



الإرهاب الرقمي: استخدامات الجماعات المسلحة لوسائل التواصل الاجتماعي

سماح عبدالصبور

مدرس مساعد العلوم السياسية - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة



وتُعرف 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"، لتحدث 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 في ظل ما يطلق عليه المفكر الأمريكي، جوزيف ناي، "تأثير النظام" (2) (System Effect).

ومع تزايد اعتماد الفاعلين من غير الدول في تحركاتهم الخارجية على الجمع بين أدوات القوة الناعمة والصلبة، ارتفع الاعتماد على هذه الشبكات. فحتى الحركات المسلحة لم تعد تعتمد على القوة العسكرية فقط في تحقيق أهدافها، بل تلجأ إلى استخدام وسائل الاتصال والإعلام وشبكة الإنترنت بشكل واسع ودعائي لأفكارها وتحركاتها، وأيضاً للحصول على الدعم المادي والمعنوي(3)، وكأداة جديدة لنشر أفكارها ومعتقداتها وزيادة عدد المنتمين لها عبر تجنيدهم

تمكنت معظم التنظيمات الإرهابية شبه المنظمة من امتلاك أدوات المعرفة والتقنية اللازمة لاختراق العالم الافتراضي بدرجة كبيرة. وتكفي الإشارة إلى زيادة عدد المواقع المحسوبة لجماعات إرهابية عالمية. فوفقاً لكتاب "الإرهاب العالمي والإعلام الجديد" لمؤلفه فليب سيب ودانا جانبك - الخبيرين في الدراسات الإعلامية - فإن عدد المواقع المحسوبة لجماعات الإرهاب العالمي ارتفع من نحو 12 موقعاً إلكترونياً عام 1997، إلى 4,350 موقعاً في أوائل عام 2005، ثم إلى 4,800 موقع عام 2006، وتجاوز أكثر من 6 آلاف موقع إلكتروني في نهاية عام 2008، ومن الملحوظ أن تنظيم القاعدة كان له السبق في الاعتماد على المواقع الإلكترونية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتسهيل القيام بالعمليات التكتيكية(1).

وتلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً ومؤثراً في المنطقة وخارجها، خاصة منذ الثورات العربية وما لحقها من تطورات، كما أضحت تلك الشبكات الأداة الأهم في يد الجماعات المسلحة لوضع خططها وتنفيذ أهدافها، وهو ما سنتناوله هذه الدراسة تفصيلاً.

يعتمد المتخصصون والأكاديميون عدة مسميات للتعبير عن التوسع في ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل جماعات إرهابية وجهادية، منها: الإرهاب "الإلكتروني" أو "الرقمي" أو "الافتراضي" أو "الشبكي".

مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتحديد أهدافها والتعرف عليها ومراقبة تحركاتها، خاصة في إطار عمليات الاغتيالات التي تطال بعض رموز الأجهزة الأمنية أو السياسية في الدول المستهدفة، وذلك إما بمراقبة من يمتلك حسابات على تلك المواقع، أو مراقبة دائرة أصدقائهم ومعارفهم للوصول إليهم، وجمع البيانات اللازمة عن تحركاتهم، وتوفير الوقت والجهد اللازمين للقيام بذلك على أرض الواقع، وأيضاً ضمان سرية المراقبة(7). ومن ثم، تعد وسائل التواصل الاجتماعي مهمة لتلك الجماعات في إطار ما أسماه البعض "شبكات الكوادر"، التي تعد أحد أساليب استخدامها كمساحات افتراضية مغلقة، تعمل على التواصل بين كوادر التنظيم المسلح كأداة عابرة لقيود المكان، وذلك من أجل مهام عدة، منها التدريب على تكوين خلايا تنظيمية، واستقطاب مزيد من الكوادر وتدريبهم على استخدام الأسلحة، والتنسيق للعمليات المسلحة وتوقيتها، والتدريب على صنع القنابل البدائية(8).

والجدير بالذكر، أنه إلى جانب استخدام الإنترنت كوسيلة لتنسيق العمليات المسلحة التي تتم على أرض الواقع، فإنها تستخدم كذلك لتنفيذ هجمات إرهابية افتراضية على المواقع الإلكترونية المهمة، ولسرقة أرقام بطاقات الائتمان أو استهداف البنية التحتية للدولة التي تعتمد على أجهزة الحاسوب الرقمي بهدف تعطيلها أو مهاجمة أهداف اقتصادية لإيقافها عن العمل(9).

ثانياً: 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 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 المنظمة(10).

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة للتنظيمات المسلحة لنشر أفكارها وكسب متعاطفين وأتباع جدد، وتجنيد الشباب للانضمام لصفوف المقاتلين في تلك الجماعات، ومن ثم، تولي تلك الجماعات اهتماماً متزايداً لحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الآخرين عبر مبرمجين متخصصين لحثهم على تنفيذ أجندها.

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"، بجانب حسابات غير رسمية تابعه لأنصاره، ويعمل مبرمجو "داعش" على ابتكار تطبيقات مثل التطبيق الذي يتيح إرسال

باستخدام تلك المواقع العابرة للحدود القومية، ومن دون استخدام تلك الأدوات، لم يكن بمقدور هذه التنظيمات أن تحقق أهدافها مع توفير ذلك الوقت والجهد، بالإضافة لميزة الابتعاد والتخفي بعيداً عن قبضة الأجهزة الأمنية للدول المستهدفة.

يتميز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بما يلي:

- 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.

- تدعم وتعزز 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 وجهاً لوجه، على الرغم من بعد المسافات الجغرافية(4).

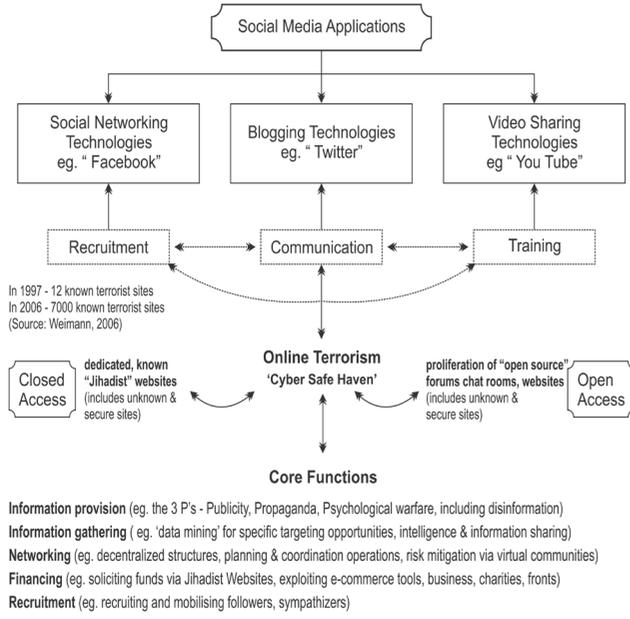
هناك أربعة أهداف رئيسية في هذا الإطار، فنظراً للأهمية المتزايدة لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد لجأت الجماعات المسلحة لتوظيفها على مستويات عدة يمكن تناولها كالتالي:

أولاً: التنسيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يعتبر "تويتر" أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدم للتفاعل والتنسيق أثناء العمليات الإرهابية، وتكمن الميزة الأساسية في "تويتر" بالنسبة إلى الجماعات 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. ولعل المثل البارز على ذلك هو الهجوم الإرهابي في مومباي في 26 نوفمبر 2008، والذي راح ضحيته نحو 164 شخصاً، وجرح أكثر من 300 شخص. وقد كشفت التحقيقات أن جماعة "عسكر طيبة" الباكستانية كانت تقوم بالتنسيق مع منفذي الهجوم من باكستان، وإبلاغهم بالتطورات التي تحدث كافة من خلال الاعتماد على أحدث الأخبار المنشورة على تويتر، مثل تحركات وتمركز وحدات مكافحة الإرهاب الهندية، التي خطت للهجوم على الفندق(5).

ومن الأمثلة الأخرى على نجاح ذلك الإرهاب الرقمي، ما قامت به حركة "الشباب الإسلامية" الصومالية التي استقطبت أشخاصاً للجهاد عبر تلك الشبكات من أجل مهاجمة مركز تجاري في العاصمة الكينية نيروبي في مارس 2012، الأمر الذي نتج عنه مقتل 62 شخصاً واحتجاز عدد من الرهائن، وكان بعض منفذي تلك العمليات مواطنين أمريكيين، جندتهم الحركة عبر الإنترنت، وكانت منشورات تلك الجماعة على "تويتر" خلال الهجوم مصدراً لأخبار وسائل الإعلام، ووكالات الأنباء العالمية(6).

وبالإضافة إلى ما سبق، فإن الجماعات الإرهابية تستخدم



المصدر:

Geoff Dean, Peter Bell, Jack Newan, The Dark Side of Social Media:
Review of Online Terrorism, *Pakistan Journal of Criminology*, Vol.
3, No. 4, April – July 2012, pp 194 – 195

وحيدة في الترويج والنشر لأفكارهم ومنهجهم⁽¹⁶⁾.

أما في سوريا، فقد وجد نحو 40 حساباً معظمها يرتبط بالتوجهات الجهادية ومؤيدي "تنظيم القاعدة"، و"جبهة النصرة"، و"تنظيم داعش"، وتهدف إلى الدعاية والترويج لأفكارها، ويتمتع "داعش" بوجود 87 ألف متابع، وقد حصلت فيديوهات على مشاهدة 1.7 مليون شخص حول العالم لنحو ألف شريط فيديو⁽¹⁷⁾.

ثالثاً: ساحة افتراضية للتدريب

يستخدم "يوتيوب" بصورة أساسية من جانب الجماعات الجهادية بهدف التدريب، فالوظيفة الأساسية للموقع هي استضافة الفيديوها التي يقوم المشتركون بتحميلها على الموقع (Upload) وبعد ذلك تصبح متاحة للرؤية من قبل الجميع. وعلى الرغم من وجود عدد من القيود على الفيديوهات التي يمكن وضعها على الموقع، فإن نظام المراقبة في الموقع يتم بعد وضع الفيديو على الموقع، وهو ما يعني أنه لا يتم حذف الفيديو، إلا إذا قام المشاهدون على الموقع بالإبلاغ عنه، ثم تتم بعد ذلك مراجعته وإزالته من قبل القائمين على الموقع، ما يجعل هناك إمكانية لتوظيفه من قبل الجماعات الإرهابية، إذ يمكن تحميل فيديو لكيفية تصنيع قنبلة، وتتم 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 مثل الكلاشينكوف⁽¹⁸⁾.

رابعاً: الحصول على الدعم المادي والمعنوي

استخدمت الجماعات الإرهابية مواقع التواصل الاجتماعي

منشورات "داعش" للمشارك مباشرة لدى نشرها وإعادة النشر التلقائي لمتابعي المشترك⁽¹¹⁾.

ويرجع اهتمام تلك التنظيمات المسلحة بوسائل التواصل الاجتماعي لعدة أسباب هي:

- 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.

- تقدم هذه الشبكات خدمة الاتصال والتواصل السريع بين الأعضاء والمؤيدين بطرق شتى.

- 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 لها⁽¹²⁾.

وبجانب نشر الأفكار والدعاية للتنظيمات، تستهدف التنظيمات المسلحة تجنيد أعضاء جدد للقتال في صفوفها، وتستهدف هذه الجماعات ثلاث فئات هي:

- الفئة الأولى: المتعاطفون مع الفكر الجهادي وغالبيتهم من الشباب لاستمرار الحصول على دعمهم.

- الفئة الثانية: الرأي العام من أجل تأكيد نفوذ التنظيمات الجهادية في المجتمع، إما بغرض الحشد والتأييد أو التخويف من مواجهتها.

- الفئة الثالثة: الخصوم من أجهزة الدولة ومؤسساتها، وذلك بهدف إضعاف موقفهم، والتأثير على هيبتهم، وإظهارهم بمظهر العاجز في مقابل قوتها⁽¹³⁾.

وقد صرح أيمن الظواهري، زعيم تنظيم القاعدة بالقول: "نحن في معركة، وأكثر من نصف المعركة يدور في ساحات الإعلام، نحن في معركة إعلامية لكسب عقول وقلوب أمتنا"⁽¹⁴⁾.

وقد نشطت تلك التنظيمات في البلدان العربية 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⁽¹⁵⁾.

وفي العراق وسوريا، ينشط تنظيم داعش اعتماداً على تلك الوسائل الاتصالية لدعم أهداف التنظيم، والتي يتم الترويج لها من خلال الإعلام المركزي للتنظيم، ومنها "مركز الفجر للإعلام"، ومؤسسة "الفرقان الإعلامية"، والتي تعد وسيلة أساسية وشبه

المؤمنين أبوبكر البغدادي" وغيرها، وهو الأمر الذي ساهم في انتشار التنظيم وتوسيع مؤيديه عبر العالم الافتراضي⁽²¹⁾، وبالتالي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تقديم الدعم للجماعات المسلحة والمساهمة في اتساع تأثيرها ووجودها.

ونخلص مما سبق إلى أن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي أصبح مكثفاً من قبل الجماعات المسلحة، لتجاوز حاجز الزمان والمكان والرقابة الأمنية، وتوفير الوقت والجهد، وتعددت أساليب توظيف تلك الجماعات لهذه الوسائل ما بين الحصول على الدعم، وتجنييد الأفراد، ونشر الأفكار، حتى أصبحت هناك حروب غير تقليدية تدار عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد ظهرت في المقابل الرقابة على تلك الوسائل من قبل الأجهزة الأمنية، وأصبح هناك نوع من الحروب غير التقليدية بين تلك الجماعات والأجهزة الأمنية للدول التي أصبح لديها متخصصون في التعامل مع تلك القضايا، ولذلك أصبح الجانب الأمني أكثر تغلغلاً في المجالات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، وذلك من أجل التعامل مع المستجدات التكنولوجية التي تهدد الأمن القومي للدول⁽²²⁾.

لتسهيل التحويلات المالية فيما بينها، بجانب الحصول على التبرعات المالية، في ظل سهولة استخدام تلك المواقع لتحويل التبرعات والدعم المالي، مع عدم إمكانية التحقق من هوية متلقى تلك التبرعات في بعض الأحيان⁽¹⁹⁾.

وقد اعتمد التنظيم على بعض الفتاوى التي يتم بثها من بعض الدعاة على "تويتر" للتضحية بالأموال والأنفس، خاصة منذ أن انتقلت القاعدة إلى سوريا، فكانت بعض تبرعات السعوديين لحسابات مجهولة تحت دعوى مساعدة الشعب السوري تصل إلى التنظيم، الأمر الذي حدا بالسلطات السعودية إلى التحذير من التبرع للجهات غير المصرح بها رسمياً من الدولة⁽²⁰⁾.

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 على أثر 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 أمير المؤمنين أبوبكر البغدادي"، و"إعلان الولاء الشرعي لأمير

1) Philip Seib and Dana M. Janbek, **Global Terrorism and New Media: The Post-Al Qaeda Generation**, (New York: Routledge, 2011), p. 44

2) Joseph Nye, **The Paradox of American Power: Why the World's Only Super Power Cannot Go It Alone**, (Oxford University Press, 2002) pp 85-86.

3) Joseph Nye, "Smart Power and The War on Terror", *Asia Pacific Review*, Vol. 15, no. 1, 2008, p 11.

4) Garrett, R. K., "Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs Information", **Communication and Society**, Vol. 9, No. 2, 2006, pp 5 – 8.

5) Geoff Dean, Peter Bell, Jack Newan, **The Dark Side of Social Media: Review of Online Terrorism**, **Pakistan Journal of Criminology**, Vol. 3, No. 4, April – July 2012, pp 194 – 195.

6) عدنان أبو زيد، "في ميادين الإرهاب الرقمي"، **جريدة الصباح**، 12-3-2014.

7) محمد محسن، "مواقع التواصل الاجتماعي خطر يهدد الأمن القومي"، **الأهرام اليومي**، 13 سبتمبر 2013، موجود على الرابط التالي: <http://digital.ahram.org/eg/articles.aspx?Serial=1406569&eid=7154>

8) محمد عبدالله يونس، "الجهاد الإلكتروني: أنماط توظيف الجماعات الراديكالية للفضاء الإلكتروني في الإقليم"، **المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية**، 19 مايو 2013، متاح على: <http://goo.gl/v4Rlxx>

9) James A. Lewis, **Assessing the Risks of Cyber Terrorism, Cyber War and Other Cyber Threats**, **Center for Strategic and International Studies**, December 2002, available at: http://csis.org/files/media/isis/pubs/021101_risks_of_cyberterror.pdf

10) Geoff Dean, Peter Bell, Jack Newan, *Op.cit.*, pp 193 – 194.

11) وليد أبو الخير ومحمد القيسي، داعش تعمل للتضليل الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكسب التأييد، **موقع موطني**، 26-6-2014، متاح على: <http://mawtani.al-shorfa.com/ar/articles/iii/features/2014/06/26/feature-01>

12) سامي النتر، سعيد الحميداني، الإرهاب يغزو شبكات التواصل الاجتماعي: تحريض.. تجنيد.. ودعاية سوداء، **موقع مجلة اليمامة**، 24/7/2014، موجود على الرابط التالي: <http://www.alriyadh.com/alyamamah/article/955131>

13) الإعلام الإلكتروني ساحة الحرب المفتوحة للجماعات الإرهابية، **صحيفة العرب**، 23 يونيو 2014.

14) George Michael, **The New media and the rise of exhortatory terrorism**, **Strategic Studies Quarterly**, Vol. 7, Issue 1, Spring 2013, pp 50 – 52.

15) أحمد نظيف، في تفكيك الخطاب والمشهد الافتراضي الجهادي في تونس، **بوابة أفريقيا الجهادية**، 4 فبراير 2014، متاح على: <http://www.afrigenews.net>

16) هشام الهاشمي، الإعلام الإلكتروني لتنظيم داعش، 12/3/2014، متاح على: <http://ynewsiq.com/index.php/2014-02-19-16-32-16/311-30?aa=news&id22=773>

17) إبراهيم غالي، الإعلام الاجتماعي: حرب موازية: كيف تعكس مواقع التواصل الاجتماعي الصراع في سوريا، **المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية**، 1/3/2014، متاح على: <http://goo.gl/nkX1vX>

18) Geoff Dean, Peter Bell, Jack Newan, *op.cit.*, pp 195 – 196.

19) فيفيان عقيقي، الإرهاب على مواقع التواصل الاجتماعي: كل ما يجب أن تعرفه، **جريدة النهار**، 24 يوليو 2014، موجود على الموقع التالي: <http://www.annahar.com>

20) عبدالله الشهري، طريق تنظيم القاعدة الإلكتروني، 9 أبريل 2014، متاح على: <http://www.assakina.com/awareness-net/terrorism-net/41937.html>

21) بيعة الإلكترونية لـ"أمير دولة الخلافة" أبوبكر البغدادي ومواقع التواصل الاجتماعي تحفل بصفحات المبايع، **صحيفة القدس العربي**، 2 يوليو 2014، موجود على الرابط التالي: <http://www.alquds.co.uk/?p=187860>

22) محمد محمد الألفي، دور إعلام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الأمنية، 27 يونيو 2012، متاح على: http://amnfkri.com/dirasat/eawdfear/dor_elam_moage_altwasl_alejtmaye_fe_edart_alazmat_alamnyah.pdf