

خطة إستراتيجية لمواجهة إعلام "داعش"

الأستاذ الدكتور/ محمد بشارى

عميد معهد ابن سينا للعلوم الإنسانية

رئيس الفيدرالية العامة لمسلمى فرنسا

أمين عام المؤتمر الإسلامى الأوروبى

فرنسا

مقدمة :

لم ينتبه المسؤولون المعنيون بمواجهة الخطر الذى يشكله تنظيم "داعش" الإرهابى إلى دور الإعلام فى مواجهة هذا الخطر، إلا مؤخراً، ولم يتم تفعيل نتائج ودروس هذا الانتباه بعد بالشكل المطلوب.

هذه إحدى أهم الخلاصات التى يجب التوقف عندها إذا أردنا الانخراط العملى فى المواجهة الإعلامية لهذا التنظيم.

ولكن قبل ذلك، لا بد من التوقف عند التحولات التى تطال وسائل الإعلام، وعن حضور الحركات الجهادية المتطرفة فيه، والدور الذى يمكن أن تقوم به مختلف وسائل الإعلام فى هذا المضمار، وأخيراً استعراض أرضية أو مقترح لإطلاق "جيش إلكترونى" متخصص فى التصدى الرقمى العملى للظاهرة الداعشية.

١ - الإعلام التقليدي وطفرة الإعلام الرقمي

يجب التمييز أولاً بين التحولات الكبيرة والنوعية التي يمر بها القطاع الإعلامي خلال العقود الأخيرة، إلى درجة أننا نعاين اليوم وجود إعلام تقليدي، وإعلام رقمي أكثر تطوراً، ويندرج هذا التحول في سياق تفاعلات الجيل الثالث من الثورات المعرفية الكبرى التي عرفتها البشرية: الثورة الزراعية، والثورة الصناعية، ثم الثورة المعرفية التي نعيش في ذروتها اليوم، مع الثورة الرقمية، والتي أفرزت مفهوم "القوة الناعمة [Soft Power] حسب تعبير " جوزيف ناى"، ومن المفاهيم المتفرعة بدورها عن مفهوم "القوة الناعمة" مفهوم مرجعي، وهو مفهوم "القوة الإلكترونية"، ويُفيد، حسب جوزيف ناى: " القدرة على الحصول على النتائج المرجوة من خلال استخدام مصادر المعلومات المرتبطة بالفضاء الإلكتروني، أى القدرة على استخدام الفضاء الإلكتروني لخلق مزايا، والتأثير في الأحداث المتعلقة بالبيئات الواقعية الأخرى، وذلك عبر أدوات إلكترونية"

خطورة الفضاء الإلكتروني كما تستغله داعش اليوم، أنه يتميز بعدة خصائص مادية وزمنية وأدائية تجعله ساحة للتوظيف والتأثير في مشاريع المعنى بالتوظيف والتأثير، فقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تكسير قواعد الصناعة في كل مجالات الحياة، وأحدثت طفرة في هذا المجال وليس ثورة فحسب، مخلخلة مجموعة من القواعد، ولذلك هناك من يرى أن التحولات الشاملة للثقافة والأخبار في عصر الإنتاج الرقمي، ليست فقط تحولات ثقافية كبيرة ولكنها تحولات حضارية.

على صعيد آخر، يسمح هذا الفضاء لمستخدميه إمكانية عدم الكشف عن هويتهم الحقيقية، وهو ما جعله بيئة جاذبة لمستخدميه، ودفعهم إلى توظيفه في مختلف المجالات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والعسكرية، فزيادة على أن هذا الفضاء أضحى وسيطاً لا مندوحة عنه حقاً، ليس فقط كونه خلص الفرد من تراتبية وهرمية وأبوية أدوات التواصل التقليدية، ولكن أيضاً لأنه خلف انبعاث عالم افتراضي، بات الأفراد والجماعات والتنظيمات من بين ظهرانيه فاعلين مباشرين، بمستطاعهم إبداء آرائهم وتصوراتهم عن القضايا الكبرى التي ترهن حاضرهم، أو من شأنها التأثير في مستقبلهم، وامتد الأمر إلى أن الجيل الجديد من الفضاء الإلكتروني، وخاصة الجيل الثاني من شبكات التواصل الاجتماعي؛ جيل "فيسبوك" و"تويتر" و"اليوتيوب" أتاح منابر واسعة للنقاش والحوار وتبادل الآراء والأفكار، وحشد الجماهير لمناصرة قضية من القضايا، أو لتكوين رأى عام حول القائم منها، أو لإثارة إشكاليات مجتمعاتية لم تكن وسائل الإعلام والاتصال التقليدية تعيرها الاهتمام الكافي، أو تتبرم منها، أو تمارس الرقابة على من يثيرها وي طرحها للعلن .

٢ - الحرب الرقمية ضد داعش

محطات أولية :

إن الواقع الإعلامى الرقمية اليوم يفسر إجماع العديد من الدراسات والمقالات - التى اشتغلت على أسباب تجنيد داعش للشباب العربى والمسلم، ومن جميع أنحاء العالم- على دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الاستقطاب، خاصة أن الهواتف الذكية باتت اليوم فى أيدى الشباب وصارت جزءاً لا يتجزأ من ممتلكاتهم الشخصية وممارساتهم اليومية، بل أصبحت بوابة العبور إلى عوالم داعش الإرهابية المتطرفة ، وليس صدفة أن أغلب الأسر فى الغرب تشعر اليوم بالخوف من أن تصحو ولا تجد ابنها أو ابنتها فى أسرة نومهم.

وعليه، لا مفر من توظيف الإعلام الجديد، أى الإعلام الرقمية، فى هذه الحرب الطويلة والشاقة ضد الجماعات المتطرفة ، وذلك موازاة مع توظيف الإعلام التقليدى القائم منذ عقود، ولكنه أصبح متواضع التأثير؛ لأن الجماعات الجهادية المتطرفة أبدعت كثيراً فى توظيف الإعلام الرقمية الحديث، وحتى عندما بدأ الوعى عند المسؤولين بدور هذا الإعلام الرقمية فى استقطاب الشباب والمراهقين، كانت داعش متقدمة خطوات للأمام، بما يزيد من تعقيد المهمة.

من المهم أيضاً الاشتغال على توحيد وتكثيف الجهود: توحيد الجهود بين المسلمين وغير المسلمين، وتكثيف الجهود بين المسلمين فيما بينهم.

أ - فى الحالة الأولى، أى حالة توحيد الجهود، يجب على الدول العربية والإسلامية الترحيب بكل الخطوات الغربية التى تصب فى الحرب الإعلامية على داعش، ومنها على سبيل المثال لا الحصر، إعلان المجموعة الأشهر عالمياً فى مجال الاختراق بشن حملة واسعة على الإنترنت وخاصة تويتر، ضد المتعاطفين أو الداعمين لداعش، أى مجموعة " أنونيموس " التى قامت مؤخراً بنشر لائحة من حسابات تويتر، والتى ترى المجموعة أن تلك الحسابات هى جزء من الدعاية الإعلامية لداعش، أو أقله كون تلك الحسابات تشارك فى نشر الدعاية المحيطة بالتنظيم، وقد اتضح أن الأمر لم يقتصر على تويتر فحسب، فالعملية التى شنتها المجموعة تضمنت محاولات لإغلاق صفحات على فيسبوك، أو إغلاق مدونات، أو اختراق المواقع المحسوبة على التنظيم ومؤيديه .

ب - وفى الحالة الثانية، لا بد من انخراط الدول العربية والإسلامية فى توحيد الجهود الإعلامية الرقمية، وعدم الرهان على العمل فى جزر معزولة، فالتهديد جدى وحقيقى ويستهدفنا

جميعاً، ومن باب أولى يجب توحيد الجهود لمواجهته، وعلى كافة الأصعدة، بما فيها القطاع الإعلامي.

كما يجب الرهان على استقطاب الطاقات التقنية الشابة في هذه الحرب الطويلة، والمنطقة العربية تعج بها والله الحمد، مراهقون وشباب متمكنون، وبعضهم يعمل حتى مع المؤسسات الغربية لتحسين مصدر رزقه، فمن باب أولى توظيف هذه الطاقات في هذه المعركة المصيرية .

٣ - نحو إطلاق "جيش إلكتروني" لمواجهة الجيوش الإلكترونية الداعشية

توقفنا في السابق عند بعض معالم الإطار النظري لمواجهة الجيوش الإلكترونية الرقمية، وأن الأوان للتوقف عند الإطار العملي، ونحن نقترح إطلاق مبادرة تأسيس جيش إلكتروني لمواجهة داعش، وتتضمن المقترحات التالية كمرحلة أولية :

— توظيف ٥٠٠ " جندي " رقمي (بأسماء حقيقية أو أسماء مستعارة، على غرار السائد في الخطاب الرقمي الداعشي) وهذا كحد أدنى، ومن شتى الدول الإسلامية وخاصة في الدول العربية، وأيضاً في الدول الأوروبية .

— مطلوب الرهان على عمل "جيش إلكتروني " يشغل بأغلب اللغات الحية، أقلها استعمال ١٢

لغة للتواصل والدعاية و " القصف الرقمي " ، بشكل مستمر ويومي وثابت، وليس بشكل عابر .

— اشتغال هذا "الجيش الإلكتروني" على التوفيق بين الاستعمال الأمثل للمعلومة الدينية والتقنية الرقمية، في صيغة أشرطة رقمية أو فلاشات نوعية، وغيرها من التقنيات الفعالة والمؤثرة على المتصفح.

— مطلوب أيضاً احترام مقتضى الاستعمال في مواقع التواصل الاجتماعي، من قبيل:

أ — عدم تجاوز سقف ١٤٠ كلمة في موقع تويتر.

ب — إنتاج أشرطة لموقع "يوتيوب" عالية الجودة، لا تتجاوز مدتها ٣ دقائق.

ج — حضور نوعي ومستمر ومتعدد في موقع "فيسبوك".

— الرهان على اختراق الحسابات الداعشية، خاصة أن التنظيم الرقمي الداعشي يشغل بعدة

تقنيات، منها تقنية الاختراق والتقنية، من أجل استقطاب الشباب والمراهقين من كلا الجنسين.

— من المهم والضروري الاشتغال على التحليل اليومي المستمر والآني لطبيعة الحسابات

والأخبار والروابط الداعشية (من حيث المصدر، الجمهور المستهدف، السن، الجنس.. إلخ)،

وآلا يترك الأمر للظروف والأحداث أو المناسبات، خاصة أن التنظيم الداعشي في مواقع التواصل

الاجتماعي يتعامل مع حضوره في هذه المواقع على أساس أنها معركة مصيرية، ولا تحتمل

التهاون والتراخي.

— من التقنيات التي يجب أن يتم استحضارها في أداء وعمل "الجيش الإلكتروني"، الرهان

على الهاجس الاستباقي والتحصيني والهجومى والمدافع والتحليلي والمعرض في آن.

— بالنسبة لطاغم " الجيش الإلكتروني " ، فنقترح - كخطوة أولية- الانطلاق من الطاقم

التالى:

أ – لا بد أن يتضمن بالدرجة الأولى الأقسام المتخصصة في العلوم الشرعية؛ لأن معركة مواجهة الخطاب الداعشي المتطرف وغيره، تبقى بالدرجة الأولى "معركة نص"، ونستحضر هنا دور "المراجعات المصرية والليبية والسعودية"، والتي انطلقت من أرضية تفويض الاجتهادات الفقهية التي كانت تغذى الجماعات الجهادية .

ب – لا بد من توظيف تقنيين متخصصين في هندسة وعلوم الكمبيوتر .

ج – إضافة إلى الخبراء والباحثين في العلوم الشرعية، والخبراء في علوم الكمبيوتر، يجب توظيف إعلاميين متخصصين في التسويق " الماركيتينغ " ، وهؤلاء تعج بهم المنطقة العربية على الخصوص، وخاصة في المغرب العربي .

د – لا تقتصر المواجهة الإلكترونية الرقمية ضد الجيش الرقمي الداعشي على الخبراء في العلوم الشرعية والتقنيين والإعلاميين، ولكن لا بد من توظيف المحللين السياسيين والإعلاميين المتمكنين ومن ذوى التجربة والمتابعة والخبرة في الموضوع، وليس المحللين الذين سيتم الشروع في تكوينهم أو تأطيرهم.

هـ – وأخيراً، لا بد من الاستعانة بأهل علم النفس؛ لأنه تأكد في العديد من الحالات المرتبطة باستقطاب الشباب والمراهقين نحو تنظيم داعش، أنه كانت مرتبطة باستجابة لظروف وحالات نفسية قاهرة، وليست بالضرورة مرتبطة بتأثير بعض النصوص الدينية أو الوضع الاجتماعي أو غيره.