of Violent Extremism (ICSVE). Retrieved from <http://www.icsve.org/research-reports/seven-promises-of-isis-to-its-female-recruits/>.
- The Carter Center. (2016). Countering Daesh Propaganda: Action-Oriented Research for Practical Policy Outcomes. Atlanta, GA, USA. Retrieved from [https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict\\_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf](https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf).
- The Carter Center. (2017). Daesh Meta- Narrative: Form the Global Ummah to the Hyper local. Atlanta, GA, USA. Retrieved from: [https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict\\_resolution/countering-isis/narratives-report-final-02june2017.pdf](https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/narratives-report-final-02june2017.pdf).
- The future of radio in MENA and the UAE. (2010). Retrieved from <https://www.twofour54.com/en/media-centre/white-papers/2010-02-24-the-future-of-radio-in-mena-and-the-uae>.
- The Returnees from Daesh: The problem of confrontation between the options of containment or deterrence. (2017, September). Asharq Al-awsat. Retrieved from <http://bit.ly/2i3p1JG>.
- The World Bank. (2017) Unemployment, youth total (% of total labor force ages 15-24) Retrieved from [https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.1524.ZS?locations=1A&name\\_desc=true](https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.1524.ZS?locations=1A&name_desc=true).
- Tuck, H., & Silverman, T. (2016). THE COUNTER-NARRATIVE HANDBOOK. Institute for Strategic Dialogue (ISD). Retrieved from [http://www.strategicdialogue.org/wp-content/uploads/2016/06/Counter-narrative-Handbook\\_1.pdf](http://www.strategicdialogue.org/wp-content/uploads/2016/06/Counter-narrative-Handbook_1.pdf).
- USAID. (2011). The Development Response to Violent Extremism and Insurgency, USAID, 2011, (Policy). Retrieved from [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pdacs400.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pdacs400.pdf).
- Victims of ISIS: Terror survivors share their stories(RT Documentary). (2015). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=yNdqZi0z8vQ>.
- #WhatisYourStory. (6 April 2017). Retrieved from [https://www.facebook.com/pg/taadudiya/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/taadudiya/videos/?ref=page_internal). Posted on April 6th 2017.
- Winter, C. (2015). Documenting the Virtual ‘Caliphate’ . Quilliam. Retrieved from <http://www.quilliaminternational.com/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf>.

- Winter, C. (2016, March 27). Totalitarianism 101: The Islamic State's Offline Propaganda Strategy. Retrieved from <https://www.lawfareblog.com/totalitarianism-101-islamic-states-offline-propaganda-strategy>.
- Winter, C. (2017, July 3). How ISIS Survives the Fall of Mosul. The Atlantic. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/07/mosul-isis-propaganda/532533/>.
- Withnall, A. (2016, January 1). Isis "forced us to pray - then raped us": Yazidi survivor Nadia Murad describes life as a sex slave in northern Iraq. Independent. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/isis-forced-us-to-pray-then-raped-us-yazidi-survivor-nadia-murad-describes-life-as-a-sex-slave-in-a6792676.html>.
- #YoungAzhariVoices Debate Championship 2017 - Full Movie. (2017, March 26). Egypt. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=62n6xiMqd-I>.
- YouTube at 10 years old: MENA ranks second worldwide for video views. (2015, June 23). Retrieved from <https://www.albawaba.com/business/youtube-10-years-old-mena-ranks-second-worldwide-video-views-711134>.
- YouTube Launches Hub for Arabic TV Series "Mosalsalat." (2016, September 26). Think Marketing Magazine. Retrieved from <https://thinkmarketingmagazine.com/youtube-launches-hub-arabic-tv-series-mosalsalat/>.
- YouTube users in MENA region favour mobile. (2014, October 27). Retrieved from <http://www.arabi-business.com/youtube-users-in-mena-region-favour-mobile-567623.html>.
- Zeiger, S. (2016). Undermining Violent Extremist Narratives in South East Asia: A How-to Guide. UAE: Hedayah, the International Center of Violence for Countering Violent Extremism. Retrieved from <http://www.hedayahcenter.org/Admin/Content/File-3182016115528.pdf>.
- Zeiger, S. (2017). What Happens After Daesh: Lessons from Africa, the Americas and the Arab World. UAE: TRENDS Research & Advisory. Retrieved from <http://trendsinstitution.org/what-happens-after-daesh-lessons-from-africa-the-americas-and-the-arab-world/>.
- Zelin, A. Y. (2015). Picture or it didn't happen: A snapshot of the Islamic State's official media output. Perspectives on Terrorism, 9 (4). Retrieved from <http://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/opeds/Zelin20150807-Perspectives.pdf>.
- Zelin, A. Y. (2016a). Filtering Meta-Narratives: From Global to Local. In Countering Daesh Propaganda: Action-Oriented Research for Practical Policy Outcomes (p. 20). The Carter Center. Retrieved from [https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict\\_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf](https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf).
- Zelin, A. Y. (2016b). The Islamic State's territorial methodology. The Washington Institute for Near East Policy, Research Notes,(29). Retrieved from <http://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/pubs/ResearchNote29-Zelin.pdf>.
- Zgryziewicz, M. R. (2016). Daesh Information Campaign and Its Influence (Research Paper No. ISBN 978-9934-8582-1-5). Riga, Latvia: NATO Strategic Communications Centre of Excellence (NATO Strat Comms COE). Retrieved from <http://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence-1>.

# الملاحق

## الملحق ١

حول المشروع

## الملحق ٢

تفاصيل حول نماذج الخطاب المضاد



## الملحق ا: حول المشروع

يركز هذا المشروع على تعزيز ودعم مكتبة الخطاب المضاد الخاصة بمركز هداية من خلال إضافة مجموعة إقليمية تُسلط الضوء على منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. يهدف هذا المشروع إلى جمع وتحليل نماذج الخطاب المضاد باللغات الإنجليزية والعربية والفرنسية الآتية من والموجهة إلى الفئة المُستهدفة من الجمهور في المنطقة.

يتألف المشروع من عدة خطوات رئيسية:

### ورشة عمل الخبراء حول "مجموعة الخطاب المضاد لخطاب العنف والتطرف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا"

استضاف كل من مركز هداية ومؤسسة البحث عن أرضية مشتركة ورشة العمل هذه بين ٣١ يوليو و ٢ أغسطس ٢٠١٧. كان الهدف من الورشة جمع نماذج الخطاب المضاد ذات الصلة، ومناقشة الممارسات الجيدة والدروس المستفادة من المنطقة، بالإضافة إلى وتسليط الضوء على دراسات الحالة الأكثر تأثيراً على مستوى المنطقة.



### صياغة وتطوير هذا "الدليل" بوصفه مجموعة أدوات يستخدمها الممارسون وصانع السياسة في المنطقة

سنتم ترجمة "الدليل" ونشره باللغة العربية. ويضم هذا "الدليل" ملحق رقم ٢ والذي يحتوي على أمثلة لنماذج الخطاب المضاد لخطاب العنف والتطرف الذي يستعين به تنظيم داعش في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.



### مجموعة إقليمية خاصة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على الإنترنت والمجموعة متوفرة بمكتبة مركز هداية الإلكترونية للخطاب المضاد

تتضمن المجموعة روابط للمصادر ذات الصلة الخاصة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إلى جانب تسليطها الضوء على كل واحد من نماذج الخطاب المضاد في الملحق ٢ بتفاصيل أكثر. كما توجد روابط للمصادر ومقاطع فيديو للخطابات المضادة المتوفرة على الإنترنت.

يتقدم مركز هداية بالشكر الجزيل لوزارة الخارجية الأمريكية لرعايتها هذا المشروع.

### حول مكتبة الخطاب المضاد في مركز هداية

ضمن جهوده لتطوير ممارسات واستراتيجيات أفضل فيما يتعلق بالخطاب المضاد، قام مركز هداية بإطلاق مكتبة الخطاب المضاد خاصته في أكتوبر ٢٠١٦. تُمثل هذه المكتبة بوابة شاملة تسمح للحكومات، والممارسين، والمجتمع المدني بالوصول إلى المحتوى والأدوات والممارسات الجيدة من أجل مكافحة خطاب التطرف والعنف بكافة أشكاله وصوره. تحتوي هذه المكتبة، المحمية بكلمات مرور، على العديد من نماذج الخطاب المضاد منها ما هو على شكل مقاطع فيديو، وأفلام، وبرامج تلفزيونية، ومسلسلات رسوم متحركة، وكتب، ومواقع إلكترونية، ومنها ما هو على شكل مجلات، ومندقيات، وحملات على مواقع التواصل الاجتماعي، ومقالات إخبارية، وغيرها من الأمثلة. من ناحية أخرى كانت المجموعة الأصلية تركز على الخطاب المضاد مفتوح المصدر الخاص بتنظيم القاعدة. في ذلك الوقت كان المشروع مدعوماً من قبل ٨ دول على رأسها الحكومة الهولندية قبل تسليمها إلى مركز هداية في يوليو ٢٠١٥. أما المكتبة الحالية فتحتوي على مجموعتين أصليتين هما جنوب شرق آسيا والشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إضافة إلى مجموعة موضوعية واحدة بعنوان "المنشقون عن تنظيم داعش". هذا ويُخطط مركز هداية لإضافة مجموعة إقليمية تخص منطقة شرق إفريقيا والقرن الإفريقي في أوائل عام ٢٠١٨.

### الأهداف الرئيسية لمكتبة الخطاب المضاد هي:

- ← توفير مورد لممارسي مكافحة التطرف العنيف يسمح لهم بالحصول على محتوى فعال للخطاب المضاد.
- ← توفير آلية لتقديم الآراء والمقترحات ومناقشة محتوى الخطاب المضاد ونشره بين الأفراد المعنيين باستخدامه.
- ← توفير منصة لنماذج الخطاب الجديد والمضاد ومشاركتها عبر مختلف السياقات والثقافات، والمناطق، والدول.

ويمكن الاطلاع على المكتبة الإلكترونية للخطاب المضاد عبر الرابط التالي: [www.cn-library.com](http://www.cn-library.com)

للمزيد من المعلومات حول المكتبة يرجى التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني: [CNLibrary.Admin@hedayah.ae](mailto:CNLibrary.Admin@hedayah.ae)



## حول مركز هداية

أنشئ مركز هداية استجابة للريغبة المتزايدة من جانب اعضاء المنتدى العالمي لمكافحة الارهاب والمجتمع الدولي من أجل إنشاء مركز مستقل متعدد الأطراف مخصص للحوار والاتصال، وبرامج بناء القدرات، والبحوث، والتحليل، بهدف مكافحة التطرف العنيف بكافة أشكاله وصوره.

وخلال الاجتماع الوزاري للمنتدى العالمي لمكافحة الإرهاب والذي عُقد في مدينة نيويورك في سبتمبر ٢٠١١م، عرضت دولة الإمارات العربية المتحدة استضافة المركز الدولي للتميز في مكافحة التطرف العنيف. وفي ديسمبر ٢٠١٢، تم افتتاح مركز هداية واختيرت مدينة أبو ظبي مقراً له.

يهدف مركز هداية إلى أن يكون مركز الخبرة الدولي الأول فيما يتعلق بمكافحة التطرف العنيف وذلك من خلال الترويج للفهم ومشاركة الممارسات الجيدة لكي يصبح بحق مركزاً عالمياً لمكافحة التطرف العنيف.

هداية

مكافحة التطرف العنيف

