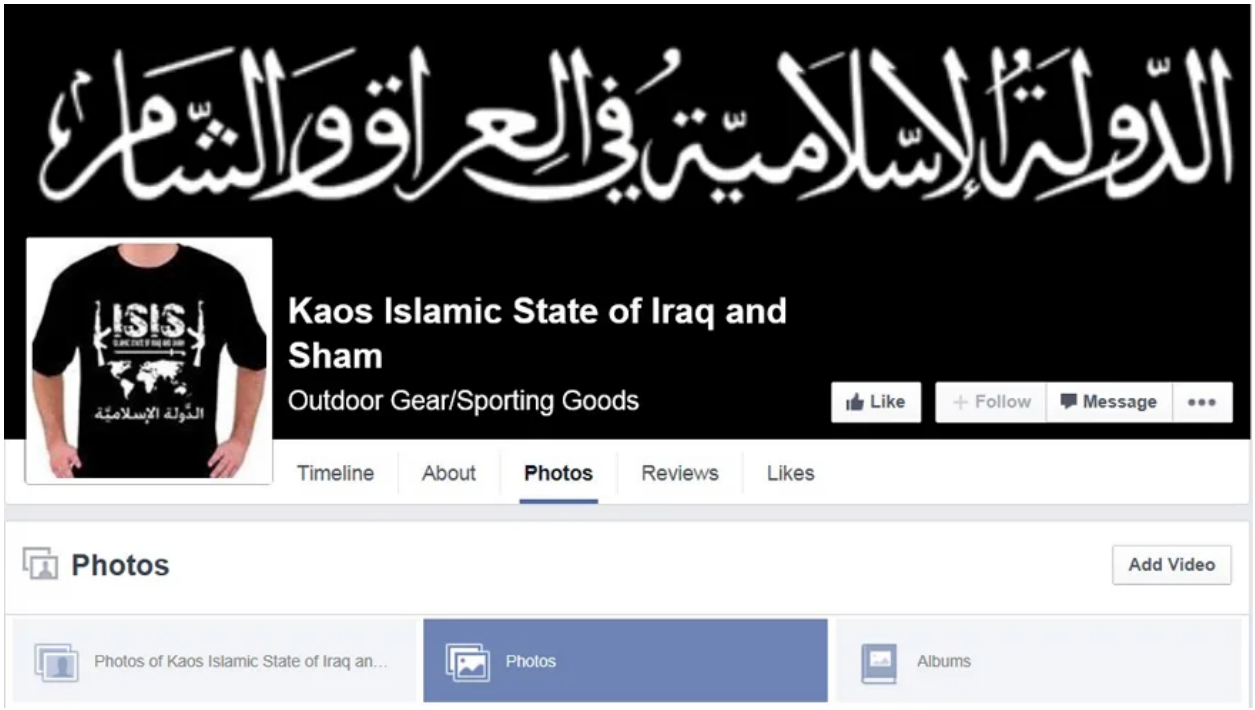
عميل إف بي آي يناقش أسباب نجاح داعش على الإنترنت

كتبه نون بوست | 23 نوفمبر, 2014



ترجمة وتحرير نون بوست

شبيجل: قمت مؤخرًا بإجراء بحث شامل عن استراتيجية داعش الإعلامية، وحللت وثائق وفيديوهات وتويتات قامت بها. ما برأيك الذي يفصل داعش عن بقية المجموعات الإرهابية الأخرى؟

صوفان: العاملون بالمجموعة على دراية كبيرة بوسائل التواصل الاجتماعي، ويعرفون جيدًا كيف تُدار دفتها، فهُم يتسمون بالذكاء الشديد في التواصل مع هذا الجيل، ويستخدمون وسائل عدة بحسب المنبر الاجتماعي وأين ينتشر بكثرة — فهم يستخدمون تويتر في الخليج مثلًا، ولكن في سوريا يستخدمون فيسبوك. المجموعة لا مركزية بشكل كبيرة وهذا أمر مثير. داعش هي المنظمة الأولى من نوعها التي تعي وتدرك أهمية وسائل التواصل الاجتماعي.

شبيجل: هل تعرف كثيرين ممن يعملون لصالح دعاية داعش؟

صوفان: نحن على علم بجيش من المدوّنين والكتاب والمتفرغين لمتابعة الإعلام الاجتماعي الذين يعملون لصالح داعش. طبقًا لاستقصاءاتنا، معظمهم في الخليج أو شمال أفريقيا. بدأت تلك الجهود عن طريق أبو عمرو الشامي، سوري مولود بالسعودية، ونحن على علم الآن بأن هناك

12000 ألف حساب تويتر، في وقت ما، كانوا مرتبطين بداعش. هذه واحدة من الأساليب التي تستخدمها: اللامركزية في الدعاية. لقد وسعّت داعش من التحكّم في رسالتها وخطاباتها بالتخلي عن التحكّم في من يرسلها ويستقبلها. هذا أمر جديد جدًا علينا.

شبيجل: ماذا يعني هذا على أرض الواقع؟

صوفان: على سبيل المثال، هم يستخدمون قنابل تويتر، كما تسمّى، عبر متابعة أكثر الهاشتاجات رواجًا على تويتر، مثل هاشتاج كأس العالم 2014 مثلًا، ويرسلون رسائل باستخدامها حتى يراها كل متابع لذلك الهاشتاج، حتى ولو لم يكن مهتمًا بما تقوله داعش.

شبيجل: وهل ينجح هذا الأسلوب؟ هل يحصلون على متابعين وعاملين لصالحهم من وسط مشجعي كرة القدم؟

صوفان: هناك الملايين من البشر حول العالم التي تلتقط الرسالة. لدى داعش وصول مُذهل، وهم يطمحون فقط لاستهداف 1 أو 2 بالمائة ممن يصلون إليهم. في يونيو 2014 كان لديهم 12000 مقاتل أجنبي فقط، ولكن الآن لديهم 16000، ويضم أولئك مقاتلين من الصين وإندونيسيا، وبالطبع، أوربا. إنهم يرسلون رسائلهم بكافة اللغات، حتى الهولندية.

الصورة: أُجري الحوار لصالح النسخة الألمانية من مجلة دير شبيغل ونُشر يوم 17 نوفمبر 2014

شبيجل: هل يمكن تحقيق أي شيء في مواجهة داعش عبر أساليب مثل إغلاق حسابات تويتر معيّنة مثلًا؟

صوفان: ذلك أمر صعب للغاية. حين تغلق إدارة تويتر واحدًا من الحسابات، سيفتحون تلقائيًا واحدًا آخر. كيف يمكنك التحكم بهذه الشبكة اللامركزية ذات الآلاف من المعجبين؟ خذ على سبيل المثال فيديو مقتل الصحافي الأمريكي ستيفن سوتلوف في سوريا في سبتمبر الماضي. لقد ذكرنا في تقاريرنا أن الأمر استغرقنا يومين لمعرفة ما يجري بالضبط. بحلول ذلك الوقت، كان ما جرى متاحًا على وسائل التواصل الاجتماعي أمام أعين الجميع. داعش تستخدم أيضًا وسائل التواصل المغمورة نسبيًا مثل كويتر ودياسبورا، وهي تضع روابط لها على جاستبيست دوت أي تي (Justpaste.it)، وهو موقع بولندي، لمشاركة الأفلام والبيانات.

شبيجل: الوصول شيء سهل، ولكن لماذا تجد رسائل داعش صدى لدى هذه الكمية من الشباب؟

صوفان: هناك دوافع عدة لدى الناس للانضمام إلى تلك المنظمة. معظم أتباع داعش اليوم كانوا أطفالًا حين وقعت أحداث 11 سبتمبر. إننا نتعامل مع جيل جديد ذي رؤية مختلفة تمامًا حيال مسألة الجهاد. بالنسبة لهؤلاء، القاعدة هي مجموعة من كبار السن، انظر مثلًا إلى خليفة بن لادن، الظواهري، والذي لا يتمتع بأي كاريزما على الإطلاق. داعش، على النقيض، جديدة وحيوية، وهي ناجحة في تصوير نفسها باعتبارها الجيل الجديد الوليد. بيد أن بن لادن بالنسبة للكثير من هؤلاء بطل، ونحن نجد صوره على المواقع لدى كثير من أتباع داعش. الأيديولوجية لم تتغير، الاستراتيجية فقط هي ما تغيّر.

شبيجل: هل من طريقة لوضع حد لنجاحات داعش تلك؟

صوفان: مشكلتنا هي أننا لم نضع استراتيجية من بعد 11 سبتمبر تضمنت المواجهة الأيديولوجية. لدينا أساليب لحمايتنا، ولعرقلة مخططاتهم، والقبض على، أو قتل، قياداتهم، حتى بن لادن نفسه. ولكننا لا نملك خطة واضحة لمواجهة خطابهم. في عام 2004، كان هناك 400 مقاتل يأتمر بأمر بن لادن. الآن تملك داعش الآلاف من المقاتلين والأتباع حول العالم. يُعَد هذا فشلًا ذريعًا لحربنا على الإرهاب.

المصدر: دير شبيغل

رابط المقال : https://www.noonpost.com/4398/