مجلة بوابة الباحثين للدراسات والأبحاث
Researchers Gate Journal for Studies and Research
ISSN (Print): 3080-1354 ISSN (online): 3079-787X
Supplement March 31,2025
2025

نظرية المساحة الثالثة وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء للتنمية السياسية

Third Space Theory and Social Media as a Sphere for Political Development

عمر وقاد: مختبر القانون العام والعلوم السياسية، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية ـ أكدال، جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب.

Omar Ouakkad: Laboratory of Public Law and Political Science, Faculty of Legal, Economic and Social Sciences - Agdal, Mohammed V University, Rabat, Morocco.

Omar.ouakkad@um5r.AC.ma

ملخص

تهدف هذه الورقة إلى استعراض تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء ثالث في تطوير الثقافة السياسية وتنميتها، حيث تبدأ الورقة بالتطرق إلى الإعلام التقليدي ووظيفته التنموية والإشكاليات التي تحيط بها (العيدي، 2013)، بعدها يتم عرض موجز لتطور الإعلام مع انتشار شبكة الإنترنت ثم كيفية تأثير وسائط التواصل الاجتماعي على مؤشرات التنمية السياسية كالمشاركة السياسية والتنشئة السياسية والديمقراطية بالإضافة إلى أهم الإشكاليات التي يطرحها استخدام هذه الوسائط وتأثيرها على الديمقراطية أما المحور الأخير فقد خُصص لقواعد البيانات التي يتم تجميعها من هذه الوسائط ومدى تأثيرها على الحياة السياسية.

الكلمات المفتاحية: التنمية السياسية، الإعلام التنموي، وسائط التواصل الاجتماعي، المساحة الثالثة، التعليم السلبي، التنشئة السياسية، الديمقراطية، الكتائب الإلكترونية، قواعد البيانات.

Abstract:

This paper aims to explore the impact of social media as a third space in the development and promotion of political culture. The paper begins by discussing traditional media and its developmental role, along with the issues surrounding it. It then provides an overview of the evolution of media with the rise of the internet, followed by an examination of how social media platforms influence political development indicators such as political participation, political socialization, and democracy. Additionally, it addresses the main challenges posed by the use of these platforms and their effects on democracy. The final section focuses on the databases collected from these platforms and their influence on political life.

Keywords: Political Development, Development Media, Social Media Platforms, Third Space, Negative Education, Political Socialization, Democracy, Electronic Brigades, Databases.

المقدمة

ظهر مفهوم التنمية السياسية في أعقاب الحرب العالمية الثانية وبرز كشرط أساسي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويعرف لوسيان باي L.Pyey التنمية السياسية بأنها "عملية تغير اجتماعي متعدد الجوانب غايته الوصول الى مستوى الدول الصناعية، فهي مقدمة التنمية الاقتصادية، وهي نمط سياسات المجتمعات الصناعية، وهي تحديث سياسي وتنظيم للدولة القومية، وتنمية إدارية وقانونية، وتعبئة ومشاركة الجماهيرية، وهي بناء للديمقراطية وهي استقرار" (العيدي، 2013) وتعد وسائل الإعلام التقليدية خاصة الحكومية أحد أهم الأدوات التي من شأنها تعزيز التنمية السياسية فهي وسيلة الاتصال بين النخب الحاكمة والمجتمع وهي ايضا وسيلة دعاية لسياسة الدول وبرامجها غير أن هذه الوسائل أيضا تستخدم لتظليل وتلميع صورة الانظمة الدكتاتورية، حيث تبقى فاعلية الإعلام التقليدي في الرفع من التنمية السياسية للمجتمع رهينة بإرادة النظام السياسي، غير أن هذا الوضع بدأ يتغير بشكل تدريجي مع الانتشار الذي حققته شبكة الانترنت وبروز بعض المواقع في فضائها أدت إلى تغيير طرق التواصل حيث نقلتها من المستوى العمودي على مستوى أفقي، كما وفرت هذه المواقع التي استقطبت ملايين المنخرطين منابر مجانية للتعبير عن الرأي مفتوحة في وجه المؤسسات الحكومية والغير حكومية والأشخاص العاديين، ورغم أن الغرض من انشاء هذه المنصات كان ترفيهي إلا أنه لا يمكن تجاهل التأثير السياسي لهذه المواقع خاصة وانها اصبحت مصدر للمعلومة لدى العديد من أفراد المجتمع ومعيار لمعرفة الرضا المجتمع على الأداء الحكومي.

ستحاول هذه الورقة الإجابة عن إشكالية رئيسية مفادها مدى تأثير وسائل التواصل الإجتماعية في التنمية السياسية،

وننطلق من فرضية مفادها أن الإنترنت وما وفره من بوابات للتواصل الإجتماعي استطاع مواجهة العقبات التي الذي حدت من فاعلية الدور التنموي للإعلام التقليدي.

سيتم توظيف المنهج الوظيفي لمحاولة الإجابة عن الاشكالية السابقة

المحور الأول: الإعلام التقليدي والتنمية السياسية

سخّر التطور التكنولوجي في مجال الإعلام، ابتداءً بظهور الصحافة الورقية إلى اختراع أجهزة المذياع والتلفاز، في خدمة الأنظمة والنخب؛ حيث إن هذه الوسائل عادة ما كانت مملوكة من طرف الدولة أو تخضع لرقابتها، وقد استُخدمت الوسائل الإعلامية من جهة في إضفاء الشرعية على الأنظمة السياسية وذلك عن طريق تلميع صورة الأنظمة الدكتاتورية والتسويق لإنجازاتها أو الحث على المشاركة السياسية والتسويق لقيم الديمقراطية في المجتمعات الغربية.

أما الوظيفة الأخرى للإعلام فتكمن في التعبئة والحشد الجماهيري وتوجيه الرأي العام بما يخدم توجهات صناع القرار والنخب؛ فطالما كانت وسائل الإعلام سلاحًا فعالًا لدى الأنظمة الشمولية لنشر أفكارها في صفوف جماهيرها وتعبئتها بما يخدم توجهاتها، كما أن الأنظمة الديمقراطية الغربية لم تسلم من هذا الطرح. فبحسب نعوم تشومسكي، فقد ظلت وسائل الإعلام بعيدة عن متناول العامة وخاضعة لرقابة شديدة من طرف النخبة التي استعملتها لتعبئة الجماهير في اتجاه سياساتها، وهو ما حدث في أعتى الديمقراطيات الغربية كالولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث استطاعت السياسة الإعلامية لرئيس ويلسون وذلك بإنشاء لجنة "كريل" للدعاية الحكومية والتي تمكنت في غضون ستة

أشهر من قلب الرأي العام الذي لم يكن متحمسًا لدخول الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب العالمية الثانية، كما كان لوسائل الإعلام تأثير كبير إبان الحرب الباردة وذلك بنشر الهستيريا من الزحف الشيوعي. ويرى نعوم أن هذا الاستعمال لوسائل الإعلام يستمد مرجعيته النظرية من مفكرين ينتمون للمعسكر الليبرالي الديمقراطي أمثال والتر ليبمان. يقول تشومسكي عن والتر ليبرمان: "ذكر بما أسماه بالثورة في فن الديمقراطية يمكن تطويعه لخدمة ما وصفه بتصنيع الإجماع، بمعنى جعل الرأي العام يوافق على أمور لا يرغبها بالأساس عن طريق استخدام وسائل الدعاية"، كما أن هذا الاستعمال لوسائل الإعلام ليس غريبًا أيضًا على الفكر الشيوعي؛ حيث يضيف تشومسكي: "وجهة النظر تلك ليست بجديدة، فهي تعود لمئات السنين، وهي كذلك وجهة نظر لينينية بحتة. وفي حقيقة الأمر هي مطابقة لمبدأ لينين القائل بأن طلائع المفكرين الثوريين لابد وأن تستولي على السلطة عن طريق توظيف الثورات الشعبية كإحدى الوسائل التي من شأنها أن تدفع بهم إلى سدة الحكم، ثم دفع الجماهير الغبية الدهماء باتجاه مستقبل غير قادرين أو مؤهلين لفهمه، أو وضع تصور له، لشدة غبائهم وعدم أهليتهم لفعل ذلك" (تشومسكي، 2005).

هذا التوظيف لوسائل الإعلام خلق إشكالية مبنية على مدى قدرة وسائل الإعلام في لعب دور تنموي في الدول النامية ومدى قدرتها في الرفع من التنمية السياسية في هذه الدول؛ فوظيفة الإعلام التنموي حسب أحمد سعيد تاج الدين "قدرة وسائل الإعلام في تشكيل المدركات السياسية للأفراد، من خلال تزويدهم بمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية، وتركيز إدراكهم على أهمية هذه القضايا، وفقًا لما تُقدم من مضامين في تفسير وتحليل الأحداث، وترتيب أولوياتها، فهي تُساهم في بلورة ثقافة سياسية، تُرسّخ قيم الممارسة الديمقراطية، وتُنشّط دور المجتمع المدني، وتُروّج قيم التسامح الفكري، وقبول

الآراء ووجهات النظر الأخرى، في إطار الحوار البناء، لإحداث التفاعل الخلاق بين الرأي والرأي الآخر، في إطار المصلحة العليا للمجتمع" (العزي، 2017).

الخصائص التي يمكن استنتاجها من خلال هذا التعريف أن الإعلام التنموي هو إعلام موجه وهادف يعمل بسياسة منظمة لتثقيف المواطن وزيادة المشاركة السياسية؛ أي أن الإعلام التنموي أداة السلطة السياسية للرفع من التنمية السياسية في المجتمع، هذه العملية التي تهدف إلى التغير المستمر في طبيعة النظام السياسي والرفع من كفاءته، عبر التنشئة السياسية وتوعية بدور الأفراد في العملية السياسية، والانفتاح على جميع القوى في المجتمع والتواصل المستمر مع الأفراد سياسيًا، وهكذا يتحول النظام السياسي من خدمة الأشخاص والنخب التي توجد على رأس السلطة السياسية إلى خدمة المجتمع.

أما الخاصية الثانية لهذا الإعلام أنه منفتح على آراء القوى السياسية والمجتمع المدني تحت مبدأ المساواة، وبذلك يتحول الإعلام من وسيلة في يد السلطة إلى وسيط بين السلطة السياسية والمجتمع، كما أنه إعلام منفتح على الثقافات الخارجية ونقل تجاربهم للاستفادة منها (العزي، 2017).

المحور الثاني: تطور الوسائط الاجتماعية

في سنوات السبعينات والثمانينيات رسم عدة باحثين مستقبلًا مشرقًا لتطور التنمية السياسية في ظل التطور التكنولوجي والتحول الرقمي للإعلام، باعتبار أن هذا التطور من شأنه أن يُطور من المشاركة السياسية وفاعلية الأداء السياسي كما من شأنه أن يدفع لدمقرطة الأنظمة في الدول النامية (بلقزيز، 2013)؛ فما هي الآليات التي يوفرها التطور الرقمي وكيف لهذا التطور أن يخلق مناخًا مناسبًا للرفع من التنمية السياسية؟

كان لسرعة انتشار شبكة الإنترنت التي قفز عدد منخرطيها من مليون مشارك سنة 1988 إلى أكثر من 4,9 مليار نسمة في سنة 2020 أي أكثر من 59 في المئة من مجموع سكان العالم (Global digital population of October 2020, 2021) هذا الانتشار الكبير في استعمال الشبكة الذي رافقه ثورة تقنية في عالم الأجهزة المحمولة المتصل بالشبكة أدى إلى ثورة في طبيعة الفاعلين في صناعة الرأي العام؛ فرغم أنه لم يُلغِ الإعلام التقليدي إلى أنه نقل عملية الاتصال الجماهيري من قالبها العمودي إلى مستوى أفقي في طبيعة العلاقة بين المُرسِل والمُتلقي.

فبعد انتشار المدونات والمواقع والمنتديات التي خلقت منابر للتواصل وتناقل الأخبار ونقاشها، ظهر نوع آخر من المواقع يُطلق عليها شبكات التواصل الاجتماعي، هذه المواقع التي كانت بدايتها مع الانتشار الواسع الذي حققه موقع فيسبوك والذي تأسس سنة 2006.

رغم صعوبة الاعتماد على تعريف محدد لهذه المواقع نظرًا للتطور التقني والتنظيمي المستمر، يمكن تعريفها على أنها "مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت التي ترتكز على استخدام تكنولوجيا الويب 2.0 *، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يُنشئه المستخدم (Ogbuokiri, 2016) ". وتُتيح هذه المنصات للأشخاص وضع ملف تعريفي خاص بهم وبناء شبكة من العلاقات الافتراضية التي تهدف إلى التفاعل مع المحتويات المعروضة، وقد استُعملت هذه الوسائط بالأساس في أغراض ترفيهية ونشر وتداول المعلومات والأخبار، غير أن ما شهده الوطن العربي من انتفاضات سنة 2011 والدور الجوهري الذي لعبته هذه المنصات في نجاح الحراك في دول عُرفت بقبضتها الأمنية، كما أن هذه الوسائط لعبت دورًا مهمًا في انتشار هذا النوع من الحراك خارج الحدود والذي

تخطى الدول النامية ليصل إلى الولايات المتحدة فيما يُعرف بحركة احتلوا وول ستريت والتي استلهمت طريقة عملها من حراك 25 يناير في جمهورية مصر العربية (Khan, 2011).

المحور الثالث: أثر وسائط الإعلام التواصل الاجتماعي في التنشئة السياسية والديمقراطية

وفّرت منصات التواصل الاجتماعي منابر لعرض المحتويات المرئية والمكتوبة والتفاعل معها، كما استغلت هذه المواقع التطورات التقنية المستمرة التي تُوفرها التكنولوجيا الحديثة ودمجها في منصاتها؛ فأصبح بإمكان المستخدمين مثلًا البث المباشر"streaming"، هذه التقنية التي لاقت رواجًا كبيرًا خاصة في فترة الحجر الصحي حيث استُعملت في اللقاءات الأكاديمية والندوات السياسية مما أمْكن لعدد كبير من الناس من بيوتهم مشاهدة وتفاعل مع هذه اللقاءات من خلال هذه المنصات في وقت عرضها، وقد خلقت هذه الإمكانيات مجالًا خصبًا لتعدد الآراء ووجهات النظر في القضايا السياسية والمؤثرة خاصة أنها مفتوحة للجميع ولا تتطلب تكلفة مادية كبيرة مثل وسائل الإعلام التقليدية، كما أن هذه الوسائط لم تكتفِ بعرض المحتوى المُنشأ داخلها فقط بل وفّرت إمكانيات للمواقع الخارجية لجذب التفاعل ومشاركة المحتويات المنشورة من هذه المواقع إلى المنصات مما جعل من هذه المنصات وسائط إعلامية هجينة (Axel Bruns, 2016)، تجمع بين المحتويات المنشأة داخلها والمحتويات المنشورة في المواقع الخارجية، يُضاف إلى هذا أن تشعب العلاقات والشبكية التي تعمل بها هذه المنصات خلق ما يُعرف بالتعلم السلبي حول السياسة؛ حيث تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بوصول الأخبار للأشخاص التي يُشاركها أفراد شبكتهم والمؤسسات الإعلامية التي أصبح لها حضور قوي في هذه المنصات؛ حيث أصبحت هذه الوسائط مصدرًا هامًا للأخبار للعديد من الناس دون البحث عنها بل مصادفتها بشكل عرضي أثناء استخدام هذه المواقع، وقد خفّفت

وسائل التواصل الاجتماعي هذه من المخاوف بشأن أن الخصائص الشخصية للأشخاص التي تحدّهم من أن يسعوا للبحث عن الأخبار والتعلم منها، وذلك لأن هذه الوسائط تُوفر فرصة للأفراد غير المهتمين بالاطلاع على الأخبار من المصادر التقليدية للتعرف بشكل سلبي على الأخبار السياسية دون السعي بنشاط للحصول عليها، وهو الأمر الذي من شأنه تقليل الفجوات المعرفية المحتملة في المجتمع (Homero Gil de Zúñiga, 2017) ، كما أن التعرض اليومي والتحدث في الأمور السياسية والذي يُشكّل جانبًا مهمًا في عملية التنشئة السياسية ويؤدي دورًا تربويًا في بلورة مفهوم المواطنة داخل المجتمع.

أهمية الحديث اليومي عن السياسة في تكوين الرأي العام بدأ قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يذهب الباحثون إلى أن تداول المعلومات السياسية بشكل يومي يبني هوية المواطنين ويُحقق الانسجام والتفاهم وينتج العقل العام، كما أنها تربط بين الأفكار الشخصية للأفراد وقضاياهم وأفعالهم بأفراد آخرين يُشاركونهم نفس الاهتمامات، والذي يؤدي بدوره لتقوية الفاعلية السياسية والتضامن. ويجادل أصحاب هذا التوجه إلى الحاجة لوجود "فضاء ثالث"؛ حيث يُعرّف أولدنبورغ الفضاء الثالث بأنه "تعيين عام لمجموعة كبيرة ومتنوعة من الأماكن العامة التي تستضيف التجمعات المنتظمة والتطوعية وغير الرسمية فهي جوهر الحياة العامة غير الرسمية.... وتؤدي دورًا حاسمًا في عملية تنمية المجتمعات مما يُساعد على تعزيز المواطنة". ويُقدم الحانات الإنجليزية القديمة والمقاهي الفرنسية كأمثلة للأماكن التي يمكن أن تُشكّل مكانًا ثالثًا؛ حيث يُشترط أن تكون هذه المساحات خارج المنزل ويمكن الوصول لها بسهولة لكي يشعر الإنسان أنه محايد وعليه الالتزام بالمعايير النظامية

(Axel Bruns, 2016). مواصفات المكان الثالث بهذا الطرح تتوفر في منصات التواصل الاجتماعي التي تُعتبر الملاذ الثالث الذي يجمع أكثر من نصف سكان العالم.

إن الإمكانيات التي تُوفرها منصات التواصل أدت إلى هجرة السياسيين نحوها؛ حيث أصبحت في الكثير من الأحيان الوسيلة الرئيسية التي يتواصل بها السياسي مع جمهوره، ولعل الرئيس دونالد ترامب يُعطي مثالًا على هذا؛ فقد أصبح منصة تويتر البوابة الرئيسية لرئيس لعرض قراراته قبل تناقلها من طرف وسائل الإعلام التقليدية، وقد بدأ الاعتماد على هذه الوسائل في عملية التواصل السياسي منذ الانتخابات الأمريكية سنة 2008؛ حيث قامت حملة أوباما بالتواصل مع الناخبين عبر هذه المنصات. واليوم أصبح استعمال هذه المنصات في الحملات الانتخابية أمرًا مألوفًا؛ فبالإضافة إلى التكلفة المادية القليلة مقارنة بأنواع الدعاية الأخرى وكفاءتها في الوصول للمواطنين، تُستخدم هذه المنصات لمعرفة آراء المواطنين وترجمتها في البرامج الانتخابية للأحزاب.

أظهرت العديد من الدراسات الميدانية في الدول العربية أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الديمقراطية والتنشئة السياسية (الرزاق، 2012–2013) (قطبي، 2017) (حسن، 2016)، غير أن هذه الدراسات ركزت على فئة الشباب باعتبارها الفئة الكبرى التي تتواجد في هذه المنصات، الأمر الذي يحتاج إلى إعادة المراجعة فهذه المنصات لم تعد محصورة لفئة الشباب بل أصبحت تجمع مختلف فئات المجتمع.

المحور الرابع: الوجه الآخر للوسائط الاجتماعية

رغم الإمكانيات الهائلة التي تُوفرها منصات التواصل الاجتماعي في خدمة وتطور التنمية السياسية والتي تم التطرق لها في المحور السابق، تُشكّل هذه الوسائط العديد من التحديات التي من شأنها أن تُضر بالتنمية السياسية، وتُعد الأخبار الزائفة والحروب الإلكترونية من أهم هذه التحديات.

أولًا: الأخبار الزائفة

رغم أن مصطلح الأخبار الزائفة خرج للوجود منذ انتشار الطباعة على نطاق واسع، إلا أن منصات التواصل الاجتماعي خلقت مناخًا مناسبًا لانتشار هذا النوع من الأخبار. دخل مصطلح الأخبار الزائفة إلى معجم كولينس Collins Dictionary سنة 2017، وتم تعريفه على أنه "معلومات خاطئة، ومثيرة في كثير من الأحيان، يتم نشرها تحت ستار التقارير الإخبارية (Fake news, 2018)".

عامل الإثارة في الأخبار الزائفة يجعل من هذا النوع من الأخبار ينتشر بشكل واسع في منصات التواصل الاجتماعي نظرًا للتفاعل الكبير الذي يحظى به هذا النوع من الأخبار؛ حيث أكدت دراسة لمعهد ماساتشوستس على أن قوة انتشار الأخبار الزائفة على منصة تويتر أقوى من انتشار الأخبار الحقيقية (Vosoughi, 2018)، وتنتشر الأخبار الزائفة على منصات التواصل الاجتماعي في العديد من المجالات السياسية والثقافية والاقتصادية مما يؤثر بشكل سلبي في الرأي العام نظرًا لعدم مصداقية المعلومات التي يُبنى عليها هذا الرأي، وقد استُخدم هذا النوع من الأخبار بشكل ممنهج للتأثير على الرأي العام، ولعل الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2016 حيث لعبت عناوين مثل "البابا يدعم ترامب"، "هيلاري كلينتون باعت أسلحة لتنظيم الدولة الإسلامية" دورًا

بارزًا في الانتخابات الأمريكية؛ ففي دراسة أُجريت في جامعة ستانفورد استقبلت المواقع الإخبارية الزائفة ما يناهز 159 مليون زيارة خلال شهر الانتخابات الرئاسية الأمريكية، حيث تبيّن أن أغلب هذه الأخبار المزيفة موالية لترامب ولعبت دورًا مهمًا وحاسمًا في انتخابه سنة 2016 (Manukonda, 2018). إن تنامي هذه الظاهرة والتهديدات التي تُخلّفها على جميع نواحي الحياة في المجتمع جعلت الدول والمنظمات المجتمع المدني تبحث عن حلول لهذه الظاهرة بالإضافة إلى الضغط على مواقع التواصل الاجتماعي لمحاربة هذه الظاهرة، وقد كان من بين الإجراءات التي اتخذتها الشركات المُسيّرة لهذه المواقع توثيق الحسابات التي تُمثل المؤسسات والشخصيات المعروفة بوضع علامة زرقاء قبل اسم الحساب وذلك بعد التأكد من الوثائق الرسمية التي تخص هذه الجهات، وهو ما يحد من تأثير الحسابات المزيفة التي تتقمص شخصيات ومؤسسات يثق فيها الرأي العام، كما أن تويتر والذي يُعتبر المنبر المفضل لرئيس الولايات المتحدة ترامب عمل على حجب جميع التغريدات المزيفة المتعلقة بالانتخابات الأمريكية؛ حيث تم إخفاء الكثير من تغريدات الرئيس المُضللة مع رسالة تُحذّر من المحتوى وإمكانية فتحه، غير أن التساؤل المطروح عن جدوى هذا الإجراء خاصة وأن التفاعل مع هذه التغريدات لم يقل (الصفحة الرسمية لدونالد ترامب على تويتر، 2018).

المملكة المغربية بدورها لم تكن بعيدة عن تأثر الأخبار المزيفة والتي تعاظمت في فترة الطوارئ الصحية مما دفع الحكومة إلى إصدار مشروع قانون 2022 لمحاربة الأخبار الزائفة على منصات التواصل الاجتماعي، هذا المشروع الذي تم تسريبه في مواقع التواصل الاجتماعي والذي خلّف موجة

انتقاد واسعة في هذه المنصات نظرًا لما يحمله المشروع من بنود تُقيّد حرية الرأي والتعبير، وهو ما دفع الحكومة إلى تأجيل عرضه (غبشي، 2020).

ثانيًا: الكتائب الإلكترونية

تحدث الأخبار الزائفة تأثيرًا أكبر على المجتمع عندما تُستعمل بطريقة منظمة وفق استراتيجية لخدمة مصالح معينة، حيث تصبح سلاحًا في يد الكتائب الإلكترونية التي يمكن تعريفها على أنها مجموعات منظمة تهدف لترويج أفكار تخدم الجهات التابعة لها والتأثير على الرأي العام وتضليله. وتتعدد أدوات هذه الكتائب من برمجيات متطورة للمراقبة والاختراق والتي تهدف إلى شل البنية التحتية للعدو واختراقه. ويُعتبر التأثير على التوجه العام من أهم وظائف هذه الكتائب؛ حيث تُسخّر هذه الأخيرة المؤثرين ومجموعة من الحسابات المزيفة التي تُدار إما بواسطة أشخاص أو روبوتات تابعة لها والتي تتفاعل بطريقة ممنهجة مع قضية معينة بهدف تضليل الرأي العام، حيث تستهدف هذه الكتائب التأثير على الاتجاهات السائدة حول قضية معينة (trends) وتُغيّر من نتائجها على محركات البحث الخاصة بهذه المنصات (خليفة، 2020، صفحة 12). هذا وقد ظهر مصطلح "الحروب الإلكترونية" وهي عبارة عن حروب بين الجهات المتصارعة بواسطة كتائبها الإلكترونية ساحتها مواقع التواصل الاجتماعي، وتهدف هذه الكتائب إما لتشويه الشخصيات السياسية أو الدول أو لتعبئة الرأي العام في الاتجاه الذي يخدم مصالحها.

استعمل الكيان الإسرائيلي الكتائب الإلكترونية في فترة الحرب على غزة سنة 2014 التي تميزت باستخدام الفلسطينيين لهذه المواقع لتوثيق انتهاكات جيش الاحتلال، فقامت الكتائب الإسرائيلية بترويج لدعاية مضادة تصور إسرائيل كضحية لهجمات الفلسطينيين (خليفة، 2020، صفحة 15).

كما كان للكتائب الإلكترونية دور كبير في نشر التطرف وأداة في يد المنظمات الإرهابية للاستقطاب والتجنيد؛ فما يُسمى "بتنظيم الدولة الإسلامية" كان له حضور قوي في هذه المواقع لنشر أفكاره بين أفراد الشعب ولاستقطاب وتجنيد أعضاء جدد في التنظيم (فايد، 2016).

ظاهرة انتشار الكتائب الإلكترونية خلقت تهديدًا حقيقيًا لمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في عكس التوجه العام الحقيقي، كما أن أسلوب الدعاية المعتمد داخل هذه الوسائط يؤثر بشكل أكبر من الوسائل الإعلامية التقليدية التي كانت تُستخدم في بعض الأحيان لنفس الغرض. ولمواجهة هذه الظاهرة التي تؤثر على مصداقيتها، قامت وسائل التواصل بشن حملات على الحسابات المزيفة والتي تنشط في هذا المجال؛ فموقع الفيسبوك مثلًا والذي يُميّز بين نوعين من الأعمال التي تهدف للتلاعب بالرأي العام عن طريق الحسابات المزورة، في النوع الأول والذي يكون محليًا وغير حكومي تقوم إدارة الفيسبوك بمسح الحسابات المزيفة والحقيقية والمجموعات والصفحات المتورطة بشكل مباشر في عملية التضليل، أما في الحالة الثانية والتي تقوم بها أطراف حكومية أو جهات خارجية فيتم استخدام تدبير أوسع وذلك بحذف كل ما له علاقة بالحملة من حسابات مزورة وحقيقية وحسابات المؤسسات والمنظمات التي تُحرّك هذه العملية. وقام الفيسبوك بحذف 1196 حسابًا فقط في شهر أكتوبر 2020، منهم 31 حسابًا و 25 صفحة صنفتها الفيسبوك في إطار التدخل الأجنبي الذي يتعارض مع سياسة المنصة، وقد أعلنت إدارة الفيسبوك أن هذه الحسابات تُدار بواسطة أفراد من داخل كل من مصر والمملكة المغربية وتركيا وتستهدف كلًا من ليبيا والصومال وتونس واليمن.

أما موقع تويتر فبالإضافة إلى حملته لمحاربة الأخبار والحسابات المزيفة، قام أيضًا بإنشاء أرشيف للحملات الخارجية التي يتم الكشف عنها، وذلك لغرض توثيقها وتوفيرها للباحثين لدراستها ومعرفة كيف تؤثر على القضايا السياسية.

المحور الخامس: وسائل التواصل الاجتماعي وإشكالية البيانات

تُعتبر قواعد البيانات من أكثر القضايا التي تخلق جدلًا فيما يخص وسائط التواصل الاجتماعي؛ حيث تُعتبر هذه المنصات منجمًا لجمع بيانات المستخدمين. وتتعدد المجالات التي تُمكّن من الاستفادة من هذه البيانات، وإن كان المجال الاقتصادي هو المجال الرئيسي فهو ليس الوحيد، فهذه البيانات أصبحت أداة رئيسية لقياس الرأي العام ومعرفة توجه الجمهور في القضايا المطروحة، كما أن الدول العظمى سعت للسيطرة على هذا المجال وتسخيرها لصالحها. فالولايات المتحدة الأمريكية مثلًا قامت بإنشاء العديد من البرامج والمشاريع لجمع البيانات وتوظيفها، ومن أمثلتها برنامج بريزم (PRISM) والذي تم إنشاؤه بموجب قانون الحماية الأمريكي؛ حيث يسمح هذا المشروع لوكالة الأمن القومي الأمريكي أن تطلب من الشركات المالكة لمواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الوصول لبيانات أي شخص حول العالم شريطة الحصول على موافقة أحد القضاة السريين في محكمة مراقبة الاستخبارات الخارجية (Roth، 2019). والمملكة المتحدة بدورها تستعمل برنامج (SOCMINT) والذي يهدف إلى تحليل البيانات المستخرجة من مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الخروج بإحصائيات ومؤشرات حول الحسابات الناشطة والمؤثرة في هذه المنصات (خليفة، 2020، صفحة 13). إن ما تُوفره هذه البيانات من معلومات جعلتها أداة أمنية ووسيلة لمحاربة المنظمات الإرهابية؛ حيث تم استعمال البيانات المتوفرة في منصة تويتر لرصد النشاط الجغرافي للمستخدمين المؤيدين

"لتنظيم الدولة"، حيث تم تجميع بيانات أكثر من 43000 مستخدم وذلك بعد إزالة الحسابات الوهمية التي تنشط باستخدام الروبوتات باستخدام تقنية تحليل الشبكات الاجتماعية (SNA)، وبفضل مقاربة التحليل اللغوي تم تحديد العناصر المؤيدة لتنظيم الدولة من العناصر المعارضة لها وذلك باستخدام متغيرات التعبير والهاشتاغات لكل من كلمة "داعش" التي يميل إلى استخدامها معارضو هذا التنظيم واستخدام مصطلح "دولة الخلافة" التي يستعملها الموالون والمتعاطفون مع هذا التنظيم. هذا التحليل أدى إلى إنشاء خريطة تفصيلية لأماكن تواجد المؤيدين لتنظيم الدولة في منطقة الشرق الأوسط والعلاقات التي تربط أفرادها (بول، 2017).

كما تتعاون بعض هذه المنصات مع الحكومات عند تقديم طلب قانوني من هذه الأخيرة للكشف عن بيانات الحسابات على المنصة؛ حيث تلقى موقع تويتر 8,8 ألف طلب من حكومات مختلفة لكشف بيانات حسابات المنخرطين بصفة فردية وجماعية، بفضل قانون البيانات الذي سُنّ سنة 2018 والذي يسمح للحكومات التي تربطها اتفاقيات ثنائية مع الولايات المتحدة الأمريكية بطلب معلومات عن الحسابات التي تنشط في المنصات الأمريكية كالفيسبوك وتويتر بالإضافة إلى مراقبتها والتنصت عليها (Transparency، 2021).

حققت منصات التواصل الاجتماعي أرباحًا هائلة بفضل بيانات المستخدمين وتحليلها بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ فبفضل هذه الآلية التي مكّنت أصحابها من توقع السلوك المستقبلي للمستخدمين، حيث يمكن للفيسبوك مثلًا تمشيط بيانات أكثر من 2 مليار مستخدم واستخراج ملايين المستخدمين الذين يمكن استبدال تفضيلهم لمنتج معين بمنتج آخر منافس له، وذلك بتعريض هذه الفئة لحملة إعلانية "الإعلان الموجه"؛ حيث مكّنت هذه الآلية من تغيير قرار المستهلك قبل اتخاذه

(Sam Biddle، 2018). إن استخدام هذه الآليات والتي تتطور بشكل سريع مع مرور الوقت في الجانب السياسي، يمكن أن يُحدث انتكاسة كبرى للديمقراطية، كما أن اتهام هذه المنصات باستخدام بيانات المستخدمين وتوظيفها في التأثير على الرأي العام ظل يُرافق هذه المنصات، ولعل مثال شركة Cambridge Analytica يوضح خطورة استعمال هذه الأدوات؛ فالشركة التي تُسوّق لنشاطها كمزيج من التحليلات التنبؤية والعلوم السلوكية وتقنيات الإعلان القائمة على جمع البيانات الهدف منها هو تكوين جمهور مستهدف واستخدام البيانات لإقناع وتحفيز الناخبين، نشطت هذه الشركة في عدة دول ابتداءً من الولايات المتحدة الأمريكية حيث ثبت تورط الشركة بدعاية لأحد المرشحين في الانتخابات الفدرالية؛ حيث أظهرت لجنة الانتخابات الفدرالية أن المرشح دفع لهذه الشركة أكثر من 750 ألف دولار أمريكي، كما يتم التحقيق في تورطها في التدخل في استفتاء خروج المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى تدخلها في عدة دول أخرى كروسيا والصين ودول أفريقيا (Elena L. Boldyreva، 2018) .إن التأثير الكبير الذي يمكن أن تُحدثه عملية تحليل البيانات في توجيه الرأي العام يعكسه الارتياب الكبير لدى بعض الدول من إمكانية استغلال بيانات مواطنيها من أطراف خارجية؛ فقد قامت معركة قانونية بين إدارة موقع الفيسبوك الذي يخزن بيانات مستخدميه في الولايات المتحدة وبين الاتحاد الأوروبي والتي فرضت إجراءات صارمة على الموقع لحماية المعطيات الشخصية الخاصة بالمواطنين الأوروبيين وطرق نقلها للولايات المتحدة (ALEMANNO, 2019)، كما ظهرت حرب أخرى بين الصين والولايات المتحدة بسبب موقع "تيك توك" الصيني والذي لاقى رواجًا كبيرًا في العالم والولايات المتحدة، بدعوى أن الصين يمكن أن تستخدم الموقع للتجسس والتأثير على الرأي العام في الولايات، خاصة وأن بيانات مستخدمي الموقع

تُخزن في الصين ولهذا تم تخيير إدارة الموقع بين بيعه لشركة أمريكية أو أن يتم حظره في الولايات المتحدة (The Guardian, 2020).

التوصيات

تزداد أهمية وسائل التواصل الحديثة في حياتنا كل يوم كما أنها تتطور كل يوم، ومع تطورها يتم تطوير أدوات للاستغلال المظلم لهذه الوسائط. ورغم ما تُوفره هذه المنصات من منابر لحرية التعبير عن الرأي والتواصل والانفتاح على تجارب العالم، تبقى تحدياتها وتهديداتها على المسار الديمقراطي للدول أكبر؛ وذلك لما تُوفره من فضاء خصب لتضليل وتوجيه الرأي العام، كما أنها تُوفر إمكانيات أكبر للتجسس ومراقبة الأفراد. إن امتلاك هذه المنصات من طرف شركات ربحية وإمكانية استغلال البيانات من طرف الدول والمنظمات يجعلها تهديدًا حقيقيًا لإرادة المجتمع.

لهذا نوصي بسن تشريعات دولية لتنظيم عمل هذه المواقع وحماية خصوصية جميع المنخرطين بها بغض النظر عن الدول التي ينتمون لها أو يُوكل أمر إدارتها لمنظمة أممية غير ربحية تسعى بنزاهة لتأطير هذا الفضاء العام وجعله أكثر مصداقية في التعبير عن إرادة رواده.

المصادر والمراجع

1. خليفة، إيهاب، الكتائب الإلكترونية: الملامح العامة لحروب مواقع التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط، دراسة المستقبل، اتجاهات الأحداث، 1(4).
2. ترامب، دونالد، الصفحة الرسمية لرئيس دونالد ترامب على موقع التويتر.
3. غبشي، بوعلام، (2020، 5 مايو)، هل "تخلت" الحكومة المغربية عن مشروع قانون مواقع التواصل الاجتماعي تحت "الضغط الشعبي"؟ موقع فرنس 24.
4. عبد الرزاق، رافت مهند، (2012-2013)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت" (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البتراء الاردنية كلية الآداب والعلوم .
5. قطبي، رضوان، (2017)، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، 3(1).
6. برقوق، عبد الرحمان، والعيدي، صونيا، (2013)، التنمية السياسية : النشأة والمفهوم، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 5.
7. العزي، علياء، (2017)، الإعلام العربي والتنمية السياسية (سلسلة دراسات)، معهد البحرين للتنمية السياسية.

8. بلقزيز، عبد الإله، وآخرون، (2013)، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم (سلسلة كتب المستقبل العربي 69، ط 1)، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.

9. حسن، عبد العزيز على، (2016)، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر"، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، 43(1).

10. تشومسكي، نعوم، (2005)، السيطرة على الإعلام (ط 2)، مكتبة الشروق الدولية القاهرة.

11. فايد، نورا بندارى عبد الحميد، (2016، 19 يوليو)، دور وسائل التواصل الاجتماعي فى تجنيد أعضاء التنظيمات الإرهابية دراسة حالة "داعش، المركز الديمقراطي العربي.

12. مارسيلينو، ويليام، وسميث، ميجان ل، وسكرابالا، لورين، وبول، كريستوفر، (2017)، رصد وسائل التواصل الاجتماعي عبر لتحليلات وزارة الدفاع الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل دعماً لعملّيات المعلومات، مؤسسة RAND كاليفورنيا.

13. ALEMANNO, ALBERTO, (2019, May 24), Facebook vs. the EU, politico.

14. Bruns, Axel, Enli, Gunn, Skogerbø, Eli, Larsson, Anders Olof, and Christensen, Christian, (2016), The Routledge Companion to Social Media and Politics (First published), Routledge New York.

15. Khan, Azmat, (2011, October 19), Key Egyptian Revolutionary Advising "Occupy Wall Street", website: pds.org.

16. statista, (2020, October), Global digital population as of October 2020.

https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide.

17. HarperCollins Publisher, Dictionary. Copyright ©.
18. Collins Dictionary, fake news. https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news
19. Boldyreva, Elena L., Grishina, Natalia Y., and Duisembina, Yekaterina, (2018), CAMBRIDGE ANALYTICA: ETHICS AND ONLINE MANIPULATION WITH DECISION-MAKING PROCESS, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences.
20. Collins English Dictionary, fake news " false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting ".
21. de Zúñiga, Homero Gil, Weeks, Brian, and Ardèvol-Abreu, Alberto, (2017, May 1), Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics, Journal of Computer-Mediated Communication, 22(3).
22. twitter, Information Requests Insights into legal demands to produce account information from governments, law enforcement, and third parties around the world.
23. Manukonda, Rabindranath, (2018), Mediascape in 21st Century: Emerging Perspectives, Kanishka Publishers.
24. Vosoughi, Soroush, et al., (2018, March 9), The spread of true and false news online, Science.

25. Biddle, Sam, (2018), FACEBOOK USES ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO PREDICT YOUR FUTURE ACTIONS FOR ADVERTISERS, SAYS CONFIDENTIAL DOCUMENT, theintercept.
26. the guardian, (2020, November 11), TikTok asks US court to intervene after Trump administration leaves app in limbo.
27. Roth, Yoel, (2019, January), Empowering further research of potential information operations, twitter blog.
28. Udanor, C. N., Aneke, S. O., and Ogbuokiri, B. O., Social Media Impact on the Politics of Developing Countries: An Insight from Big Data Analytics.