

מדריך הטרמפיסט לגלקסיית 'המדינה האסלאמית'

אורית פרלוב

אחת מנקודות המבט החשובות להבנתה ולבחינתה של תופעת 'המדינה האסלאמית', אם לא החשובה שבהן, היא של האזרחים המצויים במגע ישיר או כמעט ישיר עמה. מרחב הפעולה האינטנסיבי של 'המדינה האסלאמית' כיום הוא בעולם הערבי, ובמיוחד בסהר הפורה, בו היא שולטת על שטחים נרחבים בעיראק ובסוריה.

מאמר זה מנסה להתחקות אחר הקולות הבוקעים ממדינות ערב ביחס לסוגיות שונות הקשורות ב'מדינה האסלאמית': מהי האידאולוגיה שלה?; כיצד ניתן להצטרף לשורותיה?; מהן דרכי גיוס הכספים וכוח האדם, ומהו קהל היעד שלה?; ובעיקר, כיצד היא משתמשת ברשתות החברתיות ולאילו מטרות?

הניתוח והמסקנות המוצגים במאמר זה הינם תוצאה של שיחות עם מעצבי דעת קהל ברשתות החברתיות בשנים 2014-2015 – בעיראק, סוריה, לבנון, ירדן, מצרים ולוב. הכוונה אינה לנתח כיצד 'המדינה האסלאמית' רואה את עצמה, אלא את התדמית הציבורית שלה ואת השיח הציבורי המתקיים בחברה הערבית לגביה. משום כך, ולצורך כתיבת המאמר, לא נעשה שימוש בחשבונות הזרוע הצבאית והזרוע התקשורתית של 'המדינה האסלאמית', וגם לא בפורומים (סגורים ופתוחים) של פעיליה או מפיצי בשורתה.

רעיון, מטרה, שיטה ואמצעים

בראשית הדיון ב'מדינה האסלאמית' יש להבין את מהות התופעה. המטרה המרכזית אליה מכוונת 'המדינה האסלאמית' היא הקמת ח'ליפות לכלל המוסלמים. מה שהחל בארגון שהתפצל מאל-קאעדה בעיראק, הפך ל'מדינה האסלאמית בעיראק ובסוריה' (דאע"ש), וממנה ל'מדינה האסלאמית', אליה מסתפחות אט אט פרובינציות ('וילאיתים') חדשות באזורים אלה וגם מחוץ להם.

מטרה זו של 'המדינה האסלאמית' היא נגזרת של הבסיס האידאולוגי לתופעה: בנוסף להקמת ח'ליפות בעלת רצף טריטוריאלי שתשקף את האידאולוגיה של 'המדינה האסלאמית', על אזרחי אותה מדינה לקבל על עצמם את ההלכה הסונית הסלפית מימי הנביא מוחמד, כפי שהיא מתפרשת על ידה. היעד הראשון בדרך להקמת הח'ליפות הוא השבתם ל"דרך הישר" של המוסלמים הסונים ש"סטו מן הדרך" – "הכופרים", שאינם מוכנים לקבל על עצמם את האסלאם הנכון. היעד הבא, לאחר השבת המוסלמים הסונים "הכופרים" ל"דרך הישר", הוא מאבק בשיעים – המכונים בפי אנשי 'המדינה האסלאמית' "רפידים" (מתנגדים, דוחים) – ובעלאוויים ("נוסיריים"), ולאחר מכן מאבק בנוצרים, בטורקמנים, ביזידים, בכורדים, בדרוזים ולבסוף ביהודים.

השיטה להשגת יעדים אלה, בראיית 'המדינה האסלאמית', נחלקת לכמה רמות. ברמה הגאופוליטית, דרך הפעולה היא מחיקת מדינות הלאום. לטענת 'המדינה האסלאמית', מדינות הלאום הן תוצר מערבי מלאכותי ואימפריאליסטי של סוף המאה התשע עשרה, שמטרתו הייתה לשבור את הזהות השבטית, הדתית וההיסטורית של אזור המזרח התיכון. מחיקת הגבולות ויצירת רצף גאוגרפי יאפשרו להקים ח'ליפות חזקה וצודקת. היחלשות השלטון והמשילות במדינות המזרח התיכון, וכישלון האסלאם הפוליטי לאחר 2011 (כפי שהוכח במצרים עם הפלת שלטון האחים המוסלמים ב-2013), פתחו צוהר ל'מדינה האסלאמית' לקדם את יעדיה אלה ולצבור אהדה ציבורית.

ברמה הארגונית, 'המדינה האסלאמית' מקיימת מנגנוני קבלת החלטות היררכיים שמעניקים לה מרחב תמרון רב. שיטת הפעולה שלה היא דואלית וכוללת, מצד אחד, את ההנהגה הבכירה הפועלת באופן ריכוזי, ומצד אחר – את מנהיגי השטח, הלוחמים ומערך המדיה, שפועלים באופן דינמי ומבוזר. הווה אומר, הח'ליף וסגניו קובעים את המדיניות והאסטרטגיה, בעודם מאפשרים חופש פעולה לדרג הזוטר בכל הקשור לטקטיקה, לתזמון ולמערך הבריתות הנרקם בשטח. אי לכך, גם אם הנהגת 'המדינה האסלאמית' תיפגע, תהיה לכך השפעה מוגבלת בלבד על תפקוד דרג הביניים ומטה. ברמה האישית, 'המדינה האסלאמית' בחרה במנגנון מסורתי ויעיל הפועל לפי שבועת נאמנות ("בַּיְעָה") לה ולח'ליף. ברגע שהנתינים מכירים בשלטונו של הח'ליף, הוא מכיר בנתיניו; אויבי הח'ליף הם אויבי הנתינים, ואלה יקריבו את חייהם במאבק באותם אויבים. הביעה ניתנת ליישום בנוחות רבה, שכן אינה מצריכה את הנתין להיות קרוב פיזית לח'ליף או אפילו להיות חלק מהמערכת ההיררכית של המדינה. כך, לדוגמה, אם ארצות הברית תוקפת את 'המדינה האסלאמית' בעיראק, אזרח אמריקאי שנשבע נאמנות לח'ליף וחי בארצות הברית מחויב, ללא צורך בתיאום מראש, לבצע פעולה נגד מטרות אמריקאיות שם. אותו הדין חל לגבי כל מקום בעולם, כל עוד מדובר בתקיפת האויב. גם אם 'המדינה האסלאמית' לא הייתה שותפה לתכנון

הפעולה, קרוב לוודאי שלא תתנער מהמעשה, ולעתים קרובות תשמח לקבל על עצמה אחריות עליו ולנכסו לעצמה.

ברמה הכלכלית, 'המדינה האסלאמית' מממנת את עצמה במספר דרכים, הכוללות חטיפות ודרישת כופר, הברחות נשק, סחיטת דמי חסות, השתלטות על מוסדות פיננסיים וניצול משאבים טבעיים. היבט מעניין, שמשתקף היטב ברשתות החברתיות, הוא חוגי הבית שמקיימת 'המדינה האסלאמית' ("דיוואַנִּיָּאָת"). חוגי הבית מתמקדים בניסיונות לשכנע מלומדים ואנשי דת ידועים באסלאם הסלפי, בעיקר בכווית, בערב הסעודית, במגרב, בפקיסטן ובאפגניסטן, לתרום ל'מדינה האסלאמית'. לוחמים ואנשי יחסי ציבור מגיעים למדינות אלה ומקיימים חוגי בית, בהם מציג מערך ההסברה פעולות ומבצעים באמצעות סרטונים קצרים ביו־טיוב. היחידה שתצוגת התכלית שלה היא המרשימה ביותר זוכה למימון וחסות מבעלי הממון. דרך זו הייתה שכיחה בשלב הראשון של קיום דאע"ש, טרם הקמתה של 'המדינה האסלאמית' בגלולה הנוכחי, וצומצמה לאחר הכרזת המלחמה של הקואליציה הבינלאומית נגדה והניסיון להטיל סנקציות על מקורות המימון שלה.

'המדינה האסלאמית' כ"מחלה"

ההיבטים שתוארו לעיל מרכיבים את תפיסת העולם של 'המדינה האסלאמית', כפי שהיא באה לידי ביטוי בעיקר מאז הכרזת הח'ליפות. המשותף לכל אלה הוא הפלטפורמה הייחודית בה נעזרת 'המדינה האסלאמית' כדי להגשימם – המדיה החברתית. זוהי למעשה הבשורה הגדולה שמבדילה ומייחדת את 'המדינה האסלאמית' מקודמיה וממתחריה הנוכחיים – ויש להקדיש לה התייחסות נפרדת.

לפי הלך הרוח הכללי, רבים ברשת רואים בתופעת 'המדינה האסלאמית' מחלה ממארת בגופו של האסלאם הסוני, עם מספר רב של נשאים (המכונים ברשת "מועדון המעריצים"). האידאולוגיה, קרי הנגיף, מועברת באופן ויראלי באמצעות הרשתות החברתיות. יכולת ההדבקה היא מהירה ויעילה, ומצריכה עלויות מזעריות ולוגיסטיקה פשוטה. על המחסור בכלי נשק מתקדמים מפצה 'המדינה האסלאמית' בטכנולוגיות תקשורת חדישות, המעניקות לחברים המשתמשים בהן תהודה רחבה עשרות מונים מגודלה האמיתי ומהיקף פעילותה.

מלבד הפצת המסרים והתעמולה המועברים באמצעות כלים אלה, יכולים לוחמי 'המדינה האסלאמית' לתאם ולתעד את מהלכיהם באמצעות האפליקציות וחברות ההפקה שהקימה. נוסף על כך, ל'מדינה האסלאמית' מערך הסברה מהרחבים והיעילים ביותר במזרח התיכון, וכן פרויקט תיירותי להבאת לוחמים ואזרחים מוסלמים זרים אל האזורים שבשליטתה. היא עושה זאת באמצעות מערך שיווק ויחסי ציבור משובלל, הפועל ביותר מ-24 שפות במדינות אירופה, אפריקה ואסיה.

'המדינה האסלאמית' היא תשובה מצוינת לשאלה: מה קורה כשאידאולוגיה של המאה השביעית פוגשת טכנולוגיה של המאה העשרים ואחת? אחת הסיבות למיתוס ההצלחה של 'המדינה האסלאמית' ולהפיכתה לאיום אסטרטגי על יציבותן של מדינות במזרח התיכון ומחוצה לו, היא שילוב של שני רכיבים: הראשון הוא שימוש בברבריות, והשני הוא קידום תהליך הרדיקליזציה של צעירים מובטלים במדינות ערב. 'המדינה האסלאמית' מיישמת שיטות הפחדה והרתעה, השואבות השראה מהמסורת הסלפית והאבית, בשם אידאולוגיה מבית מדרשם של אבן תימיה וסיד קטב, שלצורך הפצתה היא עושה שימוש בטכנולוגיה חדישה. דוגמה לכך ניתן לראות בקליפים הרבים אותם מצלמים לוחמי 'המדינה האסלאמית' בעת או לאחר כיבוש אתרים שונים, בהם הם עורפים ראשים, עורכים טבח המוני בירי לתוך בורות, מטביעים שבויים בתוך כלובים, שורפים אנשים בעודם בחיים, כורתים ידיים ורגליים, הורגים בסקילה, משליכים להט"בים מגגות, עושים שימוש בילדים לביצוע מעשי רצח אכזריים, ועוד. בעוד שהמערב מעוניין להרחיק את הפחד והאימה מהציבור, 'המדינה האסלאמית' מקרבת ומנגישה אותם לכל המעוניין, באופן ישיר ובלתי־אמצעי. כך, תמונות של שרפת טייס או כריתת ראשים של עיתונאים מגיעות לכ־150 מיליון צפיות ביו־טיוב, הן בקרב תושבי המזרח התיכון והן מחוצה לו, וזאת בפחות משבע דקות. קליפים מזעזעים אלה מופקים בעלות מזערית וזוכים לתפוצה רחבה, שיכולה להתחרות בכל סרט פעולה המופק בהוליווד. שילוב התכנים עם הכלים להפצתם יוצר מפלצת תקשורתית אדירה. התוצאה היא יחס לא נכון בין היקפה בפועל של תופעת 'המדינה האסלאמית' לבין אפקט הפחד שהיא יוצרת, המלווה בדימוי של ניצחון וביצירת כוח משיכה בקרב צעירים ומהגרים מוסלמים רבים במערב.

מטרות השימוש במדיה החברתית

התהודה שלה זוכה 'המדינה האסלאמית' ברשת מיועדת לשרת מספר מטרות. הראשונה והעיקרית שבהן הינה גיוס כוח אדם.¹ מלבד מטרה זאת, הרשת משמשת לעידוד והגברת תהליכי רדיקליזציה בקרב קהל היעד במדינות ערב והמערב;² גיוס כספים;³ יצירת אפקט של פחד בעלות מינימלית; ניוד כוחות המוני; יצירת מותג יוקרתי מבחינה ויזואלית באמצעות שימוש בפס קול ופס תמונה רחבים יותר ואיכותיים יותר; תיאום תנועות של הכוחות בשטח; ו"חיי נצח" לרעיונות ולאידאולוגיה (בעוד שלוחמי 'המדינה האסלאמית' עצמם יכולים למות). כל ניסיון שנעשה עד כה להיאבק בתופעת 'המדינה האסלאמית' ברשת הביא דווקא להתעצמותה.

'המדינה האסלאמית' השתמשה במגוון רשתות חברתיות כדי להשיג את יעדיה: אחרי שחסמו בפניה את פייסבוק, דיאספורה (Diaspora) ופרנדיקה (Friendica), היא נותרה עם טוויטר, שאת השימוש בו היא הצליחה להביא לידי אומנות של ממש.

טוויטר מאפשר גיוס מהיר ורחב, ובזמן קצר, תוך שמירה על אנונימיות. 'המדינה האסלאמית' מחזיקה ברשותה מספר רב של עמודי טוויטר רשמיים ולא רשמיים, במספר שפות, ואלה מצליחים להופיע בכל רגע נתון, להיעלם ולהסיט את השיח לפי הצורך. בנוסף לכך, פועל "צבא אינטרנטי" גדול ומיומן של 'המדינה האסלאמית', אשר אחראי לדיונים בסוגיות דתיות ועל תיוג, מיתוג ומיקוד שיח. לפני הקמפיין האינטרנטי הנגדי שהפעילו טוויטר, גוגל ויו-טיוב נגד 'המדינה האסלאמית', הצליחה האחרונה להגיע לממוצע של 10,000 ציוצים ואזכורים של התיוגים⁴ שלה על בסיס יומי. מגמה זו אמנם צומצמה בעקבות צעדי הנגד של האתרים הללו, אך מערך המדיה של 'המדינה האסלאמית' עדיין יודע כיצד לחדור לתוך מרחב השיח ברשת ולהתייצב בראש רשימת מגמות השיח שם.

המדיה החברתית כלשכת גיוס

מערך גיוס הפעילים הינו הממד הבולט ביותר בפעילותה של 'המדינה האסלאמית' במדיה החברתית. היכולת לתכנן, להעריך ולבחון הצלחתם של קמפיינים אינטרנטיים (ויראליים) מתחיל ונגמר בהגדרת קהל היעד. 'המדינה האסלאמית' לא שונה בעניין זה מאחרים. ניתוח התנהגותה מלמד שקהל היעד העיקרי שלה מחוץ לעיראק וסוריה מורכב מארבע קבוצות עיקריות: יחידים בעלי נטייה לאסלאם סלפי ולג'האד; אסלאמיסטים מתוסכלים (תומכי וחברי האחים המוסלמים לשעבר), שניתן בקלות לדחוף אותם לכיוון של רדיקליזם אליס; התושבים המקומיים של האזור אותו 'המדינה האסלאמית' מעוניינת לכבוש – כצעד של מלחמה פסיכולוגית שמטרתה לשבור את רוחם ולצמצם את נכונותם להיאבק נגדה; "הזאבים הבודדים" – פרטים (לרוב גברים) הנמצאים בשוליים החברתיים, אשר מעוניינים לממש פנטזיות של משחקי מלחמה, כיבושים וקרבות ירי בהשפעת שעות רבות מול משחקי מחשב אלימים.

מחלקת המדיה של 'המדינה האסלאמית', ובפרט אגף תעמולת המלחמה והגיוס שלה, עושים שימוש רחב בטכנולוגיית גו-פרו (Go Pro) לשם הדמיה ממשית של משחקי מלחמה בזמן אמת. מכך ניתן ללמוד כי קהל היעד העיקרי לגיוס לוחמי חוץ הוא לאו דווקא לוחמים מהסוג הראשון – הג'האדיסטים – כפי שאפשר היה לצפות, אלא אנשים מהסוג הרביעי, קרי מחפשי הריגושים והמלחמה.

'המדינה האסלאמית' עושה שימוש ייעודי ברשת לא רק לצורכי מערך הגיוס, אלא גם לתיאום ולוגיסטיקה של כוחותיה, בין היתר באמצעות אפליקציות שונות ברשת. האפליקציה העיקרית והגדולה ביותר שלוחמי 'המדינה האסלאמית' משתמשים בה היא Zello – אפליקציה מוצפנת שתפקידה להפוך את הטלפונים הסלולריים למכשירי קשר טקטי ומספקת לכל הלוחמים מערך תיאום מתוחכם ופשוט מבחינה לוגיסטית. כן, קיימת טכניקה מוסכמת לקראת מבצעים וכיבוש ערים, המכונה "ציוצי מלחמה".

כחלק מפעילות זו, האקרים של 'המדינה האסלאמית' משתלטים על אפליקציות פתוחות, מורידים את העמודים של המשתמשים באפליקציה, ובמשך מספר דקות מעבירים להם תכני תעמולה וקריאות עידוד באמצעות חשבונות משתמש פעילים. אחת האפליקציות הידועות ביותר היא "שחר של בשורות משמחות" (Dawn of Glad Tidings), שהושקה באפריל 2014 והוסרה שלושה חודשים לאחר מכן על ידי גוגל פליי (Google Play). אפליקציה זו, שהוצגה למשתמשיה כמעדכנת בחדשות מסוריה, עיראק והעולם המוסלמי, נודעה בכך שאפשרה ל'מדינה האסלאמית' להחליף את "תופי המלחמה" בציוצי מלחמה. משתמשים אשר הורידו את האפליקציה ונרשמו באמצעות חשבון הטוויטר שלהם, אפשרו למעשה (מבלי דעת) לבעלי האפליקציה – 'המדינה האסלאמית' – להשתלט על דפי הטוויטר שלהם, לשלוט במסרים שיוצאים מהם ולהציף את הדף הראשי בציוצים חוזרים, תמונות, קישורים ותיוגים. גלי הציוצים האלה הצליחו לעקוף את מדיניות דואר הזבל (spam) של טוויטר. כך קרה ביום כיבוש מוסול ביוני 2014; אז צייץ מערך המדיה כ-40,000 ציוצים הקשורים לקרב, דבר שיצר הד עצום שהציף את הרשת.

חשוב להדגיש כי נקודת העוצמה של האפליקציות היא גם נקודת החולשה שלהן: תהליך הזיהוי נעשה קל יותר, ולכן מרגע שטוויטר, גוגל ויו-טיוב הכריזו מלחמה על 'המדינה האסלאמית', אלפי חשבונות הושמו וזמן השידור של הסרטונים ביו-טיוב עד להסרתם מהרשת הצטמצם – מרבע שעה בעבר לכשבע דקות כיום.

סיכום ומשמעויות

לכלים הטכנולוגיים החדשים נודע תפקיד קריטי בשירות 'המדינה האסלאמית', מאז הקמתה ועד היום. מדובר למעשה בטרור מסוג חדש ומתקדם, הנשען על מערך תמיכה תקשורתי שמפיק הפחדה מרבית בעלויות ובלוגיסטיקה מזעריות, וכן יוצר שפה חדשה ועולם חדש של דימויים.

מיתוגה ומיצובה של 'המדינה האסלאמית' כמוצר מצליח (לפי שעה) הושגו על אף שאין ברשותה נשק מתקדם, ולמרות שהיא נוחלת הפסדים נגד הקואליציה הבינלאומית ומאבדת יותר ויותר שטחים מדי יום – מה שמקשה עליה לצקת תוכן לרעיון הח'ליפות שהיא מקדמת. מכאן נובע צורך מידי לגבש מדיניות ואסטרטגיה כוללות לטיפול בתופעת 'המדינה האסלאמית' – החל בהתייחסות לסיבות הופעתה של "המחלה" בתוך האסלאם הסוני (שחיתות המשטרים; חוסר היעילות של המערכות הציבוריות; האפליה העדתית; דיכוי זכויות אדם; היעדר חירויות; אבטלה של צעירים, ועוד) וכלה בטיפול בהן, תוך הבנת שדה הקרב המודרני: הכלים (טלפונים סלולריים חכמים, טאבלטים ומחשבים ניידים), הזירה (מדיה חברתית על סוגיה השונים) ו"תורת

המלחמה" בה משתמשת 'המדינה האסלאמית' – הן כדי לאפשר את עצם קיומה והן כדי להמשיך ו"להפיץ את המחלה".

הערות

- 1 Aaron Y. Zelin, "Foreign Jihadists in Syria: Tracking Recruitment Networks," *PolicyWatch* 2186, The Washington Institute, December 19, 2013, <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/foreign-jihadists-in-syria-tracking-recruitment-networks>
- 2 J.M. Berger and Bill Strathearn, "Who Matters Online: Measuring influence, evaluating content and countering violent extremism in online social networks," *ICSR*, March 2013, http://icsr.info/wp-content/uploads/2013/03/ICSR_Berger-and-Strathearn.pdf
- 3 J.M. Berger, "Following the Money Men," *Intelwire*, June 14, 2014, <http://news.intelwire.com/2014/06/following-money-men.html>
- 4 <https://twitter.com/ActiveHashtags>
- 5 ITV Report, "Isis official app available to download on Google Play," *ITV*, <http://www.itv.com/news/2014-06-17/isis-official-app-available-to-download-on-google-play/>