



Methods of using ISIS for social networks

("Facebook" and "Twitter")

أساليب استخدام تنظيم (داعش) لشبكات التواصل الاجتماعي

("فيسبوك" و "تويتر" نموذجاً)

د. عمر إبراهيم بوسعدة قسم الاعلام والاتصال

جامعة الملك خالد

المملكة العربية السعودية

docboussada@gmail.com

تاريخ القبول: 2020-01-03

تاريخ الإرسال: 2019/11/15

ملخص الدراسة

تهتم هذه الدراسة بتحليل أساليب استخدام تنظيم (داعش) للإنترنت عبر نشره لمواده الإعلامية سواء في شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة في "فيسبوك" و"تويتر" أو المواقع الأخرى التابعة له في الشبكة العنكبوتية وتتزامن هذه الدراسة مع ما تشهده المنطقة العربية والعالم من تحديات سياسية وأمنية خطيرة للغاية منذ عام 2011م. وقد أظهرت الدراسة في نتائجها، أن استخدام تنظيم "داعش" للإنترنت وتطبيقاته يتم من خلال استراتيجيات محددة يتبعها في نشر مواده الإعلامية بدقة ومهنية كبيرة لتحقيق أهدافه، خاصة في تجنيد الشباب من مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم، وخاصة في الدول العربية، وضم هؤلاء في صفوفه.

• الكلمات المفتاحية

أساليب , استخدام , تنظيم , إرهاب , الإنترنت, فيسبوك , تويتر .

Abstract

This study is concerned with analyzing the methods used by ISIS for the Internet through its dissemination of its media materials, whether in social networks, especially in "Facebook" and "Twitter" or other affiliated sites on the Internet. This study coincides with the challenges facing the Arab region and the world specially Political and security since 2011 . The results of the study showed that the use of ISIS of internet and its applications is carried out through specific strategies followed in the dissemination of information materials accurately and professionally to achieve its objectives, especially in the recruitment of young Internet users around the world, especially in the Arab countries

Key words

Methods, use, organization, terrorism, Internet, Facebook, Twitter

• مقدمة

يعتبر الإرهاب ظاهرة عالمية احدثت تحولات جوهرية في العديد من المجتمعات المعاصرة خاصة مع ظهور تنظيمات إرهابية تتحدى سيادة الدول والحكومات, حيث أعلن (داعش) عن تأسيسه لدولة الخلافة في مناطق غرب العراق وشرق سوريا, متمردة عن كل الأعراف والقوانين الدولية ومستقلة عن الدولة القومية مستخدمة أساليب متطورة في الاتصال بين جماعاتها المنطوية تحت لواءها وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي. ولذلك تهتم هذه الدراسة بتحليل أساليب استخدام تنظيم (داعش) لموقعي "فيسبوك" و"تويتر" ضمن شبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطتها الإرهابية وفي عمليات التواصل مع مختلف الجماعات المرتبطة به للتعرف على استراتيجيتها الإعلامية على شبكة الإنترنت وكيفية استعمالها لأغراض التجنيد والترويج والتميل لحركاتها في مختلف بقاع العالم .

• مشكلة الدراسة

إنّ التحولات السياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية والثقافية التي تشهدها المنطقة العربية والعديد من دول العالم خاصة بعد الربيع العربي هيأت لسياقات ايدولوجية مناسبة لزيادة دور الجماعات الإرهابية وخاصة تنظيم (داعش) في مختلف أحداث العنف والصراعات التي تتأجج في الكثير من مناطق التوتر في العالم, فتصاعد دوره ومسؤوليته في العديد من العمليات والهجمات الإرهابية التي حدثت على النحو الذي شاهدناه في المنطقة العربية والعالم ,وتحول هذا التنظيم الى ظاهرة برزت نشاطاته بشكل مذهل عبر وسائل الإعلام وخاصة من خلال شبكة التواصل الاجتماعي تهدد بذلك استقرار الدول والمجتمعات، مما يستدعي مواجهة هذا التنظيم وأنشطته الإرهابية بكل الطرق والوسائل المناسبة والفعالة.

وفي هذا الإطار يبرز السؤال المحوري لإشكالية هذه الدراسة على النحو التالي:

كيف يستخدم تنظيم (داعش) لشبكات التواصل الاجتماعي(موقعي فيسبوك وتويتر) من أجل برمجة تحركاته واتصالاته وأنشطته الإعلامية ؟ ، وذلك بهدف التمكن من بلورة استراتيجية إعلامية مضادة من شأنها التصدي لأنشطته وتأثيراته على مستخدمي هذه الشبكات الاجتماعية.

• تساؤلات الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات البحثية التالية :

- 1- ما هو حجم النشاط الإعلامي(المواد الإعلامية المنشورة) لتنظيم (داعش) على شبكة الإنترنت(شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت الأخرى)؟
 - 2- ما هي أساليب استخدام تنظيم (داعش) لموقعي فيسبوك وتويتر الاجتماعيين في نشره لمواد إعلامية ؟
 - 3- ماهي دواعي استعمال تنظيم (داعش) لشبكات التواصل الاجتماعي(موقعي فيسبوك وتويتر)؟
- ماهي أنواع المواد الإعلامية المنشورة من قبل تنظيم (داعش) على شبكات التواصل الاجتماعي(موقعي فيسبوك وتويتر) ؟



• أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

- تقديم دراسة تضيف إلى الإسهامات العربية في مجال الإعلام الأمني ورصد نشاط تنظيم (داعش) على شبكة الإنترنت.
- التعرف على الأساليب المتبعة من قبل تنظيم (داعش) في استخدام موقعي فيسبوك وتويتر وتحديد الأغراض المستهدفة منه مما يعزز من الإسهامات العلمية العربية حول دراسة ظاهرة الإرهاب وتطوير استراتيجيات مواجهتها.
- تقديم توصيات للأجهزة الأمنية حول استراتيجية إعلامية أمنية تكون منبثقة من رصد أنشطة وتحركات تنظيم (داعش) على شبكات التواصل الإجتماعي، وخاصة على موقعي فيسبوك وتويتر لتطوير أداء الإعلام الأمني ووسائله الإعلامية واستراتيجياته للتصدي بفاعلية وحزم لنشاط هذا التنظيم الإرهابي.

• منهج الدراسة

- هذه الدراسة تدخل في إطار البحوث الوصفية التحليلية التي تسعى إلى رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية واحدة، أو في عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون و الوصول إلى نتائج و تعميمات تساعد في فهم الواقع و تطويره¹.
- و بناء عليه , فإن المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو المنهج المسحي بالعينة المستخدم بشكل كبير في البحوث الإعلامية من خلال وصف وتحليل الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن مصدرها عبر مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و طرق الحصول عليها²,
- وعى هذا الأساس فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي بالعينة مع استخدام أسلوب تحليل المضمون لتحليل المواد الإعلامية المنشورة من قبل تنظيم (داعش) عبر موقعي فيسبوك وتويتر لوصف أساليب استخدامه لهما وإبراز استراتيجيته الإعلامية المتبعة على شبكات التواصل الاجتماعي.

• مجتمع الدراسة

- يتكون مجتمع الدراسة من المواد الإعلامية تابعة لتنظيم (داعش) ومنشورة عبر حسابات في موقعي "تويتر" و"فيسبوك" تم الحصول عليها من مواقع تتبع أنشطة هذا التنظيم والتنظيمات الإرهابية الأخرى .

• عينة الدراسة ومتغيراتها

- انطلاقاً من طبيعة الدراسة وحجم مجتمع البحث فقد تم اختيار عينة عشوائية من المواد الإعلامية مستمدة من حسابات في شبكات التواصل الاجتماعي(تويتر: 10 حساب , فيسبوك :10 حساب) كما تعتمد الدراسة على متغير أساسي واحد اختير بشكل دقيق حتى يخدم أهداف البحث وهو:

¹ (عبد الرحيم، أسامة)، 2003، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، ابتراك للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة ، ص34.

² (محمد عبد الحميد)، 1993، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة ، ص 122.



(متغير الفترة الزمنية للنشاط الإعلامي لتنظيم (داعش) في نشره لمواده الإعلامية).

• حدود الدراسة

• الحدود الموضوعية:

تهتم هذه الدراسة بالتركيز على تحليل المواد الاعلامية المنشورة من قبل تنظيم (داعش) ،عبر حسابات على موقعي فيسبوك وتويتر مستمدة من مواقع متتبعة لأنشطة وعمليات هذا التنظيم الإرهابية.

• الحدود الزمنية:

تجرى الدراسة على عينة قصدية من الحسابات المرتبطة بتنظيم داعش في شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الممتدة من 1 يناير الى 30 ابريل 2016م.

• وحدة التحليل:

لقد تم الاعتماد على عينة من المواد الإعلامية المنشورة من قبل تنظيم (داعش) عبر حسابات من موقعي فيسبوك وتويتر كوحدة للتحليل والتكرار كوحدة للرصد .

• فئات التحليل:

لقد تم الاعتماد على فئات التحليل التالية:

- فئة حجم النشاط الإعلامي الممارس (المواد الإعلامية المنشورة) من قبل تنظيم (داعش) عبر حسابات شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت الأخرى.
- فئة أساليب استخدام تنظيم (داعش) لنشاطه الإعلامي(المواد الإعلامية المنشورة) على موقعي (تويتر وفيسبوك) الاجتماعيين.
- فئة الدواعي المستهدفة لتنظيم (داعش) من نشر المواد الإعلامية عبر حسابات على موقعي (فيسبوك وتويتر) الاجتماعيين.
- فئة نوع المواد الاعلامية المنشورة من قبل تنظيم(داعش) عبر حسابات على موقعي (فيسبوك وتويتر) الاجتماعيين.

• المعالجة الإحصائية :

لقد تمت المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة عبر الجداول مع استخدام التكرار والنسبة المئوية وباستعمال برنامج الرزم الاحصائية SPSS للحصول على النتائج وتحليلها بغرض الإجابة على تساؤلات البحث.

• الدراسات السابقة



من أهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة نجد ما يلي :

1- J.M. Berger and Jonathon Morgan, The ISIS Twitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, Washington, D.C, March 2015.

هي دراسة تبحث في أنشطة مواقع التواصل الاجتماعية للمؤيدين أو الأعضاء في تنظيم (داعش) (ISIS) ، للكشف عن التركيبة الديموغرافية لهم، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك ما لا يقل عن 46 ألف حساب على "تويتر" استخدمت من قبل أنصار تنظيم (داعش)³.

2-Qarawee, Harith Hassan, The Discourse of ISIS: Messages, Propaganda and In doctrination, in (Monica Maggioni and Paolo Magri) ,Twitter and Jihad :The Communication Strategy of ISIS, Milano,2015.

لقد اهتمت بدراسة تنظيم (داعش) واستخدامه لوسائل الاعلام لنشر رسائله وترويجه لأعماله الدعائية وقياس درجة تأثيرها على الجماهير⁴.

• التنظيمات الإرهابية وشبكات التواصل الاجتماعي

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام الجديد التي فرضت نفسها على الفضاء الإلكتروني الافتراضي فهي المواقع الأكثر انجذابا و استخداما على شبكة الإنترنت و قد ظهرت مع ما يعرف "بالجيل الثاني للويب" حيث تتيح التواصل بين مستخدمها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم , بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض , وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين و غيرها ومن بين أهم هذه الشبكات نجد ما يلي :

1-الفييس بوك: الموقع الذي استأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس خصوصا الشباب وفي جميع أنحاء العالم, فهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والملفات والمحادثات (الدرشة) مع أصدقائه و هناك من استغله في الجانب السيئ.

³-(J.M. Berger and Jonathon Morgan),2015, **The ISIS Twitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter**, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, The Brookings Institution, The Center for Middle East Policy , Washington, D.C.

⁴-(Qarawee, Harith Hassan), 2015, **Twitter and Jihad: The Communication Strategy of ISIS**, First Edition, Milano.



ب-تويتر: هذا الموقع أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) , وأتخذ من العصفورة رمزاً له , وهو خدمة مصغرة , ويجوز أن يطلق عليه نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.

تسعى التنظيمات الإرهابية مثل (داعش) الى استغلال شبكات التواصل الاجتماعي من خلال بث الأفكار المغلوطة والشائعات وخطاب الكراهية للتأثير واستمالة مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية كما تستعمل أساليب القرصنة لاختراق أجهزة الكمبيوتر الخاصة للمستخدمين عبر استغلال الثغرات الأمنية في أنظمتها وبرامجها لسرقة المعلومات، أو نشر الرسائل الكاذبة، و الوصول إلى البيانات لغرض الابتزاز، أو إرسال الفيروسات، وليس ذلك فحسب فقد استفادت من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الدعاية والتجنيد والتحريض على العنف والتدمير والتخريب.

• النشاط الإلكتروني للتنظيمات الإرهابية

لقد استفادت التنظيمات الإرهابية من التطورات التي عرفتها شبكات التواصل الاجتماعي فاستطاعت من خلال مختلف التطبيقات التي توفرها إلى التأثير وحشد أعداد كبيرة من الأشخاص وخاصة الشباب عبر استعمال أساليب استراتيجية في التعبئة والحشد مستفيدين من سهولة نقل الأخبار والمعلومات التي يمكن تقاسمها إلكترونياً في جميع أنحاء العالم⁵.

وقد عملت هذه التنظيمات الإرهابية بكل ما في وسعها على تحريض الرأي العام على الكراهية والعنف والتأثير على إدراك الجمهور المستهدف⁶.

كما تستخدم هذه التنظيمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض التدريب والتجنيد وجمع المعلومات وإصدار التعليمات والأوامر وتحديد الأهداف بالقمر الصناعي للتنفيذ والإعلان عن مسؤوليتها عن العمليات التي تتفدها وتقدم المبررات والأسباب التي دفعتها الى ذلك⁷، حتى أصبحت مشاهد العنف والتطرف وإسالة الدماء

⁵Daniel S. Papp and David S. Albert's,2000, Information Age Anthology: National Security Implications of The Information Age, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, Volume II of Information Age Anthology: National Security Implications of the Information Age, August 2000,pp. 20-29

⁶-(Capt. Cc Alfonso Montagnese),2012, Impact of Social Media on National Security ,Centro Militare Di Studi Strategic, Stituto Alti Studi Per La Difesa (I.A.S.D.),and Istituto Superiore Di Stato Maggiore Interforze(I.S.S.M.I.) Step1 - Ae-U-3, Rome, pp.3-7

⁷(Rachel Briggs OBE , and Others),2015, Digital Jihad: How online networks are changing extremists, the royal instate international affairs , London,pp.2-8

وقطع الرؤوس مشاهد يومية ومتكررة على صفحات مواقع وسائل التواصل الاجتماعي⁸، ومن أهم الاهداف التي تتوخاها التنظيمات الإرهابية في استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي، ما يلي:

- **التجنيد:** تهدف التنظيمات الإرهابية من خلال استعمالها المركز والمكثف لشبكات التواصل الاجتماعي الى استمالة واستقطاب الأفراد وخاصة الشباب من الذكور والإناث الذين لديهم استعداد للقيام بالأعمال الإجرامية والإرهابية مثل الانتحارات والتفجيرات، وقد نجح تنظيم داعش في تجنيد الكثير من الشباب في الدول الأوربية والعربية ليشاركوا في المعارك في سوريا والعراق تحت اسم الجهاد⁹، ويبدو التوظيف العاطفي أقوى من الحجج العقلية وذلك سواء في رسائل اكتساب أنصار جدد أو تعزيز مواقف المؤيدين والأتباع، وهذا جعل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة حرة وجماهيرية مغربة للتنظيمات الإرهابية التي بادرت الى استخدامها كأفضل قناة مرنة للإعلام والاتصال بالجماهير، تتسم بحضورها الجماهيري بلغة ولون ومختلف الثقافات¹⁰. ومن ثم يمكن للجماعات المتطرفة استهداف الشباب على وجه الخصوص و المتعاطفين معهم وتجنيدهم ومشاركتهم عن بعد، بالترويج لفكرة الشاب "المجاهد" باعتبارها من أهم أساليب الجذب و المشاركة في الأعمال الإرهابية، بشكل أفضل و أسهل من السفر إلى منطقة المعركة الفعلية.
- **التدريب:** تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة هامة تستخدمها التنظيمات الإرهابية للتدريب والتعلم عن بعد، من خلال استخدام المعلومات الهائلة المتوفرة عن تصنيع المواد الناسفة والقنابل، وإنتاج مواد التدريب وتوفيرها على الشبكة الاجتماعية، وقد قامت بعض التنظيمات الإرهابية بوضع مؤشرات في شبكات التواصل الاجتماعي تكون دالة للعمليات الإرهابية وتتضمن وسائل التخطيط والتنفيذ والتخفي لتصل الى المجندين.
- **الاتصال:** تعتمد التنظيمات الإرهابية على شبكات التواصل الاجتماعي للاتصال بمجنديها وأعضاءها من خلال وضع رسائل مشفرة للتخفي لتجنب كشف الإرهابي أو موقعه أو أن يترك هذا آثاراً واضحة عليه أو تدل عليه.¹¹
- **التمويل:** تستخدم التنظيمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان لغرض التمويل من خلال ما يعرف بنظام M-Payment، وبعض خدمات الدفع بالهواتف المحمولة لنقل الأموال إلكترونياً، مثل E-Gold، Cash U، وهناك دلائل تشير الى استخدام هذه العمليات في بعض الدول التي لا يوجد فيها نظام

⁸. (على بن عبدالله العسيري)، 2006، الارهاب والقرصنة، جامعة نايف للعلوم الامنية، الرياض، ص 221-228
⁹(Rachel Briggs OBE , and Others) ,opcit,pp1-5

¹⁰ (على بن عبدالله العسيري)، مرجع سبق ذكره، ص 115.

¹¹(Rachel Briggs OBE , and Others) ,opcit,p12



مالي حازم ، خاصة في مجال استخدام الهواتف الجوالة التي تبدو أكثر جاذبية لتحويل الأموال، للحصول على الدعم اللوجستي وتوفير الموارد اللازمة لتنفيذ الهجمات دون حاجة الى تكوين منظمة إرهابية¹².

- **الوصول الى المعلومات:** تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة تستخدمها التنظيمات الإرهابية للوصول الى المعلومات عن الأهداف المنشودة من قبلها من خلال المعلومات المنشورة عنها مدونة بالصور ، وقد تنبتهت الولايات المتحدة مبكرا لذلك فأزلت مواقع المفاعلات النووية من على الإنترنت.
- **الإعلان عن تنفيذ العمليات الإرهابية:** تستعمل التنظيمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي للإعلان عن عملياتها وهجماتها الإرهابية من خلال نشر البيانات الصحفية والصور ومقاطع الفيديو¹³.
- **الدعاية المضللة:** تستغل شبكات التواصل الاجتماعي من قبل التنظيمات الإرهابية لنشر الأخبار والمعلومات المضللة في شكل نصوص أو صور أو فيديو هات وهو ما يساعد على انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة وإثارة البلبلة والفوضى في أوساط المجتمع.

تلجأ التنظيمات الإرهابية الى نشر وبث الأخبار الكاذبة بهدف التضليل الإعلامي الذي يهدد السلم الاجتماعي والاستقرار الأمني، ولتحقيق الأهداف التالية:

- **تكوين رأي عام مناهض للدول والحكومات:** تسعى التنظيمات الإرهابية من خلال نشر موادها الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الى إثارة التوتر السياسي وتكوين رأي عام معارض ومناهض بهدف تغيير الحكومات وإسقاط النظم الحاكمة، وهو الأمر الذي يهدد استقرار الدول والمجتمعات.
- **تأجيج النزاعات والصراعات السياسية :** تستغل شبكات التواصل الاجتماعي من قبل التنظيمات الإرهابية لإثارة أزمات سياسية وصراعات حزبية داخل المجتمعات تساهم في تغيير موازين القوى على الساحة السياسية وخاصة خلال فترة الانتخابات¹⁴.
- **إثارة الفتن والنعرات الطائفية:** تستعمل التنظيمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي لإدارة الفتن والصراعات الطائفية فتعمل بذلك على زيادة الاستقطاب الديني والمذهبي في المجتمع.

¹² (على بن عبدالله العسيري)، مرجع سبق ذكره، ص 158

¹³(Rachel Briggs OBE , and Others) ,opcit,p5-10

¹⁴(أحمد عبد العزيز الأصفر)، 2010، "العوامل النفسية و الاجتماعية لانتشار الشائعات و كيفية الوقاية من مخاطرها، في اعمال ندوة مجابهة الشائعات، المنعقدة خلال لفترة 13-14/4/2010 بجامعة جيبوتي ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، لعدد 356 ، 1433 هـ ، الرياض، ص77

• استخدام تنظيم الدولة الإسلامية لشبكة التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر)

يعمل تنظيم (داعش) على تنفيذ استراتيجية إعلامية محكمة تعتمد على الاستفادة من التقنيات المتطورة التي تنتجها شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقعي فيسبوك وتويتر في عمليات الاتصال والترويج لعملياته الإرهابية وأفكاره التخريبية والهدامة للمنظومة الثقافية والعقائدية في المجتمع بهدف تحقيق أهدافها التوسعية عبر تجنيد أكبر عدد من الأعضاء واستمالة الجماهير للانضمام إليه لتحقيق مشروعه في إرساء دولة الخلافة الإسلامية .

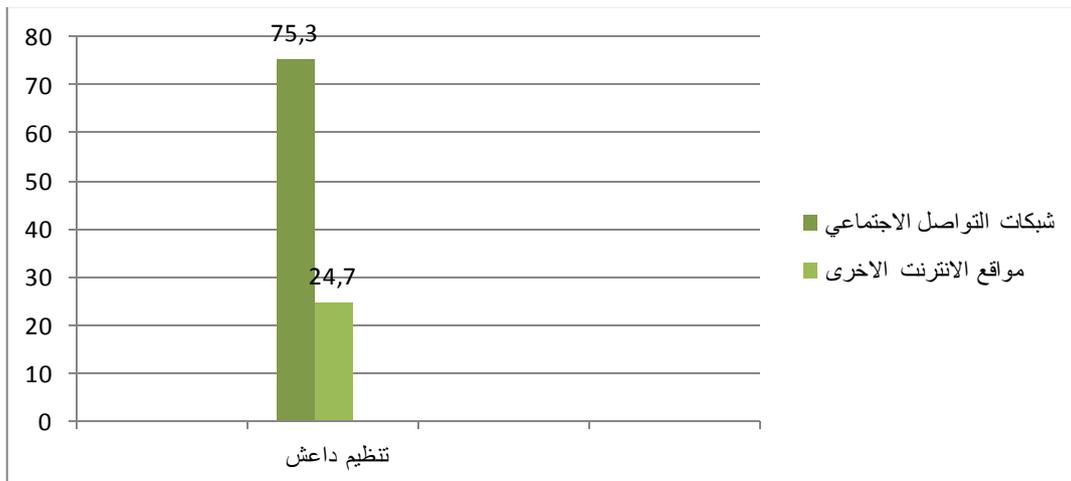
كما يضم هذا القسم من الدراسة أيضاً الإجراءات الإحصائية من خلال عرض توصيفي للعينة الممثلة لمجتمع البحث و إبراز المعالجة الإحصائية للبيانات المسجلة من خلال الجداول العامة.

• المعالجة الإحصائية للدراسة(استخدام تنظيم (داعش) لشبكة التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر)

جدول رقم (1)

حجم النشاط الإعلامي (المواد الإعلامية المنشورة) لتنظيم (داعش) على شبكة الإنترنت

الإنترنت						
إجمالي		مواقع أخرى في الإنترنت		شبكات التواصل الاجتماعي		التنظيم الإرهابي تنظيم (داعش)
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار	
100	4150	24.70	1052	75.30	3125	



قراءة وتحليل الجدول:

أ- يبين الجدول أن تنظيم (داعش) يعتمد بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر

ب75.30% مما يدل على اهتمام تنظيم الدولة الإسلامية بشبكات التواصل الاجتماعي لما لها من فاعلية في تنفيذ استراتيجيتها الإعلامية.

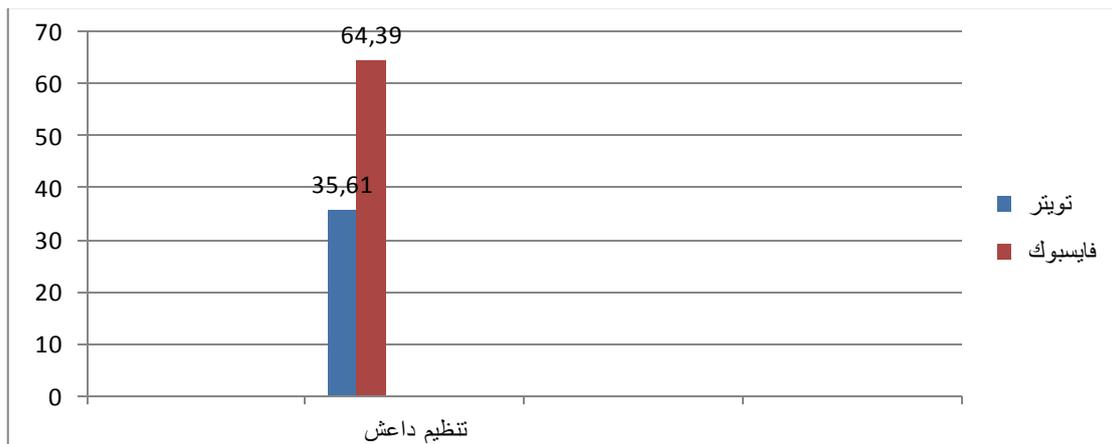
ب- أن تنظيم (داعش) يحاول استغلال شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومنهجي للترويج لأفكاره وعملياته الإرهابية لفعالية هذه المواقع الاجتماعية في تحقيق أهداف التنظيم.

ج- أن النشاط الإعلامي لتنظيم (داعش) في نشر موادته الإعلامية مكثفا عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما يدل على اهتمام التنظيم بهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة التي تعتمد على التفاعلية والالتزامنية في الخطاب الإعلامي والتي أثبتت تأثيرها القوي على جمهور مستخدمي الإنترنت في مختلف بقاع العالم.

جدول رقم (2)

أساليب استخدام تنظيم (داعش) لمواقع التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر) في نشره لموادته الاعلامية

تنظيم (داعش)		الموقع
النسبة	التكرار	الموقع
35.61	1113	تويتر
64.39	2012	فيسبوك
100	3125	المجموع



قراءة وتحليل الجدول

يظهر الجدول أن تنظيم (داعش) في فترة الدراسة يستخدم موقع فيسبوك أكثر في نشر موادته الإعلامية بنسبة تقدر ب54.39%، ويعود هذا الوضع الى أن تنظيم داعش باستهدافه أكثر لموقع فيسبوك يرمي الى تجنيد أعداد كبيرة من الشباب لضمهم إليه فأولويته في هذه الفترة من الدراسة هي التجنيد أكثر من الترويج الإيديولوجي

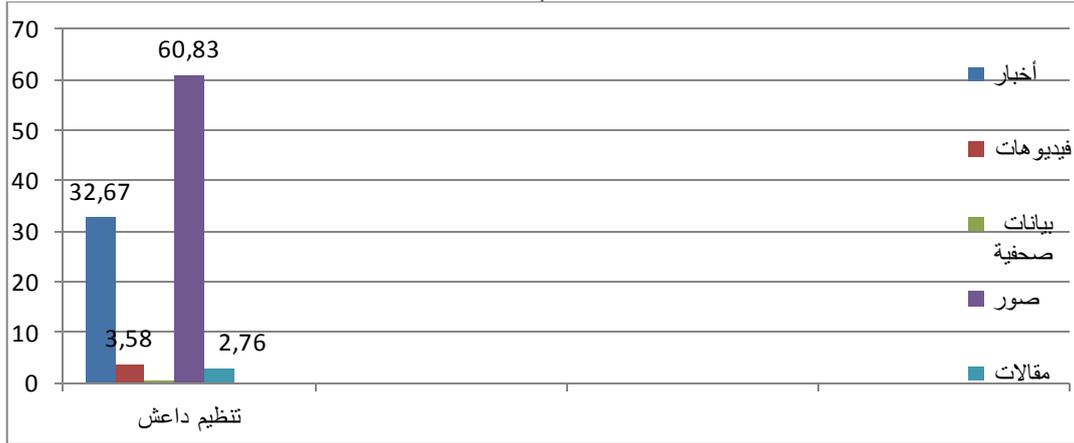


لأفكاره ومشاريعه باعتباره أن خصائص موقع فيسبوك تسمح له باكتساب أصدقاء جدد وإمكانية التجنيد تكون أكبر وسهلة, وبالتالي فإن تنظيم (داعش) يهدف من خلال نشاطه في شبكات التواصل الاجتماعي واستهدافه أكثر لموقع فيسبوك الى التجنيد لأقصى ما يمكن من العناصر التي تساعد في تحقيق أهدافه وتنفيذ عملياته الإرهابية ومشاريعه التوسعية, فقد اتخذ في استراتيجيته الإعلامية التركيز على شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك لتنفيذ عمليات التجنيد والدعاية العسكرية .

الجدول رقم (3)

أنواع المواد الاعلامية المنشورة من قبل تنظيم داعش على شبكات التواصل الاجتماعي
(موقعي فيسبوك وتويتر)

تنظيم داعش		
النسبة %	التكرار	المادة الإعلامية
32.67	1021	أخبار
3.58	112	فيديوهات
0.16	05	بيانات صحفية
60.83	1901	صور
2.76	86	مقالات
100	3125	الاجمالي



قراءة وتحليل الجدول:

يظهر من خلال الجدول ورسمه البياني أن تنوعا في المواد الإعلامية المنشورة عبر موقعي تويتر و فيسبوك وخاصة الاعتماد الواضح لتنظيم (داعش) وبشكل مكثف على الصور والأخبار لسهولة إنتاجها ونشرها في الموقعين وتأثيرهما الفعال على إدراكات الجماهير وخاصة الشباب , وهذا من أجل التأثير على الجمهور من مستخدمي هذين الموقعين خاصة وأن خصائصهما تسمح بتشكيل الرأي العام حول الموضوعات المطروحة بهدف شرح وتبرير العمليات الإرهابية من قتل وتكيد وتخريب وسبي للنساء وغيرها من الأعمال الإجرامية بما يتناسب مع أهداف التنظيم واستراتيجيته .

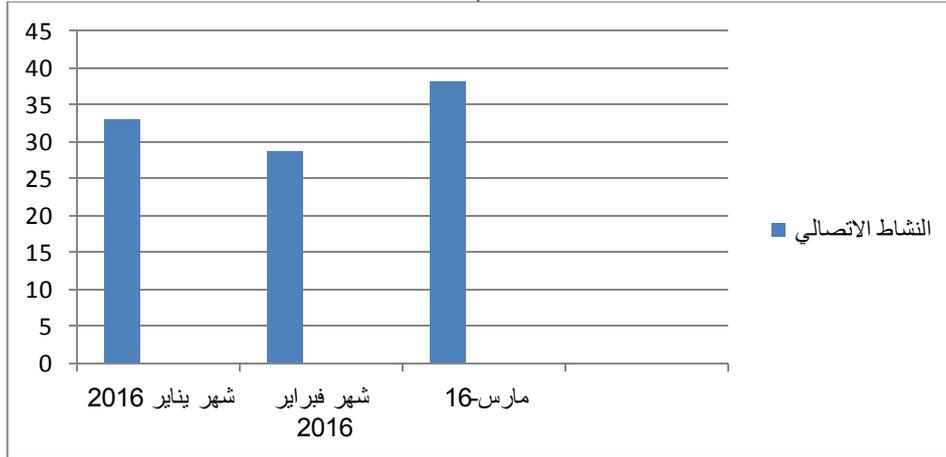
- الجدول وفق متغير الفترة الزمنية للنشاط الاعلامي لتنظيم داعش في نشر مواده الاعلامية.

جدول رقم (5)

حجم المواد الإعلامية المنشورة من قبل تنظيم (داعش) على شبكة الإنترنت

وفق متغير الفترة الزمنية للنشاط الاعلامي

النسبة %	النشاط الاعلامي التكرار	الفترة الزمنية
33.15	1036	شهر يناير
28.67	896	شهر فبراير
38.18	1193	شهر مارس
100	3125	الإجمالي



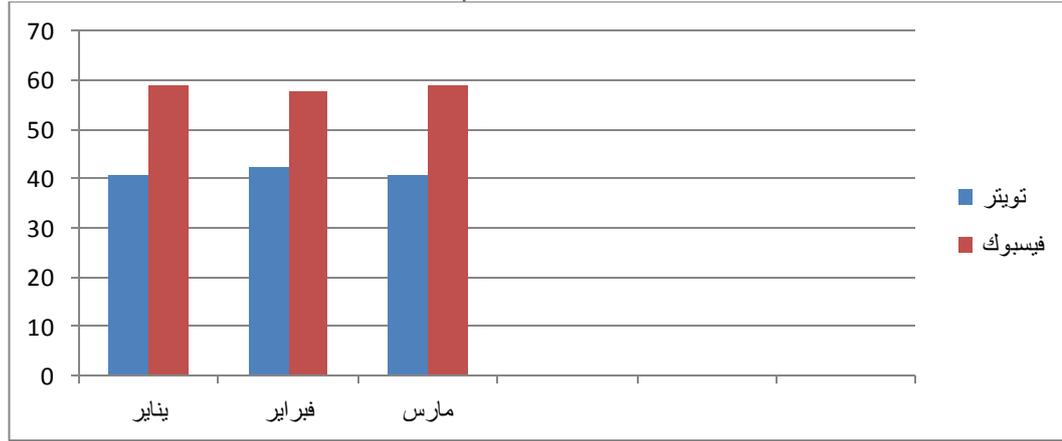
قراءة وتحليل الجدول :

يظهر الجدول الموضح أعلاه ورسمه البياني أن تنظيم (داعش) كان نشاطه الإعلامي في نشره لمواده الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مكثف بشكل بارز خلال شهر مارس 2016م بنسبة تقدر بـ 38.18% مقارنة بشهر يناير 2016 بنسبة تقدر بـ 33.15% وبشهر فبراير 2016م بحيث بلغت نسبته فيه إلى 28.67% مما يدل على أن هذا التنظيم قد كثف من نشاطه الإعلامي في هذا الشهر تنفيذا لاستراتيجية إعلامية يتبعها في الترويج الإعلامي للتجنيد والدعاية للتأثير على الجماهير وخاصة الشباب لاستمالتهم واستقطابهم وإقناعهم بأفكاره ومشاريعه ومخططاته.

جدول رقم (6)

أساليب استخدام تنظيم (داعش) لمواقع التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر) في نشره لمواده الإعلامية وفق متغير الفترة الزمنية للنشاط الإعلامي

الفترة الزمنية						شبكات التواصل الاجتماعي
مارس		فبراير		يناير		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار	المواقع
40.82	487	42.41	380	40.92	424	تويتر
59.18	706	57.59	516	59.08	612	فيسبوك
100	1193	100	896	100	1036	الإجمالي



قراءة وتحليل الجدول

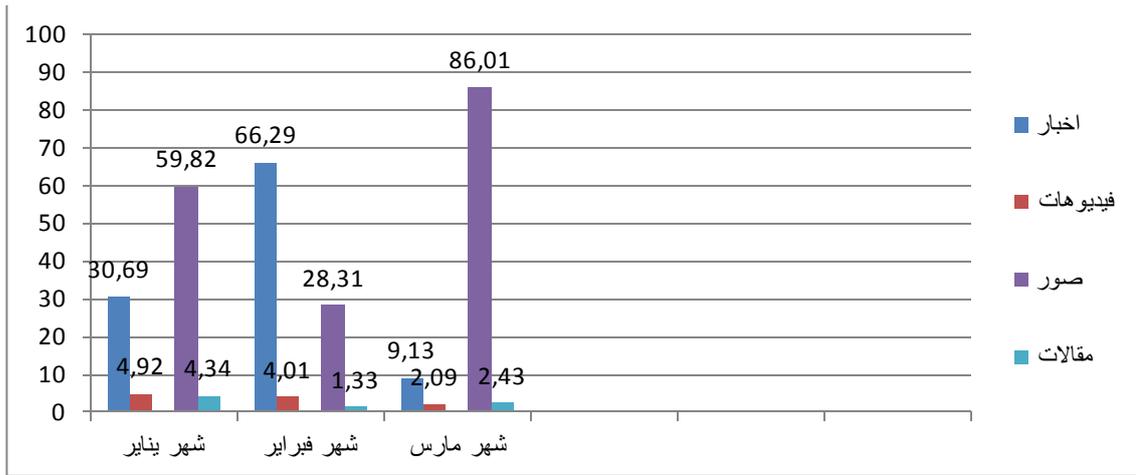
يبرز الجدول ورسمه البياني أنه تم استخدام فيسبوك من قبل تنظيم (داعش) شهر يناير ومارس 2016 بشكل مكثف مقارنة بشهر فبراير في حين نجد أن استخدام موقع تويتر من قبل التنظيم كان أكثر كثافة في شهر فبراير مقارنة بشهري يناير ومارس وهذا قد يعود الى المضايقات وغلق الحسابات من قبل الأجهزة الأمنية للدول والحكومات .

جدول رقم (7)

أنواع المواد الإعلامية المنشورة من قبل تنظيم داعش على شبكات التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر) وفق

متغير الفترة الزمنية للنشاط الإعلامي

الاجمالي	الفترة الزمنية				الاجمالي		أنواع المواد الإعلامية
	مارس		فبراير		يناير		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار	
1021	9.13	109	66.29	594	30.69	318	أخبار
112	2.09	25	4.01	36	4.92	51	فيديوهات
5	0.25	3	0	0	0.19	02	بيانات صحفية
1901	86.01	1027	28.31	254	59.82	620	صور
86	2.43	29	1.33	12	4.34	45	مقالات
1325	100	1193	100	896	100	1036	الاجمالي



قراءة و تحليل الجدول

يظهر من خلال الجدول ورسمه البياني أن هناك كثافة في نشر الصور في شهري يناير ومارس 2016م وكثافة في نشر الاخبار في شهر فبراير عبر موقعي تويتر و فيسبوك لاستهداف الاستمالة العاطفية والتأثير على توجهات وإدراكات الجماهير وخاصة الشباب مما يدل على إتباع التنظيم لاستراتيجية محددة في نشر موادہ الإعلامية عبر موقعي تويتر و فيسبوك تتوافق مع أهدافه وتخطيطاته العسكرية والإيديولوجية في كل مرحلة من تطورات معاركه.

• نتائج وتوصيات الدراسة

▪ نتائج الدراسة

1- تظهر مختلف البيانات المحصلة من خلال الدراسة أن النشاط الإعلامي لتنظيم (داعش) في نشر موادہ الإعلامية كان كبيرا جدا في شبكات التواصل الاجتماعي مما يبين الاهتمام الكبير لهذا التنظيم الإرهابي بالإنترنت والشبكات الاجتماعية واتخاذة كوسيلة أساسية في استراتيجيته الإعلامية للترويج لأفكاره وعملياته الإرهابية مع اتخاذها كمنبر فاعل لدعاياته من أجل استمالة وتجنيد الشباب المسلم من مختلف بقاع العالم .

2- أن النشاط الإعلامي لتنظيم (داعش) كان مكثفا في شبكة التواصل الاجتماعي خلال فترة الدراسة بنسبة تقدر بـ 75.30% مما يدل على الأهمية الكبيرة التي يوليها التنظيم لهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة التي تعتمد على التفاعلية والالتزامية في خطابها الإعلامي والتي أثبتت تأثيرها الفعال على جمهور مستخدمي الإنترنت.

3- أن متغير الفترة الزمنية للنشاط الإعلامي لتنظيم (داعش) في نشره لموادہ الإعلامية كان لها دور واضح في تباينه بحيث تبين أن شهر مارس 2016م قد عرف ارتفاعا ملحوظا خلال شهر مارس 2016م بنسبة



تقدر بـ 38.18% مقارنة بشهر يناير 2016 بنسبة تقدر بـ 33.15% وبشهر فبراير 2016م بحيث بلغت نسبته فيه الى 28.67% مما يدل على أن هذا التنظيم قد كثف من نشاطه الإعلامي في هذا الشهر تنفيذا لاستراتيجية إعلامية يتبعها في الترويج الإعلامي للتجنيد والدعاية للتأثير على الجماهير وخاصة الشباب لاستمالتهم واستقطابهم وإقناعهم بأفكاره ومشاريعه ومخططاته.

4-تظهر النتائج أن تنظيم (داعش) يتوجه الى استعمال شبكات التواصل الاجتماعي (موقعي فيسبوك وتويتر) لدواعي عديدة، وهي:

5-تأكيد حضوره الإعلامي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والتوجه الى الاعتماد المكثف للجهاد الفردي والإلكتروني.

6-إتخاذه لشبكة التواصل الاجتماعي أداة لتجنيد أعضائه من مختلف بقاع العالم وخاصة من المنطقة العربية، وأيضا استخدامه كوسيلة للتدريب العسكري لعناصره، من خلال نشر كتيبات عن الأسلحة، وأساليب القتال، وصنع المتفجرات، وتقديم دورات وإرشادات عن كيفية صناعتها محليا بالإضافة إلى موضوعات أخرى ذات الصلة بمجال الجهاد.

7-التعليق على الأحداث ونشر آراءه وتبرير عملياته الإرهابية من قتل وتخريب وتدمير وغيرها من الأعمال الإجرامية الأخرى.

8-الترويج لأفكاره الإيديولوجية بهدف استمالة جماهير الشباب إليه وكسب تعاطفهم معه.

9- الحصول على التمويل لمشاريعه.

11- ربط الاتصال بعناصر التنظيم من داخل البلد وخارجه حيث هم موزعون والتنسيق معهم لإيصالهم بالمال والسلاح.

12-أن تنظيم (داعش) في فترة الدراسة يستخدم موقع فيسبوك أكثر في نشر مواد الإعلامية بنسبة تقدر بـ 564.39%، ويعود هذا الوضع الى أن تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) باستهدافه أكثر لموقع فيسبوك فإنه يرمي الى تجنيد أعداد كبيرة من الشباب لضمهم إليه فأولويته في هذه الفترة الزمنية من الدراسة هي التجنيد أكثر من الترويج الإيديولوجي لأفكاره ومشاريعه باعتبار أن خصائص موقع فيسبوك تسمح له باكتساب أصدقاء جدد وإمكانية التجنيد تكون أكبر وسهلة.

13- استخدام فيسبوك من قبل تنظيم (داعش) بشكل مكثف في شهر يناير ومارس 2016 مقارنة بشهر فبراير 2016م في حين نجد أن استخدام موقع تويتر من قبل التنظيم كان أكثر كثافة في شهر فبراير 2016م مقارنة بشهري يناير ومارس من نفس السنة وهذا قد يعود الى المضايقات وغلق الحسابات من قبل الأجهزة الأمنية للدول والحكومات .

وبالتالي فإن تنظيم (داعش) يهدف من خلال الإنترنت الى تجنيد أقصى ما يمكن من العناصر التي تساعده في تحقيق أهدافه وتنفيذ عملياته الإرهابية ومشاريعه التوسعية من خلال نشاطه في شبكات التواصل الاجتماعي واستهدافه الأكبر لموقع فيسبوك .

وعلى هذا الأساس فإن تنظيم (داعش) اتخذ في استراتيجيته الإعلامية شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك للتجنيد والدعاية العسكرية في حين اتخذ من مواقع الإنترنت وخاصة موقع الخلافة وموقع أعماق وسيلة للترويج الإعلامي لعملياته الإرهابية وأفكاره .

14- هناك كثافة في نشر الصور في شهري يناير ومارس 2016م وكثافة في نشر الأخبار في شهر فبراير 2016م عبر موقعي تويتر و فيسبوك لاستهداف الاستمالة العاطفية والتأثير على توجهات وإدراكات الجماهير وخاصة الشباب, مما يدل على إتباع التنظيم لاستراتيجية محددة في نشر مواد الإعلامية عبر موقعي تويتر و فيسبوك تتوافق مع أهدافه وتخطيطاته العسكرية والإيديولوجية في كل مرحلة من تطورات معاركه .

15- اعتماد تنظيم (داعش) على الدعاية الإعلامية لمختلف أنشطته الإرهابية وأفكاره الإيديولوجية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقعي تويتر و فيسبوك كجزء هام وأساسي من استراتيجيته الإعلامية ونشاطه في شبكة الإنترنت نظرا لفعاليتها في تحقيق أهدافه في التعبئة والتبرير لأعماله الإرهابية وتنفيذ أجندته السياسية والإيديولوجية وتخطيطاته في التجنيد والاستقطاب واستمالة أعداد كبيرة من المتعاطفين معه والمتحمسين وخاصة من الشباب من مختلف مناطق المعمورة .

• توصيات الدراسة

لقد برزت من خلال نتائج الدراسة ومناقشتها مجموعة من التوصيات تتمثل في ما يلي:

1- المتابعة المكثفة والمستمرة والدقيقة لأنشطة تنظيم (داعش) على شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقعي تويتر و فيسبوك لاكتشاف الثغرات الموجودة في استراتيجيته الإعلامية المتبعة عبر شبكة الإنترنت.



2-ضرورة تتبع تحركات أنشطة تنظيم داعش ومختلف التنظيمات الإرهابية الأخرى في الإنترنت سواء في شبكات التواصل الاجتماعي أو في مواقع أخرى مختلفة في الإنترنت للوصول الى رصد أماكنهم وكشف أساليب عملهم الإعلامي.

4-اعتماد مخططات دعائية مضادة للأنشطة الدعائية لتنظيم (داعش) في شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة في موقعي تويتر و فيسبوك لمواجهة الترويج الدعائي التضليلي الذي يقوم به التنظيم بهدف التجنيد واستقطاب عناصر جديدة للانضمام الى صفوفه.

• المراجع والمصادر

• باللغة العربية

- 1- (أحمد عبد العزيز الأصفر)، 2010، العوامل النفسية والاجتماعية لانتشار الشائعات وكيفية الوقاية من مخاطرها، في أعمال ندوة مواجهة الإشاعات، المنعقدة خلال لفترة 13-14/4/2010 بجامعة جيبوتي ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، لعدد 356 ، 1433 هـ ، الرياض.
- 2- (عبد الرحيم أسامة)، 2003، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، ابتراك للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن.
- 3- (علي بن عبدالله العسيري)، 2006، الإرهاب والإنترنت، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- 4- (محمد عبد الحميد)، 1993، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة.

• باللغات الأجنبية

1-(Capt. Cc Alfonso Montagnese),2012, Impact of Social Media on National Security ,Centro Militare Di Studi Strategic, Stituto Alti Studi Per La Difesa (I.A.S.D.),and Istituto Superiore Di Stato Maggiore Interforze(I.S.S.M.I.) Stepì - Ae-U-3, Rome.

2- Daniel S. Papp and David S. Albert's, 2000, Information Age Anthology: National Security Implications of the Information Age, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, Volume II of Information Age Anthology: National Security Implications of the Information Age, August 2000

3-(J.M. Berger and Jonathon Morgan),2015, The ISIS Twitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, The Brookings Institution, The Center for Middle East Policy , Washington, D.C.

4- (Qarawee, Harith Hassan),2015, Twitter and Jihad :The Communication Strategy of ISIS, Firs Edition, Milano.

5-Rachel Briggs OBE , and (Others),2015, Digital Jihad: How online networks are changing extremists, (London : the royal instate international affairs , London.