

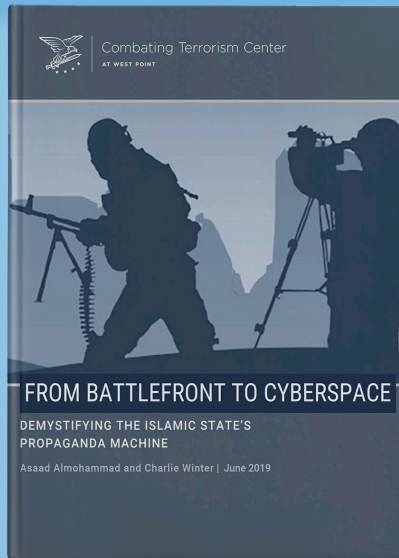


التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION

تقارير دولية 

16

من جبهة القتال إلى الفضاء السيبراني كشف خبايا الآلة الدعائية لتنظيم داعش





تقارير دولية

إصدار شهري يصدر عن الإدارة العامة للتخطيط والتنسيق

المشرف العام

اللواء الطيار الركن محمد بن سعيد المغيدي

الأمين العام للتحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب

رئيس التحرير

عاشور بن إبراهيم الجهني

مدير مركز الدراسات والبحوث

ملاحظة: الأفكار الواردة في هذا التقرير تُمثّل رأي مؤلفيه ولا تُمثّل رأي التحالف بالضرورة

التحرير والتصميم والإخراج

توق الإعلامية للأبحاث



توق TAOQ

البريد الإلكتروني: info@taoqresearch.org

هاتف: +966 114890124



تقارير دولية

16

أغسطس 2020

من جبهة القتال إلى الفضاء السيبراني كشف خبايا الآلة الدعائية لتنظيم داعش

خضع الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش بمضامينه المقررة والمسموعة والمرئية للفحص والتدقيق والتحليل في عشرات البحوث والنشاطات العلمية طوال السنوات القليلة الماضية، وشملت هذه الجهود كل الجوانب الفكرية والفنية في المنتجات الإعلامية لداعش، لكن ظلت طريقة إنتاج هذه المضامين بعيدة عن البحث والدراسة، وظل الجهاز الإعلامي لداعش بينيته التنظيمية والإدارية، وعلاقاته الوظيفية، ومعايير الحاكمية، وممارساته اليومية، منطقة معتمة. وهذا التقرير مشاركة نادرة لإضاءة تلك العتمة.

دراسة فريدة

صدر التقرير عن مركز مكافحة الإرهاب في الأكاديمية العسكرية الأمريكية (ويست بوينت) بعنوان: "من جبهة القتال إلى الفضاء السيبراني: كشف خبايا الآلة الدعائية لتنظيم داعش" (From Battlefield to Cyberspace: Demystifying the Islamic State's Propaganda Machine). وقد أعدّه الدكتور أسعد المحمّد، وهو زميل في برنامج التطرف بجامعة جورج واشنطن، وتشارلي وينتر، وهو زميل وباحث أول في المركز الدولي لدراسة التطرف في كينجز كوليدج بلندن (ICSR)، و زميل مشارك في المركز الدولي لمكافحة الإرهاب في لاهاي (ICCT).

يقدم التقرير إسهاماً فريداً في موضوع تحليل الظاهرة الإرهابية، فهو يحلّل طريقة إنتاج تنظيم داعش للدعايات في المدّة التي سبقت انهياره، وقيّمها استناداً إلى مجموعة من المواد التي جمّعت في شرق سوريا في الأشهر التسعة الأولى من عام 2018م، وهي بالتحديد السجّلات والمقابلات السمعية والبصرية. وتبحث الدراسة في وسائل التنظيم في تحقيق درجة عالية من الأمن التشغيلي، والسيولة، والفاعلية، على الرغم من الضغوط الخارجية والداخلية، وتُظهر النتائج مجتمعةً كيف غير التنظيم عقب صعوده إلى الشهرة العالمية في صيف 2014م فضاء التواصل الإرهابي، بعد أن استولى على الموصل وأعلن خلافته، وأنشأ شبكة إعلام معقّدة قادرة على إنتاج ما يقرب من ألف منتج دعائي مميّز شهرياً.

من المؤكّد أن العمليات الإعلامية لداعش كانت قبل ظهور داعش بمدّة طويلة، لكن توظيف داعش لها كان مختلفاً؛ إذ جعلها جزءاً مهمّاً في عملياته الإستراتيجية والتكتيكية، ونتيجةً لذلك لم يكتفِ التنظيم بمكافأة العاملين في وسائل إعلامه بسخاء كبير فحسب، ولكنه سخّر قدرًا كبيراً من الوقت والجهد لإخفاء أنشطتهم اليومية، ما جعل مجال الدعاية عنده من أكثر الجوانب التشغيلية غموضاً.

يسعى هذا التقرير إلى الكشف عن الخدّمات اللوجستية لدورة الإنتاج الإعلامي لتنظيم داعش، باستكشاف تعقيداتها الهيكلية، ووسائل حمايتها، وتسهيل عملها في مدّة تميّزت بالإكراه المادّي غير المسبوق، والاحتمال الذي لا مفرّ منه لهزيمة داعش. وعلى الرغم من ذلك يُظهر التقرير كيف تمكّن التنظيم الإرهابي

من مواصلة تشغيل جهازه الإعلامي ليكون جزءاً من نموذج بيروقراطي صامد ومستمر كسائر المجالات التشغيلية الأخرى.

منهج الإعداد

يستند التقرير إلى بيانات مقابلات شبه منظمّة وغير منظمّة جمّعت من شرق سوريا في الأشهر التسعة الأولى من عام 2018م. تضمّنت موادّ دعائية جمعها 13 شخصاً من جامعي البيانات ميدانياً ومن الإنترنت، وأجرى ستة أشخاص من جامعي البيانات 41 مقابلة مع أعضاء نشطين في داعش، في غضون تسعة أشهر.

استخدم التقرير تدابير شتى لتحسين صحة البيانات، من ذلك مثلاً: تحليل الأدلّة المتناقضة، والتحقّق من صحّة المستجيب. وتحقيقاً لهذه الغاية جمع التقرير بين مجموعات مختلفة من البيانات واستعرضها باستمرار، مثل المستندات، وموادّ الدعاية التي جمّعت ميدانياً ومن الإنترنت، وتلك التي التُقّطت بعد رفع السريّة عنها من قِبَل وزارة الدفاع الأمريكية. وهذه البيانات التي جمّعت من المقابلات فُحصت ودُقّق فيها بطريقة منهجية، واستُبعدت البيانات التي كانت غير متماسكة أو غير دقيقة، أو بناءً على ملاحظات ذاتية.

الهيكل الإداري

ذكر المؤلفان في هذا القسم من التقرير الهيكل الإداري لإدارة عمليات الإنتاج، والتقييم والتوزيع الإعلامي لدى داعش في شرق سوريا عام 2018م. وتتألف العناصر الأساسية لهذا الهيكل الإداري من مجلس الإعلام، واللجنة الشرعية للإعلام، والمكتب الأمني الإعلامي، والوكالات، والمكاتب الإعلامية، وبنك المعلومات.

1) مجلس الإعلام

يمثّل قمّة التسلسل الهرمي للمعلومات في تنظيم داعش، وهو محاطٌ بالسريّة التامة، ويتكوّن من القيادة العليا لمديرية الإعلام المركزي. ويمكن أن يكون هو نفسه "ديوان الإعلام المركزي" الذي أُشير إليه في وثائق تنظيم داعش الداخلية التي استولت عليها وزارة الدفاع الأمريكية ورفعت السريّة عنها في أغسطس 2018م. وكان المجلس يتألّف من ثمانية مسؤولين "سبعة من أعضاء المجلس، وأمير واحد"، مارسوا الرقابة على اللجنة الشرعية للإعلام، وجميع مكاتب الإعلام، وبنك المعلومات، ما

وفي سياق مسار العمل الإعلامي، أولى البنك عنايته لمهّمتين هما: التحقّق والتخزين. فهو يتلقّى المحتوى الخام وبيّميّ مصداقيّته وجودته، ويزوّد المكاتب الإعلامية بالمواد التي تحقّق من صحتها للمعالجة التحريرية والنشر النهائي.

وكانت أنشطة الاتصال ببنك المعلومات محدودة جداً، وكانت تحركات أعضائه مراقبةً في جميع الأوقات، وكان البنك حريصاً دائماً على ضمان عدم وجود تواصل غير ضروري بين أعضائه والعاملين في مكاتب الاتصال؛ لتقليل مخاطر الوصول غير المصرّح به، وضمان عدم تسرّب المحفوظات. ومن هنا كان الوصول إلى المعلومات والمحفوظات مجزّأً، وإذا كان هناك قسمٌ يطلب معلوماتٍ فعليةً تقديم نموذج للوصول؛ ولأمير بنك المعلومات سلطة الرّفص أو التقييد أو التصريح. فاللجنة الشرعية التي تشرف على عمليات بنك المعلومات نصّت أن أي محاولة للوصول إلى المعلومات بواسطة نشطاء من خارج البنك أو نشطاء في البنك دون تصريح، أو من خارج نطاق الدائرة المحددة، تُعدّ خرقاً للقانون ويعاقب عليها".

دورة الدعاية الإعلامية

كثيراً ما كتب عن إستراتيجية دعاية داعش، ومع ذلك لا يُعرف إلا القليل عن الطريقة التي كان التنظيم ينفذ بها أنشطته الإعلامية يومياً؛ بسبب السريّة التي كانت تحاط بها البنية التحتية لإعلام داعش. وكشفت الوثائق أن التنفيذ كان يجري وفق دورة تتألف من ثلاث مراحل هي:

أولاً: إعداد المادّة الإعلامية وفق القواعد واللوائح.

ثانياً: إتمام عملية التحقّق والتخزين بمجرد جمع المادّة والانتهاج من الإنتاج.

ثالثاً: بثّ المادّة عبر وسائط التنظيم، ثم تأمين الأنشطة الإعلامية "جعلها آمنة" على المستوى التشغيلي.

وبيان هذه المراحل بالتفصيل فيما يأتي:

1) إعداد المادّة الإعلامية

كان مكتب الأمن الإعلامي صاحب اليد العليا في جمع البيانات؛ ففي سياق المشاريع التي تُعدّ حسّاسة ودقيقة، وهي المتعلقة بكبار قادة التنظيم أو دعاة الرئيسين، كان المكتب يكلف عناصره متابعتها قبل تكليف فريق الإنتاج؛ من أجل الحماية والمراقبة في أثناء وجودهم في الموقع. وعندما ينهي

يعني أنه كان لها القول الفصل فيما إذا كانت المواد الإعلامية يمكن أن تُنشر داخلياً أو خارجياً.

2) اللجنة الشرعية للإعلام

وهي لجنة تابعة مباشرة لمجلس الإعلام، ولها وظيفة إستراتيجية وتشغيلية في آن، إذ تتولّى تحديد موضوعات المنتجات الإعلامية المستقبلية، وتواريخ إصدارها، وطبيعتها، سواء أكانت مصوّرة أم مسموعة أم مقروءة. وعلى المستوى الإستراتيجي تُحدّد اللجنة أهداف المنتجات الإعلامية وتوجّهاتها الفكرية.

3) المكتب الأمني الإعلامي

وهو تابع لمركز الأمن الموحد الذي يتبع مديرية الأمن العام التي أدارت أنشطة تنظيم داعش، ومنها المخابرات والعمليات العسكرية الخاصّة. وقد أشرف مركز الأمن الموحد على عمليات المكاتب الأمنية الخاصّة، ومنها مكتب الأمن الإعلامي الذي كُلف التواصل وضمان تنفيذ التعليمات الإستراتيجية والتشغيلية من قيادة داعش. وبهذه الصفة تعاون مكتب الأمن الإعلامي تعاوناً وثيقاً مع اللجنة الشرعية للإعلام، والمكاتب الإعلامية، وبنك المعلومات، والوحدات التشغيلية أي المصورين الفوتوغرافيين، ومصوّر الفيديو، ووحدات التوزيع الداخلي والخارجي، وفرق العمل، وفرق التحرير، وكُلف التحقّق من أن المكاتب الإعلامية تتّبع توجيهات اللجنة الشرعية للإعلام.

4) مكاتب الإعلام

تعمل تحت إشراف مباشر من اللجنة الشرعية للإعلام والمكتب الأمني الإعلامي، وإشراف غير مباشر من مجلس الإعلام. وقد نُظمت شبكة المكاتب الإعلامية لتنظيم داعش في شرق سوريا وفق مجموعة صارمة من الإرشادات برئاسة أمير واحد، وكان لكل مكتب منها فريقٌ وهيئة إدارية، إلى جانب العاملين الميدانيين والمحرّرين، والوحدات الرقمية.

5) بنك المعلومات

هو وحدة شديدة السريّة، ترسل تقاريرها مباشرة إلى اللجنة الشرعية للإعلام، وتعمل تحت إشراف مركز الأمن الموحد ومجلس الإعلام، وتتكوّن من تسعة موظفين دائمين ومدير واحد، وتقوم بتخزين البيانات المتعلقة بوسائل الإعلام، وتنسيق المستندات وحفظها، وتخزين معلومات العمليات التنظيمية، وإدارتها واسترجاعها.



(3) تأمين المواد الإعلامية

يعمل ضباط الأمن في تنظيم داعش بطريقة سرية، ولكل مكتب إعلامي ضابط أمن يعمل بالتوازي مع إدارة المكتب. ويقوم هؤلاء بعدة مهمات، هي:

1. ضمان السرية التشغيلية للمكتب وأمن المعلومات.
 2. الحد من التفاعلات الشخصية بين الفرق الإعلامية المختلفة.
 3. ضمان الأمن المادي للقاعدة التشغيلية للمكتب، وحظر غير المصرح لهم من الدخول إليها.
 4. الموافقة على أوامر الشراء وتسليمها.
 5. فحص جميع المعدات والمواد وحفظها.
 6. تسليم المعدات والأفراد المعيّنين ولا سيما متابعة الأحداث ذات الصلة بوسائل الإعلام.
- وفضلاً عن ضابط الأمن، كان مطلوباً من المكاتب الإعلامية أيضاً استضافة ممثل الأمن الإعلامي المعار والمكلف أداء مهمات محددة أيضاً هي:

1. تقييم عمليات ضباط الأمن.
2. تلقي تقارير أداء فريق الإنتاج وتقييمها.
3. ضمان التسليم المباشر للمواد الإعلامية لوسائل الإعلام.
4. إعداد تقارير عن أداء النشطاء الإعلاميين الآخرين العاملين في المكتب.

وبهذه الطريقة عُزلت المكاتب الإعلامية عن العالم الخارجي بواسطة نظام مزدوج للرقابة الاستخباراتية حقق درجة عالية من التعتيم التشغيلي، وسهّل الحماية الفاعلة للمواد الإعلامية،

فريق الإنتاج عمله في متابعة الحدث المعني، ثمّر المواد الخام مباشرة إلى المسؤول الأمني الذي ينقلها إلى بنك المعلومات للمصادقة عليها ومعالجتها. وفي الحالات الأقل حساسية، يكون لدى عناصر فرق الإنتاج الإعلامي عمل أكبر، على الرغم من أن عناصر المكتب الأمني الإعلامي يكونون في الموقع، لكنهم يظلون بعيدين عن الظهور.

(2) معالجة المواد الإعلامية

تُعالج المواد الخام ويُتحقق منها في بنك المعلومات، ولا يُسمح للمكاتب الإعلامية باستخدام المواد التي جمعتها ما لم تُفحص ويُوافق عليها، ثم تُخزّن بدقة بإشراف مسؤولي البنك. ولتسريع هذه العملية يطلب مسؤولو البنك أربعة تفاصيل أساسية من فرق الإنتاج الذين كانوا يعملون على المادة، وهي: موقع المرسل، وإذا ما كانت البيانات تنتقل عبر الإنترنت، ومصدرها، والمبادئ التوجيهية الصادرة عن اللجنة الشرعية الإعلامية المتعلقة بالحدث الإعلامي المعني، وأسماء جامعي البيانات وناقليها، واسم المكتب الإعلامي أو الوكالة التي ستنتشر المنتج النهائي. وعند تسلّم المادة من فريق الإنتاج تُفحص، وتُحذف المعلومات الحساسة منها، كأبي شيء قد يكشف عن هوية القادة أو مواقع القواعد، ثم يُخزّن البنك نسختين منها: الأولى نسخة سرية وأمنة وربما مُعمّاة "مشفرة" من المواد الخام الأصلية، والأخرى نسخة محرّرة ومقوّمة صالحة للنشر. وبعد الحصول على الموافقة النهائية على المنتج، تُرسله إلى مكتب إعلامي مُحدّد من قبل اللجنة الشرعية لوسائل الإعلام للتطوير والتوزيع.



وفي بعض الحالات، قدّمت مكاتبُ الإعلام طلباتٍ محدّدةً إلى اللجنة الشرعية الإعلامية بواسطة ممثليهم، فوفقاً لما ورد في الوثائق التي كشفت عنها وزارة الدفاع الأمريكية بعد سقوط دولة داعش المزعومة: "تقدّم اللجنة الشرعية للإعلام عادةً المبادئ التوجيهية لإنتاج الموادّ الإعلامية، ويمكن أيضاً لممثلي الوكالات والمكاتب الإعلامية اقتراح إنتاج دعاية. ولو تجاوزت المنتجات بعض المبادئ التوجيهية للجنة الشرعية يظلّ للجنة الكلمة الأخيرة، وهي مكلفة إيجاد المسوّغات الدينية والتكتيكية لإنتاج المواد، ويجب الحصول على إذنها قبل إنتاج أيّ دعاية".

(2) الإنتاج

تبدأ هذه المرحلة بتحديد موعد بدء جلسة التصوير المعنية، ويزوّد مجلسُ الإعلام اللجنة الشرعية الإعلامية بتعليمات محدّدة بخصوص إرشادات الإنتاج والجداول الزمنية والمسؤوليات. هذه المعلومات تُنقل بواسطة المكتب الأمني الإعلامي، إلى المكتب الإعلامي الذي اختير للمهمّة. ويُؤدّي مكتبُ الأمن الإعلامي المهامّ الآتية في هذه المرحلة:

1. حماية أعضاء فريق الإنتاج.
 2. مراقبة أداء فريق الإنتاج ورفع تقارير عنه.
 3. التحقّق من التزام فريق الإنتاج بدليل الإنتاج.
- وبمجرّد انتهاء التصوير، يؤخّذ فريقُ الإنتاج مرّةً أخرى إلى المكتب الإعلامي مع منتجّه الأولي بعد أن توضع عليه علامة التاريخ والترميز وفقاً لبنك المعلومات.

سواء كانت مادّة أولية أو مُعالجة. وفي جميع الأوقات يقوم ضباطُ أمن بالتحقّق من استخدام التشفير، وضمان تأمين الاتصالات، ونقل البيانات والوسائط والأرشفة.

دورة الإنتاج الإعلامي

يستعرض التقريرُ في هذا القسم دورة الإنتاج الإعلامي في تنظيم داعش عام 2018م، وقد فضّلها المؤلفان في خمس مراحل هي: مرحلة ما قبل الإنتاج، الإنتاج، التقييم، التحرير، النشر والتوزيع.

(1) ما قبل الإنتاج

تتضمّن هذه المرحلة إرسال فريق الإنتاج في مهمّة مزوّدًا بجميع المبادئ التوجيهية من قبَل اللجنة الشرعية الإعلامية التي يجب على فريق الإنتاج الالتزام بما تنصّ عليه. ويمكن لأعضاء المكاتب الإعلامية فقط التفاوض بشأن هذه المبادئ التوجيهية التي تشتمل غالباً على:

1. جوانب الاهتمام في المنتجات الإعلامية.
2. النطاق العام للمتابعة الإعلامية.
3. طبيعة الأحداث التي يجب متابعتها إعلامياً، كعمليات الإعدام، والحياة اليومية، ومكاسب المعارك.
4. منهج التوثيق وأساليبه، في النصّ والصوت والصور الثابتة والمقاطع المصوّرة.
5. تفضيلات إنتاجية، وقيود وتحذيرات أخرى.



(5) النشر والتوزيع

أما النشر والتوزيع، سواء في الداخل أو في الخارج، فقد أعاد معظم جامعي البيانات تأكيداً ما كشفته الوثائق التي التقطتها وزارة الدفاع من أنه يتولاه فريق خاص باسم "فريق الإعلام الخارجي"؛ إذ مُنعت مكاتب الإعلام استخدام الإنترنت لأسباب تتعلق بأمن المعلومات، ويمكن للمرء أن يستنبط منطقياً أن هذه الفرق الرقمية تعمل من مواقع منفصلة، وكان يراقبها عن كُتب مكتب أمن الإعلام، وهذا ما أكدته جامعو البيانات في هذه الدراسة.

وذكرت إحدى الوثائق التي نشرتها وزارة الدفاع الأمريكية المتعلقة بأمن المعلومات لدى داعش أن المنتجات الإعلامية تُوزع عبر الإنترنت من قبل (ناشر)، ويُقصد بها شبكة من القنوات السرية جداً على تطبيق (تليغرام) يُطلق عليها جميعاً ذلك الاسم (ناشر). ومع أن جامعي البيانات لم يتحدثوا عن هذه المؤسسة على وجه التحديد، فقد ذكروا شبكة فرعية هي وكالة ناشر للأخبار. وهناك أفراد خارج المناطق التي يسيطر عليها تنظيم داعش يساعدون التنظيم في تحميل المقاطع المصورة ونشرها من لبنان ودول أوروبية، كالمملكة المتحدة وألمانيا والسويد، وهم يعيدون نشر المواد عبر روابط بديلة بسبب الإزالة المستمرة لها.

(3) التقييم

في بنك المعلومات يعالج فريق من المحررين أي لقطات أو تسجيلات لم تستوف الحد الأدنى من إرشادات الإنتاج من حيث المحتوى والجودة، وبعد ذلك يشرع فريق منفصل في إجراءات التحرير، والمونتاج، والأرشفة المتعلقة بالأمن، ويُعلم اللجنة الشرعية الإعلامية بتسليم المواد، ثم تُفهرس التسجيلات بعناية، وتُخص برقم وملف مميز لها، وتُتاح للمكتب الإعلامي المكلف تحويلها إلى دعاية جاهزة.

(4) التحرير

تُقدّم جميع اللقطات المعتمدة لفرق المونتاج والطباعة في المكتب الإعلامي، مزودة بتعليقات اللجنة الشرعية الإعلامية، وأي تعليمات إضافية أدلى بها المسؤولون في بنك المعلومات في أثناء عملهم على المواد النهائية للنشر. ويشرف أمير المكتب المعني على هذه الجهود، ثم تُمنح الموافقة المبدئية. ويقدم منسق لجنة الاتصال في المكتب المواد إلى اللجنة الشرعية للإعلام لتقرر ما إذا كانت جاهزة للنشر أو تحتاج إلى مزيد تحرير، وعندما تقرر اللجنة أن المادة تستوفي المعايير تُرحّل إلى مجلس الإعلام صاحب الكلمة الأخيرة في النشر أو الرفض أو إجراء المزيد من التنقيحات.

2. توجيه أنشطة العاملين في وسائل الإعلام للوصول إلى المعلومات وتقييمها.

4. وصف العمليات والكيانات المشاركة في إنتاج المواد الإعلامية.

5. ضمان الجودة المطلوبة وخطط التقييم.

ويمكن استنتاج أن مديرية الإعلام المركزية في داعش استخدمت التدابير المعيارية القانونية والفعلية، إذ يشير الأول إلى عدد من الرموز والمبادئ التوجيهية التي تهدف إلى تنظيم ممارساتها الدعائية؛ لأن تنظيم داعش كان حريصاً جداً على مصداقية علامته التجارية، أي درجة مصداقية معلوماته.

ويبدو أن هذه المعايير واللوائح الإعلامية المعقدة موجهة على نحو خاص لضمان الجودة طوال مراحل الإنتاج المختلفة. فهي تُظهر التفكير الإستراتيجي والمنهجي لمهندسي آلة الدعاية في تنظيم داعش، وتأخذ بالامتثال والكفاءة والتوحيد والجودة، وكلها أمور أساسية لمصداقيتها.

وتُعد نتائج هذا التقرير شهادة على قيمة جمع البيانات الأولية في الميدان، على الرغم من مخاطره العالية، وتقدم طريقة البحث هذه رؤى مهمة في العمل اليومي لدى التنظيمات السريّة مثل داعش. وستستفيد الجهود المستقبلية من هذا النهج؛ باستخدام طرق مماثلة في مناطق أخرى تؤدي إلى تحسين فهم الأصول التنظيمية والعمليات التشغيلية للجماعات الإرهابية، ما يسمح لصنّاع السياسات باتخاذ قرارات صائبة في التعامل مع خطرها المستقبلي.

وختاماً يمكن القول: إن فهم طريقة إدارة تنظيم داعش جهازه الإعلامي عام 2018م يقدم رؤى نقدية عن طريقة تكوين هيكله التشغيلي المستقبلي في سوريا وخارجها. وهذا أمر جوهري لتحديد الإجراءات المضادة المؤثرة تجاه تنظيم داعش بعد أن زالت سيطرته الإقليمية.

وظلت وكالة ناشر للأخبار التي أبلغ عنها جامعو البيانات في هذا التقرير كياناً غير رسمي يعمل بطريقة طوعية، ولا ينبغي الخلط بينها وبين قنوات ناشر الأصلية التي كان يديرها المسؤولون في مكتب أمن الإعلام.

الخاتمة

لا شك أن إدراك التحوّلات في طريقة العمل الداخلي لتنظيمات المتمردين والإرهابيين تؤثر كثيراً في طريقة عمل الاستخبارات والعاملين في مكافحة الإرهاب. وهذا التقرير يقع في هذا المجال، فهو يثري إلى حد كبير فهم طريقة عمل تنظيم داعش في المجال الإعلامي على المستويين الإستراتيجي والتكتيكي، ويتيح نظرة ثاقبة لوسائل تمكنه من الحفاظ على إنتاج مطرد للدعاية في 2018م و2019م على الرغم من الخسائر الإقليمية التي مني بها.

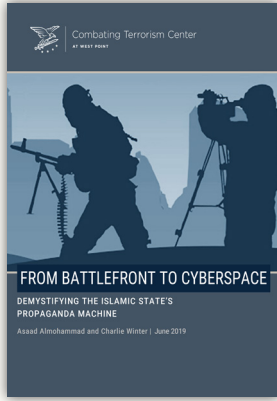
وقد فحص هذا التقرير التسلسل الإداري لإعلام داعش، وكيف قامت المديرية المركزية للإعلام بتحقيق هذه الدرجة العالية من التعميم التشغيلي والفاعلية. كذلك حلل التقرير البنية التحتية الإدارية التي تركز عليها الرقابة الإدارية، والهيئات الرقابية، والإنتاج والتوزيع الإعلامي. وتمكّن المؤلفان من عرض أنشطة إعلام داعش، ولا سيّما ما يتعلق بالأمن التشغيلي وإدارة شؤون الموظفين. وكشف التقرير درجة عالية من المعيارية النظامية التي حكمت أداء إعلام داعش، ويُقصد بها تنفيذ المعايير أو المواصفات التقنية المحددة التي توضح المبادئ التوجيهية والقيود والقواعد؛ لتحقيق المستوى الأمثل من النظام والجودة التشغيلية.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن تنظيم داعش أنفق قدرًا كبيرًا من الجهد لوضع قواعد عملية لهذه المعايير، وذلك من أجل:

1. تحديد نطاق عمليات العاملين في وسائل الإعلام وتعاملاتهم، داخل إدارة الإعلام ومع الأجهزة الأمنية.



من جبهة القتال إلى الفضاء السيبراني كشف خبايا الآلة الدعائية لتنظيم داعش



FROM BATTLEFRONT TO CYBERSPACE DEMYSTIFYING THE ISLAMIC STATE'S PROPAGANDA MACHINE

June 2019

Combating Terrorism Center at West
United States Military Academy

www.ctc.usma.edu







الائتلاف الإسلامي لمحاربة الإرهاب
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION