



دراسات

دعاية الإرهاب: إعلام تنظيم داعش وإستراتيجية عمله

جمادى الأولى ١٤٣٧ هـ / فبراير ٢٠١٦ م

محمد العربي

باحث علوم سياسية

كلية الشؤون الدولية والسياسات العامة بالجامعة الأمريكية في القاهرة

دعاية الإرهاب: إعلام تنظيم داعش وإستراتيجية عمله

محمد العربي

باحث علوم سياسية
كلية الشؤون الدولية والسياسات العامة بالجامعة الأمريكية في القاهرة

ح) مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، ١٤٣٧هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العربي، محمد

دعاية الإرهاب: إعلام تنظيم داعش وإستراتيجية عمله. / محمد العربي -
الرياض، ١٤٣٧هـ

٥٢ص؛ ١٦،٥×٢٣سم

ردمك: ٨-٨٤-٨٠٣٢-٦٠٣-٩٧٨

١- تنظيم الدولة في العراق والشام (داعش) ٢- الجهاد أ.العنوان

١٤٣٧/٤٤٨٨

ديوي ٩، ٢١٨

رقم الإيداع: ١٤٣٧/٤٤٨٨

ردمك: ٨-٨٤-٨٠٣٢-٦٠٣-٩٧٨

تحرير ومراجعة لغوية

سيد الجعفري

تصميم وإخراج

أزهري النويري

ملخص الدراسة

تحاول هذه الدراسة الاقتراب من جانب مهمّ من جوانب الصراع الدولي مع تنظيم داعش، وهو حربه الإعلامية التي يشنّها مع محاولاته التوسّع على الأرض ومجابهة القوى الدولية والإقليمية المحيطة. وتطلق الدراسة من الإعلام بوصفه أداة مهمة في الصراعات الدولية الحديثة، وترصد ظاهرة إعلام التنظيم من خلال رصد تطوّر الأدوات الإعلامية لدى الحركات الجهادية منذ سبعينيات القرن الماضي؛ لمعرفة مدى التطور اللافت للانتباه الذي حقّقه التنظيم الذي يحاول تجذير وجوده بوصفه دولة الخلافة. وتركز الدراسة في تحليل بنية إدارة الإعلام داخل التنظيم، وإستراتيجية عمل أدواته، التي تتنوّع بين الرسائل المصوّرة والصوتية والمُخرجة بتقنية عالية تستهدف الشباب من مختلف أقطار العالم؛ فقد استطاع التنظيم من خلال بنية تنظيمية مركّبة تجمع بين التراتبية الهرمية والشبكية غير المركزية أن يحشد كثيراً من المتطوعين والعاملين والهواة في خدمة إستراتيجيته الإعلامية. وللإلمام بعوامل الجاذبية التي تحملها رسائل التنظيم تقترب الدراسة من محتوى بعض هذه الرسائل التي تعدّ بالآلاف من خلال تحليل مضمونها في سياق المسوّغات السياسية والدينية التي يسوقها التنظيم لممارسة نشاطه الإرهابي؛ فقد استفاد التنظيم من التطور الحادث في تقنيات الصورة، وتساعد تأثيرها في الوجدان البشري، وعولمة الأخبار والأفكار والآراء. وعلى الرغم من الحمولة الفكرية المتطرفة للتنظيم، النابعة من فقه التكفير والانغلاق الأيديولوجي، إلا أن استغلاله شبكة الإنترنت يمثّل أهم موارد تجنيده وعناصره؛ لذلك تحاول الدراسة التركيز في نشاط التنظيم على الشبكة العنكبوتية، خصوصاً على مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكّل الساحة الأهم للتفاعل الافتراضي بين الشريحة الأكبر من مستخدمي شبكة الإنترنت، وتوضّح طرائق تعامل التنظيم مع المواقع المختلفة، وكيفية اختراقه الحسابات وممارسة القرصنة الإلكترونية، بوصفها جزءاً من حربه الإرهابية التي يشنّها على العالم. وتحاول الدراسة في النهاية الاقتراب من إشكالية مواجهة التنظيم إعلامياً، والأنماط المنظّمة والعفوية التي تتخذها هذه المواجهة.

إخلاء مسؤولية

تعكس هذه الورقة ومحتوياتها تحليلات المؤلف وآراءه، ولا ينبغي أن تُنسب وجهات النظر والآراء الواردة فيها إلى مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، ويُعدّ المؤلف وحده مسؤولاً عن أيّ أخطاء ترد فيها.

المحتويات

٩	المقدمة
١١	التطور التاريخي للدعاية الجهادية
١٦	إدارة الإعلام في تنظيم داعش
١٨	مؤسسات تنظيم داعش الإعلامية
١٩	أولاً: المؤسسات الإعلامية التابعة للتنظيم
٢٧	ثانياً: المؤسسات الإعلامية الداعمة للتنظيم
٢٨	التقنيات الهوليوودية
٢٩	مجلة (دابق)
٣٤	وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر وإخوته
٤١	القرصنة الإلكترونية
٤٢	خاتمة: تحديات الإستراتيجية الإعلامية المضادة
٤٥	ملحق: بيانات إصدارات تنظيم داعش وقنواته الإعلامية

المقدمة

مع تصاعد الزخم الذي حققه تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، المعروف إعلامياً باسم (تنظيم داعش)، على إثر الانتصارات التي أحرزها باستيلائه على مدن شمال سوريا وشمال غرب العراق منذ صيف عام ٢٠١٤م، وما لحق ذلك من إعلانه إقامة دولة الخلافة الإسلامية، وتنصيب العراقي أبي بكر البغدادي -زعيم التنظيم- خليفةً، فارتدى السواد، وأعلن خطبة الخلافة من مسجد الموصل الجامع؛ كان للصورة دورها الكبير -إن لم يكن المهيمن- على تصوّر التنظيم الذي بدا عائدًا من أيام صراعات السلطة الأولى في تاريخ الإسلام، وانعكس هذا الجدل بشكل كبير في صراع السرديات^(١) حول أصل التنظيم الذي فرض نفسه على أولويات الصراع الإقليمي والدولي على الشرق الأوسط؛ إذ توالى النقاشات التي ينسب بعضها التنظيم إلى الأصولية الإسلامية السُّنِّيَّة، وراح بعضها يؤكّد أن التنظيم أت من نصوص الحرب والقتال التي يزخر بها الإسلام، سواء في نصوصه المقدسة أم في اجتهادات فقهاءه المهيمنة، وأخذ بعضها يدفع ذلك بالقول: إن التنظيم ينتمي حصراً إلى الحداثة وما خلقته من مركزية للعنف والقهر، بوصفها أدوات الحكم الذي يتوجب أن يتجسّد في نمط دولة مركزية قاهرة، وكذلك لما ركّبه الحداثة في الإرهاب من عودة عنيفة إلى الذات ما قبل الحداثيّة، وخلقها ذوات نرجسية مفكّكة تسعى إلى سحق الآخر^(٢). ولم يفت هذه النقاشات الإشارة إلى أن التنظيم أثبت مهارته الفذة في التعامل مع أدوات الحداثة، وعلى رأسها التكنولوجيا؛ إذ يُدير إعلاماً ناجحاً يوازي ذلك الذي استخدمته نظم القمع الشمولية، التي مثّلت التجلّي النموذجي للحداثة القمعية؛ كالفاشية، والنازية، والشيوعية، ذات آلة الدعاية الشرسة. وعلى هذا المنوال رأى بعض الباحثين في العوالة، وما أشاعته في العالم من تصويرٍ للعنف، خصوصاً ذلك الذي تصدره أيقونات العنف السينمائي^(٣)، إلهاماً لآلة العنف الوحشية التي يستخدمها التنظيم، ويحرص على أن يظهر بها.

(١) عصام عبود، داعش: انفجار السرديات، موقع جدلية، ٨ سبتمبر ٢٠١٥م، على الرابط:

<http://goo.gl/Dk3A88>.

(٢) محمد الداخني، داعش ليست مشكلة إسلامية- إسلامية، موقع التقرير، على الرابط:

<http://goo.gl/oU7kmk>.

(٣) أحمد أبو زيد، تارنتينو البغدادي.. في عنف الصورة، موقع العربي الجديد، ١٨ فبراير ٢٠١٥م، على الرابط:

<http://goo.gl/kzOjPZ>.

أياً تكن الأصول المعرفية التي بُني عليها تنظيم داعش، وما يرتبط منها بحقيقة الأصولية الدينية التي ينتسب إليها، وكونها مرتبطةً ببنية الدين أو الحداثة، فمن الواضح أن هذا التنظيم بات يفرض وجوده على نحو يتجاوز فكرة التنظيم الشبكي (العنكبوتي) الذي يستهدف تحقيق أهداف نوعية عبر استخدام العنف الممنهج؛ فقد نجح التنظيم في نقل بنيته الشبكية التي ورثها عن القاعدة إلى بنية دولة ذات تراتبية تجمع في بنيتها بين القديم / التقليدي والحداثي؛ إذ لم يعدّ مجرد تنظيم إرهابي⁽⁴⁾، بل كيان/ دولة إرهابي. وتتبع مناقشة هذه النقطة من انعكاسها على الإستراتيجية الإعلامية التي يتبنّاها التنظيم، والإستراتيجيات المضادة التي تستهدف هذا التنظيم ضمن الحرب الإقليمية والدولية عليه.

(4) Audery Kuth Cornin, "ISIS Is Not a Terrorist Group," *Foreign Affairs*, March-April 2015: <https://goo.gl/kB0eyg>.

التطور التاريخي للدعاية الجهادية

يُعدّ تنظيم داعش في الواقع، على الرغم من استهدافه اكتساب الشرعية الدينية واستناده إليها بناءً على سردية جهادية إسلامية خالصة، وريثاً شرعياً لتطورات هائلة لعدة روافد ساهمت في إنجاح حملاته الإعلامية التي تنتمي إلى عالم الدعاية الشمولية أكثر منها إلى الدعاية الحركية أو الإرشادية إلى حدّ بعيد إلى الآن على الأقلّ كما سنتناول ذلك. وتتمثّل هذه الروافد في: التطور الهائل في تكنولوجيا الدعاية الجهادية، وثورة التواصل الاجتماعي، وهيمنة الصورة على التفاعلات البشرية، والحيز الكبير الذي أصبح يحتله الواقع الافتراضي بوصفه عاملاً جديداً في التفاعلات السياسية.

استندت الحركات الجهادية الأصولية في العالم الإسلامي في طورها الأول إلى أساس من وسائل التواصل المباشر عن طريق الدعوة والتبشير، وأساليب التنظيمات السرية والعنقودية، وأساليب تكنولوجية مبسّطة تتمثّل في: الشرائط الصوتية (الكاسيت)، وشرائط الفيديو إن توافرت، والأهم المطبوعات السهلة الوجود والتوزيع؛ فقد ارتبطت شهرة هذه الحركات بكتابات حركية شهيرة تولّى الدعاة توزيعها وشرحها اجتذاباً للراغبين في الانضمام إلى هذه الحركات. وما عدا ارتباط الحركات الجهادية في ثمانينيات القرن الماضي بدعوة جهاد السوفييت في أفغانستان، الممّولة والمدعومة مخبراتها، كانت هذه الحركات محلّية بالأساس، ولم تكن قد اكتسبت بعد طابعها المعولم الذي اكتسبته مع هيمنة الشبكية على حركة الجهاد العالمية في تسعينيات القرن الماضي مع ظهور تنظيم القاعدة، الذي تصادف صعوده مع طفرة العولمة التي سرعان ما راح يتبنّى مهاراتها وأدواتها التكنولوجية بسرعة فائقة، وأعرب قادة التنظيم عن أهمية القنوات الفضائية والإنترنت بوصفها أدوات إعلامية لها التأثير ذاته، والقوة نفسها، اللذان تتمتع بهما القوة المادية والصواريخ الفائقة التي يستخدمها الغرب والولايات المتحدة الأمريكية⁽⁵⁾. لقد أحدثت أنشطة القاعدة نقلةً عالميةً في مفاهيم الجهاد، سواء على صعيد الاستخدام المتداول للمصطلح أم على صعيد تحويله إلى حالة عنف معولة قائمة على الشبكية

(5) Marc Lynch, "Al-Qaeda's Media Strategy," *The National Interest*, no. 83 (Spring 2006).

والتنظيم التراتبي المعتاد؛ فقد أصبحت للعنف الجهادي صيغة متجاوزة للحدود والدول القومية، قوامها الصراع المُفترض بين (الأمة) والغرب (اليهودي الصليبي). وانعكست هذه الصيغة في الرسائل الإعلامية للقاعدة، التي نقلت دعاية التنظيم من خانة الكتيبات والشرائط الصوتية إلى الأعمال الفنية الحرفية الكاملة. وإلى جانب الرسائل المصوّرة لزعيمة التنظيم ابن لادن والظواهري، وقادته المحليين، ومنفّذي عملياته، وُجِدَت شركة (السحاب) المتخصّصة في تنفيذ الأعمال الدعائية للتنظيم، وكما اشترك في أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م مهندسون متخصصون في الطائرات ذوو خبرة بالعمليات الفنية نجح التنظيم الشبكي الواسع الانتشار في تجنيد متخصصين في الأعمال الدعائية، ساهموا في نقل موضوعات (ثيمات) سينمائية إلى عالم الإعلام الجهادي، وصارت هذه الثيمات علامةً مسجّلةً يمكن ملاحظتها بكثافة في أعمال تنظيم داعش الدعائية، مثل الحرص على الظهور على صهوات الجياد، ورفع السيوف، كالفارسان القدامى؛ تصديقاً لرسائل التنظيم التي تؤكد أصالتها وحملها رسالة الإسلام كما بُعث أول مرة.

من ناحية أخرى، ظهر في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر مصطلح الجهاد الإلكتروني أو السيبري Cyber - Jihad، الذي يشير إلى المشاركة في عمليات عبر الإنترنت في إطار المعركة الإعلامية ضد الغرب، وأعداء الإسلام، والنظم الحاكمة في العالمين العربي والإسلامي. وتشمل هذه العمليات: القرصنة، والاختراق، والتخريب، والمشاركة في نشر الخطاب الجهادي عبر المنتديات والوسائل الأخرى^(٦). ونجحت القاعدة والتنظيمات الإرهابية المحلية والإقليمية التابعة لها في اجتذاب عدد من المحترفين، الذين وضعوا مهاراتهم في خدمة التنظيم وأفكاره، وتساعدت خطورة العمليات الجهادية الإلكترونية مع الأهمية المتزايدة لشبكة الإنترنت في الاتصالات الدولية والأمن القومي. لم يُصَفَ تنظيم داعش في إستراتيجيته الإعلامية سوى قيامه بتكثيف استخدام الوسائل الإعلامية Media التي أطلقتها القاعدة في مضمار الجهاد وتطويرها، وهو تطوير تأثر بطفرة التواصل الاجتماعي، وتساعد أهمية التواصل الإلكتروني؛ لذا حلت أدوات مثل:

(6) Adam Hoffman and Yoram Schweitzer, "Cyber Jihad in the Service of the Islamic State," *Strategic Assessment* 18, no. 1 (April 2015).

تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، وتامبلر، محلّ المنتديات المغلقة والمفتوحة والمواقع المعرّضة للهجوم الأمني المضاد، والأهم أنها قامت بنقل تكتيكات الجهاد الإلكتروني من مجرد الصفحات والكتيبات الإرشادية، التي تمثّل دليلاً للمجاهدين فيما يتعلق بتصنيع المتفجرات، والتخطيط للعمليات، والحفز عن طريق الأناشيد الحماسية والخطب الخلاصية، لتصبح دعايةً شاملةً قائمةً على خطاب متماسك وحادّ يستوعب التكتيكات السابقة ويضمها في إستراتيجية شاملة تقوم على التأسيس لفكرة الدولة الإسلامية وعودة الخلافة، ويهدف إلى رسم صورة طوباوية عن هذه الدولة، ويبشّر بانتصارها الدائم، وامتدادها الحتمي، وحتمية هزيمة الغرب ومعسكر الكفر الواسع النطاق في المعركة النهائية بين الإسلام والكفر^(٧).

بقراءة خطية مبسّطة لتاريخ الحركات المسلحة التي تدّعي الإسلام، يمثّل تنظيم داعش ذروة تكثيف هذا المشروع المسلّح؛ إذ نجح في نقل المعركة من الصراع مع الدولة الحديثة، أو مع النظام الدولي، إلى تأسيس سلطة على مساحة وجمهور تُطبّق عليه الأيديولوجيا المسلحة؛ لذا احتاج التنظيم فور إعلانه النجاح في إقامة وعد الخلافة إلى دعم جهازه الأيديولوجي بدعاية تليق بمشروع دولة شمولية؛ لذلك لا يمكن قراءة الإستراتيجية الإعلامية للتنظيم من منطلق اختزالها في عناصر العنف والترويع والوحشية والبربرية، سواء أكان مردها قراءةً مفرطةً الأصولية للإسلام أم صدّى للعنف أو الإرهاب الحدائي. لا يمكننا قطعاً إنكار هذه الجوانب في إعلام التنظيم؛ فربما تكون هذه العناصر المفرطة في توحّشها هي ما صنع الزخم الذي اكتسبه التنظيم، وضمن له التجنيد السريع والكتيف للآلاف من أتباعه في العالم، بيد أنه لاستكمال النظر إلى طبيعة هذه الظاهرة العنيفة الأصولية يجدر بنا النظر إلى الجوانب الأخرى في الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش، التي تدور حول عنصرين: الأول هو التأسيس الشرعي لمهمة التنظيم المتمثلة في إقامة دولة

(٧) نشر موقع مجلة الأتلانتك في مارس الماضي تقريراً مطولاً عن مضمون خطاب داعش، ويذهب كاتب التقرير إلى ضرورة التعامل مع داعش، لا بوصفه مجرد حركة إرهابية أو تنظيم مسلح إجرامي، قوامه آلاف المجرمين المعطشين إلى الدماء، بل بوصفه تعبيراً عن نزعة أصولية ألفية أو رؤيوية Apocalyptic تسعى إلى تهئية المشرق العربي، وسوريا والعراق تحديداً، ليكون مسرح الحرب النهائية الموعودة بين المسلمين واليهود والمسيحيين. انظر:

Graeme Wood, "What ISIS Really Wants," *The Atlantic*, March 2015: <http://googl/8CD2J8>.

الخلافة؛ أي: إقامة شرعية خطابية، والثاني الترويج لنموذج الدولة والسلطة القائمة الذي يعبر عن فكرة مفرطة في المثالية والبساطة والراديكالية في آنٍ واحد. لاحتفل رسائل التنظيم الدعائية بالرؤوس المقطوعة، والأشلاء المبعثرة، وركام الجثث فحسب، بل تحفل أيضاً بصورٍ شتى من جوانب تأسيس السلطة، ويمكن القول: إن هذا الجانب من إعلام تنظيم داعش يعتمد على مفهوم أصيل في أيديولوجيا التنظيم، هو (إدارة التوحش)، وهو مفهوم جاء في أعمال أحد منظري القاعدة الذين استند إليهم أبو مصعب الزرقاوي عند تأسيسه تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين، الذي خرج تنظيم داعش من رحمه، وهو أبو بكر ناجي، الذي يصف هذه العملية بـ«نشر الأمن الداخلي، وتوفير الطعام والعلاج، وتأمين منطقة التوحش من غارات الأعداء، وإقامة القضاء الشرعي بين الناس الذين يعيشون في مناطق التوحش... وإنشاء المجتمع المقاتل بكلّ فئاته وأفراده عن طريق التوعية بأهمية ذلك، والعمل على بثّ العلم الشرعي والديني، وبثّ العيون واستكمال بناء إنشاء جهاز الاستخبارات المصغّر، وتأليف قلوب أهل الدنيا بشيء من المال والدنيا بضابط شرعي وقواعد معلنة بين أفراد الإدارة على الأقلّ، وردع المنافقين بالحجة وغيرها وإجبارهم على كبت وكنم نفاقهم وعدم إعلان آرائهم المثبّطة... والترقي حتى يتحقّق إمكان التوسّع والقدرة على الإغارة على الأعداء لردعهم وغنم أموالهم وإبقائهم في توجّس دائم وحاجة إلى المواجهة»^(٨).

ويتم تحقيق هذا المفهوم (إدارة التوحش) من خلال التركيز في رعاية سكان المناطق الواقعة تحت سلطة التنظيم، وأنماط الاحتفالات الدينية، والفتاوى، والعمليات الأمنية، والعروض العسكرية، والصحة، والتعليم، وغيرها مما قد يندرج تحت مصطلح الشؤون العامة؛ لذلك يمكن القول: إن الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش، بوصفها إستراتيجية دولة لا مجرد تنظيم حركي، تهدف إلى:

(٨) يرى محلّون أن مفهوم التوحش مفهوم خلدوني، يقابله في الاصطلاح الحديث: الفوضى، وهو ما اعتمده الزرقاوي، ثم اتّبعه من بعده زعيما التنظيم في العراق والشام: أبو عمر، وأبو بكر البغدادي، ويهدف المفهوم إلى إيجاد فوضى في مساحة معينة، وتطهيرها، وإقامة سلطة عليها، ثم إدارتها على النحو المذكور. ويعدّ هذا المفهوم، إلى جانب فقه الدماء الذي جاء في أعمال أبي عبد الله المهاجر المنظر الروحي لداعش، أهم ما يستند إليه التنظيم في أطروحاته الأيديولوجية وسياسته المنعكسة في رسائله الإعلامية. انظر: محمد أبوorman، السلفية الجهادية: داعش والنصرة من إدارة التوحش إلى فقه الدماء، مجلة الدراسات الفلسطينية، عدد ١٠١، شتاء ٢٠١٥م، على الرابط: <http://goo.gl/2Q2fMc>.

- التجنيد والدعاية لاجتذاب أكبر عددٍ من المهتمين بالتنظيم، الذين يناسبهم خطابه الخلاصي والمثالي والراديكالي.

- ترسيخ شرعية سلطة كيان السلطة القائمة في شمالي العراق وسوريا عبر التأسيس لها أيديولوجياً وفقهياً، والترويج للخدمات التي تقدّمها إلى جمهورها، سواء الواقع تحت سلطتها أم الذين يفضّلون الهجرة إليها.

- مساندة التنظيمات المسلحة الأخرى المتقاربة مع التنظيم فكرياً ومعنوياً، علماً أن نجاح التنظيم في إعلان سلطته، واستقراره، وتوسعة أراضيه، دفع عدداً من الجماعات الجهادية التابعة للقاعدة في آسيا والمشرق وشمال إفريقيا إلى إعلان بيعتها للتنظيم.

المشكلة في تناول الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش، والإستراتيجية الإعلامية للتنظيم/ الدولة، أنه من الصعب التفريق بين المحتوى الإعلامي الذي ينتمي إلى التنظيم نفسه، أو ما يُصطلح عليه بـ(الإعلام الرسمي)، والإعلام الداعم للتنظيم ولا ينتمي إلى هيكله المسؤول عن الدعاية، أو ما قد يُطلق عليه (الإعلام غير الرسمي). وينبع مصدر هذه الإشكالية من طبيعة التنظيم، الذي لم يتخلّ بطبيعة الحال -على الرغم من نجاحه في تأسيس سلطة لها مفرداتها الرسمية، ولو كانت بأسماء ما قبل حداثة- عن الطبيعة الشبكية التي تنتمي إلى تأسيسه القاعدي؛ فإذا كان من السهل القول: إن مركزاً إعلامياً كـ(الحياة)، أو إصداراً كمجلة (دابق)، ينتميان رسمياً إلى تنظيم داعش ويعبران عنه، فمن الصعب نسبة حسابات تويتر المنتمية إلى التنظيم التي تقدّر بالآلاف إلى التنظيم رسمياً؛ إذ لا يُعرف إن كان أصحابها ينتمون إلى التنظيم فعلياً أم مجرد مؤيدين له.

تحاول هذه الدراسة -على أساس هذه المقولات- الاقتراب من الظاهرة الإعلامية لتنظيم داعش من خلال تناول الهيكل التنظيمي لجهاز الإعلام داخل التنظيم؛ للإجابة عن سؤال: من يقف وراء إدارة هذه الآلة الإعلامية المتضخمة ذات الأوجه والأدوات المتنوعة؟ وكذلك تناول الأدوات الإعلامية للتنظيم، التي تبدأ من مقاطع الفيديو التي يبثّها، ونشاط التابعين له على مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً تويتر، وتناول المحتويات الإعلامية التي تتضمّننها مجلة (دابق) التي يصدرها التنظيم، وقراءة توجّهاته الإعلامية والأيديولوجية من خلالها.

إدارة الإعلام في تنظيم داعش

وفقاً للتقارير الواردة عن البنية التراتبية لتنظيم داعش⁽⁹⁾، فإن الإدارة الإعلامية تقع تحت مسؤولية المتحدث الرسمي باسم التنظيم: أبي محمد العدناني⁽¹⁰⁾، وهو سوري الأصل، بزغ نجمه في عالم الدعاية والتنظير الحركي مع تنظيم الدولة الإسلامية في العراق، ثم صار متحدثاً رسمياً لتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) عام 2012م، ثم المتحدث الرسمي باسم دولة الخلافة التي أعلنها التنظيم. ويُعدّ العدناني المسؤول الأول عن إخراج الرسائل الإعلامية للتنظيم كما يظهر في أعداد مجلة (دابق)؛ فمن الواضح أنه يقوم بالدور التحريري، واختيار المواد، ومعظم افتتاحيات المجلة مُهرت بتوقيعه.

بزغ نجم العدناني التنظيمي مع رفضه العلني دعوة زعيم تنظيم القاعدة أيمن الظواهري عودة تنظيم داعش إلى العراق، وترك الساحة السورية لجبهة النصرة؛ إذ ظهر في شريط صوتي يندد فيه بدعوة الظواهري، ويشنّ هجوماً على النصرة، والفصائل السورية، والاتّلاف الوطني، والمجلس العسكري للمعارضة السورية، وأعلن أن تنظيم داعش أفتى بكُفر هذه الطوائف وردّها. ويتّضح الثقل الأيديولوجي للعدناني في المؤلّفات التي ألّفها في مسائل فقه الجهاد خاصة؛ فهو المسؤول عن الرسائل التوجيهية التي يطلقها التنظيم إلى أتباعه في مختلف البلدان، خصوصاً تلك المتعلقة بالهجوم أو القتل في مناطق معينة⁽¹¹⁾. ويُعدّ العدناني مسؤولاً سياسياً عن الدعاية، فضلاً عن دوره الفكري والتنظيمي، لكن تنظيم داعش يعتمد على مبدأ الخبرة والتخصّص في تنفيذ حملاته الإعلامية، وتورد تقارير⁽¹²⁾ أسماء بعض المسؤولين الإعلاميين المتخصّصين في التنظيم، منهم:

(9) Philip Ingram, "ISIS Government Structure," *Middle East Security*, November 1, 2015: <http://goo.gl/8tLuA0>.

(10) بوابة الحركات الإسلامية، أبو محمد العدناني: منجنيق داعش، ٤ نوفمبر 201٤م، على الرابط: <http://www.islamist-movements.com/4878>.

(11) Helen Davidson, "Islamic State's Call to Kill Westerners Has Terrorism Experts Divided," *The Guardian*, September 23, 2014: <http://goo.gl/yxd2wV>.

(12) نبيل شوفان، وزارة إعلام داعش: منظومة الترويع والحرب النفسية. العربي الجديد، 29 مارس 2015م، على الرابط: <http://goo.gl/L6wVYo>.

- أحمد أبو سمرة^(١٣): وهو سوري مولود في فرنسا، ومتخرّج في مدرسة كاثوليكية في بوسطن، ويحمل الجنسيّتين الأمريكيّة والسوريّة، وبزغ نجمه في مجال التكنولوجيا وتقنيات التواصل الاجتماعي، واستطاع التنظيم تجنيده، وأصبح مسؤولاً عن إدارة عمليات التنظيم على مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً تلك المتعلّقة بتجنيد شباب من الجهاديين من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكيّة وكندا. وتلقّى أبو سمرة تدريباً عسكرياً في اليمن وباكستان، وبدأ رحلته في عالم الجهاد عام ٢٠٠٤م في أعقاب حرب العراق مباشرةً، ووضعه مكتب التحقيقات الفيدرالي الأمريكي على قائمة أكثر الإرهابيين المطلوبين، ووردت مؤخراً أنباء عن مقتله في عملية عسكرية عراقية على مواقع التنظيم من دون تأكيد.

- أبو الأثير عمرو العبسي: وهو سوري من عائلة جهادية^(١٤)؛ إذ يُعتقد أنه أخو شاكر العبسي السوري القائد السابق لتنظيم (فتح الإسلام) في لبنان، وأخوه الآخر فراس أحد قادة التنظيم. ويُعدّ أبو الأثير من أهم القادة؛ إذ تولّى مناصب إدارية في ولايتي حلب وحمص، واشتهر بدمويته، وإشرافه على تعذيب كثير من النشطاء السوريين في حلب وقتلهم. وتشير تقارير إلى أنه المسؤول الحالي عن مؤسسات التنظيم الإعلامية، وعلى رأسها مؤسستا الفرقان والاعتصام، ومركز الحياة، وغيرها^(١٥).

- هناك كثير من الأسماء الأخرى التي يتضارب ذكر مسؤوليتها الإعلامية مع مسؤولياتها الميدانية أو السياسية؛ كأبي ميسرة العراقي، الذي ترى بعض التقارير أنه مسؤول عن إصدار البيانات والأشرطة المرئية والمسموعة، بينما ترى تقارير أخرى أنه يتولّى مسؤولية إدارة بغداد^(١٦). أما المحترفون، فتتردّد أسماء كثير من المخرجين، مثل أبي أسامة الأمريكي

(13) "American May be Key in ISIS Social Media Blitz," ABC NEWS, September 3, 2014: <http://goo.gl/qQDAUv>.

(١٤) صهيب عنجريني، أبو الأثير العبسي: من سيدنايا إلى اللوائح الأمريكية، الأخبار اللبنانية، ٢٢ تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٤م، على الرابط: <http://www.al-akhbar.com/node/218163>.

(١٥) حسن أبو هنية، البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٢ فبراير ٢٠١٥م، على الرابط: <http://goo.gl/d7D4HL>.

(١٦) صحيفة السفير، هؤلاء هم قادة داعش في سوريا والعراق، ٢٩ حزيران/ يونيو ٢٠١٥م، على الرابط: <http://assafir.com/Article/427845/MostRead>.

اليد اليمنى لأحمد أبو سمرة. وهناك أيضاً عدد من الشباب البرتغالي من هواة كرة القدم، الذين هاجروا من لندن، واعتنقوا الإسلام، وعمل عدد منهم في مجال التصوير الفوتوغرافي، وإخراج فيديو هات تنظيم داعش⁽¹⁷⁾، وعلى رأس هؤلاء نيرو سرافيا، الذي يُعتقد أنه رئيس الفريق الفني البرتغالي، وقد كتب في حسابه على تويتر قبل مدة من إعدام الرهينة الأمريكي جيمس فولبي: إن التنظيم سيبتّ فلماً جديداً، ويشكر ممثليه. ومن ضمن أعضاء الفريق أيضاً فاييو فوكاس، الذي أطلق على نفسه اسم (عبدالرحمن الأندلسي)، وهو متدرّب سابق في نادي لشبونة الشهير، وآخر يُدعى سالسورودريجز⁽¹⁸⁾.

مؤسسات تنظيم داعش الإعلامية⁽¹⁹⁾

يملك تنظيم داعش شبكة من المؤسسات والمراكز الإعلامية، إلى جانب كثير من المؤسسات الداعمة له، التي تعدّ مؤسسات غير رسمية تنتج موادّ مؤيدة للتنظيم، ولا يملك أيّ من هذه المؤسسات مواقع على الإنترنت حتى يمكن تعقبها أو إغلاقها؛ إذ تقوم بيثّ موادّها عبر الحسابات الشخصية للمنتمين إلى التنظيم على تويتر، وعبر شبكة من المنتديات الجهادية⁽²⁰⁾. وعلى الرغم من محاولة التنظيم تطوير المؤسسات الإعلامية التي ورثها عن تنظيم القاعدة؛ كي تشابه الإعلام الجماهيري Mass Media السائد في بلدان العالم الحديث، إلا أنه من الواضح أن شبكة الإنترنت تؤدي دوراً مركزياً في نقل الرسائل الإعلامية للتنظيم وبيثّها ونشرها حتى لو كان مصدرها وسائل تقليدية. ومن هنا يعبرّ إعلام التنظيم عن جانب مهمّ مميّز للإعلام المعاصر؛ إذ تتلاشى فيه الخطوط الفاصلة

(17) Jack Crone, "Five Footballers from East London Who Quit UK to Transfer to ISIS in Syria Linked to Jihadi John," *The Daily Mail*, February 1, 2015: <http://goo.gl/uxQuDn>.

(18) أخبار العربية، أفلام داعش الدموية يُديرها خمسة شباب برتغاليين، موقع قناة العربية، 4 فبراير 2015م، على الرابط: <http://goo.gl/zpEDPL>.

(19) أُعتمد في تقسيم الجزء المتعلق بمؤسسات داعش الإعلامية على تقريرتي: بيت الإعلام العراقي، وصهيب الفلاح، على موقع (نون بوست)، مع إضافة بعض المؤسسات والإصدارات الأخرى، علماً أننا قمنا بتحليل مضمون بعض النماذج المختارة من أعمال هذه المؤسسات من دون الاعتماد على مادة مُسبقة، وإنما اعتماداً على المواد الأولية المتوافرة على شبكة الإنترنت والمنتديات المؤيدة للتنظيم.

(20) بيت الإعلام العراقي، ترسانة داعش الإعلامية: المؤسسات والمنتديات، على الرابط: <http://goo.gl/bs3cfc>.

بين الإعلام الجماهيري، القائم على نقل رسائل محدّدة إلى جمهور واسع لا يملك حقّ التفاعل وصناعة الرسائل، والإعلام المجتمعي التفاعلي، الذي يكون فيه المتلقي مُرسلاً في الوقت نفسه. وبشكل عام، سنقسّم المؤسسات الإعلامية المكوّنة لآلة الإعلام في تنظيم داعش إلى: مؤسسات تابعة للتنظيم رسمياً، وأخرى داعمة له.

أولاً: المؤسسات الإعلامية التابعة للتنظيم

- مؤسسة الفرقان^(٢١):

هي المؤسسة الأقدم والأهم، وتعدّ الذراع الإعلامية للتنظيم، ويعود أصلها إلى تنظيم القاعدة في العراق (تنظيم الدولة الإسلامية في العراق)، وكان مقرّها العراق. وقد تعرّضت للتمكيك عام ٢٠١٠م، ثم انطلقت مرةً أخرى مع تنظيم داعش، ومقرّها الحالي في نينوى شمال العراق، وبلغ عدد إصداراتها المرئية والمسموعة نحو ١٦٠ إصداراً، منها: كلمات زعيم التنظيم أبي بكر البغدادي، والمتحدث باسم التنظيم أبي محمد العدناني. وتتمثّل مجمل إصدارات هذه المؤسسة في الأفلام الوثائقية، ومن أبرز إصداراتها: (أمة الخير)، و(صليل الصوارم - أربعة أجزاء)، و(هدى وبشرى للمؤمنين)، و(تاج الوقار)، و(قوافل الشهداء - جزءان)، و(دولة الإسلام باقية)، و(غزوة الثأر لأسرانا في الفلوجة)، و(غزوة أبي حفص المشهداني)، و(غزوة ربيعي بن عامر)، و(غزوة فكّوا العاني)، و(فرسان الشهادة - خمسة أجزاء)، و(حصاد المنهزمين في بلاد الرافدين). كما أصدرت المؤسسة سلسلة أفلام قصيرة، بطلها الأسير البريطاني جون كانتيلي، وعنوانها: (أعيروني انتباهكم)، وهي تمثّل نموذجاً لفكرة الإعلام المضاد؛ إذ يتم تنفيذ الرسائل الإعلامية الغربية عن التنظيم عن طريق الأسير البريطاني، بوصفه من أهل الغرب، وهو يرتدي ملابس الإعدام البرتقالية، وهو لون ملابس أسرى التنظيم المأخوذ من لون سجناء معتقل جوانتانامو الأمريكي؛ لذا يختلط التنفيذ بالتحذير من المصير المماثل. وتتميّز أفلام هذه المؤسسة بالجودة العالية، والاستخدام المركّب لتقنيات فنية معقّدة. ومن

(٢١) صهيب الفلاح، إعلام تنظيم الدولة: مؤسسات داعش الإعلامية، موقع نون بوست، ٢٨ فبراير ٢٠١٥م، على الرابط: <http://www.noonpost.net/content/5637>.

أهم الإصدارات التي يتجلى فيها هذا الإتقان الفني (شفاء للصدور)^(٢٢)، وهو الفيديو الذي صدر بعد إعلان التنظيم إعدامه الطيار الأردني الأسير لديه معاذ الكساسبة. ويشمل الجزء الأول من الإصدار حديثاً للكساسبة يُدلي فيه باعتراف كامل عن عمله الميداني، وملابس إسقاط طائرته واعتقاله، ويأخذ في تفصيل المعلومات العسكرية عن عمليات القصف التي قام بها التحالف الدولي، والدول المشاركة في التحالف، وأمكنة انطلاق عملياتها، وقواعد تنسيق الضربات. واستخدم مخرجو الفيديو في خلفية حديث الكساسبة صوراً مأخوذةً بالأقمار الصناعية، ومُعَالَجَةً بالجغرافيكس، توضّح المعلومات التي يُدلي بها الأسير على شكل عبارات وصور للطائرات والصواريخ المستخدمة، تصحبها مؤثرات صوتية كتلك المعهودة في قواعد العمليات العسكرية وغرفها، فضلاً عن صور حيّة لعمليات التدريب وتوجيه الضربات التي يقوم بها الطيارون الأردنيون. وبعد أن يوجّه الكساسبة رسالته إلى الشعب الأردني وأهالي الطيارين المشاركين في العمليات بالألا يصدّقوا نظامهم يظهر أثر الضربات التي يقوم بها التحالف بالتركيز في الأطفال والرضع القتلى من جرّاء القصف وعمليات الإنقاذ والإسعاف، ثم يظهر الكساسبة وهو يتجوّل بزيّ الإعدام بين ركاب القصف وحطامه بينما تتوالى مشاهد المعاناة والقتلى، ثم ينتهي به الأمر إلى قفص الإعدام حيث يتم حرقه. وعلى خلفية جثته المتفحّمة، يظهر التسويغ الفقهي لعملية الحرق والتمثيل، بوصفها رادعاً عن العدوان؛ لذا فهي جزء من إقامة الحد. وفي الجزء الأخير من الإصدار تظهر أسماء الطيارين الأردنيين الذين يريد تنظيم داعش قتلهم وصورهم ورتبهم ومواقعهم، مع مكافأة لمن يُدلي بمعلومات عنهم. ويعتمد السيناريو في هذا الفيديو بالأساس على الصور المتتالية؛ إذ يتلاشى التعليق الصوتي، وتظهر عملية الإعدام نتيجةً منطقيةً للصور المتتالية بدايةً من اعتراف الكساسبة وصور ضحايا القصف.

لا يخلو إصدار (شفاء للصدور) من تكييف سياسي؛ إذ يُسهّل بموقف النظام الأردني من الغرب، واشتراكه فيما يسمّيه التنظيم (التحالف الصليبي) ضد (دولة الخلافة). وهناك إصدارات أخرى لا تقلّ في جودتها وإتقانها عن هذا الإصدار، ويختلط فيها

(٢٢) هناك نسخة من هذا الإصدار على الرابط:

التكليف السياسي بالفقهي، مثل سلسلة (حتى تأتيهم البيّنة)، وهو إصدار مخصّص لتبيان موقف التنظيم من الأقليات الدينية، خصوصاً المسيحية؛ فبدأ بمقدّمة عن تاريخ الديانة المسيحية وصراعاتها المذهبية؛ ليستخلص المعلق أن النصارى في حكم الشرع ليسوا إلا طائفةً حادت عن دين الحنيفية الحق، ويتم الاستناد إلى تأويلات للقرآن وبعض الأحاديث التي توضح كفر هذه الطائفة، وكذلك آراء الفقهاء التي تقرّ بالإجماع بكفرهم، وضرورة بُغضهم، وأن المسلم الذي يكفرهم ولا يُبغضهم «ليس بمسلم بإجماع المسلمين». ويتناول الإصدار بعد هذا الإسناد الفقهي معاملة المسيحيين الواقعيين تحت سيطرة التنظيم؛ إذ يركّز في شهادات القائمين على المحاكم الإسلامية، وسعيهم إلى إدخال هؤلاء إلى الإسلام، أو دفع الجزية صاغرين إن أبوا، أو الحرب والخراب كما حدث مع مسيحيي الموصل؛ إذ تمّ طردهم وتدمير كلّ المظاهر المسيحية في المدينة من كنائس وصلبان وتمائيل. ثمّ ينتقل الفيديو غرباً لينقل مشهد ذبح ٢٥ مسيحياً إثيوياً تمّ اعتقالهم في ليبيا؛ لينقل رسالةً إلى نصارى العالم، مضمونها أن تنظيم داعش سينتشر في العالم كلّهُ، ولن يجدوا أمامهم إلا حدّ السنان على حدّ وصف مسؤولي التنظيم.

- مؤسسة الاعتصام^(٢٣)؛

هي المؤسسة الثانية من حيث الأهمية، وأنتجت إلى الآن نحو ٩٠ إصداراً، أغلبها موجّه إلى المجاهدين خارج نطاق التنظيم بلغات مختلفة. ومن الواضح أن إصدارات المؤسسة تركز في إنتاج أفلام الدعاية الحربية، التي تتناول قتال قوات التنظيم على جبهات مختلفة، ومن هذه الإصدارات: (صمود الأسود)^(٢٤)، وهو فلم حربي قصير يتناول المعارك بين قوات البشمركة الكردية وقوات التنظيم حول مدينة سنجار معقل الطائفة الإيزيدية^(٢٥)، ويعرض الفلم مشاهد تحذيرية تحوي ذبح عددٍ من الجنود الأكراد. ويوثق فلم (صدّ الصفويين عن صلاح الدين)^(٢٦) معارك التنظيم ضد قوات الحرس الثوري الإيراني، التي تقاوم التنظيم

(٢٣) إصدارات المؤسسة على منتدى أخبار الخلافة الإسلامية، على الرابط:

<https://goo.gl/mLGD1w>.

(٢٤) الفلم موجود على الرابط: https://archive.org/details/Smod_alosod_aleitisam.

(٢٥) انتهى الصراع حول المدينة بسقوطها في أيدي قوات البشمركة، وطرّد تنظيم داعش منها، في نوفمبر عام ٢٠١٥م.

(٢٦) الفلم موجود على الرابط: <http://shortwiki.org/27323>.

في العراق، خصوصاً في تكريت. ويحتوي الفيديو على لقطات مطوّلة تشرح سير المعارك بين الطرفين، تتخلّلها دعوات للمجاهدين للاصطفاف لشنّ الحرب على الروافض/ الشيعة. ورسائل تنقلها كتيبة كردية تعرّف نفسها بأنها تمثّل أحفاد (صلاح الدين) وتتوّعد فيها (أحفاد الصفويين). ومن بين الأفلام الحربية التي تمّ إنتاجها على شكل سلسلة (نوافذ على أرض الملاحم)، التي أنتجت في ٥٠ حلقة، وهي توثّق عمليات التنظيم ومعاركه، وصدرت بلغات مختلفة، وكذلك أفلام مثل: (رسالة حيّة من مدينة بيجي العصيّة)، و(عين الإسلام- كوباني)، و(فشرّد بهم من خلفهم)، وهو جزءان، و(دكّ الحصون). وتُصدر المؤسسة -إلى جانب الأفلام الحربية القصيرة والمطوّلة- عدة أفلام تمثّل رسائل من أعضائها إلى ذويهم في البلدان التي قدموا منها؛ مثل: (الحقّ بالقافلة)، وهو فلم باللغة الأوزبكية ومترجم إلى اللغة العربية، ويمثّل رسالةً من بعضي أعضاء التنظيم ذوي الأصول الأوزبكية إلى المجاهدين الأوزبك يدعونهم إلى الانضمام إلى التنظيم، وكذلك أفلام: (رسالة مجاهد أبي سعيد البريطاني)، وهو باللغة الإنجليزية ومترجم إلى اللغة العربية، و(رسالة إلى الأردن)، و(رسالة إلى أهلنا في معان)، وغيرها.

- مركز الحياة:

تصدر أغلبية أعمال هذا المركز باللغة الإنجليزية، مع ترجمتها إلى اللغة العربية؛ لذا فهي موجّهة إلى العالم الغربي بالأساس، ومع ذلك لا يختلف نمط رسائله عن النمط السائد في إصدارات المؤسساتين السابقتين، وإن كان يتأرجح بين التركيز في العنف الشديد الصادم والتركيز في الحياة داخل الأراضي التي يسيطر عليها التنظيم. أحد نماذج رسائل الترويج الصادرة عن مركز الحياة هو الفلم القصير (زيارة إلى الموصل)^(٢٧)، الذي صدر في صيف عام ٢٠١٥م بعد مرور عام على سيطرة التنظيم على المدينة العراقية، ويقوم بطل الفلم، وهو جهادي من أصول روسية، برواية أحداث اقتحام المدينة، واشتباك قوات التنظيم مع الجيش العراقي، وفراره أمام التنظيم، وينقل الفلم آراء سكان الموصل، وتعبيرهم عن شعورهم بالأمان تحت حكم التنظيم مقارنةً بفساد النظام العراقي واضطهاده. كما يركّز

(٢٧) هناك نسخة من الفلم بتعليق روسي وترجمة عربية وإنجليزية على الرابط:

الفلم على لسان المجاهد الروسي في إدارة التنظيم للمدينة، وأعماله الشرطة والإدارية والقضائية، وإقامة الشعائر، وغير ذلك من مظاهر.

لكن أشهر نماذج الترويع التي أصدرها المركز كان فلم (رسالة موقّعة بالدم إلى أهل الصليب)، الذي صدر بعد إعلان تنظيم داعش في ليبيا اختطافه ٢١ مصرياً قبطياً، ثم قيامه بذبحهم. ويعدّ هذا الفلم نموذجاً لعملية الترويع بالصدمة التي يعتمد عليها التنظيم، والتي تكرّرت فيما بعد في إصدارات مختلفة؛ إذ يبدأ الفلم بمشهد سينمائي لخلفية واسعة للبحر، ومؤثرات صوتية، يظهر بعدها أعضاء التنظيم بلباس ولثام أسودين، يقنّد كلّ منهم ضحيّته بحركة بطيئة ومتقطّعة، يتخلّلها هدير البحر والإنشاد، ثم يأخذ قائد المجموعة في تلاوة الرسالة الموقّعة بالدم، ومجملها: «أيها الصليبيون، إن الأمان لكم أمانيّ، لاسيما وأنكم تقاثلوننا كافةً، فسنقاتلكم كافةً، حتى تضع الحرب أوزارها، وينزل عيسى عليه السلام، ويكسر الصليب، ويقتل الخنزير، ويضع الجزية»^(٢٨)، مؤكداً أن البحر الذي ابتلع جثمان أسامة بن لادن سيختلط ماؤه بدم النصارى، وهو ما كان إشارةً إلى عملية ذبح مروّعة.

وأصدر المركز أيضاً فلم (نهاية سايكس بيكو)^(٢٩)، وهو فلم مركزيّ في سردية تنظيم داعش، يوضّح أعمال مقاتلي التنظيم في عملية إزالة الحدود بين العراق وسوريا (الشام)، التي أسّست لها اتفاقية سايكس بيكو الاستعمارية عام ١٩١٦م؛ إذ يقوم الجهادي بطل الفلم بتفقد إحدى نقاط التفتيش، مستعرضاً غنائم التنظيم من الجيش العراقي الفارّ، وأسراه المسجونين، ساخراً من فكرة الحدود، ومبشّراً بزوال الحدود بين كلّ بلاد الإسلام في المستقبل القريب تحت راية التنظيم، وصولاً إلى كلّ العالم. ويتحدث أفراد الحماية المسؤولون عن العملية بإنجليزية تبشّر بانتصار دولة الإسلام - كما يطلق التنظيم على نفسه - الباقية التي ستمدّد، ثم يقومون بتفجير النقطة. ومن أبرز إصدارات المركز الأخرى (رسالة إلى أمريكا)، وهو فلم تحذيري للولايات المتحدة الأمريكية وجيشها، يقوم فيه التنظيم بذبح أحد الرهائن الأمريكيين، وكذلك فلم (لهيب الحرب)، الذي ينتمي إلى الدعاية الحربية.

(٢٨) داعش تبثّ فيديو لعملية ذبح ٢١ مصرياً قبطياً في ليبيا، صحيفة الشروق، ٢١ فبراير ٢٠١٥م، على الرابط: <http://goo.gl/6uvPGh>.

(٢٩) هناك نسخة من الفلم باللغة الإنجليزية على الرابط:

http://www.liveleak.com/view?i=d43_1404046312.

- مؤسسة أجناد:

هي المؤسسة المسؤولة عن أغلب الإصدارات الصوتية للتنظيم^(٢٠)، ويتمثل أغلبها في أناشيد حماسية من قبيل: (شريعنا)، و(يا دولة الإسلام هبّي وقومي)، و(مثلما كانوا فكونوا)، و(أمّتي كانت لا ترضى الوهن)، و(أمّتي قد لاح فجر)، وغيرها من أناشيد. وتصدر المؤسسة كذلك عدداً من تلاوات القرآن. ويُتاح بعض إصدارات هذه المؤسسة على موقع اليوتيوب^(٢١)، وجزء كبير من هذه الأناشيد يُعاد استخدامه خلفياً صوتياً في أفلام التنظيم الصادرة من بقية المؤسسات.

- المجالات:

أهمها مجلة (دابق)، وتعدّ بمنزلة مانفيسـتو (بيان رسمي) شهري للحركة توجّهه إلى العالم باللغة الإنجليزية، ويحتوي على بيانات التنظيم الرسمية، وأخبار عملياته مدعومة بالصور العالية الجودة. وتوزّع المجلة ورقياً في مناطق سيطرة التنظيم في سوريا والعراق. وسيتم تناول عمل هذه الوسيلة الإعلامية تفصيلاً؛ بسبب الأهمية الكبيرة التي تمثّلها في تتبّع أفكار التنظيم، ومعاركه السياسية، ورؤيته للصراع مع العالم.

ويُصدر التنظيم كذلك مجلة (دار الإسلام)^(٢٢) باللغة الفرنسية، وهي تسيّر على نهج (دابق) من حيث التصميم والموضوعات، وإن كانت أصغر في حجمها، ويُخاطب بها المسلمون الفرنسيون. وتابعت المجلة، التي صدر منها إلى وقت كتابة هذه الدراسة سبعة أعداد، العمليات التي قام بها المسلحون التابعون للتنظيم داخل الأراضي الفرنسية؛ فقد صدر العدد الأخير^(٢٣) منها في أعقاب أحداث باريس (نوفمبر عام ٢٠١٥م)، وجاء عنوانه الرئيس: (تركيع فرنسا La France a Genoux)، وركّزت المقدمة في العملية التي استهدفت فرنسا بوصفها دولة صليبية تشارك في الحرب على الإسلام، ويؤكد كاتب

(٢٠) هناك قائمة من إصدارات مؤسسة أجناد على الرابط: <http://goo.gl/9yYUqI>.

(٢١) نشيد (شريعنا)، من إنتاج مؤسسة أجناد، على الرابط:

<https://www.youtube.com/watch?v=m8eolwOWrAU>.

(٢٢) بعض أعداد المجلة متاحة على الرابط:

<http://jihadology.net/category/dar-al-islam-magazine/>.

(٢٣) انظر الرابط: <https://goo.gl/AG8fcd>.

التغطية أنه «في يوم الجمعة الموافق ١٩ سبتمبر ٢٠١٤م؛ أي: أكثر من ثلاثة أشهر قبل عمليات إيبيير كاشيه وشارلي إبدو، وقبل أكثر من عام من عمليات باريس وسان دوني، قصفت طائرات الرافال الفرنسية مواقع للدولة الإسلامية؛ كراهية للإسلام وللشريعة، وليس انتقاماً من الاعتداءات التي ارتكبتها الدولة الإسلامية ضد فرنسا»^(٢٤). وكذلك تضمّن العدد تقريراً عن منهج النبوة في الجهاد والدعوة إلى الهجرة إلى أرض الإسلام الجديدة، وكذلك تحقيقاً فقهياً عن قاعدة (مثنى وثلاث ورباع)، وحواراً منقولاً من مجلة (دابق) مع عضو التنظيم أبي سمير الأردني.

- قناة الخلافة:

أعلن التنظيم إطلاقه قناة تلفزيونية على الإنترنت باسم (قناة الخلافة)، مؤكداً أن بثّها المباشر سيكون قريباً، وأنها ستعمل طوال الساعة طبقاً لتوقيت الدولة/ داعش، واستخدم التسويق الدعائي للقناة الأسير البريطاني لدى التنظيم جون كانتلي^(٢٥).

- الإذاعات:

سبق إعلان التنظيم عن إطلاق قناة تلفزيونية قيامه بإطلاق إذاعة مسموعة مقرّها مدينة الموصل، وهي إذاعة البيان^(٢٦)، وهي أول إذاعة محلية يؤسّسها التنظيم، وربما تكون أول إذاعة جهادية، وتبثّ تسع ساعات يومياً، وكان التنظيم قد أسّسها عقب استيلائه على مدينة الموصل وعلى أجهزة الإذاعة المحلية في المدينة. وتبثّ هذه الإذاعة أغلب قرارات التنظيم، وأخبار عمليات التنظيم ضد ميليشيات البشمركة الكردية والحشد الشعبي الشيعية، وأخبار حلفاء التنظيم الإقليميين، الذين تعدّ وسائلهم الإعلامية في سيناء واليمن والجزائر ونيجيريا وجزيرة العرب وغيرها جزءاً من الترسانة الإعلامية للتنظيم، ويغذّي كلّ منها الآخر. ومن ناحية أخرى، أعلنت

(٢٤) مرصد الأزهر، تقرير حول العدد السابع من مجلة دار الإسلام، ديسمبر ٢٠١٥م، على الرابط:

<http://goo.gl/phM007>.

(٢٥) الجزيرة، تنظيم الدولة يُطلق قناة الخلافة التلفزيونية على الإنترنت، الجزيرة نت، ١٦ يناير ٢٠١٥م، على الرابط: <http://goo.gl/k0uozV>.

(٢٦) موقع بثّ إذاعة البيان هو: <https://archive.org/details/radioalbian>.

السلطات التونسية مؤخراً اكتشافها أن إذاعة البيان التابعة للتنظيم تبثّ من ليبيا حيث يتكثّف وجود تنظيم داعش، وسيطر على بعض المناطق، وأن بثّ هذه الإذاعة يصل أيضاً إلى جنوب تونس حيث توجد حركات مسلحة نشطة، وأنها -أي: السلطات التونسية- تسعى إلى تعقّب هذه الإذاعة، ووقف بثّها^(٢٧).

- قنوات اليوتيوب:

على الرغم من الأهمية الكبيرة التي يحظى بها موقع اليوتيوب في عالم الترويج الإعلامي إلا أن تنظيم داعش لا يستخدم قنوات هذا الموقع بشكل مباشر؛ فمع وجود عدد كبير من الفيديوهات التابعة للتنظيم على الموقع إلا أنه غالباً ما يتمّ الترويج لها عبر وكلاء غير رسميين؛ تجنّباً لحذف المحتوى مع الإبلاغ عنه، وهو ما سنتناوله في الجزء المتعلّق بالوسائل الإعلامية الداعمة للتنظيم. ومع ذلك سرعان ما يجد بثّ موادّ التنظيم رواجاً له بين مستخدمي الموقع، الذي أصبح مصدراً لجزء كبير من المواد الإعلامية في القنوات العربية، التي تبثّ مقاطع من فيديوهات التنظيم في نشراتها وتقاريرها الإخبارية، ويزداد تأثير هذه المواد مع إمعان التنظيم في وسائل الترهيب التي يحتفي بها المتطرفون المؤيدون له^(٢٨). يمكننا القول من خلال استعراض هذه الخريطة العامة لهذه الوسائل الإعلامية: إن المؤسسات الإعلامية الرسمية التابعة لتنظيم داعش -كما سبقت الإشارة- حريصة على الخروج من المركزية اللغوية العربية والإنجليزية، وتسعى إلى الوصول إلى أطراف العالم الإسلامي، التي ربما كانت مهملةً كليةً في منظومة الإعلام الجهادي، والجمهور المستهدف من هذه الإصدارات والرسائل الإعلامية هو الأقليات الإسلامية التي توجد في صراع قلق مع قوى أخرى غير مسلمة؛ كالأتراك الإيغوري في الصين؛ فقد أنتج مركز الحياة عدة أناشيد باللغة الإيغورية، أشهرها (تعال صدقي)^(٢٩). وذكرت صحيفة الجارديان

(٢٧) الجنوب التونسي يتلقّى بثّ إذاعة تابعة لتنظيم الدولة الإسلامية في ليبيا، فرانس ٢٤ العربية، ١٨ سبتمبر ٢٠١٥م، على الرابط:

<http://goo.gl/u3Sw2M>.

(٢٨) إعدامات يبتكرها تنظيم داعش للترهيب عبر اليوتيوب، مجلة لغة العصر - الأهرام، ٢٤ يونيو ٢٠١٥م، على الرابط: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/18022.aspx>.

(٢٩) النشيد على منتدى إصدارات الدولة، على الرابط: <http://goo.gl/OwflDf>.

البريطانية أن التنظيم أطلق قنّاةً دعائيةً باللغة الروسية موجّهة إلى المسلمين داخل روسيا، تستهدف حشدهم وتجنيدهم في التنظيم بعد أن استقدمت فعلياً نحو ألفين منهم، وكانت قبل ذلك قد أنتجت إصدارات عربية عليها ترجمة روسية فقط^(٤٠). كما أن التنظيم أطلق مدوّنات باللغات الأوروبية؛ كالفرنسية، والألمانية، للغرض نفسه، فضلاً عن رسائله الصادرة لدعم الأقليات والتنظيمات المسلحة الموالية للتنظيم في خراسان ونيجيريا ووزيرستان، وهو ما يؤكّد أن التنظيم يتبنّى إستراتيجية منظمة الأهداف، وواسعة النطاق، وذات طابع أممي.

ثانياً: المؤسسات الإعلامية الداعمة للتنظيم

لا يكاد يحيط الحصر بالمنصّات الإعلامية الداعمة لمجهود تنظيم داعش الإعلامي من مؤسسات أخرى ومنتديات على الإنترنت، ومنها على سبيل المثال:

- مؤسسة البتار:

لهذه المؤسسة مدوّنة^(٤١) على موقع بلوجسبوت Blogspot الشهير، تحتوي على إصدارات متنوّعة مسموعة ومرئية، وعدد كبير من المقالات التي يكتبها مؤيّدو التنظيم وبعض المنتسبين إليه، كما تضم عدداً من الإصدارات الرسمية للتنظيم، التي تقوم بتفريغها على شكل مقالات مكتوبة.

- المنبر الإعلامي الجهادي:

هو منتدى تفاعلي لمناصري التنظيم، يتصدّر صفحته إعلان البيعة لأبي بكر البغدادي خليفة، وعلى خلاف كثير من المنتديات لا يعرض المنتدى محتواه للزائرين، بل له قنّاة^(٤٢) يبتّ من خلالها فيديوهات كلمات مسجّلة على موقع اليوتيوب الشهير.

(40) <http://goo.gl/YiUBQp>.

(41) <http://al-battar-media-foundations.blogspot.com.eg>.

(42) <https://goo.gl/G4dkUo>.

- مؤسسة غرباء:

تهتم بإصدار الأعمال الفقهية التي تساهم في التنظير لفكرة دولة الخلافة، والدفاع عن التنظيم، مثل (تبصير المُحاجِّج في الفرق بين رجال الدولة الإسلامية والخوارج) لأبي همام الأثري.

- إصدارات الخلافة:

مدونة على موقع ووردبريس WordPress تعرّف نفسها بأنها موقع غير رسمي لإصدارات الخلافة الإسلامية، وتقوم ببثّ الفيديوهات والبيانات الصادرة عن التنظيم، خصوصاً تلك الصادرة عن هيئات التنظيم الإعلامية في الولايات؛ مثل ولايات: حلب، والفلوجة، والموصل، ونيوى، وغيرها. ويتيح الموقع لمتصفّحيه خاصية تحميل الإصدارات، ويعدّ من أكثر المواقع غير الرسمية احتفاءً بمواد التنظيم.

- منتديات العقاب والبراق والبراء:

لا تختلف كثيراً عن المنتديات السابقة من حيث المحتوى، وإن اختلفت كثافة هذا المحتوى. - أخبار الدولة الإسلامية ووكالة الأنباء الإسلامية (حق)^(٤٣):
هما قناتان على موقع اليوتيوب تبثّان فيديوهات غير محترفة داعمة للتنظيم، يعتمد أغلبها في مادته على إصدارات التنظيم، أو فيديوهات شائعة على شبكات التواصل الاجتماعي.

التقنيات الهوليوودية

ذكر أحد الخبراء المتخصّصين في الدعاية الجهادية أن تنظيم داعش يُدرك تماماً أن أنسب طرائق تحقيق أهداف الإرهاب هي الإفزاز؛ لذا تؤدّي الصورة دورها الأهم في إثارة الفزع، فيستخدم تقنيو التنظيم مهارات مستقاة من عالم الهوليوود حيث الإخراج المتقن، والتصوير الممتد، واختيار اللقطات والزوايا، وعلاج المادة بالموثرات البصرية والخلفيات الصوتية؛ ففي فيديوهات الإعدام يظهر جلاّد التنظيم المعروف الجهادي جون، وأمامه

(43) <https://goo.gl/VMjpS8>.

الضحية مسجّاة، ويقدم خطاباً تحذيرياً موجّهاً، تتخلّله لقطات استرجاعية Flashback، على خلفية مُعالِجة، وألوان متعارضة. ويتمّ في أفلام أخرى أخذ لقطات كثيرة وصولاً إلى لقطات بعينها تُعالج بالإنتاج، كما يتم تصوير بعض المشاهد على أكثر من مستوى؛ إذ يكون للفلم الواحد، الذي يبلغ في بعض الأحيان أكثر من ٣٠ دقيقة، سيناريو بصري، وآخر يتضمّن المشاهد المختلفة. وصوّر التنظيم أحد أفلامه عبر التصوير الجوي من خلال طائرة من دون طيار. ونجحت هذه التقنيات في خلق جمهور ينتظر من مدة إلى أخرى إصدارات تنظيم داعش من فيديوهات، سواء أكان فيها ذبح أم لا، كأنه ينتظر حلقات مسلسل^(٤٤).

مجلة (دابق)^(٤٥)

تعدّ مجلة (دابق) طفرة في الإعلام الإلكتروني الجهادي، ويرى محلّون أنها مفارقة لمجلة (إنسباير INSPIRE)^(٤٦)، التي كان يصدرها تنظيم القاعدة في الجزيرة العربية، سواء على مستوى الإخراج الفني أم المحتوى أم الرؤية المنعكسة؛ فبينما كانت (إنسباير) لا تمثل إلا دليلاً للعمليات الجهادية ضد الأهداف الغربية تعكس (دابق) رؤية أكثر عمقاً وشموليةً وتجاوزاً للأعمال التكتيكية المجردة لتأسيس رؤية دينية عن أنشطة التنظيم ومعاركه وقضية الخلافة، وانعكاساً لرؤيته الأحداث التي صار محوراً لها. تشكل أعداد «دابق الصادرة إلى الآن، وهي عشرة أعداد، سردية كاملة لما يريده التنظيم من وراء إستراتيجيته الإعلامية، وكذلك السردية الكبرى التي يحاول أن يضمّنّها في رسائله الموجهة إلى الآخرين، التي تبدأ من اسم المجلة نفسه: دابق، المأخوذ من اسم قرية شامية قرب حلب^(٤٧)، ورد ذكرها في الأحاديث النبوية المروية عن نهاية العالم، والحرب الكبرى بين المسلمين والروم، التي وُعد فيها المسلمون بالانتصار على الروم». وتهيمن هذه الرؤية

(44) Veryan Khan and Jasmine Opperman, "The Hollywood of ISIS: Jihadi Film Industry Goes Way beyond Beheading Videos," *International Business Times*, June 3, 2015: <http://goo.gl/N3Bvmi>.

(٤٥) أعداد المجلة الإلكترونية متاحة على الرابط: <http://goo.gl/1f3Vp6>.

(46) <http://goo.gl/3Nwv2f>.

(٤٧) نصّ الحديث المذكور هو: «لن تقوم الساعة حتى تنزل الروم بالأعماق أو بدابق؛ فيخرج إليهم جيش من المدينة من خيار أهل الأرض يومئذ»، وقد ورد في صحيح مسلم. وعن تأثير هذه النبوءة انظر: حديث نبوي يثير حماس الجهاديين في داعش، عربي ٢١، ١٤ أكتوبر ٢٠١٤م، على الرابط: <http://goo.gl/HdpZBg>.

الأخرى على المجلة، ويتضح ذلك في العدد الرابع، الصادر في أكتوبر عام ٢٠١٤م؛ إذ يحمل غلاف المجلة صورةً لمسلّةٍ مصرية في أحد ميادين الفاتيكان يرفرف عليها علم الجهاد الأسود، ويحمل الغلاف عنوان: (الحملة الصليبية الفاشلة)، في إشارة إلى حملة الائتلاف الدولي على التنظيم التي أُعلن عنها في سبتمبر عام ٢٠١٤م. ويتضمّن مقال الغلاف شرحاً لنبوءة الحملات الصليبية، بوصفها جزءاً من نبوءات الآخرة، التي يرى التنظيم في نفسه سيراً على خطوات تحقيقها؛ إذ يستشهد المقال بأقوال أبي مصعب الزرقاوي - مؤسس تنظيم القاعدة في العراق - الذي رأى في حربه على الأمريكين/ الصليبيين شرارةً بدأت في العراق، وستنتهي عند دابق في الشام حيث الحرب الخاتمة. أما أبو محمد العدناني - المتحدث باسم التنظيم - فيتوعدّ الغرب بأن هذه الحرب ستكون حملته الصليبية الأخيرة التي ستلقى الفشل كما لقيته سابقاتها في الماضي، وأنهم «سيغزون روما، وسنحطم حدودكم، ونسبي نساءكم بإذن الله... وإذا لم نحقق هذا في جيلنا فسيحقّقه أحفادنا، وسنبيع أبناءكم في سوق العبيد»^(٤٨).

بدأ صدور المجلة باللغة الإنجليزية في شهر رمضان سنة ١٤٣٥هـ/ يوليو ٢٠١٤م في أعقاب إعلان التنظيم قيام الخلافة مباشرة؛ إذ جاء العدد الأول بمنزلة بيان يحمل على غلافه عنوان: عودة الخلافة. وتوزّع المجلة ورقياً في العراق وسوريا، وهي متاحة إلكترونياً على شبكة الإنترنت، ويحاول مؤيدو التنظيم ترجمة أعداد المجلة الصادرة تبعاً إلى لغات مختلفة؛ حتى تصل إلى أكبر عدد من القراء في العالم، حتى إن موقع أمازون الشهير عرض أعداداً من المجلة للبيع عن طريق مركز الحياة الإعلامي التابع للتنظيم، ووصفت على الموقع بأنها «مجلة دورية تتناول قضايا التوحيد والمنهج والهجرة والجهاد والجماعة»، إلى أن قرّرت إدارة الموقع سحب هذه الأعداد بصفحتها تابعةً لتنظيم إرهابي^(٤٩).

وإذا كانت مجلة (إنسباير) التابعة للقاعدة صدرت لإرشاد الغربيين غير القارئين باللغة العربية إلى ما يتعلّق بتصميم العمليات الإرهابية في الغرب فإن اختيار التنظيم إصدار (دابق) باللغة الإنجليزية موجّه أيضاً إلى القارئ الدولي والغربي؛ بغرض توسعة عمليات التجنيد والالتحاق بالتنظيم، وبوصفها شكلاً من الدعاية المضادة، التي تحاول

(48) *Dabiq*, no. 4, (October 2014), 32.

(49) <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-33035453>.

كشفت المغالطات عن التنظيم، وتبيان مدى قوّته وقدرته على البقاء والاستمرار؛ اعتماداً على الاستخدام الماهر للتصميم الفني المتطوّر، وتوظيف الصور في شكل رسائل بصرية تؤدّي الدور الأهم في تشكيل الوعي بالتنظيم وأهدافه. ويتّضح الاهتمام بالصورة من الأغلفة المصحوبة بكلمات بسيطة ومؤثّرة، بعض هذه الصور حقيقي، وبعضها تمّ تكوينه بالجرافيك، ويعطي كلّ عدد انطباعاً بأنه بيانٌ في حدّ ذاته يحوي في كلماته البسيطة تحذيراً للأعداء، أو تبشيراً لأتباع التنظيم ومؤيديه. حمل غلاف العدد الثاني صورة سفينة تُشبه سفينة نوح، وكتب عليها (الدولة الإسلامية أو الطوفان)، وحمل العدد الخامس صورةً للكعبة والمسجد الحرام، وترجمة إنجليزية للشعار الشهير (باقية وتتمدّد). وتترجم هذه الرسائل البصرية رغبة التنظيم في الربط بينه وبين فكرة الخلاص الأخرى التي أصبح يحتكر تمثيلها، والربط بين رسالته وبقاء الإسلام واستمراره.

ويرى بعض المتخصّصين أن الإخراج الفني للمجلة يؤدي دوراً كبيراً في تأثيرها في الفئة الموجّهة إليها، «وإذا وُضعت مجلة (دابق) بجوار مجلة التايم Time فإنك لا ترى فرقاً يُذكر في الإخراج والتصميم والجودة، بل حتى المضمون المميّز الذي يخاطب الرأي العام الناطق بالإنجليزية، ومحاولة التأثير عليه. كما أن استخدام الألوان في المجلة والصور والجرافيك كلّها مقصودة ومدروسة بعناية؛ لإيصال الكثير من الرسائل، وعلى سبيل المثال: اللون البرتقالي في كلمة (مرتد) بالإنجليزية هو ذات اللون لبدلة الإعدام التي ارتداها معاذ الكساسبة الطيار الأردني، الذي أُجريت له مقابلة قبل بثّ التنظيم فيديو إحراقه، واستخدام اللون الأسود في ذكر معارضي التنظيم الجهاديين والإعلاميين إشارة رمزية لظلامية تفكير الطرف المقابل من وجهة نظر تنظيم الدولة»^(٥٠).

وعلى مستوى المحتوى، تؤدّي المجلة دورين، إلى جانب دورها الترويجي: يتمثّل الأول في تفصيل أيديولوجيا تنظيم داعش الدينية ونقلها، ويتمثّل الثاني في شنّ حملات التشهير والتشنيع السياسي ضد المناوئين السياسيين والعسكريين للتنظيم/ الدولة؛ فمثلاً: يحمل غلاف العدد العاشر شعاراً ترجمته (شريعة الله أم قانون البشر؟) على خلفية من علم الخلافة الشهير المتوارث عن القاعدة، مرتفعاً عن أعلام بقية الحركات الجهادية

(٥٠) صهيب الفلاحي، مرجع سابق.

وشعاراتها، وتحت عنوان يقول: (هل شنّ الحرب على الخلافة يعدّ ردة؟)، وفي المتن^(٥١) يحتوي العدد على تحقيق صحفي Feature عن تطبيق الشريعة في المناطق التي يسيطر عليها التنظيم، يبدأ بمقولة لأبي محمد العدناني يحذّر فيها جنود الخلافة من التهاون مع من يحاربون التنظيم، ويعده كفراً، ثم يمضي في تبيان تهاون بقية الجبهات الإسلامية (جبهة النصرة، أو كما يُطلق عليها: جبهة الجولاني) في تطبيق الشريعة، وهو الأمر الذي حملته التنظيم على عاتقه، ثم ينتقل من ذلك ليركّز في مظاهر تطبيق الشريعة وتنفيذ الحدود في مناطق سيطرة التنظيم. ويحوي التحقيق صوراً لجلد المتهم بالزنا، وقطع يد السارق، وتحطيم المحرّمات وحرقتها، وعملية توزيع الزكاة على الفقراء، وتحطيم الصلبان والتماثيل بوصفها أوثاناً، ووفود المسيحيين المقيمين بحدود الدولة/ التنظيم وهم يدفعون الجزية عن يد وهم صاغرون (حتى تأتيهم البينة). ويضم التحقيق كذلك صوراً عن الرفق بهم، وصور استنابة الأشخاص المتهمين بالردة لإيمانهم بأفكار علمانية، وينتهي بدعوة جنود الخلافة: «فجّروا أحزمتكم الناسفة وسطهم، واقتصوا جنودهم، وحطّموا كلّ من يحاول إنشاءكم عن تطبيق شريعة الله».

شنّ تنظيم داعش على مدار ثلاثة أعداد (٨، ٩، ١٠) حملة إعلامية لإثبات ردة جبهة النصرة من منطلق موالاتها وتحالفها مع مرتدين، مثل جبهة أحرار الشام، أو الجبهة الشامية، وغيرها من الجبهات الحربية السورية، التي يشبّهُها التنظيم بالصحوات العراقية المرتدة، ويؤكّد علاقتها بقائد جيش الإسلام زهران علوش، الذي يراه التنظيم على علاقة وثيقة بالمخابرات الأمريكية، وكذلك إعلان قائد جبهة النصرة حمايته الطائفة الدرزية الواقعة تحت سلطته؛ إذ تفرد السلسلة مساحةً لبيان التاريخ السري لهذه الطائفة وردّها عن الإسلام. وعلى المنوال نفسه، يحتوي العدد التاسع موضوعاً موسّعاً عن التحالفات الدولية ضد الخلافة تحت شعار (إنهم يكيّدون كيداً والله يكيّد كيداً)، وقد اصطفّ تحته وزير الخارجية الأمريكي جون كيري وعدد من الوزراء العرب. ويعرض التحقيق المطول المؤامرة على الإسلام في شخص التنظيم؛ إذ يرى أن تحركات واشنطن الأخيرة في المنطقة بعد الاتفاق النووي مع إيران ليست إلا سعيّاً إلى جمع الحلفاء المتفرّقين؛ من إيران الشيعية، ودول الخليج، وتركيا، ومصر، والنظام السوري، حتى

(51) *Dabiq*, no. 10, (July 2015), 50-64.

القاعدة وإسرائيل، لقتال دولة الخلافة، وينقل التحقيق عن صحيفة (ذا وول ستريت جورنال) صورةً بيانيةً عن هذا التحالف المتناقض، وضع عليها وصف (شركاء السرير الغرباء)، ويحرص على نقل مصدر الصورة، كما يحرص على وصفه بـ(الصليبية)⁽⁵²⁾. تخوض مجلة (دابق) حملتها السياسية وهي حريصة كل الحرص على تديبها بأوصاف تراثية، وأحكام دينية دائمة؛ فتصف كل القادة والمسؤولين ووسائل الإعلام الغربية بالصليبية، والشخصيات ذات الخصومة بالمرتدين، والحكام والمسؤولين العرب والمسلمين بالطواغيت، وكلّ الشيعة من إيران إلى الدروز والحوثيين بالرافضة. كما تزخر كلّ تحقيقات المجلة وتقاريرها باللغة الشرعية، وقوامها القرآن والأحاديث وأقوال كبار أئمة التراث بعد أن تُرجمت إلى الإنجليزية، وتمّ إسقاطها على الواقع بمهارة. وتحتوي المجلة على أبواب ثابتة؛ مثل: (الافتتاحية) التي تمثّل تعليماً على الأحداث المهمة داخل الدولة وخارجها، خصوصاً العمليات التي تتوجّه إلى الأهداف، أو إسقاط بعض المدن والمعاقل في أيدي مسلّحي التنظيم، و(صفحات من التاريخ) التي تعرض غزوات وفتوحات إسلامية سابقة يدّعي التنظيم السير على خطاها، ولقاءات صحفية مع قادة التنظيم؛ مثل: قائد معسكر اليرموك الذي استولى عليه التنظيم، وأبي سمير الأردني، وغيرهما، أو بعض ضحايا التنظيم، ولعلّ أشهر الحوارات هو الحوار الذي قامت به المجلة مع الطيار الأردني معاذ الكساسبة، إلى الجانب رسالة الرهينة الأمريكي ستيفن سوتولوف الذي أعدمه التنظيم، التي نُشرت في العدد الرابع. كما تتعق المجلة قتلى التنظيم بتقديم بروفايلات عنهم تصحبها صور لهم وهم في ميادين القتال، وكذلك مقولات لهم تحت عنوان: (من المؤمنين رجالاً). وتشتمل المجلة -ضمن الدعاية المضادة- على باب ثابت، هو (بلسان الأعداء)، يحتوي على اعترافات ومقالات أصلية ومترجمة لقادة التنظيم والمسؤولين والكتّاب المناوئين له، يسطّرون فيها شهادات عن خطورة التنظيم، وشدة بأسه، وصعوبة القضاء عليه. وتضم المجلة كذلك أقساماً لأهم التغريدات على موقع تويتر، وهاشتاج #أخبار_الخلافة، و#دولة_الخلافة، وتنبهات إعلانية عن نوافذ أخرى لوسائل إعلام التنظيم؛ مثل: مركز الحياة، ومؤسسة الفرقان، وإذاعة البيان. وتحتوي

(52) *Dabiq*, no. 9, (May 2015), 63.

بعض الأعداد على فتاوى جهادية موجّهة إلى بعض التنظيمات المختلفة، التي أعلنت البيعة للتنظيم؛ مثل ولايات: خراسان، ووزيرستان، وإفريقيا. وتُختم أعداد مجلة (دابق) بصورة رئيسة خلفية، وتعليقات عليها، على غرار المجلات الكبرى. ومما أضافته مجلة (دابق) في باب الإعلام الجهادي أفرادها مساحةً واسعةً وثابتةً للجهاديات؛ إذ كتبت قيادات في التنظيم في باب (من أخواتنا)، أغلب كتاباتهن عن قضايا النساء المتعلقة بالجهاد؛ فكتبت أم سمية المهاجرة مقالاً بعنوان: (لَا هُنَّ حِلٌّ لَهُمْ وَلَا هُمْ يَحِلُّونَ لَهُنَّ)^(٥٣)، تحذّر فيه الفتيات المسلمات من الزواج من خارج التنظيم؛ خشية أن يكون هؤلاء من المنافقين الذين يبطنون الكفر، ويعلنون الإيمان. وبتتبع أعداد مجلة (دابق) نجد أنها تطوّرت من حيث الحجم، والإخراج الفني، وتثبيت الأبواب، وكثافة المادة، ويبدو أنها ستتطور مستقبلاً، خصوصاً مع اتجاه التنظيم إلى تطوير عملية توزيعها، ومحاولة إصدار أعمال مشابهة بلغات أخرى غير اللغة الإنجليزية، خصوصاً اللغات: العربية، والتركية، والقوقازية.

وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر وإخوته

يعدّ الاستخدام المكثّف لوسائل التواصل الاجتماعي من أهم ملامح الآلة الإعلامية لتنظيم داعش، ومن أهم ملامح تطوّر الجهاد الإلكتروني في العقد الأخير. ومع أن الإعلام المجتمعي^(٥٤) بدأ مع تقنيات المدونات والمنتديات وغرف الشات إلا أنه أصبح يشير بشكل شبه حصري إلى المواقع التفاعلية؛ مثل: فيسبوك، وتويتر، وتامبلر، ويوتيوب، وغيرها، خصوصاً مع المساحة الواسعة التي أصبحت هذه المواقع تحتلّها بدرجة تطفى على الأشكال الأولى، التي أصبحت أكثر بدائيةً، وأقلّ استخداماً. وتؤدي هذه الوسائل -كبقية الوسائل

(53) *Dabiq*, no. 10, (July 2015), 42-48.

(٥٤) يشير مفهوم التواصل الاجتماعي Social Media إلى نطاق واسع من الخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة، تسمح بمساهمة المستخدمين وتفاعلهم وتكوين محتوى هذه الخدمات والمواقع، وتنقسم إلى: المدونات، والويكيز، ومواقع التشبيك الاجتماعي مثل الفيسبوك، ومواقع تحديث الحالة مثل تويتر، وكذلك مواقع التسويق الاجتماعي، وغيرها. انظر:

Michael Dewing, *Social Media: An Introduction*, November 20, 2012: <http://www.lopparl.gc.ca/content/lopp/ResearchPublications/2010-03-e.pdf>.

الإعلامية الأخرى التي يستخدمها التنظيم/ الدولة- دوراً مهماً في عمليات: الترويج، والتجنيد، والدعم، وشنّ الحرب النفسية، ونشر عمليات الإفزاز والترويج، وربما تزداد أهميتها بسبب قدرة هذه المواقع الهائلة على سرعة التدوير، وقلة ضوابط الاستخدام، ومركزية التحكم، على نحو يجعلها أسهل استخداماً، وأكثر ولوجاً، للمستخدم العادي.

ويرى الباحثان آدم هوفمان ويورام شواتزر أن ممارسات تنظيم داعش على وسائل التواصل الاجتماعي جزء من إستراتيجية قتالية وحرب نفسية أوسع من مجرد الدعاية؛ فمن ناحية يهدف تكثيف استخدام التنظيم/ الدولة هذه الوسائل إلى الإيحاء بقوة أنشطته على نحو يتجاوز حجمه الفعلي؛ أي: خلق صورة عن التنظيم أكبر بكثير من حجمه الفعلي من خلال أدوات صوتية وصور وفيديوهات مروّعة تستهدف تحطيم معنويات المناوئين، ويضرب الباحثان مثلاً على هذه الإستراتيجية بعملية الاستيلاء على الموصل في أوائل يونيو عام ٢٠١٤م؛ إذ نجح التنظيم في استغلال ضعف الجيش العراقي، الذي كان يفوق عدد المسلّحين بنسبة ١٥:١، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر تصوير العملية على أنها فتح أو غزوة كبرى، وهو ما ساهم في تحطيم معنويات بقية جنود الجيش العراقي؛ إذ أظهر التنظيم نفسه على أنه قوة هائلة ومروّعة لا تُقهر، وهو أمر اعترف به قادة البشمركة الكردية الميدانيون، الذين يخوضون مع التنظيم معارك على الأرض^(٥٥).

ومن ناحية أخرى، يشير عدد من الدراسات إلى الفاعلية الكبيرة التي يستخدم بها تنظيم داعش الإعلام المجتمعي، ومسؤولية هذا الاستخدام عن عمليات التجنيد في العالم عبر طرائق كثيرة. ومع أن هذا النوع من الإعلام لا يتطلّب كثيراً من الاحترافية إلا أنه من الواضح أن التنظيم يتعامل باحترافية في عمليات اختراق البريد الإلكتروني والحسابات الشخصية وتتبعها؛ بغية دراسة توجّهات الأشخاص الأكثر ميلاً إلى التطرف تمهيداً لتجنيدهم، وتُبرز إحدى الشهادات أن نشطاء التنظيم يبتّون عبر إيميلات هؤلاء الأشخاص عدداً من الرسائل الوعظية عن الجهاد، وأخرى عن الدعوة إلى الجهاد في سوريا^(٥٦). ويبدو أن أسلوب الحرب النفسية المنظمة تنجح في توسيع دائرة التجنيد الذاتي، أو التوجّه

(55) Hoffman and Schweitzer, "Cyber Jihad in the Service of the Islamic State," 74-75.

(٥٦) محمد الغنيم، داعش: التجنيد والتعبئة يبدأ من تويتر، صحيفة الرياض، ٢٥ مايو ٢٠١٥م، على الرابط: <http://www.alriyadh.com/1051056>.

ذاتياً نحو التطرف، وتشير تقارير إلى أن هذه العمليات لا تجنّد الأشخاص في فراغ، أو على ساحة الإنترنت الافتراضية فقط، بل تسعى أيضاً إلى تزويد الأشخاص المستهدفين بقدرات تسرّع عمليات الاتجاه نحو التطرف، وصولاً إلى الانخراط في عمليات إرهابية، حتى أصبح كل شخص في عمر العشرين، أو أقل أو أكبر، يرغب في الذهاب إلى سوريا يستطيع أن يجد شخصاً آخر في مكان آخر في العالم يشاركه الأفكار نفسها عن الجهاد، وربما يمده بإجابات عن ممارسة الجهاد^(٥٧).

ويبدو أن تنظيم داعش يركّز في وسائط لديها القابلية عند جمهورها المستهدف على وسائط الإعلام المجتمعي، ويفضّل الرسائل حسب تنوّعات هذا الجمهور؛ أي أنه يقوم بعملية تسويق منظّمة؛ فتركّز الرسائل الموجهة إلى الشباب من الذكور في بث صور الفرسان والسيوف المستعارة من الأفلام الهوليوودية التي تنتمي إلى عصر الإسلام الأول على نحو يبيّن فيهم الحماسة، ويخاطب رغبتهم في القتال والإثارة. وتختار الرسائل الموجهة إلى النساء^(٥٨) صوراً أكثر نعومة، مثل تلك الصور التي يحتويها هاشتاغ #cats_ISIL، أو استخدام موقع تامبلر بشكل أكبر؛ لأن متصفحاته من النساء أكبر بكثير من الرجال مقارنةً بالمواقع الأخرى. وللنساء الباحثات عن القوة والتمكين نصيب من الأخباريات من دعاية تنظيم داعش؛ إذ تُبثّ إليهن صور النساء المقاتلات في لواء الخنساء، اللائي يظهرن وهنّ يتدرّبن على القتال، ويستخدمن السلاح للدفاع عن أنفسهن، على خلاف صورة المرأة المضطهدة في بقية المجتمعات العربية، أو المستغلة جنسياً في العالم الغربي^(٥٩).

- تويتر الأكثر كثافة في الاستخدام:

على الرغم من تنوّع وسائط الإعلام المجتمعي القائمة، التي يستخدمها تنظيم داعش ومناصره، وتعدّها إلا أن موقع تويتر Twitter.com هو الأكثر كثافة في الاستخدام، ولا يوجد ما يفسّر اتجاه تنظيم داعش إلى استخدام هذا الموقع على وجه التحديد في ظلّ

(57) Christina Schori Liang, *Cyber-Jihad: Understanding and Countering Islamic State Propaganda*, Geneva Centre for Security Policy, GCSP Policy Papers, February 2015.

(٥٨) للاطلاع على نماذج من النشاط الإلكتروني للجهاديات المنضّمات إلى داعش انظر:

<http://goo.gl/MVWHH8>.

(59) Hoffman and Schweitzer, "Cyber Jihad in the Service of the Islamic State," 75.

أن موقع الفيسبوك هو الأكثر شعبيةً من حيث عدد المستخدمين، ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى اعتماد دعاية تنظيم داعش على فكرة الصورة وتأثيرها أكثر من الكلمات، وهي الأكثر إتاحةً وتأثيراً على تويتر، وربما أيضاً لشعبية تويتر في البلدان الغربية أكثر منه في البلدان العربية الأكثر استخداماً للفيسبوك وتأثراً به، وكذلك سهولة تعقب الحسابات على الفيسبوك أكثر منها على تويتر. وكما سبقت الإشارة، فمن الصعب تحديد إذا كان هذا الكمّ الكبير من الحسابات على تويتر ينتمي رسمياً إلى التنظيم أم إلى مناصريه.

تؤكد دراسة معهد بروكينجز الأمريكي تمّ إعدادها لفحص نشاط تنظيم داعش على تويتر⁽⁶⁰⁾ في المدة (أكتوبر- نوفمبر ٢٠١٤م) أن لتنظيم داعش نحو ٤٦ ألف حساب على موقع تويتر. وتصنّف الدراسة حسابات مناصري التنظيم على تويتر ثلاث فئات:

- مناصرو التنظيم المستترون: ويتخذ هؤلاء المناصرون احتياطات لإخفاء دعمهم التنظيم؛ حتى لا يتعرّضون للإيقاف من إدارة الموقع.

- المشاركون في عمليات مخبرانية مؤيِّدة للتنظيم: ويقوم هؤلاء المناصرون بتتبع حسابات مناوئي التنظيم من التنظيمات الجهادية الأخرى لاخترافها أو إيقافها.

- المشاركون في عمليات مخبرانية معادية للتنظيم: وهم أصحاب حسابات تظهر على أنها مؤيِّدة للتنظيم؛ حتى يتمكّن أعداء التنظيم من مراقبة نشاطه وتتبعه⁽⁶¹⁾.

ويبلغ نشاط أكثر الحسابات فاعليةً في اليوم نحو ٢٠٠ تغريدة لكل حساب، وهو عدد كبير نسبياً لأيّ حساب على الموقع. أما عن مصدر التغريدات نفسها، فتقول الدراسة بعد مسح لأكبر عدد من الحسابات التي يظهر فيها مكان المغرّد: إن ٢٨٪ منها موجود في العراق وسوريا، وأغلبها من مناطق يسيطر عليها التنظيم؛ أي: داخل سلطته، أو من مناطق يحاول السيطرة عليها. وثانية أكبر هذه المناطق هي المملكة العربية السعودية بنسبة مقاربة، وهي ٢٧٪، وهناك فرق كبير -أكثر من ٢٠٪- بين السعودية وأيّ منطقة أخرى بها مؤيدون للتنظيم شملت الدراسة بنسبة ٦٪ لكل دولة، ولا توجد حسابات مرصودة موقعها الولايات المتحدة

(60) J. M. Berger and Jonathon Morgan, *The ISIS Twitter Census: Defining and Describing the Population of ISIS Supporters on Twitter*, Brookings Center for Middle East Policy, Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper, no. 20, March 2015: <http://goo.gl/MdDt67>.

(61) Ibid., 7.

الأمريكية، ورصدت الدراسة ثلاثة حسابات موقع أصحابها في فرنسا، وحسابان في بريطانيا، وحساب واحد في البرازيل^(٦٢). وعلى مستوى اللغة، توضح الدراسة أن نحو ٧٣٪ من الحسابات موضع الدراسة تستخدم اللغة العربية، و١٨٪ اختارت اللغة الإنجليزية لغة لها، و٦٪ منها استخدمت اللغة الفرنسية، بينما لم تمثل اللغات الأخرى أكثر من ١٪. وتبدو هذه الأرقام مغايرة تماماً لإحصاء سابق تم إجراؤه عام ٢٠١٣م، وأظهر أن ٥١٪ من حسابات التنظيم استخدمت اللغة الإنجليزية، بينما استخدم ٣٪ منها اللغة العربية. وفي حالات كثيرة يتم استخدام اللغتين معاً، خصوصاً في الحالات التي يتم فيها الإعلان عن عمليات ذبح الرهائن الأجانب.

أما عن التنظيم نفسه، فقد استطاع تقنيوه -وربما تقنيون من مناصريه- أن يطوروا تطبيقاً للهواتف المحمولة، يُدعى (فجر البشائر)، يقول صانعه: إنه يهدف إلى «نصرة الدولة الإسلامية في العراق والشام من خلال رصد كافة أنشطتها الميدانية والإعلامية، ونشر كل ما يتعلق بدعوتها والذود عنها»^(٦٣). ويعمل هذا التطبيق، الذي كان من السهل تحميله من آبل أو جوجل ستورز، على بث أخبار التنظيم، والاستيلاء على حسابات المستخدمين على موقع تويتر؛ إذ تبث هذه الحسابات أخبار التنظيم، وصور عملياته، باسم المستخدم الأصلي. وساهم هذا التطبيق في تكثيف حجم نشاط مناصريه على تويتر؛ إذ ظهر بأكثر من حجمه الطبيعي^(٦٤). وأوقفت إدارة جوجل إتاحة هذا التطبيق وتنزيله، وأوقفته أيضاً تويتر، وهو ما منع الآلاف في اليوم الواحد من تغريدات التنظيم. لكن ذلك لم يمنع نشطاء التنظيم من صناعة تطبيقات أخرى، وإن كانت أقل قوة من التطبيق الأصلي في قدرتها على تدوير الأخبار، واختراق الحسابات^(٦٥).

من ناحية أخرى، هناك وسومات على تويتر تحمل أخبار تنظيم داعش بشكل أصلي، وتقل مجلة (دابق) التي يصدرها التنظيم صوراً من نشاطه، ومن هذه الوسومات:

(62) Ibid., 8.

(٦٣) داعش تطلق تطبيقاً للهواتف الذكية، رصيف ٢٢، إبريل ٢٠١٤م، على الرابط:

<http://goo.gl/xtXQuP>.

(64) Hoffman and Schweitzer, "Cyber Jihad in the Service of the Islamic State," 73.

(65) Berger and Morgan, *The ISIS Twitter Census*, 25, 42.

#أخبار_الخلافة، و#دولة_الخلافة، و#إصدارات_الخلافة، وهي منصات لجمع أخبار التنظيم وصوره وفيديواته المأخوذة في أغلبها من الإصدارات الرسمية التي تنتجها مؤسسة الفرقان ومركز الحياة ودابق وغيرها. وتقول دراسة بروكينجز: قام المنتمون إلى التنظيم بعد أن قامت إدارة تويتر بإلغاء كثير من حساباته الرسمية بإنشاء حسابات ضئيلة المستوى تعمل تحت مستوى الرادار لا يمكن تعقبها وإغلاقها، وأغلب هذه الحسابات تقوم بتشديد خصائص حمايتها؛ إذ لا توجد لها صورة بروفايل، ويتضاءل عدد متابعيها، في الوقت الذي تعمل فيه على تسريب مقاطع الفيديو أو المادة التي يصورها التنظيم إلى بقية الحسابات النشيطة التي يتابعها الآلاف^(٦٦).

لاحظنا من تتبّع بعض حسابات بعض مناصري التنظيم على موقع تويتر أنه من النادر جداً أن يستخدم هؤلاء أسماءهم الحقيقية، بل يعتمدون إلى الكنى، والانتساب إلى بلدان بعينها، أو التستر وراء صفات بعينها لها مدلولات جهادية أو متطرفة. وتسيطر على صور الحسابات، المعروفة بـ(البروفایل أو الأفاتار)، صور غير شخصية لأصحابها؛ إذ يميل معظمهم إلى وضع صور شخصيات مثل: أبي بكر البغدادي، وأسامة بن لادن، وأبي مصعب الزرقاوي، أو أعلام الجهاد، أو رايات المقاتلين، أو صور بعض مشاهير الحركة من القادة أو المقاتلين. وتعمل الحسابات التي قُمنّا برصدها على إحداث عمليات اشتباك مع مناهضي التنظيم من خلال حشد أقرانهم الذين يمثلون شبكتهم، والأهم من ذلك أنهم يقومون بنشر أخبار العمليات التي يقوم بها التنظيم وولاياته معتمدين على مخبرين محليين أو على بيانات التنظيم. والملاحظ أن أغلب هذه الحسابات يعاني الملاحقة الإلكترونية التي تقوم بها إدارة الموقع أو النشطاء من المناهضين؛ لذا يقومون بإنشاء حسابات أخرى، وهكذا، حتى تصعب الإشارة إلى حسابات بارزة بعينها، بل هناك وسومات سائدة أشرنا إليها آنفاً.

- وسائط أخرى في عالم التواصل الاجتماعي :

على العكس من تويتر، يبدو أنه من الصعب تتبّع حسابات التنظيم على موقع الفيسبوك، بل إن الزخم الذي حققه التنظيم على تويتر دفع الفيسبوك إلى إعلان

(66) Ibid., 23-24.

سياسة جديدة لها معايير اجتماعية للمساهمة في محاربة التطرف؛ إذ أعلن «إننا نزيل المحتوى الذي يعبر عن دعمه للجماعات التي تشارك في السلوك العنيف أو الجنائي... وغير مسموح بدعم أو مدح قادة تلك المنظمات نفسها، أو التفاوضي عن أنشطتها العنيفة»^(٦٧). ومع ذلك، لا يفوت التنظيم فرصة استخدام هذا المورد الأهم في عالم التواصل الاجتماعي؛ فمن السهل زعم أن مناصري التنظيم يستخدمون حسابات زائفة، أو حسابات شبكية Ghost accounts، من دون علامات مميزة تجعلها محسوبة على التنظيم أو التوجهات المتطرّفة عامة، وربما يشير هذا الخبر إلى استخدام التنظيم الفيسبوك في مراقبة الأشخاص، وتعقب ذوي التوجهات الجنسية المثلية لمعايبتهم بإقامة الحدّ عليهم^(٦٨)، وهو ما يدلّ على استفادة التنظيم من الفيسبوك بوسائل أخرى غير عملية الترويج، كما أن التجنيد عبر المحادثات أكثر رواجاً على الفيسبوك من أيّ وسيط آخر.

ويستخدم عناصر التنظيم أيضاً تطبيق إنستجرام، الذي يتيح بثّ الصور والفيديوهات ونشرها بشكل أكثر كثافة وسرعة، خصوصاً مع اتّساع نطاق استخدام الهواتف الذكية. وتزداد أهمية هذا الوسيط مع بثّ التنظيم معاركه عبره على نحو يشابه البثّ المباشر^(٦٩). كما يتّسع على هذا الموقع استخدام الصور التي تتخذ شكل اللافتات الجهادية الدعائية Banners، المتأثرة بروح الإعلانات التجارية، كتلك اللافتة التي تحمل صورة مسدس وقد كتب عليها: «إذا كان الموت مرةً واحدةً فلم لا يكون شهادةً؟»^(٧٠).

ويؤدّي موقع تامبلر، الذي يمزج بين البلوج/ المدوّنة وعرض الصور، دوراً مشابهاً، خصوصاً في عمليات الترويج الإعلامي والدعائي. ويتيح موقع المحادثة (آسك. ask.fm) مساحةً واسعة لتبادل الخبرات مع الجهاديين، ومن أهمّ مميّزات هذا الموقع أنه يعتمد على إخفاء هوية السائلين، ويرتاده نحو ٦٠ مليون مستخدم في العالم. وقد ساهم هذا الموقع في نقل تقنيات السفر للجهاد في سوريا بين كثير من الجمهور الأوروبي

(67) <http://goo.gl/7NuxeV>.

(68) <http://goo.gl/daLtgV>.

(69) <http://goo.gl/Iid5uz>.

(70) <http://goo.gl/AopFJP>.

والأمريكي، وتوّعت أسئلة الموقع بين الأسئلة الشخصية للجهاديين والأمور التقنية المتعلقة بتكلفة السفر، وعمليات القتال، وأنواع الأسلحة المفضّلة^(٧١).

القرصنة الإلكترونية

تعدّ عملية القرصنة والاختراق من أهم أدوات ما يُعرف بـ(الحرب الإلكترونية) التي يستخدمها التنظيم، إلى جانب أدوات الإعلام المجتمعي التي يوظّفها في الحرب النفسية، وهي مساحة أخرى يتداخل فيها الإعلام مع أنماط الحرب غير التقليدية. ومن الواضح أن لدى التنظيم جيشاً من القراصنة (الهاكرز) المسؤولين عن حماية حسابات التنظيم على مواقع التواصل الاجتماعي، وعمليات الاختراق والملاحقة، والتصدي لعمليات القرصنة المضادة^(٧٢)؛ فقد استطاع هؤلاء القراصنة أن يستولوا على حسابات التواصل الاجتماعي التابعة للقيادة المركزية الأمريكية CENTCOM، فقاموا بالقرصنة على حسابات القيادة العسكرية المسؤولة عن تنسيق العمليات في الشرق الأوسط وقيادة العملية الحالية ضد التنظيم على تويتر ويوتيوب، وقاموا بوضع شعارات التنظيم وأعلامه وبتّ صوتي وفيديوهات داعمة محلّ الشعارات الرسمية الأمريكية، ومن المفارقات أن الرئيس أوباما كان يُلقب في وقت هذه العملية كلمةً عن الحرب الإلكترونية. وفي أعقاب الهجوم على مجلة شارلي إبدو الفرنسية في مقتبل عام ٢٠١٥م استولى قراصنة التنظيم على ١٩ ألف موقع إلكتروني فرنسي، وبتّوا فيها شعارات التنظيم، وأسفر هذا الهجوم غير المسبوق عن انهيار كثير من المواقع المهاجمة^(٧٣). وفي عمليةٍ أوسع نطاقاً، أعلنت مجموعة تُطلق على نفسها اسم (قسم القرصنة في الدولة الإسلامية) عن نشرها قائمة Spreadsheet تحتوي على أسماء ١٤٠٠ شخص، أغلبهم في مكتب التحقيقات الفيدرالي الأمريكي FBI، إلى جانب بريدهم الإلكتروني، وكلمات الدخول السرية، وأرقام هواتفهم، داعياً مؤيدي التنظيم إلى شنّ هجوم عليهم، وقد ادّعت هذه المجموعة حصولها على هذه القوائم من خلال قواعد البيانات الحكومية والعسكرية الأمريكية. وكشف خبراء متخصصون في هذه العمليات أن مثل هذا الإعلان قد لا يكون

(71) <http://goo.gl/zkPUkB>.

(72) <http://goo.gl/L6wVYo>.

(73) Hoffman and Schweitzer, "Cyber Jihad in the Service of the Islamic State," 73-74.

حقيقياً لأسباب تقنية، لكن الهدف منه هو تضخيم صورة التنظيم؛ حتى يظهر في صورة الكيان ذي اليد الطولى، القادر على الوصول إلى أسرار حكومات العالم^(٧٤). وفي الوقت الذي قام فيه قرصنة التنظيم بالهجوم على عددٍ من منصات الإعلام الغربية، وعلى رأسها القناة الخامسة الفرنسية^(٧٥)، أخذت مجموعات القرصنة المجهولي الهوية Anonymous تشنّ حرباً مضادةً على منصات التنظيم الإعلامية وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، وذكرت مجموعةٌ قامت باستهداف دول ومنظمات متطرّفة من قبل أن مهمتها الحالية تتمثل في إنهاء الوجود الإلكتروني لكل من: تنظيم داعش، والقاعدة، وجبهة النصرة، وتنظيم الشباب، وبوكو حرام؛ بهدف الحد من قدرة هذه التنظيمات على التجنيد وتنظيم عملياتها الإرهابية على مستوى العالم^(٧٦)، وأعلنت هذه المجموعة فيما بعد أنها كشفت ودمّرت نحو ألف موقع وحساب وبريد إلكتروني تابعة للتنظيم على تويتر وفيسبوك^(٧٧). ويبدو أن عمليات الإرهاب الإلكتروني التي يشنّها التنظيم والعمليات المضادة ستستمر إلى أمدٍ غير منظور، خصوصاً أن كلا الطرفين يطور قدراته على الاختراق والتعقب والتخفي.

خاتمة: تحديات الإستراتيجية الإعلامية المضادة

يُشير الاستخدام الواسع النطاق من تنظيم داعش للوسائل الإعلامية إلى حالة ما يُمكن أن نُطلق عليه (تفكيك مركزية الدعاية)؛ فلم يكتفِ التنظيم بمؤسسات تابعة له مركزياً، بل اتّجه إلى استخدام الوسائل الأكثر انتشاراً، التي لا يُملى عليه محتواها الدعائي بقدر ما يخلق هو مادتها. ويمكننا القول: إن التنظيم لم يتّجه إلى اختيار الإعلام المجتمعي ساحةً للفاعلية الإعلامية، بل فرضت فرص الترويج والدعاية والدعم غير المحدودة التي تتيحها وسائط هذا الإعلام ضرورة استخدامها، وعدم الاكتفاء بالأدوات التقنية التي ورثها التنظيم عن تنظيم القاعدة الأم وغيره من

(74) <http://goo.gl/f2reS1>.

(75) <http://goo.gl/imkMcm>.

(76) <http://goo.gl/eDeKvn>.

(77) <http://goo.gl/ySxbLZ>.

المنظمات الجهادية المحلية. ومن الملاحظ أن التنظيم نجح، بوصفه مستخدماً بارعاً لهذه الوسائط، في ربط نشاطه في المواد المطبوعة، والأفلام المصورة، والشرائط الصوتية، بإعلامه المجتمعي، والعكس؛ فقد ربط كلاً منهما بالآخر، وهو ملمح أصيل نلاحظه في المساحة الواسعة التي تشغلها تفاعلات التواصل الاجتماعي داخل تعليقات الإعلام السائد (الصحف والتلفزيون) ونقاشاته.

من ناحية أخرى، يفرض الاستخدام المكثف للإعلام المجتمعي تحدياً كبيراً على أي محاولة لمواجهة آلة الدعاية الجهادية؛ إذ تتصف وسائط الإعلام المجتمعي بالسهولة والشبكية، وهو ما ينفي وجود مركز يمكن أن يرتب تفاعلاتها، أو يراقبها على الأقل. كما أن هذه المحاولات المحدودة، وإن نجحت في بعض الحالات في عزل بعض الحسابات الجهادية على فيسبوك وتويتر واستبعادها أو إغلاقها، فقد أوجدت من ناحية أخرى أدوات مضادة، وهو ما يجعل فكرة منع النشاط الجهادي عليها مستحيلة، إضافة إلى حقيقة أن بقية المواقع التي تتيح وسائط تفاعل أخرى لم تقم بأي إجراء لمنع أنشطة التنظيم عليها أو استبعادها؛ لذلك تفرض هذه الحقيقة ضرورة إيجاد إستراتيجيات أخرى لمجابهة الإعلام الجهادي غير اتباع سياسات المنع؛ فقد نجح التنظيم أيضاً في إنشاء عمليات دعائية مضادة لخطابها يتبنّاها كثير من الأطراف المعادية، سواء أكانت تسعى إلى الحفاظ على مصالحتها الإستراتيجية أو تريد تقويض الخطاب الديموي للتنظيم/ الدولة.

هناك محاولات لاستخدام أدوات تنظيم داعش بشكل مضاد، مثل تعقب الولايات المتحدة الأمريكية مقاتلي التنظيم من خلال حسابات على موقع تويتر⁽⁷⁸⁾، كما اتّجهت مواقع التواصل الاجتماعي إلى تطوير سياسات ضبط المحتوى. ومن ناحية أخرى، أخذت الدول العربية في إعادة استثمار أجهزتها الأيديولوجية، وتوجيهها إلى محاربة العنف والتطرف؛ فعقدت على مدار العام الماضي كثيراً من المؤتمرات التي تعيد سرديات الإصلاح الديني، ونشر ثقافة الإسلام الوسطي لمحاربة الإرهاب، على نحو أعاد الحديث في المنطقة إلى حقبة ما بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م.

(78) Wilbert Castillo, "Air Force Intel Uses ISIS 'Moron' Post to Track Fighters," CNN, June 5, 2015: <http://goo.gl/1d6Bt5>.

ولا يعني ذلك وجود سياسة منظمة من أي من الأطراف المنخرطة في الحرب مع التنظيم لإنتاج خطاب مضاد لخطاب التطرف الدموي، لكن الخطاب المضاد الأكثر تأثيراً هو الذي يتولد على نحو عفوي وغير منظم على ساحات التواصل الاجتماعي من الأفراد الذين يرون ما يمثله تنظيم داعش وما وراءه من فكر وتنظيمات خطراً داهماً على الإسلام والقيم الإنسانية عامة، ويستخدم هؤلاء الأفراد أدوات التنظيم نفسها، وتتوافر لديهم الشبكة الاجتماعية التي تساعدهم على نقل أفكارهم وسخريتهم اللاذعة، والأهم أنهم يحطمون هالة الفرع التي يحاول التنظيم خلقها بأدوات الحرب النفسية؛ فقد صار نشيد حلقات (صليل الصوارم) مُزحجاً بين كثير من الشباب العرب بعد أن نجح النشطاء الإلكترونيون المصريون في إعادة إنتاجه على موسيقى شعبية أبعد ما تكون من روح الجهاد، خصوصاً أن الصور المصاحبة للنشيد الضاحك كانت من أفلام كوميدية مصرية شهيرة^(٧٩).

إذا كان هذا النشاط العفوي يساهم في تقويض أهداف تنظيم داعش في حربه النفسية فإن تقويض الظاهرة نفسها يتطلب محاولة إيجاد اقتربات جديدة في فهمها وفهم آلياتها؛ فما زالت السلطات العربية تتعامل مع ظاهرة التطرف المسلح في طورها الأخير بوصفها الظاهرة نفسها التي تولدت في سبعينيات القرن الماضي، وأن لها الأسباب والآليات نفسها؛ فأخذت تعيد الخطاب المضاد نفسه، الذي لم يعد هناك من يحفل به إلا منتجو، بينما تتغافل عن الأبعاد العولمية للظاهرة، وأن محرك التهميش والتفاوت الاجتماعي ليس وحده هو ما يولد التطرف. وتدللنا دراسة الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش على أن التنظيم ينتمي كليةً إلى خطابات عولمية تتقاطع فيها عوامل انهيار بنية الدولة العربية الحديثة، وما أنتجته من تفكك وطائفية، مع التداخيات النفسية لحركة الرسملة، والعولمة، وهيمنة الصورة، والاعتراب الذي يدفع الشباب إلى البحث عن مثالية مدعاة فيما وراء مجتمعاتهم الفارقة في المادية أو الفوضى.

(٧٩) صبري عبد الحفيظ، المصريون يسخرون من داعش بالرقص، موقع إيلاف، مارس ٢٠١٥م، على الرابط:
<http://goo.gl/fSlni1>.

ملحق

بيانات إصدارات تنظيم داعش وقنواته الإعلامية

- الوسائل الإعلامية الرسمية:

اسم الوسيلة	مجلة دابق.
نوع الوسيلة	مجلة دورية تُطبع ورقياً في سوريا والعراق، وهي متاحة على الإنترنت.
اللغة	تصدر باللغة الإنجليزية.
المحتوى	مقالات وتقارير سياسية، وبعضها فقهي، وتحتوي على توثيق لعمليات التنظيم وأهدافه السياسية.
اسم الوسيلة	مؤسسة الفرقان.
نوع الوسيلة	مؤسسة إعلامية شاملة، مقرها في مدينة نينوى بالعراق.
المحتوى	تصدر موادّ مسموعة ومرئية تبلغ نحو ١٦٠ شريطاً.
المصدر	تتيح المؤسسة إصداراتها عبر شبكة الإنترنت من خلال المنتديات والمدونات والحسابات التي تعمل لحساب التنظيم.
اسم الوسيلة	مؤسسة الاعتصام.
نوع الوسيلة	مؤسسة إعلامية شاملة تستهدف المقاتلين من غير العرب.
المحتوى	شرائط دعائية للمقاتلين الأجانب باللغات: الإنجليزية، والأوزبكية، والإيفورية، والروسية، وغيرها.
المصدر	تتيح المؤسسة إصداراتها عبر شبكة الإنترنت من خلال المنتديات والمدونات والحسابات التي تعمل لحساب التنظيم.
اسم الوسيلة	مركز الحياة.
نوع الوسيلة	مؤسسة إعلامية شاملة.
المحتوى	شرائط دعائية تصدر باللغة الإنجليزية، أغلبها عمليات مصوّرة.
المصدر	يتيح المركز إصداراته عبر شبكة الإنترنت من خلال المنتديات والمدونات والحسابات التي تعمل لحساب التنظيم.
اسم الوسيلة	مؤسسة أجناد.
نوع الوسيلة	مركز إعلامي.
المحتوى	يُصدر أغلبية الإصدارات الصوتية للتنظيم؛ من أناشيد حماسية، وأدعية، وتسجيلات قرآنية، وخطب لزعماء التنظيم.
المصدر	يتيح المركز إصداراته عبر شبكة الإنترنت من خلال المنتديات والمدونات والحسابات التي تعمل لحساب التنظيم.
اسم الوسيلة	قناة الخلافة.
نوع الوسيلة	قناة فضائية.
المحتوى	لم يُعلن التنظيم انطلاقها بعد.
المصدر	الإعلان الترويجي للقناة موجود على شبكة الإنترنت.

إذاعة البيان.	اسم الوسيلة
إذاعة محلية، مقرّها في مدينة الموصل بالعراق.	نوع الوسيلة
تبثّ محتواها باللغة العربية للسكان المحليين، وأغلبها تقارير عن التنظيم ومعاركه وقراراته.	المحتوى
الإذاعة مُتاحة على منصات التنظيم الإعلامية على شبكة الإنترنت.	المصدر

- الوسائل الإعلامية غير الرسمية:

مؤسسة البتار.	اسم الوسيلة
حساب على موقع بلوجسبوت للمدونات.	نوع الوسيلة
فيديوهات، وشرائط صوتية، ومقالات.	شكل المادة
مُتاحة على شبكة الإنترنت.	المصدر
المنبر الإعلامي الجهادي.	اسم الوسيلة
منتدى تفاعلي على شبكة الإنترنت، وقناة على موقع اليوتيوب.	نوع الوسيلة
مقالات وفيديوهات على موقع اليوتيوب.	شكل المادة
مُتاحة على شبكة الإنترنت.	المصدر
إصدارات الخلافة.	اسم الوسيلة
مدوّنة على موقع ووردبريس.	نوع الوسيلة
البيانات والإصدارات المرئية والمسموعة للتنظيم.	شكل المادة
مُتاحة على شبكة الإنترنت.	المصدر
مؤسسة غرباء.	اسم الوسيلة
مدوّنة على الإنترنت.	نوع الوسيلة
مقالات ومواد مكتوبة عن موضوعات فقهية.	شكل المادة
مُتاحة على شبكة الإنترنت.	المصدر
أخبار الدولة الإسلامية (حقّ).	اسم الوسيلة
قناة على موقع اليوتيوب.	نوع الوسيلة
فيديوهات غير محترفة، وأفلام رسمية للتنظيم.	شكل المادة
مُتاحة على شبكة الإنترنت.	المصدر

نبذة عن الباحث

باحث ومترجم مصري، يعمل باحثاً في وحدة الدراسات المستقبلية بمكتبة الإسكندرية، ومحرراً مشاركاً في مجلتي: (مراسد)، و(أوراق). تخرّج في كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة عام ٢٠٠٩م، وشارك بعدة أوراق بحثية في كثير من المؤتمرات الدولية، وله عدد من الأبحاث المنشورة عن طريق بعض المراكز البحثية المصرية والعربية، وله عدد من المقالات في بعض الصحف؛ مثل: الأخبار اللبنانية، والأهرام الأسبوعية، ومجلة السياسة الدولية، ومجلة ذوات، كما ترجم عدداً من الكتب والأبحاث في مجال الدراسات المستقبلية والعلوم الاجتماعية، منها: (ما بعد الإسلاموية: الأوجه المتغيرة للإسلام السياسي) لأصف بيات، و(الإصلاح الإسلامي في الهند) لكريم محمد، ويكمل الباحث دراساته العليا حالياً في كلية الشؤون الدولية والسياسات العامة بالجامعة الأمريكية في القاهرة.

نبذة عن مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية

تأسس سنة ١٤٠٣هـ، ومقرّه الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية. ويقوم المركز بعدة أنشطة، منها: المحاضرات، والندوات، والمؤتمرات، وحلقات النقاش. كما يحتضن المركز مكتبة الملك فيصل، ومجموعة مخطوطات نادرة، ومتحفاً إسلامياً، وقاعة الملك فيصل، والباحثين الزائرين. ولأن أساس العمل في المركز هو البحث العلمي فقد تم إنشاء إدارة البحوث سنة ١٤٣٤هـ للقيام بتحليلات متعمقة حول القضايا السياسية المعاصرة، والدراسات السعودية والإقليمية، ودراسات اللغة العربية والحداثة. ويقوم المركز بالتعاون مع مراكز الأبحاث الأخرى في مختلف دول العالم في مجال تخصصه.

ويهدف المركز إلى أن يكون مصدر إشعاع للإنسانية تحقيقاً لتصوّر الملك فيصل ابن عبدالعزيز رحمه الله، عبر القيام بالبحوث والدراسات، وحفز الأنشطة الثقافية والعلمية إلى ما يخدم البشرية، وإثراء الحياة الثقافية والفكرية في المملكة العربية السعودية، والعمل بوابةً وجسراً للتواصل شرقاً وغرباً. ويتأخرس مجلس إدارة المركز صاحب السمو الملكي الأمير تركي الفيصل بن عبدالعزيز، وأمينه العام الأستاذ الدكتور يحيى محمود بن جنيد.

