استخدام الأجهزة الأمنية الجزائرية للشبكة الاجتماعية " الفايسبوك " في مكافحة الإرهاب

Use of facebook by Algerian security in the field of the fight against terrorism

أ. صيشـــي يســـري

(جامعة حسيبة بن بو علي– الشلف)

د. بن زروق جمـــال

(جامعة 20 أوت 1955– سكيكدة)

Email :benzeroukd@yahoo.fr

مجلة البحوث والدراسات الإنسانية العدد 13–2016 ص ص. 230 – 255

الملـــــخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محتوى عينة من صفحات الأجهزة الأمنية الجزائرية على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، للكشف عن المضامين الموجّهة من خلاله، وتبيان الحجم الحقيقي الذي يناله موضوع مكافحة الإرهاب ضمن أولويات الأجهزة الأمنية، وذلك وفق تحليل كمّي وكيفي يوضح أنماط وأبعاد الرّسائل الموجّهة، وأهم الاستراتيجيات المستخدمة، محاولين قراءة النتائج وفق السّياق السّياسي والاجتماعي و الاقتصادي الذي تعيشه دولة الجزائر في الظّروف الرّاهنة وعلى خلفية التّجربة الجزائرية في مجال مكافحة الإرهاب.

الكلمات المفتاحية : الشبكات الاجتماعية، الإرهاب، قوات الأمن، مكافحة الإرهاب.

Abstract

The objective of this research is to analyze the contents of a sample of the pages of the Algerian security forces in Facebook, to disclose the contents covered on the subject of the fight against terrorism within its priorities, according to a quantitative and qualitative analysis, trying to read results according to the political, social and economic Currently context of Algerian state, on the background of its experience in the field of the fight against terrorism.

Keywords : Social Networks, Terrorism, Security Forces, Fighting Terrorism

مقدمة:

لقد فرضت التطورات الحديثة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحديات كبرى أمام مختلف الهيئات والمؤسسات المجتمعية، سواء بضرورة مواكبتها واستغلالها في تحقيق أهدافها بطرق أسرع وأكثر نجاعة، أو عن طريق أخذ احتياطاتها اللازمة نحو الأطراف التي يمكن أن تستغلها استغلالا سيئا، ومن المؤسسات التي تؤدي دورا رئيسيا في الأنظمة هي المؤسسات والأجهزة الأمنية، نظرا لما تحمله على عاتقها من مسؤولية حماية الوطن والممتلكات والأفراد، فكان من واجباتها تطوير أساليبها وتقنياتها المستخدمة في هذا الإطار، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من بين أشكال الإعلام الجديد الأكثر انتشارا اليوم بين الجمهور عامة وفئة الشباب خاصة، ونظرا لما ساهمت به من حراك سياسي واجتماعي سلط الضوء على قدرتها العالية للنفاذ لمختلف الشرائح وبأبسط السبل وأقل التكاليف، من هنا كان لزاما على مختلف الأجهزة الأمنية تبني استراتيجية اعلامية أمنية تقوم على الاستغلال الأمثال لمثل هذه المنصات الافتراضية، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن هناك اطرافا خارجية وداخلية مثل الجماعات الإرهابية والإرهاب الدولي والإتجار بالأطفال وغيرها من المنظمات التي تستغل شبكات التواصل الاجتماعي في استدراج ضحاياها من جهة وتجنيد اعضائها من خلالها من جهة أخرى، ويأتي دور المؤسسات الأمنية في تطويع هذه الشبكات من أجل رصد نقاط الضعف فيها ومواجهتها، واستخدامها في حملات التوعية من مختلف الأخطار وخاصة الإرهاب، من هنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على صفحتين من صفحات جهازين أمنيين بالجزائر وهما المديرية العامة للأمن الوطني والدرك الوطني، وتحليل مضمون صفحتاهما خاصة فيما يتعلق بظاهرة الإرهاب، وقراءة النتائج كيفيا وكميا .

1- مشكلة البحث:

تأسيسا لما سبق تسعى هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على المضامين المتعلقة بظاهرة الإرهاب وكيفية معالجتها في صفحة الدرك الوطني وكذا صفحة المديرية العامة للأمن الوطني على شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، من أجل تقييم الدور الذي يؤديه الإعلام الامني فيما يتعلق بقضية الإرهاب من خلال استخدام الأجهزة الأمنية لشبكات التواصل الاجتماعي.ولتحقيق ذلك نحاول الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما هي المضامين ذات علاقة بموضوع الإرهاب التي تتناولها صفحة الدرك الوطني والمديرية العامة للأمن الوطني على شبكة فيسبوك؟ و ما هي آليات معالجة هذه المضامين؟ و ما هو حجم التغطية وتوزيعها؟

2- تحديد المصطلحات:

التعريف الإجرائي للأجهزة الأمنية: في دراستنا هذه هي جهاز الدرك الوطني والمديرية العامة للأمن الوطني.

شبكات التواصل الاجتماعي :وتُعرف بأنها فضاءات تواصلية وأمكنة بدون حدود وبدون تاريخ ،ويكون الحوار والتواصل أساسها.ومنها (Facebook, twitter, You tube, Instagram) هذه المواقع أو الشبكات يتم توظيف الإعلام من خلالها. (معالي، 2008)

الإرهاب ويُعرف بأنه أي عمل يهدف إلى ترويع فرد أو جماعة أو دولة بغية تحقيق أهداف لا تجيزها القوانين المحلية أو الدولية،وتقوم به عصابات غير منظمة لتحقيق مآرب خاصة بها.(وهاب، 2003)

3- منهج البحث وأدوات جمع البيانات:

من اجل تحقيق اهداف الدراسة فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي، حيث يعد هذا المنهج أكثر ملاءمة للدراسات الوصفية، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (عبد الحميد،1993،ص ص 121-128)، وهذا من خلال استخدام الباحث أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات حيث تم تصميم استمارة تحليل المحتوى، وهو أسلوب يقوم على أساس الملاحظة غير المباشرة، من خلال تحليل المعاني الواضحة للوثائق أو النصوص المكتوبة، أو التسجيلات الصوتية أو المصورة المتعلقة بموضوع البحث، بهدف تحليل مضامينها فهي أداة بحثية تم تطويعها لتحليل مختلف محتويات شبكة الانترنت للوصول إلى مؤشرات كمية وكيفية (تربان، 2009، ص21)، وقد تم تصميمها في بحثنا بناءا على السياق التالي:

أولا: وحدات التحليل: لقد اعتمدنا على وحدة الفكرة كمعيار أساسي لتحليل مضامين المواضيع، حيث مكنتنا من تحديد وتصنيف المواضيع ضمن المجالات التي وردت فيها.

ثانيا: فئات التحليل: تم اعتماد النمط المعتاد وذلك باستخدام فئة الموضوع وفئة الشكل لتحليل المادة الإعلامية.

1- فئة الموضوع: ماذا قيل؟

تتكون من فئات فرعية : الموضوع / نوع الإرهاب/ الجمهور المستهدف / اتجاه المنشور/ اتجاه التعليقات

أ. فئة الموضوع: للكشف عن مراكز الاهتمام في محتوى المادة الإعلامية وقسمت الفئات الفرعية كالتالي:

- ✓ موضوع يتناول بلاغ حول تدمير مخابئ واسترجاع اسلحة.
- ✓ موضوع يتناول بلاغ حول القضاء على ارهابيين
- ✓ موضوع يتناول بلاغ حول القبض على ارهابيين
- ✓ موضوع يتناول التحذير من الظاهرة بصفة عامة.
- ✓ موضوع يتناول التعليق على ظاهرة الارهاب.
- ✓ موضوع يتناول بلاغ حول تسليم إرهابي لنفسه.
- ✓ موضوع يتناول الإشادة بجهود الجيش الوطني الشعبي.
- ✓ موضوع يتناول دعوة وتشجيع الناس للتبليغ عن الارهاب.

ب. فئة نوع الإرهاب:

- ✓ إرهاب عقدي
- ✓ إرهاب فكري
- ✓ إرهاب إلكتروني
- ✓ إرهاب عملي

ت. فئة الجمهور المستهدف:وتتكون من الفئات الفرعية التالية:

- ✓ الرأي العام.
- ✓ الشباب.
- ✓ الجماعات الارهابية.

ث. فئة اتجاه المنشور:وتتكون من الفئات الفرعية التالية:

- ✓ اخباري
- ✓ استعراضي
- ✓ تخويفي

✓ تحفيزي

د- فئة اتجاه التعليقات

✓ إيجابي مؤيد

✓ سلبي معارض

✓ لا يوجد تعليق

1- فئة الشكل : كيف قيل

وتتكون من الفئات الفرعية التالية: عدد البلاغات / تاريخ النشر / التفاعلية / درجة المزامنة/فئة الصور

أ- عدد البلاغات في المنشور:

تنقسم إلى: بلاغ واحد/ بلاغان / أكثر من بلاغين

ب- فئة تاريخ النشر :

✓ 2014/10/12 – 2013/10/12

✓ 2015/10/13 – 2014/10/13

✓ 2015/11/29 – 2015/10/14

✓ 2016/04/12 – 2015/11/30

✓ 2016/11/07 – 2016/04/13

ت- التفاعلية: فئة عدد المعجبين /فئة عدد التعليقات

ث- فئة درجة المزامنة:

✓ فور وقوع الحدث

✓ بعد فترة قصيرة

✓ بعد فترة طويلة

✓ غير موجود

ج- فئة الصور المرافقة :

- ✓ صورة أرشيفية
- ✓ صورة إرهابي مقتول
- ✓ صورة إرهابي مقبوض عليه
- ✓ صورة أفراد الجيش مع المحجوزات
- ✓ صورة أفراد الجيش في الجبل أو الغابة
- ✓ صورة تعبيرية
- ✓ صورة مسؤول في الجيش
- ✓ صورة للمحجوزات

4- عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في استخراج مفردات العينة، من خلال الولوج إلى صفحة الدرك الوطني الجزائري على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (https://www.facebook.com/www.cg.gov.dz/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)، وكذا صفحة المديرية العامة للأمن الوطني (https://www.facebook.com/algeriepolice.dz)، واستخدام الكلمات المفتاحية التالية: الإرهاب – الإرهابي – إرهاب – إرهابي، بصيغتي التعريف والتنكير من أجل زيادة فرص ظهور كل ما يتعلق بالموضوع العام، وقد أفرزت نتائج البحث على 51 موضوعا، ظهرت فيه الكلمات المفتاحية الدالة، حيث قام الباحث بإخضاع العدد الكلي للتحليل وفق استمارة التحليل المعدة مسبقا، وقد تم إجراء الدراسة التحليلية في الفترة بين 10/8 /2016 و 11/15/ 2016.

بعد تصفح كلا الصفحتين مبدئيا من أجل ضبط فئات ووحدات التحليل، وجد الباحث بأن صفحة المديرية العامة للأمن الوطني وبعد إدخال الكلمات

المفتاحية، وجدنا بها 20 موضوعا فقط ظهرت فيه كلمة إرهاب ولكن ليس كموضوع رئيسي وإنما كجملة ضمن سياق عام، وكل هذه المواضيع كانت عبارة عن تغطيات للسيد اللواء عبد الغني هامل المدير العام للأمن الوطني ومختلف زياراته والندوات والملتقيات التي حضرها أو الشخصيات التي استقبلها، وفي خلال الحديث عن مجريات هذه الملتقيات كان لفظ الإرهاب يذكر في السياق عند الحديث عن الجهود أو الأهداف، دون وجود مواضيع تتحدث صراحة عن الإرهاب، ما دفعنا لاستبعاد تحليل هذه المواضيع والاكتفاء بتحليل مواضيع صفحة الدرك الوطني الجزائري فقط، ونذكر في هذا السياق أن صفحة المديرية العامة على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك قد تم إنشاؤها بتاريخ 2013/07/22 (https://www.facebook.com/pg/algeriepolice.dz/about/?ref=page_inter nal) ، وهذا دفعنا للتساؤل عن مدى وضوح رؤية القائمين على الإعلام بالمديرية العامة للأمن الوطني على كيفية توظيف شبكات التواصل في ممارسة الإعلام الأمني بصفة عامة ومكافحة ظاهرة الإرهاب بصفة خاصة.

5- الجانب النظري للدراسة:

أولا: علاقة ظاهرة الارهاب بشبكات التواصل الاجتماعي

لقد لاقت ظاهرة الإرهاب اهتماما كبيرا من قبل الحكومات المختلفة، لما لها من آثار بالغة الخطورة أمن الدول واستقرارها، حيث تعتبر ظاهرة إجرامية منظمة تؤدي إلى خلق الرعب والتهديد للأفراد وممتلكاتهم، ما من شأنه زعزعة استقرار الدول وتهديد أوضاعها السياسية والاقتصادية ونشر الفوضى (مصطفى صادق، 2011)، ولقد مهدت الوسائل الجديدة للاعلام الطريق لمختلف التنظيمات الإرهابية التي استثمرت هذه الإمكانيات في تنفيذ وتوسيع مخططاتها الإجرامية،

وذلك من خلال استغلالها في نقل البيانات والأفكار وكذا التوجيهات فيما بينها، وكل هذا بمنأى عن الرقابة الأمنية، ويمكن تحديد أهم العناصر التي تستغلها الخلايا الإرهابية من خلال الإعلام الجديد عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة فيما يلي (عبد الرحيم، 2014، ص ص 16-17):

- **السرية:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الحسابات المزيفة وحتى المعلنة والمتغيرة باستمرار، قدرا كبيرا من السرية لهذه التنظيمات يسمح لها بالمناورة في حدود الزمن الذي سيتم تتبعه فيه.
- **الوصول إلى أكبر قدر من الجماهير:** سهولة استهداف شرائح واسعة من الشباب من مختلف الجنسيات والتوجهات ومن شتى مناطق العالم.
- **تنفيذ هجمات الإرهاب المعلوماتي:** بات بإمكان التنظيمات الإرهابية استهداف البنى التحتية الاقتصادية والأمنية دون الدخول في مواجهة مباشرة مع الأجهزة الأمنية، وذلك من خلال خبراء في مجال التقنية والمعلوماتية من اعضاء هذه الجماعات (البصول، 2002، ص ص 279-284):
- **التنسيق:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للجماعات الإرهابية لتطوير مستوى التنسيق فيما بينهم وفيما بين تنظيمات إرهابية أخرى، عن طريق حسابات عادية لأشخاص واستخدام لغات تشفير متعددة ومتجددة، تضمن ديمومة التخفي والتمويه مع إمكانية خوض محادثات صوت وصورة.
- **جماعات الانتماء:** تتزايد فرص إيجاد انتماءات وجماعات مرجعية قائمة على التواصل الالكتروني، يتقاسم أعضاؤها الأفكار والنقاش، وتسمح بتأسيس علاقات واسعة، هذه الانتماءات الافتراضية تعتبر أرضا خصبة للتنظيمات الإرهابية من أجل اصطياد ضحاياها.(Garret, R.K, 2006, pp5-8)

- **التعبئة والتجنيد:** يتميز خطاب الجماعات الإرهابية بكونه يعتمد على الدعاية وإبراز القوة والبطولة والتحكم المالي والتقني، كمدخل استعراضي لإغراء الشباب خاصة منهم صغار السن والذين يعانون مشاكل اجتماعية واقتصادية، ويرون في الانضمام إلى هذه الجماعات فرصة ذهبية لا يجب خسارتها، وتقوم هذه التنظيمات باصطياد ضحاياها في غرف الدردشة ومن خلال تحليل صفحات الأفراد من ناحية الميول للعنف واستخدام الأسلحة وغيرها من المؤشرات التي تسهل لهم عملية اختيار الضحايا، ومن بين أساليب استدراج الشباب هو إنشاء مجموعات على شبكة الفيسبوك والتركيز على الطرح الإنساني في البداية كغطاء يحميهم من إدارة الموقع، وبزيادة عدد أعضاء المجموعة تقوم باستهداف المحددين منهم ثم توجيههم إلى مواقع خارجية لهذه المنظمات الإرهابية.(Geoff Dean and all, 2012, pp193-194)
- **التمويل**: وذلك عن طريق تتبع البيانات وتحديد الأفراد والممولين المحتملين، ثم توفير تغطية لجمع الأموال من خلال جمعيات أو تبرعات لمؤسسات خيرية وغيرها، وبالتالي الحصول على ممولين غير مباشرين، إضافة إلى استخدام هذه الشبكات لتسهيل التحويلات المالية، فلقد أدركت التنظيمات الإرهابية أدوات القوة الناعمة بالقدر ذاته لإدراكها للطرق الكلاسيكية للهجوم، فقط استطاعت بذكاء أن توظف اللانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لنشر أفكارها والحصول على الدعم المعنوي والمادي(Joseph Nye,2008,p11) ، ونشر الحملات المغرضة والتغطية الدعائية للعمليات الإرهابية التي تنفذها وذلك بهدف تثبيط الروح المعنوية للدول والأنظمة.

ثانيا: الفئات المستهدفة من الارهاب في شبكات التواصل الاجتماعي:

يعتبر تأثير المواقع الإلكترونية عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة على الأمن القومي والفكري خاصة وأن النسبة الأكبر من مستخدميها في المنطقة العربية والجزائرية هم من فئة المراهقين الذين تطبعهم سمات ضعف الثقافة الدينية والتحصين الفكري والثقافي وكذا انخفاض مستويات الوعي بينهم، ما يزيد من تأثير المواد المنشورة والمتداولة ضمن هذه الشبكات (محمد، 2003،ص227)، التي تمتاز بخاصية ضبابية واختلاط المفاهيم وتداخلها ووجود كثير من المفاهيم التي تحقنها هذه الجماعات عن قصد ليشيع استخدامها وتداولها دون حتى معرفة مدلولاتها ومعانيها الحقيقية، وهذا من أجل توجيه متداوليها لأيديولوجيات وأهداف بذاتها من بينها زرع الفتنة وتغذية النعرات الطائفية وبث روح التّشتّت والتطرف. (الشهري، 1429، ص43)

إن استغلال المنظمات الإرهابية لامتيازات شبكات التواصل الاجتماعي لا يجعل من أهدافهم وفق الإرهاب التقليدي تختف كثيرا، فحتى مع الإرهاب الإلكتروني فهي تسعى لتحقيق الأهداف نفسها وتحركهم الدوافع ذاتها (الشهري، 2007، ص3-9)، إلا أن القيمة المضافة هنا هي إدراكها لنقاط ضعف فئة الشباب الذي يرتاد هذه الشبكات من فراغ معنوي وروحي، فعملت على مخاطبة غرائزه واستمالة عواطفه من خلال خطاب ديني مضلل وبراق يعتمد على الإغراءات الدنيوية المادية وإغراءات تتعلق بالآخرة والجزاء والجنة لتدفعه لتبني الأفكار التكفيرية ببراءة وعن قناعة أن ما يفعله من وحي الدين، وهنا يكون أداة طيّعة سهلة لتنفيذ هجوماتهم الانتحارية وغيرها من العمليات التي يتم تجنيد منفذيها باحترافية عالية، وهنا يبرز دور الأجهزة الأمنية في تتبع ورصد تحركات هذه الجماعات في الواقع الافتراضي، وقطع الطريق عليها أثناء محاولتها لتجنيد المزيد من

الشباب (بسيوني، 2008، ص39-43)، هذا الأخير الذي يعاني من مشكلات عديدة تدفعه ليكون فريسة سهلة في أيدي هذه الجماعات مثل البطالة والاحتياج والفقر، إضافة إلى التهميش وضعف المشاركة في الحياة السياسية والعامة وغياب رؤية واضحة وتخطيط للمستقبل، كما يلاحظ أن هذه الفئة تجمعها قواسم مشتركة من ناحية الحالة الانفعالية فأغلبهم يتمتع بدرجة كبيرة من النشاط والطاقة، كما لديهم ميل واستعداد للتجريب والرغبة الملحة في التغيير، ومعاناة أغلبهم من مشاكل أسرية، انطلاقا مما سبق وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن هذه الفئة هي الأكثر استخداما للانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، فستكون هي الأكثر عرضة لغسيل الدماغ وبث الأفكار المتطرفة والدعوة للانضمام لمختلف التنظيمات الإرهابية النشطة، ونعرض فيما يلي المراحل الأساسية التي تنفذها الجماعات الإرهابية لاستدراج ودفع هذه الفئة للانضمام لها كالتالي (ليلى، 2007، ص20-30):

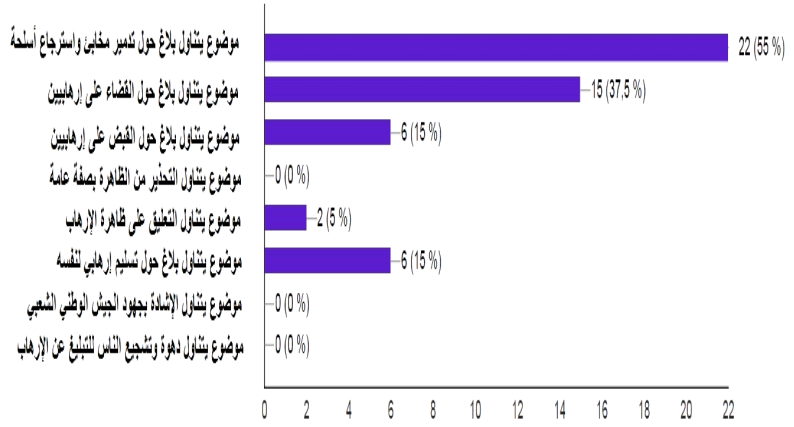
1- لفت الانتباه من خلال البحث في الكتب الدينية والفتاوى والتركيز على التفسيرات الأكثر تشددا، مع إسقاطها على مجريات الواقع، من أجل دفع هذه الفئة إلى الالتباس والحيرة وطرح التساؤلات.
2- توجيه هذه الفئة إلى الاختيار من خلال استخدام المؤثرات والمنشورات وغيرها التي تكون بمثابة إيحاءات لهؤلاء الشباب لاختيارها، فهي قد تم وضعها بمثابة مصيدة حتمية يختارها الشاب كحل للبس والتناقض الذي وقع فيه سابقا.
3- التشجيع والتحفيز لهذه الفئة من خلال مباركة اختيارها وتعظيم هذا القرار في أنفسهم .
4- الانضمام الفعلي لهذه الجماعات وتبني توجهاته الأساسية تحت غطاء طلب الجنة.

5- الانخراط في العمليات التنفيذية على أرض الواقع وتعتبر هذه هي الغاية الأساسية من كل ما سبق.

عرض نتئج الدراسة التحليلية:

أولا : توزيع عينة الدراسة على حسب طبيعة الموضوع المعالج

شكل 01 يوضح طبيعة الموضوع المعالج



يوضح الشكل 01 توزيع عينة الدراسة على حسب طبيعة الموضوع المعالج، حيث جاءت النسبة الأكبر في شكل مواضيع تتناول بلاغات حول تدمير مخابئ واسترجاع أسلحة وذلك بنسبة 55% من إجمالي المواضيع، يليها مباشرة مواضيع تتناول بلاغات حول القضاء على إرهابيين وذلك بنسبة 37.5%، ثم المواضيع التي تتناول بلاغات حول القبض على إرهابيين وذلك بنسبة 15% ،وبالنسبة نفسها المواضيع التي تتناول بلاغات حول تسليم إرهابي لنفسه، أما في المرتبة الأخيرة فتأتي المواضيع التي تتناول التعليق على ظاهرة الإرهاب، في حين لم يكن هناك مواضيع تتناول التحذير من ظاهرة الإرهاب بصفة عامة، أو دعوة الناس وتشجيعهم للتبليغ

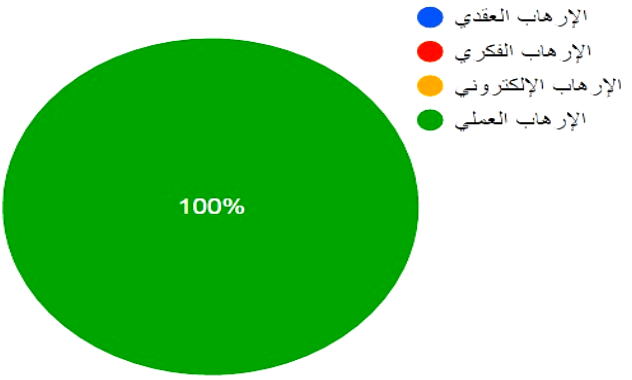
عن الإرهاب، كما لم تظهر مواضيع تتعلق مباشرة بالإشادة بجهود الجيش الوطني الشعبي.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أعلاه أن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي من قبل الجيش الوطني الشعبي فيما يتعلق بظاهرة الإرهاب يقتصر على نشر مختلف البلاغات، على حساب استخدامها في التوعية من ظاهرة الإرهاب .

ثانيا: توزيع عينة الدراسة على حسب فئة نوع الإرهاب

من خلال الشكل 02 نلاحظ أن **100%** من المواضيع التي تناولت الإرهاب تحدثت عن نوع واحد وهو الإرهاب العملي، المرتبط ببقايا الإرهاب الذي كان ممارسا في الجزائر في فترة التسعينيات، بينما يغيب الحديث عن باق أنواع الإرهاب التي لا تقل خطورة مثل الإرهاب العقدي والفكري والإلكتروني وغيرهم.

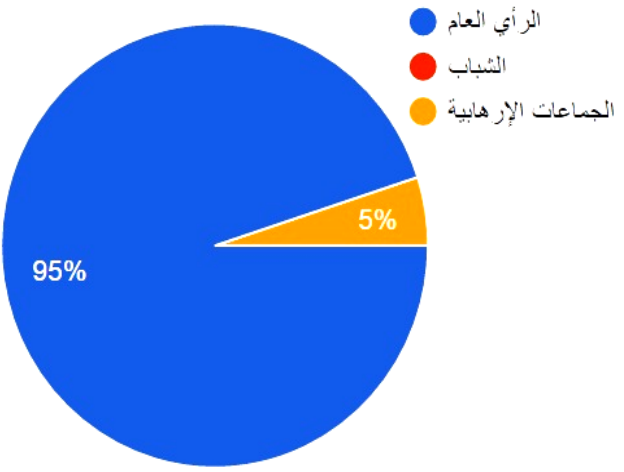
شكل 02 يوضح نوع الإرهاب



ثالثا: توزيع عينة الدراسة على حسب الجمهور المستهدف:

يبين لنا الشكل 03 أن النسبة الأكبر من المواضيع تتضمن خطابا موجها إلى الرأي العام بنسبة 95%، أما النسبة الموالية **5%** فكانت موجهة للجماعات الإرهابية، أما فئة الجمهور المستهدف التي لم تظهر فكانت فئة الشباب، حيث وبالرغم من انها تعد الفئة الأكثر استهدافا اليوم من قبل مختلف أشكال الإرهاب إلا أن الخطاب الذي كان مستخدما في شبكة التواصل الاجتماعي كان في جله موجها للرأي العام على عمومه.

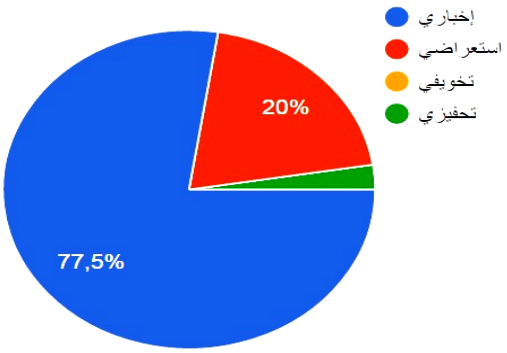
شكل 03 يوضح الجمهور المستهدف



رابعا: توزيع عينة الدراسة على حسب اتجاه المنشور

إن طبيعة النشر ضمن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يأخذ أشكالا مختلفة وقد تعذر علينا استخدام فئة القالب المستخدم هنا نظرا لعدم انتماء هذا النمط من الكتابة إلى العمل الصحفي المحترف، لذا ركزنا على اتجاه المنشور من حيث طريقة تناول الموضوع، من هذا المنطلق تشير نتائج الشكل 04 إلى أن الاتجاه السائد هو الإتجاه الإخباري في المرتبة الأولى بنسبة 77.5**%**وهذا يدعم النتيجة السابقة حول غلبة مواضيع البلاغات على باقي المواضيع المتناولة، يليها الاتجاه الاستعراضي بنسبة 20% والذي تضمن بلاغات حول عمليات مكافحة غلبت عليها طريقة الاستعراض في الخطاب والصور المرفقة، وأخيرا الاتجاه التحفيزي بنسبة 2.5% والذي كان في عدد قليل جدا من المنشورات أين يتم نشر بلاغات عن عمليات لازالت قيد المكافحة.

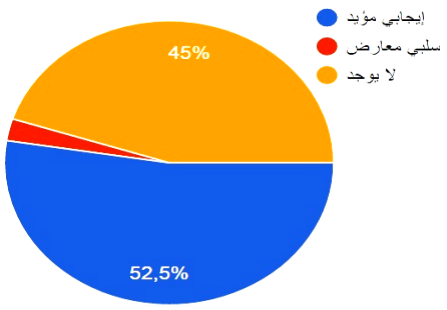
شكل 04 يوضح اتجاه المنشور



خامسا: توزيع عينة الدراسة على حسب اتجاه التعليقات:

تعتبر تعليقات المتابعين للصفحة من أهم المؤشرات على مدى جدوتها ووصولها إلى نطاق أوسع من الجمهور وكذا مدى تحقيقها لجزء من أهدافها المسندة لها، من هنا وجب معرفة الاتجاهات السائدة في التعليقات لرصد أهم ردود الأفعال المبدئية، وتشير نتائج الشكل 05 إلى أن الإتجاه الغالب هو الاتجاه المؤيد بنسبة52.5%، يليه الاتجاه المعارض بنسبة2.5% بينما نسبة **45%** من المواضيع لم تحوي أيا تعليق.

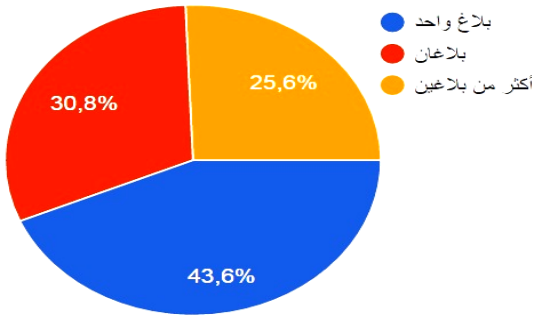
شكل05 يوضح اتجاه التعليقات



سادسا: توزيع عينة الدراسة على حسب عدد البلاغات في المنشور

يوضح الشكل 06 عدد البلاغات المتضمنة في كل منشور، حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر للمواضيع كانت تحوي بلاغا واحدا بنسبة43.6**%**،تأتي في المرتبة الثانية المواضيع التي احتوت بلاغا

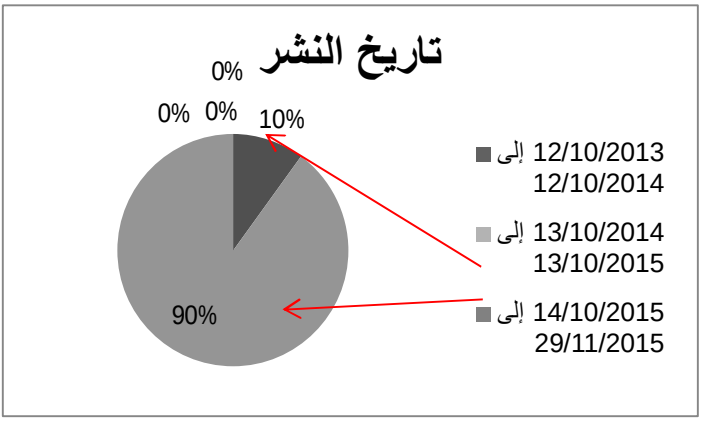
شكل 06 يوضح عدد البلاغات في المنشور



بنسبة 30.8**%**، ثم التي تحتوي على أكثر من بلاغين بنسبة 25.6**%.**ولم نجد استراتيجية واضحة حول المعايير المتحكمة في عدد البلاغات غير تزامن وقوع بعض أعمال المكافحة وبالتالي ينعكس هذا التزامن أيضا على التغطية.

سابعا: توزيع عينة الدراسة على حسب تاريخ نشر الموضوع

شكل 07 يوضح تاريخ نشر الموضوع في الموقع



رغم عدم وجود تحديد دقيق في البيانات العامة للصفحة إلا أن البحث في أقدم المنشورات يشير إلى أنها بدأت نشاطها منذ سنة 2013 وأول موضوع يحتوي على مفردة الإرهاب المستخدمة ككلمة مفتاحية للبحث يرجع إلى تاريخ 2013/10/12 الذي اتخذناه كمعلم لتصنيف تواريخ النشر، فكان تقسيم الفئة الاولى والثانية على أساس مرور سنة كاملة كما هو موضح في الشكل أما الفئة الثالثة فامتدت إلى آخر يوم قبل بدأ ظهور المواضيع التي تتناول فعلا ظاهرة الإرهاب ، على عكس السنوات الماضية التي ظهرت فيها كلمة إرهاب في مرات قليلة جدا وظهرت بصفة عارضة في منشورات لا تتعلق أساسا بالإرهاب، لتأتي الفئة الرابعة التي تمتد من 2015/11/30 إلى 2016/04/12 أين كان هناك ظهور محتشم لبعض المواضيع حول الإرهاب، ثم الفئة الأخيرة التي تمتد من 2016/04/13 إلى 2016/11/07 اليوم الموقوفة عليه نتائج هذا الدراسة، من هنا يبين الشكل 07 أن 90% من المواضيع عينة التحليل قد تم نشرها في الفترة الأخيرة أي لفترة تعادل ثمانية أشهر ، بينما 10% فقد تم نشرها في الفترة التي سبقتها أي بين 2015/11/30 إلى 2016/04/12، بينما في السنوات الثلاث الماضية لم يكن هناك أي تغطية او بلاغات أو حديث عن

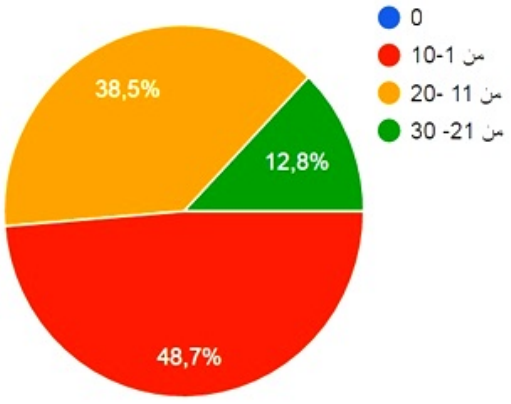
الإرهاب، ما دفعنا لطرح عديد التساؤلات حول هذا الانفتاح المفاجئ في نشر مواضيع الإرهاب وتركزها في الثمانية أشهر الأخيرة من تاريخ هذه الدراسة.

ثامنا: توزيع عينة الدراسة على حسب التفاعلية

أ- من خلال درجات الإعجاب بالمنشورات

رغم أن اعتماد إحصاءات مواقع الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي حول من حيث عدد المعجبين أو المشاهدين يبقى غير ذات قيمة صادقة، لاعتبارات تقنية وفنية، إلا أنه يمكن الاعتماد عليها كمؤشرات مبدئية لتحليل الواقع الراهن، فالقراءة الأولية للشكل 08 تبين لنا أن النسبة الأكبر من عدد المعجبين بموضوع ما من موضوعات الدراسة كانت بين 1-10 معجبين، وهذه نسبة ضئيلة جدا كمؤشر للتفاعلية خاصة إذا كانت تمثل نسبة 48.7%، تليها نسبة 38.5% من المعجبين كانت بين 11-20 إعجاب، في حين النسبة الأخيرة 12.8% تمثل عدد الإعجابات بين 21-30 إعجاب، وهذه النتائج تعتبر مؤشر ضعيف على مدى تفاعل رواد مواقع التواصل الاجتماعي معها.

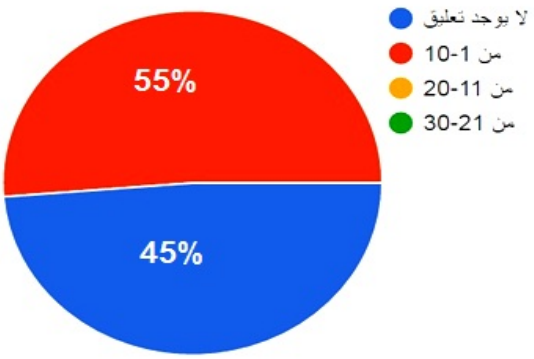
شكل 08 يوضح عدد المعجبين



ب- من خلال عدد التعليقات

حتى في اكثر المواضيع قراءة ومشاهدة ليس بالضرورة أن تحضى بنسبة تعليق معينة، فالشكل 09 يوضح أن نسبة **45%** من المواضيع المنشورة حول الإرهاب لا توجد بها تعليقات، أما نسبة **55%** من المواضيع كانت بها تعليقات لا تتجاوز 10 تعليقات ، وفي هذا مؤشر خطير لعدم تجاوب القراء والجمهور مع الصفحة بصفة عامة ومع المواضيع عينة الدراسة بصفة خاصة، وأنه يحظى بأولوية ضعيفة جدا في قائمة اهتماماتهم، في حين أن المواضيع التي حازت على بعض التعليقات كان أغلبها تعليقات تشجيع سطحية ومختصرة جدا.

شكل 09 يوضح تعليقات الجمهور

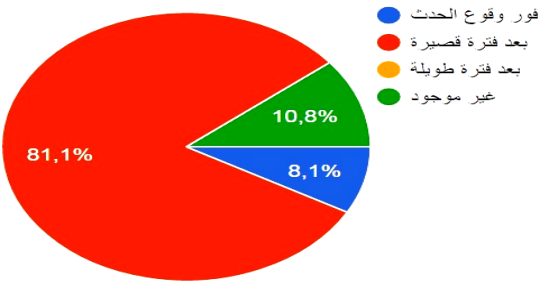


تاسعا: توزيع عينة الدراسة على حسب فئة درجة المزامنة

يوضح الشكل 10 أن السنبة الأكبر من المنشورات موضوع الدراسة التحليلية يتم نشره بعد مدة قصيرة من وقوع الحدث وذلك بنسبة 81.1% وهذا تقريبا بفارق يوم واحد، يليها نسبة 10.8% من المواضيع غير محددة وقت وتاريخ وقوع الحدث وبالتالي غير ممكن تحديد درجة المزامنة، أما في المرتبة الأخيرة فتمثل نسبة 8.1%، من

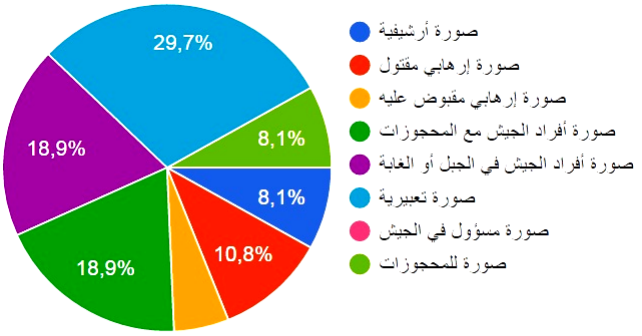
المواضيع التي تنشر فور وقوع الحدث وبفارق زمني يتراوح بين أقل من ساعة إلى أقل من ساعتين.

شكل 10 يوضح درجة المزامنة



عاشرا: توزيع عينة الدراسة على حسب الصور المرافقة

شكل 11 يوضح طبيعة الصور المرافقة



يبين الشكل 11 بالأعلى أن النسبة الأكبر للصور المرافقة لمواضيع العينة كانت عبارة عن صور تعبيرية بنسبة 29.7%، وقد تم التعرف على هذه الفئة لكون هذه الصورة ليست على علاقة مباشرة بالموضوع أو البلاغ المنشور وإنما الغرض منها دعم المحتوى المنشور وفي الغالب تكون مصممة بإحدى برامج الغرافيك، تليها نسبة 18.9% عبارة عن صور لأفراد الجيش في الجبل أو الغابة، ثم النسبة ذاتها18.9% من

المواضيع كانت مرفقة بصور أفراد الجيش مع المحجوزات، ثم نسبة 10.8% هي عبارة عن صور لإرهابي مقتول،تليها نسبة 8.1% عبارة عن صور أرشيفية وبذات النسبة 8.1% تمثل صور للمحجوزات منفردة ، وأخيرا نسبة 5.5% عبارة عن صور لإرهابي مقبوض عليه، في حين غابت الصور المرافقة للمسؤوولين في الجيش.

6- النتائج العامة للدراسة:

- نسبة 55% من المواضيع تناولت بلاغات حول تدمير مخابئ واسترجاع أسلحة.
- نسبة 37.5% من المواضيع تناولت بلاغات حول القضاء على إرهابيين.
- لم يكن هناك مواضيع تتناول التحذير من ظاهرة الإرهاب بصفة عامة، أو دعوة الناس وتشجيعهم للتبليغ عن الإرهاب.
- استخدام شبكة التواصل الاجتماعي من قبل الجيش الوطني الشعبي فيما يتعلق بظاهرة الإرهاب يقتصر على نشر مختلف البلاغات، على حساب استخدامها في التوعية من ظاهرة الإرهاب.
- 10%من المواضيع التي تناولت الإرهاب تحدثت عن نوع واحد وهو الإرهاب العملي.
- لم يكن هناك مواضيع تتناول باقي أنواع الإرهاب مثل الإرهاب العقدي والفكري والإلكتروني وغيرهم.
- نسبة 95% من المواضيع تضمنت خطابا موجها إلى الرأي العام.
- لم يكن هناك خطاب موجه لفئة الشباب ضمن المواضيع التي تم تناولها.
- الاتجاه السائد في صياغة المواضيع هو الاتجاه الإخباري بنسبة 77.5**%.**

- نسبة 20% من المواضيع برز فيها الاتجاه الاستعراضي والذي تضمن بلاغات حول عمليات مكافحة غلبت عليها طريقة الاستعراض في الخطاب والصور المرفقة
- نسبة 52.5% من التعليقات غلب عليها الاتجاه المؤيد الإيجابي
- نسبة 43.6% من المواضيع كانت تحوي بلاغا واحدا.
- نسبة 30.8% من المواضيع احتوت بلاغان .
- 90% من المواضيع عينة التحليل قد تم نشرها في الفترة من 2016/04/13 إلى 2016/11/07.
- السنوات الثلاث التي سبقت 2015 لم يكن هناك أي تغطية او بلاغات أو حديث عن الإرهاب.
- نسبة 48.7% من عدد المعجبين بموضوع ما كانت بين 1-10 معجبين.
- نسبة 45**%** من المواضيع المنشورة حول الإرهاب لا توجد بها تعليقات.
- نسبة 55**%** من المواضيع كانت بها تعليقات لا تتجاوز 10 تعليقات.
- النسبة الأكبر من المنشورات موضوع الدراسة التحليلية يتم نشره بعد مدة قصيرة من وقوع الحدث وذلك بنسبة 81.1%.
- النسبة الأكبر للصور المرافقة لمواضيع العينة كانت عبارة عن صور تعبيرية بنسبة 29.7%.
- نسبة 18.9% من الصور المرافقة كانت عبارة عن صور لأفراد الجيش في الجبل أو الغابة.
- نسبة 18.9% من المواضيع كانت مرفقة بصور أفراد الجيش مع المحجوزات

قائمة المراجع:

1- السيد الشرقاوي ،إيمان عبد الرحيم، **جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية" دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي"**، 18/17 ديسمبر 2014، ورقة بحثية مقدمة إلى: مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

2- معالي، خالد،2008، **أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين**،كلية الدراسات العليا :جامعة النجاح الوطنية، 2008.

3- خلف العاني، عامر وهاب،2003، **الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة**، عمان:دار الحامد.

4- مصطفى صادق، عباس،2011، **الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة**، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.

5- بسيوني، عبد الحميد،2007، **الديمقراطية الالكترونية**، القاهرة: دار الكتب العلمية، ص39-43

6- ليلى، علي، 2007، **تقاطعات العنف والارهاب في زمن العولمة**، ط1، مكتبة الانجلو المصرية.

7- الشهري، فايز عبد الله،1429 ه، **الخطاب الفكري على شبكة الانترنت "رؤية تحليلية لخصائص وسمات التطرف الالكتروني**، الرياض: جامعة الملك سعود.

8- الشهري، فايز عبد الله ،1-4 /2007/12، **التطرف الالكتروني "رؤية تحليلية لاستخدامات شبكة الانترنت في تجنيد الاتباع** "، ورقة علمية مقدمة لمؤتمر تقنية المعلومات والأمن الوطني المنعقد في الرياض.

9- تربان، ماجد، 2009، قضايا القدس في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع5**، جامعة الملك سعود، الرياض.

10- البصول، محمد أنور، 2002، **الاتصال وأثره في عمليات الإرهاب**، ندوة الارهاب والاعلام، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم.

11- عبد الحميد، محمد،1993، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، ط1 ،القاهرة :عالم الكتب.

12- مصطفى، محمد موسى، 2003، **المراقبة الالكترونية عبر شبكة الانترنت**، القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية.

1. Garret,R.K, 2006, " Protest in an Information society : A Review of Literature on Social Movements and New ICTS Information", **Communication and Society, Vol.9**;No.2.
2. Geoff Dean, Peter Bell, JackNewman, , April-July 2012, The Dark Side of Social Media: Review of Online Terrorism, **Pakistan Journal of Criminology, Vol. 3**, No.4.
3. Joseph Nye, 2008," Smart Power and theWar on Terror", **Asia Pacific Review, Vol.**15,No.1.

المواقع الإلكترونية:

1. https://www.facebook.com/www.cg.gov.dz/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
2. https://www.facebook.com/algeriepolice.dz
3. https://www.facebook.com/pg/algeriepolice.dz/about/?ref=page_internal