

الإعلام الأمني في مواجهة ظاهرة التجنيد الإلكتروني للتنظيمات المتطرفة

Security media in the face of the phenomenon of electronic recruitment of extremist organizations

- د. زاوي رباح
- كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو
- الإيميل: rabah.zaoui@ummta.dz

- ملخص:

أدت الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال إلى جعل العالم قرية صغيرة، كما سهلت من جهة أخرى عملية التأثير والتأثر على المجتمعات، و هو الامر الذي أدى إلى سهولة إنتقال الأفكار من مكان إلى آخر. و هنا عملت التنظيمات الإرهابية على إستغلال الفضاء الإلكتروني و جعله ساحة لإستقطاب المقاتلين من كافة الجنسيات على غرار ما حصل مع تنظيم الدولة الإسلامية في العراق و الشام، و هنا نتساءل عن دور الإعلام الأمني في مواجهة ظاهرة التجنيد الإلكتروني للشباب، والجزائر لا تشكل استثناء للظاهرة.

- الكلمات المفتاحية: الإعلام الأمني، التجنيد الإلكتروني، التنظيمات المتطرفة.

- **Abstract :**

The technological revolution in the field of media and communication made the world a small village, on the other hand, it facilitated the process of influencing and influencing societies, which led to the ease of the transfer of ideas from one place to another. And here the terrorist organizations worked to exploit the cyberspace and make it an arena to attract fighters of all nationalities similar to what happened with the Islamic State in Iraq and the Levant, and here we ask about the role of the security media in facing the phenomenon of electronic recruitment of young people, and Algeria does not constitute an exception to the phenomenon.

Keywords : Security, electronic recruitment, extremist organizations.

تشير الاحصائيات المتوفرة إلى ان عدد المواقع المحسوبة على جماعات الإرهاب العالمي قد ارتفعت من نحو 12 موقعاً إلكترونياً عام 1997، إلى 4,35 إلى 50 ألفاً اليوم، حيث تتجه أغلبية التنظيمات المتطرفة الى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي و الانترنت في سبيل استقطاب و تجنيد المقاتلين، الى جانب تكوين جمهور المؤيدين الحاليين والمحتملين وذلك عبر تقديم معلومات وصور وفيديوهات حول أنشطة التنظيم وسياساتها الداخلية وحلفائها و منافسيها. و لنا في نموذج تنظيم الدولة الاسلامية في العراق و الشام احسن دليل ، حيث أنه نجح في تجنيد المئات من العناصر عبر حملات الكترونية غاية في التنسيق، هؤلاء المجندون هم مقاتلون قادرون على القيام بأي أنشطة مسلحة دون أن تتمكن دول غربية من تتبع تحركاتهم. هنا تأتي مهمة و دور الإعلام الأمني في التعامل مع هذه الظاهرة المستمرة في الإرتفاع و التوسع، و الجزائر هي الأخرى ليست في منأى عن تأثيراتها و استقطاباتها، و هو ما يدفعنا الى البحث ضمن هذه الورقة الآليات الضرورية للتعامل معها و الحد من توسعها.

و بناء عليه تحاول هذه الورقة الإجابة عن الاشكالية التالية:

- ما مدى فعالية الإعلام الأمني في مواجهة ظاهرة التجنيد الإلكتروني للشباب من طرف التنظيمات المتطرفة في صورة تنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام؟

أولاً: مفهوم التجنيد الإلكتروني لدى التنظيمات المتطرفة

يمكن تعريف التجنيد الإلكتروني على أنه العملية التي يتم بموجبها اختيار وإعداد الكوادر وتأهيلها لشغل مناصب معينة (مقاتلين، قاعدة، فنيين، تقنيين...)، ويبدو المفهوم مقترنا بدرجة كبيرة بالإستعمال المتزايد للأنترنت والوسائط الالكترونية، وهنا يبرز مفهوم آخر هو "الجهاد الإلكتروني" الذي برز بشكل كبير بعد توسع الرقعة الافتراضية واصبح هناك ما يعرف بإقتصاد الشبكة، يمكن مهاجمته من خلال عمليات القرصنة "الهاكرز" أو السطو على البريد الإلكتروني من أجل اظهار القوة والبراعة التقنية في عمليات جهادية الكترونية اكتشفت لتنظيمات الارهابية المتطرفة مدى نجاعتها و تأثيرها إعلاميا و ماديا.

فمنذ اندلاع الأزمة السورية وتوالي أحداثها وتعدد أطرافها، خاصة مع الصعود المتسارع للتنظيمات المتطرفة في المنطقة على غرار "تنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام" أو "داعش"، نكون قد وجدنا أنفسنا أمام ظاهرة متعددة الأوجه والسياقات، وتحتاج إلى مزيد من البحث والتدقيق، واستعمالا لوسائل البحث

والتقصي الجديدة لمحاولة فهم الظاهرة بكافة أبعادها، خاصة مع تنامي دور بعد جديد وهو "المقاتلون الأجانب"، الذين ارتفع عددهم بشكل كبير منذ اندلاع الحرب الأهلية في سوريا و تنامي حدة التنظيمات المتطرفة في العراق واتساع رقعة سيطرتها.

وهنا تبرز أهمية "الدعاية"، خاصة تلك القائمة على خطاب الهوية، والتي تلعب دورا كبيرا في حشد المقاتلين الأجانب لتلك التنظيمات، فمن خلال الضخ الطائفي الذي تمارسه وسائل الإعلام وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي تنجح الجماعات المتشددة في جذب مقاتلين من أقاصي اليابسة مستعدين للموت وفي حالة تعبئة نفسية مثالية لأي عمل قتالي، إلى جانب ما تمثله "فكرة الجهاد" لقطاع واسع من الشباب في العالم الإسلامي من "فرصة مغرية" لاستعمال "العنف الشرعي" والمتوج "بمنح ميتفازيقية" (الجنة، الحور العين...) وهذا ما تركز عليه الدعاية الجهادية بالاعتماد على المدونة الدينية بطريقة انتقائية، وهنا يبرز نموذج "تنظيم الدولة الإسلامية في العراق و الشام".

ثانيا: ملامح الفئات الأكثر استهدافا عبر التجنيد الإلكتروني

فيما يتعلق بالملامح الكبرى تشير إلى أن الخصائص العمرية لهؤلاء المقاتلين تتراوح ما بين 18-29 سنة، وهذا لا يمنع من وجود آخرين تتراوح أعمارهم ما بين 15-17 سنة، ربما هذا ما يصنع الفرق مع جماعات المقاتلين في الحرب في أفغانستان الذين كانت تتراوح معدلات أعمارهم ما بين 25-35 سنة.

الخاصية الثانية، هي أنهم حديثو العهد بالإسلام ومسيحيون آخرون اعتنقوا الإسلام، حيث أن نسبة كبيرة من المقاتلين ينتمون للنوع الأول، حتى أن بعضهم لم يقرأ القرآن الكريم من قبل، أو يحفظ سورا منه تعينه على فهم الإسلام الصحيح، وهناك نسبة منهم مسيحيون تحولوا إلى الإسلام كضرورة من ضرورات التحاقهم بالتنظيمات الموجودة¹. حتى أن التنظيم أقام لمثل هؤلاء دورات تعلمهم بعض أصول الدين الإسلامي، غير أن هذا التعليم لم يكن ضروريا لأولئك الذين تم تجنيدهم كمحاربين مرتزقة لمهاراتهم العسكرية والتقنية². فبعض الذين تم تجنيدهم من إيطاليا وفرنسا والشيستان وباكستان، وبعض بلدان بحر قزوين كانوا محاربين سابقين في

¹ تشير الإحصائيات إلى أن حوالي 6 % من المقاتلين الأجانب القادمين من دول الاتحاد الأوروبي اعتنقوا الإسلام بمجرد التحاقهم بالتنظيمات المقاتلة في سوريا والعراق.

² يمكن ملاحظة أن العدد الأكبر من الأجانب الذين ينضمون للتنظيم ليسوا من الدول الإسلامية الكبرى وإنما من الغرب، فعلى سبيل المثال، هناك أكثر من 700 مسلم من فرنسا من إجمالي 5 مليون مسلم يعيشون فيها، وهناك أكثر من 500 من بريطانيا من إجمالي 2.7 مليون مسلم، و350 من ألمانيا من بين حوالي خمسة ملايين. وعلى النقيض، فإن إندونيسيا، الدولة التي يوجد فيها أكبر عدد من المسلمين في العالم 200 مليون مسلم، يقدر عدد من انضم منهم لداعش بحوالي ثلاثين فقط، بينما الهند التي يوجد بها 120 مليون مسلم، انضم منهم أقل من 20 إلى التنظيم.

جيوش، ويمتلكون مهارات القتال وقيادة الدبابات واستخدام الأسلحة الثقيلة، وحتى ابتداء وسائل جديدة لصنع القنابل والمتفجرات، يتم تدريب الآخرين عليها.

إذا كان الحديث عن الدوافع الإقتصادية والسياسية كسبب محفز لذهاب هؤلاء إلى القتال في سوريا مستبعدا بالنظر إلى الظروف التي تميز مناخ العيش في الدول الأوربية، هنا يتم الترويج لوجود عوامل أخرى على غرار الانفصام في الشخصية، وأن الثقافة الغربية وقيمها أصبحت غير جاذبة لمعظم هؤلاء، ووجود تفكك أسري وغربة نفسية عائلية، هذا فضلا عن توافر روح المغامرة والمراهقة والرغبة في اثبات الذات بأعمال مثيرة للدهشة، وكمثال على ذلك تأملوا تصريح المقاتل أبو مهاجر، بريطاني الجنسية، حيث يقول حول العوامل التي دفعته للقتال في سوريا: " هناك أسباب عدة دفعني لترك حياتي والتواجد هنا (سوريا) ، السبب الأول هو عقائدي خالص والمتمثل في وجوب مساعدة الإخوة المسلمين وحماية الدم المسلم خاصة في ظل الاعتداء الخارجي، أما السبب الثاني فهو انساني محض، حيث من خلال قتالي هنا تمكنت من تقديم المساعدة لكل من طلبها"¹.

بالنسبة للباحثة إرين ماري سالتمان *Erine Marie Saltman* من مؤسسة كويليام² ، فإنها ترجع الأسباب التي تقف خلف التطرف لدى الشباب في العناصر التالية:

- الشباب المسلم من الجيل الثاني والثالث للمهاجرين هم المستهدفون في الغالب.
- لكن هناك أيضا حالات يكون أبطاها من الأشخاص الذين تحولوا للإسلام.
- الأشخاص الذين يتم تجنيدهم لهذه التنظيمات، لديهم عادة شعور الإحساس بالتمييز في عالم يبدو لهم فيه تحقيق الثروة من المستحيلات.
- الشعور بفقدان الأمل هو ما تستغله الجماعات المتطرفة لتحقيق أهدافها من خلال إقناع هؤلاء الشباب بالانضمام لجماعات قوية، ترتبط صورتها بمغامرة القيام بتغيير العالم.
- قد تبدو هذه الدوافع محصورة في زاوية محددة، وهنا يمكن ان نضيف عناصر أخرى لها دور بارز في دفع الشباب للتوجه نحو تلك التنظيمات، وهي نفسها العوامل التي يلعب عليها اختصاصيو التجنيد في تلك الجماعات، و أهمها:

1. الجهل بأسس الفقه الإسلامي وغياب الوعي الديني الصحيح لدى غالبية الشباب العربي والغربي المسلم، حيث إنه يعتمد على معلومات مغلوطة عن الدين الإسلامي من مصادر غير موثقة، تتبنى الفكر التكفيري

¹ - Cuffe J., 'Who are the British Jihadists in Syria?', BBC News, 15 October 2014, :
<http://www.bbc.co.uk/news/uk-24520762>.

² للمزيد حول الدراسات المقدمة من طرف إرين ماري سالتمان و خاصة تلك التي تتناول مسألة التطرف لدى الشباب ، و هي منشورة على موقع مؤسسة كويليام *Quilliam Foundation* ، أنظر في :

- " Till Martyrdom do us part : gender and the ISIS phenomenon "
- "Islamic State : The changing face of Modern Jihadism".
- "Jihad Trending : A Comprehensive Analysis of Online Extremism and How to counter it".

وتسعى لتصدره المشهد الثقافي الإسلامي بعيداً عن الفكر الوسطي الذي ساد الدولة الإسلامية ثم دولة الخلافة، ثم الدول العربية خلال الأربعة عشر قرناً الماضية.

2 — الفقر والفراغ والبطالة التي يعيشها الشباب والتي جعلت التنظيمات الإرهابية تجذبهم إلى صفوفها، فهناك الكثير من الشباب العاطلين عن العمل، والذين هم من الفئة الدنيا في مستواهم الثقافي والتعليمي، ينضمون مع هؤلاء الجماعات الإرهابية لكي يسترزقوا ظناً منهم بأنهم يعيلون أسرهم وغير مدركين للمخاطر.

3. سعي بعض الشباب خلف الانتقام والتنفيس عما فيه، وانخراط البعض الآخر في مثل هذه الأعمال ظناً أنه ينتصر لأتمته وقضيته، فهو الوحيد المدافع عن هذا الدين.

4. شعور هؤلاء الشباب بالاستفزاز بسبب ما يعتقدونه من هيمنة قوى "الغرب الكافر" على دول الإسلام، مقابل ما يعتبرونه تكليفاً شرعياً بهيمنة الإسلام على كل دين وأن تكون كلمة الله هي العليا.

5. فقر الهوية عند هؤلاء الشباب الذين تعلموا في القرآن قوة وعمق وثقل الانتماء الإسلامي، وتفوقه بمفهوم الاستعلاء مقابل ما يلقنونه في المدارس والإعلام من مفاهيم الوطنية. هذا الانتماء المرتبط بالعقيدة ومشروع الخلافة لا يمكن إشباعه في الانتماء لدول قطرية حدد حدودها المستعمر، فأصبحت في نظرهم هوية مصطنعة مفتعلة، لا تساوي شيئاً أمام الهوية الإسلامية والانتماء الديني.

6. كل أنواع القيادات الدينية المسموح لها بالحديث والنشاط لا تشجع تطلعات هؤلاء الشباب أبداً، وهذه القيادات على نوعين؛ أولهما: محسوب على السلطة نفسها فتسقط مصداقيته عند الجهاديين، لأنهم يمثلون تنظيراً للدين محرّفاً يناسب صاحب السلطة. وثانيهما: قيادات لم تبادر بأي عمل أو موقف أو قول يشجع تطلعات الجهاديين، بل ربما صدر منهم ما يخالف هذه التطلعات فعملوا مثل معاملة النوع الأول.

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي كساحة افتراضية للتجنيد

بداية، تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "شبكات تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل في أي وقت وفي أي مكان في العالم"، وقد انتشرت على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) في السنوات الأخيرة، ومن أبرزها "فيسبوك" و"تويتر" و"يوتيوب"، لتحديث في زمن قياسي تأثيراً عابراً للحدود، وتزيد من كثافة وسرعة الحركة "العولمية" والتأثيرات المتبادلة على المستويات المختلفة، بحيث أضحت أي تفاعل يحدث في أي منطقة في العالم يترك تأثيره في المناطق الأخرى.

ويمكن ملاحظة أن الجماعات الإرهابية تلجأ لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لأفكارها وتجنيد الشباب والشابات من مختلف جنسيات العالم لعدة أسباب، لعل أهمها:

- تقليل العبء المادي، حيث إن الاعتماد على آلية منخفضة التكلفة يتيح نشر المعلومات عن التنظيمات وكيفية التواصل مع أعضائها، بالإضافة إلى إتاحة تدفق المعلومات وتسهيل تشكيل المجموعات وتقليل تكلفة تجنيد الأعضاء وإيجاد حوافز حماسية للمشاركة.
 - تعزيز وجود هوية جماعية ووجود إحساس وانتماء بين أفراد المجموعة الواحدة، حيث تربطهم قضية واحدة، وهدف مشترك، وقيم متماثلة.
 - إيجاد مجتمعات للتواصل الإلكتروني يتشارك أعضاؤها الأفكار والنقاش، وتتيح تأسيس علاقات واسعة، وتُمكن من قيام علاقات وجهًا لوجه، رغم بعد المسافات الجغرافية.
 - البعد عن سيادة الدول، كما هي الحال في وسائل الإعلام التقليدي.
 - إتاحتها للجميع وصعوبة السيطرة عليها عبر الأجهزة الأمنية، إضافة إلى قدرة تلك الجماعات على التحايل على المراقبة الأمنية وفتح مواقع وحسابات أخرى بسهولة.
 - توفر مواقع التواصل لهذه التنظيمات منصات إعلامية للدعاية لأنشطتها وأفكارها، كما تساعد التنظيمات في حربها النفسية ضد خصومها من المنظمات المسلحة الأخرى والحكومات.
 - إمكانية النشر المكثف للصور والأفلام والوثائق التي تدعم الأفكار التي تروج لها¹.
- كما أن هناك سبعة أهداف (07) رئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي توظفها الجماعات الإرهابية على مستويات عدة، وهي:

أ- التنسيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

يعتبر "تويتر" أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدم للتفاعل والتنسيق أثناء إعداد وتنفيذ العمليات الإرهابية، وتكمن الميزة الأساسية في "تويتر" بالنسبة للجماعات الجهادية في أنه يوفر مجتمعات افتراضية متغيرة، تتكون بصورة تلقائية خلال الأحداث الكبرى، وهو ما تستفيد منه تلك الجماعات من خلال متابعة أحدث المعلومات عن أي قضية تظهر في المجال العام.

ب- تجنيد أتباع جدد ونشر الأفكار والمعتقدات:

يعتبر "فيسبوك" من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في تجنيد المتطرفين، وغالباً ما تقوم الجماعات الإرهابية بإنشاء "مجموعة (Group)" "على" "فيسبوك" لاجتذاب المتوافقين فكرياً معها، حيث تركز المجموعة في أطروحاتها على فكرة إنسانية بالأساس، كدعم الفلسطينيين أو الإسلام بصفة عامة، ومع

¹ - سامي التتر، سعيد الحميداني، "الإرهاب يغزو شبكات التواصل الاجتماعي: تحريض.. تجنيد.. ودعاية سوداء"، مجلة اليمامة، 2014/7/24.

زيادة عدد الأعضاء المنتمين لهذه المجموعة، فإن المواد الجهادية يتم وضعها تدريجياً عليها بطريقة لا تستهجن الأفعال الجهادية أو تدينها في الوقت نفسه، حتى لا تنتهك سياسة "فيسبوك"، ثم يتم بعد ذلك توجيه أعضاء المجموعة مباشرة إلى المواقع أو المنتديات المرتبطة بالجماعة الإرهابية. ويُمكن "فيسبوك" بهذه الطريقة من تجنيد الأعضاء من أنحاء العالم كافة من دون أن يمثل ذلك تهديداً لأمن المنظمة¹.

ومن بين أنشط الجماعات في هذا الصدد تنظيم "داعش"، من خلال قيامه بنشر الصور والفيديوهات عبر "تويتر" بصورة خاصة لسهولة استخدامه عبر الهواتف، وقد ذكرت بعض المصادر أن التنظيم يمتلك ما يقارب 20 حساباً على "تويتر".

وفي الدول العربية نشطت تلك التنظيمات اعتماداً على مواقع التواصل الاجتماعي، ففي تونس توجد مؤسسة "القيروان الإعلامية"، وهي مؤسسة إعلامية افتراضية في شكل صفحة رسمية على "فيسبوك"، تقوم ببث ونشر بيانات تنظيم "أنصار الشريعة"، الذي يضم شباب التيار الجهادي التونسي، ونشر المواد المرئية والصوتيات والفتاوى والكتابات التي أصدرتها مؤسسات إعلامية جهادية عالمية والمتعلقة بالشأن التونسي. وفي العراق وسوريا، ينشط تنظيم "داعش" اعتماداً على تلك الوسائل الاتصالية لدعم أهداف التنظيم، والتي يتم الترويج لها من خلال إعلامه المركزي، ومنها "مركز الفجر للإعلام" ومؤسسة "الفرقان الإعلامية"، والتي تعد وسيلة أساسية وشبه وحيدة في الترويج والنشر لأفكارهم ومنهجهم.

أما في سوريا، فقد وجد نحو 40 حساباً معظمها يرتبط بالتوجهات الجهادية ومؤيدي "تنظيم القاعدة"، و"جبهة النصرة"، وتنظيم "داعش"، وتهدف إلى الدعاية والترويج لأفكارها، ويتمتع "داعش" بوجود 87 ألف متابع، وقد حصلت فيديوهات على مشاهدة 1.7 ملايين شخص حول العالم لنحو ألف شريط فيديو.

كما أن عملية تجنيد هؤلاء تقوم بها عدة أطراف وجهات ووسائل، أهمها الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، كما يقوم دعاة متطرفون في المساجد وبين الجاليات الإسلامية في المجتمعات الأوروبية والأميركية والآسيوية بتغذية الشخص بالفكر المتطرف، وحشو عقله بنمط من الأكاذيب بذريعة العمل لـ«تطهير» الروح والوصول الأكيد إلى الجنة. وتتولى الخلايا المحلية المتطرفة ومتطوعون موالون بعمليات إيصالهم إلى سوريا والعراق. من هذه الخلايا «جماعة المهاجرين في بريطانيا»، و«مجموعة فرسان العزة في فرنسا»، و«جماعة ملة إبراهيم في ألمانيا»، و«خلية شريعة في بلجيكا»، ومثلها في إسبانيا ودول أخرى².

¹ - محمد محسن، "مواقع التواصل الاجتماعي خطر يهدد الأمن القومي"، الأهرام اليومي، 13 سبتمبر 2013.

² - زهير الدجيلي، "المقاتلون الأجانب في داعش أعدادهم.. جنسياتهم.. نوعياتهم.. ومن الذي يجنّدهم؟"، تاريخ الاطلاع: 2014/12/18، على الرابط التالي:

<http://www.alqabas.com.kw/node/919514>

ج- ساحة افتراضية للتدريب:

يستخدم "يوتيوب" بصورة أساسية من جانب الجماعات الجهادية بهدف التدريب، فالوظيفة الأساسية للموقع هي استضافة الفيديوهات التي يقوم المشتركون بتحميلها على الموقع، وبعد ذلك تصبح متاحة للرؤية من قبل الجميع، إذ يمكن تحميل فيديو لكيفية تصنيع قنبلة، ويتم مشاهدته مئات المرات قبل أن يتم حذفه من قبل إدارة الموقع. وعلى سبيل المثال تستخدم الجماعات المسلحة "فيسبوك" لنشر رسائلها، كما تستخدم الجماعات المسلحة "يوتيوب" من أجل شرح كيفية القيام بهجمات أو استخدام الأسلحة.

د- الحصول على الدعم المادي والمعنوي:

استخدمت الجماعات الإرهابية مواقع التواصل الاجتماعي لتسهيل التحويلات المالية فيما بينها، بجانب الحصول على التبرعات المالية، في ظل سهولة استخدامها لتحويل التبرعات والدعم المالي، مع عدم إمكانية التحقق من هوية متلقي تلك التبرعات في بعض الأحيان¹.

وبجانب الدعم المادي، تحصل تلك الجماعات على الدعم المعنوي أيضاً من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فقد شهدت بعض الصفحات الإلكترونية ما أسماه البعض "البيعة الافتراضية" لزعيم تنظيم "داعش" من جانب آلاف السلفيين الجهاديين، وجاء ذلك إثر إعلان الناطق باسم التنظيم عن تأسيس "دولة الخلافة"، في المناطق التي يوجد فيها التنظيم في العراق وسوريا، وظهرت صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي من بينها بيعة "أبو بكر البغدادي"، و"إعلان الولاء الشرعي لأبوبكر البغدادي" وغيرها، وهو الأمر الذي أسهم في انتشار التنظيم وتوسيع مؤيديه عبر العالم الافتراضي.

فوفقاً لكتاب "الإرهاب العالمي والإعلام الجديد" لمؤلفيه "فليب سيب" و"دانا جانبك" - الخبيرين في الدراسات الإعلامية - فإن عدد المواقع المحسوبة لجماعات الإرهاب العالمي ارتفع من نحو 12 موقعاً إلكترونياً عام 1997، إلى 4,350 موقع في أوائل عام 2005، ثم 4,800 موقع عام 2006، وتجاوز أكثر من 6 آلاف موقع إلكتروني في نهاية عام 2008، ثم إلى 50 ألفاً اليوم، ومن الملحوظ أن تنظيم "القاعدة" كان له السبق في الاعتماد على المواقع الإلكترونية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتسهيل القيام بالعمليات التكتيكية².

¹ - إبراهيم غالي، "الإعلام الاجتماعي: حرب موازية: كيف تعكس مواقع التواصل الاجتماعي الصراع في سوريا"، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، 2014/3/1.

² - عادل عبد الصادق، "تراجع الدور: شبكات التواصل الاجتماعي والمقاتلين الأجانب"، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، على الرابط الإلكتروني التالي:

http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=19707

ان عملية استخدام الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي تستهدف من قبل المقاتلين ثلاثة أنماط من الجمهور¹:

- **النمط الأول:** هو جمهور المؤيدين الحاليين والمحتملين وذلك عبر تقديم معلومات وصور وفيديوهات حول أنشطة التنظيم وسياساتها الداخلية وحلفائها ومنافسيها.
- **النمط الثاني:** هو الرأي العام خارج اطار الصراع وهو الجمهور غير المتورط مباشرة فيالصراع, ولكن لديه بعض المصالح في القضايا المطروحة. من جانب آخر يضم هذا الجمهور المستهدف الصحفيين ووسائل الاعلام التي تستخدم مواقع هذه التنظيمات للحصول علي وجهات نظرها.
- **النمط الثالث:** في الأعداء وتسعي مواقع هذه التنظيمات من استهدافهم الي إضعاف معنوياتهم من خلال توجيه التهديدات وتعزيز الشعور بالذنب ازاء تصرفات ودوافع العدو.
- كما أن التنظيمات المتطرفة تستخدم على اختلافها ثلاثة خطابات في الدعاية:
- **الخطاب الأول:** هو الادعاء بأنه ليس أمامهم خيار سوى التحول الى العنف. فالعنف يقدم كضرورة أجبر عليها الضعيف باعتباره الوسيلة الوحيدة التي يرد بها على العدو الظالم، ويتم التأكيد على اعمال القوة التي تستخدمها الحكومات والأنظمة ضدهم ووقوفها ضد تنفيذ مطالبهم، كما يتم استخدام مصطلحات كالذبح والقتل و الإبادة، وتصف المنظمة نفسها كمضطهد تطاردها القوى الكبرى أو الدولة القوية، وهذا ما يحول التنظيم واتباعه الى ضحية.
- **الخطاب الثاني:** والمرتبط بشرعية استخدام العنف، هو هيمنة وعدم شرعية العدو، فأعضاء الحركة أو المنظمة يعتبرون أنفسهم مقاتلين من أجل الحرية، ومجبرين بما يتنافي وإرادتهم على استخدام العنف، نظرا لكون العدو يسحق كرامة و حقوق شعبهم أو جماعتهم، وأن عدو الحركة أو الجماعة هو الارهابي الحقيقي.
- **الخطاب الثالث:** هو الاستخدام الواسع لمبدأ اللاعنفي في محاولة لمواجهة الصورة العنيفة عنها، فعلى الرغم من كون تلك الجماعات هي جماعات عنيفة، إلا أن العديد من موقع تلك الجماعات تدعي سعيها للحلول السلمية، و السلام واقامة مجتمع الخلافة الاسلامية.
- أما بالنسبة لجيف باردين *Jeff Bardin* فقد درس أنشطة مجموعات جهادية على مختلف مواقع ومنتديات التواصل الاجتماعي طيلة السنوات الثمان الماضية، وخلص إلى أن داعش يجند شهريا أكثر من 3400 عنصر عبر حملات الكترونية غاية في التنسيق. هؤلاء الجندون حسب باردين هم مقاتلون قادرون على القيام بأي أنشطة مسلحة دون أن تتمكن دول غربية من تتبع تحركاتهم لانشغالها بإعداد خطط ميدانية قد تمهد لهجوم بري محتمل².

¹ Rachel Briggs Obe and Tanya Silverman, "Western Foreign Fighters Innovations in Responding to the Threat", Institute for Strategic Dialogue, 2014, P.19.

² Jeff Bardin, " What it's like to be recruited by ISIS online ", in Business Insider, in: <http://www.BusinessInsider.com/What-its-like-to-be-recruited-by-ISIS--2015-5>

رابعاً : التجنيد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي: التحدي والاستجابة

أكدت دراسة صادرة عن المركز الدولي لدراسة التطرف بالجامعة الملكية في لندن في منتصف أفريل 2014 عن تصاعد اعتماد التنظيمات الجهادية في سوريا على مواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد متطوعين، حيث استقطبت تلك التنظيمات ما لا يقل عن 11 ألف مقاتل أجنبي من بينهم 1900 متطوع من دول أوروبية، وبأقي على رأس القائمة المتطوعين مواطنين فرنسيين الذين وصل عددهم لحوالي 421، تليها بريطانيا بحوالي 366 وحوالي 269 من بلجيكا و249 من ألمانيا، حيث أكد التقرير على أن الصراع الأهلي الدائر في سوريا يعد الأول من نوعه تاريخياً في استقطاب المقاتلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي¹.

وأشارت الدراسة إلى أن تتبع صفحات 190 مقاتلاً غربياً في سوريا كشفت عن دور محوري لبعض الدعاة في الولايات المتحدة وأستراليا وبريطانيا في الترويج للأفكار الجهادية وتحفيز شباب المسلمين بالدول الغربية علي التوجه للجهاد في سوريا، وتوصلت الدراسة إلى أن 61.5% من بين الحسابات الأنشط في تجنيد المتطوعين تتبع تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام" - داعش وحوالي 17.5% من الحسابات تتبع جبهة النصرة بينما لا يتجاوز نصيب الجيش السوري الحر ولواء التوحيد وأحرار الشام حوالي 2% من تلك الحسابات الإلكترونية. بينما تفاوتت مدى الاستجابة و الإقبال على الأفكار التي تروجها الصفحات الجهادية بين مرتاديها من المتعاطفين حيث وصلت هذه النسبة إلى 25.4% في بريطانيا، تليها فرنسا بنسبة 14% وألمانيا بنسبة 12.3% والسويد بنسبة 8.8% وهولندا بنسبة 7% وبلجيكا بنسبة 5.3% بينما تمثل دول أوروبا الشرقية خاصةً ألبانيا والبوسنة وبلغاريا وكوسوفو ومقدونيا وصربيا، مجتمعة على 6.1% من المستجيبين لخطاب الجهاد في سوريا².

¹ - محمد عبد الله يونس، " شبكات الاستقطاب: أبعاد وتداعيات تجنيد المقاتلين الأجانب في سوريا عبر الانترنت " ، المركز الاقليمي للدراسات الاستراتيجية، على الرابط التالي:

<http://www.rcssmideast.org/Article/2094>

² - على مستوى آخر، رصد تقرير صادر عن معهد الشرق الأوسط لدراسات الإعلام بواشنطن عن تحول هيكل في نمط الخطاب الذي توجهه التيارات الجهادية بهدف اجتذاب المتطوعين، إذ تصاعد التركيز على صناعة صورة أكثر جاذبية عن الجهاد في سوريا بالتركيز على قدرة ممارسة حياتهم العادية مثل استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة والإفادة من بعض المزايا مثل غنائم الحرب وتيسيرات الزواج وإمدادات الطعام والسيارات الخاصة فضلاً عن التركيز على تصوير لحظات تلقائية تتضمن أنشطة اجتماعية عفوية جذابة ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وانستجرام ويوتيوب. للمزيد أنظر في :

- Steven Stalinsky, " Twitter, Once Jihadis No.1 Social Media Platform, Attempting – for now – to Purge Jihadi Content", Middle East Media Research Institute (MEMRI), in: <http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/9040.html>

جدول رقم 01 : جدول يبين مدى الاستجابة و الإقبال على الأفكار التي تروجها الصفحات الجهادية بين مرتاديها من المتعاطفين.

الدولة	نسبة الاستجابة / الإقبال على الأفكار التي تروجها الصفحات الجهادية
بريطانيا	25,4%
فرنسا	14%
المانيا	12,3%
السويد	8,8%
هولندا	7%
بلجيكا	5,3%
دول أوروبا الشرقية (ألبانيا والبوسنة وبلغاريا وكوسوفو ومقدونيا وصربيا)	6,1%

إذا ما جئنا الى عملية المقارنة بين أعداد المقاتلين القادمين من هذه الدول و نسب التأثير الموجودة هنا، نجد أن هناك عملاً كبيراً تقوم به مثل هذه الصفحات والمواقع، حيث : بريطانيا لديها 760 مقاتل، فرنسا بـ 1700 مقاتل، المانيا 760 ، السويد 300، هولندا 220، بلجيكا 470.

من جهة أخرى ، فإن عملية تحليل محتوى المواد المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي على غرار "تويتر" ، نجد دراسة جيت كلوسن *Jytte Klausen* تحت عنوان " التغريد للجهاد: مواقع التواصل الاجتماعي للمقاتلين الغربيين في سوريا والعراق" ، و التي تضمنت العديد من الاحصائيات والبيانات التي بإمكانها توضيح العديد من النقاط أهمها تأثير تلك المواقع على عملية استقطاب المقاتلين والتأثير على توجهاتهم.

حيث تركز الدراسة على الفترة الممتدة من جانفي - مارس 2014، و التي تم فيها مراقبة و تتبع 59 حساباً على موقع "تويتر"، لأشخاص متهمون بالذهاب و التوجه للقتال في سوريا و العراق. و لو ان العينة المشار اليها تضمنت في الاصل 60 حساباً لكن بالنظر الى عدم نشاط حساب واحد فقد تم استبعاده.

الحسابات (59) حسب الدراسة تنتج ما يقارب 154.119 تغريدة، أي بمعدل 2.612 % ، وتملك 892 متابع، ومتابعة من قبل 184 حساباً، بمعدل ان كل حساب ينشر تقريبا 85 صورة و 91 فيديو. و غالبا ما تكون اللغة المسيطرة على هذه الحسابات هي الانجليزية و الالمانية بالنسبة للمحتوى المنشور فيها.

كما أن حوالي 70 % من المقاتلين الاجانب يقومون باعادة نشر محتويات من الحسابات الاصلية التي يقومون بمتابعتها، وغالبا ما يستعملون اللغة الوطنية عندما "يغردون"، حتى ولو تعلق المحتوى بالدين أو بارشادات دينية. حيث أن اللغة العربية تستعمل بنسبة 85 % ، و اللغة العربية بنسبة 9.4 % ، و 5.7 % يتصلون بمزيج من اللغة العربية و اللغة الغربية الاصلية.

إذا ما تعلق الأمر بالمحتوى المنشور يمكن ملاحظة أن توزيعه جاء على الشكل التالي:

- 40.32 % يهتم بنشر أخبار المعارك الدائرة في ساحات القتال (حوالي 227 تغريدة)
 - 38.54 % يهتم بنشر و تفسير تعاليم دينية (217 تغريدة).
 - 17.94 % يركز على العلاقات الشخصية و التواصل مع الافراد و الجماعات (101 تغريدة).
 - 2.66 % تركز على أساسيات الارهاب (حوالي 15 تغريدة).
 - 0.53 % تركز على مسألة تهديد الغرب (3 تغريدات).
- جدول رقم 02: يبين المحتوى الأساسي للتغريدات المنشورة على حسابات "تويتر" و نسبها المئوية¹.

Primary content of Twitter postings

Twitter usage	# of tweets	% of total
Religious Instruction	217	38.54
Reporting from Battle	227	40.32
Interpersonal Communication	101	17.94
Threats against the West	3	0.53
Basic Tourism	15	2.66
Total	563	100.00

من خلال البيانات أعلاه، يمكن ملاحظة كيف ان التركيز على ثلاث محتويات أساسية (متابعة اخبار القتال، نشر التعاليم و الارشادات الدينية، و العلاقات الشخصية و التواصل) له تأثير كبير على نمط الاستقطاب الممارس من قبل تلك الجماعات والتنظيمات لتجنيد مزيد من المقاتلين الأجانب و التأثير على توجهاتهم العامة، وتظل هذه العينة المختارة مجرد مثال بسيط على حجم التغلغل الذي وصلت اليه تلك التنظيمات وقدرتها على استعمال الوسائط الاجتماعية بطريقة محترفة الى حد كبير، وهو ما يسمح لها بالبقاء على اتصال مع متابعيها و مؤيديها من جهة، و ضمان استمرار عملية الاستقطاب للعناصر الجهادية من جهة أخرى.

كما يمكن تعزيز هذا التوجه من خلال عملية تحليل محتوى الصور والفيديوهات المنشورة والتي تدعم هذا التوجه، حيث يمكن ملاحظة من خلال البيانات الموجودة أن أغلبية المحتويات تميل الى :

¹ Ibid, P.11.

- 13 % من الصور والفيديوهات تركز على مساحات القتال المسيطر عليها و مناطق القتال (حوالي 380 صورة وفيديو).

- 13 % من الصور والفيديوهات تركز على نمط العيش داخل التنظيمات المتطرفة و حالة الإخاء بين المقاتلين (حوالي 321 فيديو وصورة)¹.

- 12 % منها تركز نشر صور و فيديوهات الشخصيات البارزة في التنظيم (حوالي 286 صورة وفيديو).

خامسا: الاعلام الأمني والمخاطر الأمنية المتجددة: حدود المواجهة

كان ومازال موضوع الأمن من أهم المواضيع التي تخطى بالبحث من طرف الباحثين، بالنظر إلى أهميته من جهة، وكذا التطورات المختلفة التي عرفها المفهوم من جهة أخرى، من خلال انتقاله من المفهوم الصلب (القوة العسكرية) الى المفهوم اللين (مفاهيم الأمن الانساني، الاجتماعي،الثقافي...). كما أن تحقيق الامن وتوفره ينعكس بصفة مباشرة على الفرد ويمنحه القدرة على التجديد والابتكار، والأمن كشعور وواقع لا يمكن تحقيقه وترسيخه في المجتمع إلا من خلال إعلام فاعل وقادر على الوصول الى جميع افراد المجتمع من اجل تنبيههم بالظواهر السلبية و طرق مواجهتها.

وهنا يكون الهدف من العلام بصفة عامة ، والاعلام الامني بصفة خاصة هو تصحيح الأفكار والمفاهيم الخاطئة، وتغيير الاتجاهات السلبية لدى أفراد المجتمع من خلال تبصيرهم بخطورة الآثار السلبية الناجمة عن الظواهر والمشكلات الاجتماعية التي تمس أمنهم وسلامتهم ودعوتهم للمساهمة في علاجها².

كما أن قصور الاعلام الأمني في تعزيز الأمن أو تحصين افراد المجتمع من الجريمة يترتب عنه مشكلات خطيرة تساعد على تحول في مفاهيم الجريمة ووسائل ارتكابها في ضوء التطورات التقنية المعاصرة التي اسهمت بشكل أو بآخر في تدويل الجريمة، مما يترتب عليه ارتكاب اعمال اجرامية تزعزع الأمن والاستقرار.

إن الوسيلة الاعلامية التي كانت في الماضي القريب حكرا على الدولة توجهها بما يخدم مصالحها واهدافها، لم تعد كذلك اليوم، بل صارت كثير من الدول الحلقة الاضعف بين المرسلين، الذي يتفاوتون بين جهات تقف خلفها حكومات تدعمها وترسم اهدافها، وبين اشخاص بسطاء لا يملكون سوى المادة التي

¹ - للمزيد حول تصاعد هذا العنصر و طريقة توظيفه من طرف التنظيمات المتطرفة على غرار "داعش"، أنظر في:

Steven Stalinsky, " Twitter, Once Jihadis No.1 Social Media Platform, Attempting – for now – to Purge Jihadi Content", MiddleEast Media Research Institute (MEMRI), in: <http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/9040.html>

² - عبد الله بن سعود السراي، "دور الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة"، في : برامج الاعلام الأمني بين الواقع والتطلعات، الرياض: أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2012، ص.47.

يقومون بنشرها عبلا تلك الوسائل الاعلامية و خاصة الانترنت بنوافذها المتعددة، الا ان تكاثف هؤلاء و اتحادهم صار يهدد الدول و استقرارها بشكل اكبر من بقية الوسائل الاعلامية الأخرى، فمن كان في السابق متلقيا أصبح اليوم مرسلا يفرض رايه بقوة دون تكلفة مالية كبيرة¹.

لعل من أهم وأخطر الجرائم المستحدثة²، الجرائم الارهابية وذلك باستخدام الانترنت، الهواتف النقالة، القنوات الفضائية، وغيرها، حيث أصبحت هذه الفضاءات الوسيلة المفضلة للجماعات الارهابية، حيث أنها تستخدم تلك الوسائل في مجالات عدة، على غرار:

- الدعاية للارهاب والحملات التحريضية.

- التجنيد والحث على الانضمام لتنظيماتهم الارهابية أو الانضمام إلى العناصر المساعدة والموفر للدعم اللوجستيكي.

- تلقي المعلومات وارسالها بين أعضاء التنظيمات الارهابية.

في مجتمع المعلومات الذي تذوب الحدود الجغرافية بين الدول، ويصبح مفهوم الحدود زئبقيا، إن التطورات في عالم الاتصالات جعل مفهوم الحدود ليس ذا معنى طالما ان اجتيازه لا يتطلب اذنا أو جواز سفر أو حتى تأشيرة دخول أو إقامة وافد؛ هذه الزئبقية تزداد يوما بعد يوم ، فمفهوم المياه الاقليمية والفضاء الخارجي أصبح مثل الأرض، الكل يتنافس على احتكارها واستغلالها بالأقمار الصناعية والبوارج الحربية التي تجوب هذه الامكنة وتسترق النظر والتقدير لكل ما هو داخل بيوتنا وجعلت مفاهيمنا الامنية الشخصية والوطنية ليست ذات صلة.

سادسا: التوعية الأمنية كمدخل للحد من ظاهرة التجنيد الإلكتروني:

تلعب التوعية الأمنية التي يقوم بها الاعلام الامني دورا هاما في اثاره الوعي المجتمعي وتنميته اتجاه قضية أو قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية أو من تعاطف إلى رفض ومواجهة حسب طبيعة القضية وتأثيرها في المجتمع والموقف الذي يتعين على المجتمع اتخاذه منها.

هناك عدة عوامل متعددة جعلت من التوعية الأمنية المؤدية إلى ثقافة أمنية أمرا ضروريا، و هنا نذكر:

¹ - فهد بن عبد العزيز الغفيلي، "الإعلام الرقمي: أدوات تواصل متنوعة و مخاطر أمنية متعددة"، في : برامج العلام الأمني بين الواقع والتطلعات، الرياض: أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2012، ص.119.

² - هناك من يستخدم مصطلح "الجرائم المستحدثة"، وهي بالأساس نتيجة للتطورات المتسارعة في مجال العلم والمعرفة، وبخاصة في مجال التقنية والتكنولوجيا، و بما أن الأخيرة تتصف بالاستمرارية و الاطراد في التطور و في السرعة فإنه من الصعب حصر كل انماط الجرائم المستحدثة.

- إن نمو المجتمعات وتعقدتها إلى جانب تباعد المسافات بين الافراد من جهة والمجتمعات من جهة اخرى وكذا السلطات المركزية في الدولة أدى الى إقامة جسور من المعلومات من الجانبين.
- التطور الحضاري حمل معه الكثير مما يحقق رفاهية الانسان ويلبي حاجاته، كما حملت في نفس الوقت الكثير مما يؤذي الانسان ويدفعه إلى تدمير ذاته ومجتمعه بقصد أو بدون قصده.
- مثلما حمل الاعلام الحديث المتطور تيسيرا غير مسبوق في الاتصال وفي المعرفة الانسانية احتوى كذلك على عناصر سلبية، وهو ما يقتضي التوجيه المستمر والارشاد الدائم لمواجهة التيارات الفكرية المنحرفة.
- إن حملات التوعية الأمنية تتطلب في بعض الحالات شروطا معينة من أجل نجاحها، وهي¹ :
 - أول متطلبات النجاح هو التحديد الدقيق للمشكلة والهدف، وهل هذه المشكلة عامة أو خاصة.
 - تحديد الأولويات وبأي مشكلة أو قضية نبدأ، وهل الأمر يتعلق بقضية واحدة أم بعدة قضايا في ذات الوقت، والذي يحدد ذلك ما هو متوافر لدى الادارة المعنية بالتوعية الأمنية من معلومات موثقة حول حجم كل قضية وتأثيراتها الإيجابية أو السلبية فهي المجتمع.
 - المبادرة، حيث لا يجب انتظار تفاقم الظواهر وتصل إلى حد المشكلة أو الأزمة، وهذا يتطلب معلومات وافرة عن القضايا المتعلقة بالأمن مع قدرة على تحليل هذه المعلومات واستخلاص النتائج واقتراح الحلول.
 - الموضوعية في طرح القضايا، وهذه الموضوعية تتطلب الصدق في ايراد المعلومات وتحري الدقة فيما يخص كل جزئية من جزئيات الموضوع المطلوب معالجته بالتوعية، وليكن في أذهان القائمين على أمر التوعية الامنية أن ثمة farkا جوهريا بين الاعلام الموضوعي وبين الدعاية الموجهة، وأن الجمهور مهما كان مستواه التعليمي والثقافي هو من الذكاء بحيث يستطيع أن يكتشف الحقائق من تلقاء نفسه وأن اخفاء الحقائق لا يمكن أن يستمر إلى ما لا نهاية.
 - الكثافة، تقييد الانماط السلوكية للافراد والجماعات لا يمكن أن يتم في يوم وليلة، ولا يمكن أن يتم بجملة واحدة، بل الكثافة مطلوبة وفقا لمخططات مدروسة.
 - الاستمرار، فإن المؤثرات التي تحدث المشكلات أو القضايا التي تتطلب في حلها التوعية الامنية متعددة، وأحيانا تكون متلازمة وبعيدة المدى وتحدث تأثيرها في مساحة زمنية كبيرة وموجهتها تتطلب الاستمرار - مع الكثافة - لفترات طويلة، وقد تتوقف الحملة فترة لكي تعطي فرصة لقياس النتائج والحصول على التغذية العكسية.

¹ - سيد عبد الرؤوف، "التوعية الأمنية : ما لها و ما عليها"، في : الإعلام الامني المشكلات والحلول، أكاديمية نايف للعلوم الامنية، 2002، ص 43-44.

- التنوع، وهو ما يجعل الحملة مناسبة في طرقها وأساليبها لكل الأعمار والمستويات التعليمية والثقافية والاقتصادية، الاجتماعية وحتى البيئية.

- المرونة، فلا تكفي قناعة القائمين على الحملة لنجاحها وتحقيق أهدافها، بل لا بد أن يكون في التنفيذ نوع من المرونة ما يكفي لإتخاذ القرار بوقف الحملة أو تغيير منهجها ووسائلها وأساليب الخطاب كلياً أو جزئياً حسب النتائج.

إلى جانب التوعية الأمنية فإن الدور الأساسي يجب أن تلعبه الأسرة والوالدين، ففي حالة كانت شخصيتهم قوية ومؤثرة وإيجابية فإنه بإمكانهما مراقبة تحركات الابن وسلوكاته، وأن يمنعا إيهما من الاحتكاك بما هو مثير للشك، إلى جانب المواقع التي يتصفح ويزور، وهنا يجب عليهما التحقق من ثلاثة عناصر:

- خلو المواقع من المواد المخلة بالأمن بكافة أشكاله.

- نوعية المادة التي ييها الموقع.

- مدى مناسبة محتوى المواقع للعمر السني والفكري للإبن مع التحقق من اشتماله على مادة متنوعة تخدم الابن وتنمي الجوانب المعرفية لديه.

كما أنه وبالنسبة لأجهزة الاعلام، والاعلام الامني خاصة فإنها تساعد على اندماج الفرد في وسطه المجتمعي والثقافي وكذا الاقتصادي، وتجري عملية التنشئة الاجتماعية تحت ضغط حشد من الوسائل الاعلامية ذات العلاقات المتداخلة فيما بينها¹، ومن المعروف أن وسائل الاعلام لا تقدم موادا اعلامية فحسب، وإنما تقدم موضوعات أخرى، وسواء قدمت هذه المواد أو تلك فإنها تستلهم الاحداث والمواقف من البيئة الاجتماعية والثقافية السائدة بما فيها من اتجاهات وقيم ومعايير وتقاليـد. والاتصال الجماهيري في جوهره هو تجسيد لثقافة الأمة وحضارتها. من خلال ذلك تقوم وسائل الاعلام بتعميق المفاهيم الشاسعة في المجتمع وترسيخ القيم السائدة وتثبيت العلاقات القائمة بين شتى المؤسسات الموجودة².

كما لا بد من العمل على التوسع في إنتاج برامج إعلامية مشتركة لتسهم في تحقيق الوعي الأمني، وتؤكد مشاعر الثقة والطمأنينة في قدرة الاجهزة الامنية على التصدي للجريمة وكافة صور الانحراف، مع

¹ - The international Communication for study of communication The New World Information Order, Dec.N.39, Unesco, Paris, 1978, PP.42-44.

² - إبراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1969، ص.169.

التأكيد على أهمية تبادل البرامج الاعلامية بين الدول خاصة تلك التي تهدف الى التوعية بأخطار الجرائم واضرارها.

إلى جانب ذلك يجب السعي لتطوير أشكال الرسالة الاعلامية الأمنية التي تخاطب المواطن العربي وتبصيره بحقيقة دوره وابعاده في مساندة الاجهزة الأمنية تحقيقا للسكينة في المجتمع، وتعميق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الامن والطمأنينة في المجتمع، وكذا تنظيم حملات توعية ضد اشكال الجريمة وحماية النفس والتوعية بالأساليب المناسبة للوقاية من الجريمة وصنوف الانحراف والتوعية بالأساليب المناسبة للوقاية من الجريمة وحماية النفس والممتلكات وشخذ همم الأفراد للتعاون الفعال مع أجهزة الشرطة تحقيقا لأمن المجتمع.

- خاتمة:

بقدر ما ساهم التطور التكنولوجي في نقل المعرفة الانسانية من مجاها الضيق الى فضاء واسع ورحب، بقدر ما أدى ذلك الى تضيق مساحة حرية الانسان، و التدخل في خصوصياته والتحكم في توجهاته وأفكاره، ان لم يمتد الى أكثر من ذلك من خلال توجيه انتباهه نحو قضايا معينة دون قضايا أخرى، وهو ما يطلق عليه تسمية " التلاعب بالعقول"، ويظهر هذا من خلال زيادة حدة الاستقطاب داخل الفضاء الإلكتروني، وهو ما استغلته الجماعات المتطرفة خاصة الارهابية منها في سبيل توفير عناصر ومقاتلين جدد، معتمدة على استراتيجيات متنوعة و متعددة أظهرت مدى تمكنها من الأدوات التكنولوجية و تحكمها في الرسالة الاعلامية. تكاد تختلف الدراسات المتخصصة في استعمال التنظيمات المتطرفة في صورة تنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام (داعش) للتكنولوجيا المعلوماتية تجمع على أن هناك طفرة نوعية في هذا المجال، فمن جهة هناك ارتفاع كبير لاستعمال تلك التنظيمات للمواقع الالكترونية و خاصة مواقع التواصل الاجتماعي كأفضل وانجع طريقة لاستقطاب المقاتلين الجدد للتنظيم بفضل المميزات التي توفرها تلك المواقع وكذا طبيعة الرسالة الاعلامية المعتمدة، هذه الاخيرة تتميز بتنوعها واعتمادها على تقنيات متطورة في صورة الفيديو و النقل المباشر وهو ما يمنحها تأثيرا اكبر على المشاهد و المتلقي.

ومن جهة أخرى يمكن تسجيل غياب استراتيجيات تعاونية فعالة في مواجهة هذه الظاهرة، فالسياسات الوطنية لوحدها بمعزل عن التعاون الدولي أثبتت فشلها في الحد من حجم الظاهرة المتسارعة النمو، وهو ما يقودنا الى ضرورة التفكير في تبني سياسات فعالة تركز على التعامل مع أسباب الظاهرة وليس نتائجها، وبالتالي البحث في فشل المنظومة المجتمعية في احتواء هكذا ظواهر دخيلة على مجتمعاتنا العربية.

يشكل الإعلام الأمني مدخلا هاما للتعامل مع ظاهرة التجنيد الإلكتروني، بالنظر الى قدرته على كسر حاجز الدعاية المعتمدة من قبل تلك التنظيمات المتطرفة، اعتمادا على رسالة اعلامية هادفة ومتوازنة و موجهة بشكل دقيق نحو الفئات الاكثر عرضة للظاهرة، كما ان التوعية الأمنية بإمكانها ان تلعب دورا فعالا في تشكيل

وعى مجتمعي بخطورة الظاهرة وبالتالي العمل على نبذها و محاربتها انطلاقاً من القاعدة الأساسية و هي الاسرة والمحيط المجتمعي، وكل هذا يأتي بعد اقتناع جميع الأطراف بأن الامر يتعلق بأمن الأفراد وخصوصياتهم من جهة وكذا تعزيز الامن الوطني الشامل.

- قائمة المراجع:

أ. باللغة العربية:

1. التتر سامي، سعيد الحميداني، "الإرهاب يغزو شبكات التواصل الاجتماعي: تحريض.. تجنيد.. ودعاية سوداء"، مجلة اليمامة، 2014/7/24.
2. محسن محمد، "مواقع التواصل الاجتماعي خطر يهدد الأمن القومي"، الأهرام اليومي، 13 سبتمبر 2013.
3. الدجيلي زهير، "المقاتلون الأجانب في داعش أعدادهم.. جنسياتهم.. نوعياتهم.. ومن الذي يجنّدهم؟"، تاريخ الاطلاع: 2014/12/18، على الرابط التالي:
<http://www.alqabas.com.kw/node/919514>
4. عبد الصادق عادل، "تراجع الدور : شبكات التواصل الاجتماعي والمقاتلين الأجانب"، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، على الرابط الإلكتروني التالي:
http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=19707
5. غالي إبراهيم، "الإعلام الاجتماعي: حرب موازية: كيف تعكس مواقع التواصل الاجتماعي الصراع في سوريا"، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، 2014/3/1.
6. يونس محمد عبد الله، "شبكات الاستقطاب: أبعاد وتداعيات تجنيد المقاتلين الأجانب في سوريا عبر الانترنت"، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، على الرابط التالي:
<http://www.rcssmideast.org/Article/2094>

ب. باللغة الأجنبية:

1. Briggs Rachel Obe and Tanya Silverman, "Western Foreign Fighters Innovations in Responding to the Threat", Institute for Strategic Dialogue, 2014,P.19.
2. Bardin Jeff, "What it's like to be recruited by ISIS online", in Business Insider, in: <http://www.BusinessInsider.com/What-its-like-to-be-recruited-by-ISIS--2015-5>
3. Cuffe J., 'Who are the British Jihadists in Syria?', BBC News, 15 October 2014,; <http://www.bbc.co.uk/news/uk-24520762>.
4. Stalinsky Steven, "Twitter, Once Jihadis No.1 Social Media Platform, Attempting – for now – to Purge Jihadi Content", MiddleEast Media Research Institute (MEMRI), in:
<http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/0/9040.html>