

2023
فائز بتحدي
الذباب AR10 للتأليف السريع

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

عبد الله عبد المؤمن التميمي



الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الأستاذ الدكتور عبد الله عبد المؤمن التميمي
أستاذ الإعلام والاتصال

الذباب الإلكتروني... وصناعة الرأي العام

جميع حقوق الطبع محفوظة ©

1445 هـ - 2024 م

الطبعة الأولى

اسم الكتاب: الذباب الإلكتروني... وصناعة الرأي العام

أ. د. عبد الله عبد المؤمن التميمي

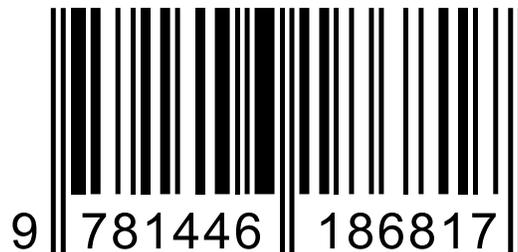
مقاس الكتاب: 7" * 10"

عدد الصفحات: 110

المدقق اللغوي: الدكتور عبد الوهاب الحداد

التنسيق الفني: عدنان قلعه جي

رقم التسجيل الدولي ISBN :



arid.my | info@arid.my

رعاة الكتاب



المحفل العلمي الدولي
www.almahfal.org



منصق أريد العلمية
www.arid.my



جامعة أريد الدولية
university.arid.my



أكاديمية أريد لعلوم الفضاء
falak.arid.my



وقف الذكاء الاصطناعي
www.waqf.ai



القرية العلمية
sci-village.com



أبصر فايزر للمخيمات الافتراضية
www.abservisor.com



منصق الفاتحة
www.fatiha.id



منصق أبناء العلماء
sos.arid.my



منصق قادرة
www.qadirah.com



أبصر للتعليم الإلكتروني
www.abser.org



بوابت فلسبي للدفع الإلكتروني
www.filspay.com



إهداء

إلى رواد الكلمة.. وصانعي المحتوى يجب أن تتذكروا أنّ

ديننا.. وحصارتنا.. وعادتنا مرهونةً بكلمةٍ تُقال.. وسلوكٍ يُفعل.. وتغريدةٍ تُرسل، فإذا انفصلتُ

الكلمة عن السلوك فلا قيمة لها.

وما من كاتبٍ إلا سيفني ** ويُبقي الدهر ما كتبت يداهُ

فلا تكتبُ بكفك غير شيءٍ ** يسرُّك في القيامة أن تراهُ

(الإمام الشافعي)

قائمة المحتويات

5	إهداء.....
6	قائمة المحتويات.....
11	المقدمة:.....
14	الفصل الأول.....
14	المقدمة:.....
15	مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:.....
16	الظواهر المُصاحبة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي:.....
17	أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:.....
21	مميزات وأثار وسائل التواصل الاجتماعي:.....
22	مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:.....
24	عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:.....
25	1- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة.....
25	2- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.....
25	3- التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل، والتزوير.....
25	4- انتهاك الحقوق الخاصة والعامة.....
26	تضخم المعلومات*.....
26	اختراق الخصوصية*.....
26	المشكلات النفسية*.....
26	العزلة الاجتماعية*.....
27	التنمر*.....
27	الإدمان*.....
27	الحد من الإبداع وتعطيل اللغة السليمة*.....
27	سوء الفهم*.....
28	أهداف وسائل التواصل الاجتماعي:.....

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- أهم التطبيقات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي: 30
- 1- الفيسبوك Face book 30
- 2- مسنجر Messenger 30
- 3- واتس اب WhatsApp 31
- 4- وي شات WeChat 31
- 5- تويتر (X) Twitter 32
- 6- لينكد ان LinkedIn 32
- 7- يوتيوب YouTube 33
- 8- انستغرام Instagram 33
- 9- ميديوم Medium 33
- 10- تيك توك Tik Tok 34
- 11- فايبر Viber 34
- 12- سناب شات Snapchat 35
- 13- بنترست Pinterest 35
- 14- تلغرام Telegram 36
- مؤشرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: 36
- الضوابط الأخلاقية للنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي: 38
- الفصل الثاني 40
- المقدمة: 40
- ظهور الذباب الإلكتروني: 41
- مفهوم الذباب الإلكتروني: 42
- أهداف الذباب الإلكتروني: 44
- خصائص الذباب الإلكتروني: 45
- أنواع حسابات الذباب الإلكتروني: 47
- 1- شخص حقيقي وهوية رقمية حقيقية. 48
- 2- شخص حقيقي وهوية رقمية مزيفة. 48

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- 3- حساب إلكتروني دون هوية لشخص غير موجود (وهي/آلي).....48
- 4- هوية رقمية متكاملة لشخص غير موجود.....49
- الوحدات الشائعة للذباب الإلكتروني:49
- طريقة عمل الذباب الإلكتروني:50
- الهجمات الإلكترونية التي يقوم بها الذباب الإلكتروني:52
- القضايا التي تجذب الذباب الإلكتروني:53
- طرق تمييز منشورات الذباب الإلكتروني:54
- من يقف وراء الذباب الإلكتروني؟55
- طرق الكشف على حسابات الذباب الإلكتروني:56
- ما هو «البوت BOOT»؟57
- ما هو الـ«بوت نت»57
- أساليب مواجهة الذباب الإلكتروني:59
- تجارب الدول الغربية في التغلب على حروب الذباب الإلكتروني:66
- الفصل الثالث.....69
- المقدمة:.....69
- مفهوم حروب مواقع التواصل الاجتماعي:70
- أطراف حروب وسائل التواصل الاجتماعي:73
- الاستراتيجيات والوسائل المستخدمة في حروب وسائل التواصل الاجتماعي:74
- خصائص حروب مواقع التواصل الاجتماعي:75
- فواعل حروب مواقع التواصل الاجتماعي:77
- معايير الانتصار في حروب مواقع التواصل الاجتماعي:78
- أشكال حروب مواقع التواصل الاجتماعي:79
- الفصل الرابع.....81
- المقدمة:.....81
- مفهوم الرأي العام وخصائصه:82
- خصائص ومميزات الرأي العام في بيئة الإعلام الجديد:83

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- 85.....العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:
- 87.....كيفية استخدام الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام الإيجابي.
- 88.....طرق السيطرة على الرأي العام عبر جيوش الذباب الإلكتروني:
- 90.....أساليب الإقناع التي يستخدمها الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام:
- 91.....هندسة الرأي العام ومراحل صناعته:
- 93.....مراحل صناعة الرأي العام:
- 93.....استهداف الرأي العام وصناعة الأخبار الكاذبة:
- 95.....صناعة الأخبار الكاذبة:
- 96.....كيف تتكون هذه الأخبار الكاذبة؟
- 97.....أسباب انتشار الأخبار الكاذبة:
- 98.....قائمة المراجع:
- 101.....المراجع الأجنبية:
- 102.....المواقع الإلكترونية:
- 104.....المؤلف في سطور:

تقديم منصة أريد العلمية

الحمد لله الذي أنزل كتابه، ولم يجعل له عوجًا، وجعل السماء سقفاً وبروجًا، والصلاة والسلام على رسوله الذي أرسله للعالم بشيرًا ونذيرًا وسراجًا، وعلى آله وصحبه أجمعين.. أمّا بعد:

يُعدُّ الفوز بتحدي التّأليف السريع الذي نظّمته منصة أريد العلمية خلال الفترة من 1 إلى 3 تموز 2023، وإعلان النتائج في حفل ختام المحفل العلمي الدولي الثالث عشر يوم 3 نوفمبر 2023، دليلاً على التزام المنصة بتعزيز الفكر العلمي والمعرفي.

هذا الكتاب، بعنوان "الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام"، يستكشف كيف تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه الرأي العام، مع التركيز على الدور الذي يلعبه الذباب الإلكتروني في هذه العمليات. يبدأ الكتاب بمقدمة عن الفصول التي تغطي تطور وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها، يليها استعراض للتقنيات والاستراتيجيات المستخدمة في الحروب الإعلامية الحديثة، ويختتم بنقاش معمق حول تأثير هذه الوسائط على الرأي العام.

يهدف الكتاب إلى إلقاء الضوء على الآثار العميقة للتكنولوجيا في مجتمعاتنا، ويسعى إلى تعزيز الوعي بالتقنيات المستخدمة في الفضاء الإلكتروني للتأثير على الناس وصناعة الرأي العام. كما يُعجِّج على الجوانب الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالنشر الإلكتروني ويستشرف طرق المواجهة الفعّالة لتحديات العصر الرقمي.

نسأل الله -تعالى- أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به؛ ليكون منارةً هاديًا يضيء للأخريين مسالك العمل التطوعيّ، وممراتٍ للإبداع والابتكار فيه، وأن يُوقِّفنا إلى ما يحبّ ويرضى، وما توفيقنا إلا بالله العليّ العظيم.

د. سيف السويدي

رئيس منصة أريد العلمية

المقدمة:

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله الذي وفقني لإتمام فصول هذا الكتاب الذي تدور مواضعه حول "الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام"، والذي أضعه بين يديك عزيزي القارئ الكريم، وأنت تتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، وتقرأ وتشاهد حملات الذباب الإلكتروني التي تعبر عن حالة السيولة الإعلامية التي نعيشها في عصرنا الحديث.

وما يجب أن أشير إليه عزيزي القارئ ونحن نتصفح فصول هذا الكتاب أنّ الثورة التكنولوجية لوسائل الاتصال في السنوات الأخيرة أدت إلى تغيير جذري في الأنشطة البشرية على جميع المستويات، سواءً من الناحية الاقتصادية، أو الاجتماعية، أو النفسية، أو السياسية، أو الأمنية.

فقياس قوة وتقدم أيّ بلد أصبح محكوماً بمدى قدرته على التعامل مع وسائل الإعلام والتكنولوجية الحديثة، وفي ضوء التطورات العالمية وحالة الاضطرابات السياسية والاقتصادية التي تعيشها معظم بلدان العالم لم تعد الجيوش بمعناها التقليدي المحدد الأساسي للقوة، بل ما يُسمى بالجيوش الإلكترونية القائمة على الإعلام والإعلام المضاد والتي تقوم على توجيهه وصناعة الرأي العام المحلي والدولي، وكسب الدعم وخلق المعارضة للآخر، كشكلٍ جديد من أشكال الدعاية.

وموضوعنا الذي يتحدث عنه هذا الكتاب ظهرت له عدة تسميات، منها الدعاية الإلكترونية، والذباب الإلكتروني، والحرب الإلكترونية، والفوضى الإلكترونية، والكتائب الإلكترونية والجيوش الإلكترونية، وغيرها من التسميات التي أثبتت فعاليتها في العديد من الأحداث الدولية في الفترة الأخيرة، وجميعها تصب في الحالة التي وصلت إليها ثورة الإعلام الجديد وطريقة توظيفها من خلال الكيانات والأنظمة المختلفة لضرب الخصوم وتحطيم قواه أو تحييده.

ويجب هنا عزيزي القارئ، أن نعترف بأنّ وسائل التواصل الاجتماعي دخلت جميع جوانب حياتنا اليومية، حتى أنها أصبحت في ظل الثورة التكنولوجية الهائلة متاحةً للصغير والكبير، فعصر التكنولوجيا والتدفق الإعلامي لا يمكن لأحدٍ أن يعيشَ بعيداً عما يجري حوله من أحداثٍ محليةٍ كانت أو عالميةٍ، فوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أدوات للحشد والتجيش أكثر من كونها أدواتٍ لنشر الحقيقة، فمن يسيطر على وسائل التواصل الاجتماعي أصبح يسيطر على عقول وقلوب الآخرين.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

ما يجب أن نشير إليه هو أنّ وسائل التواصل وشبكة الإنترنت استطاعت أن تُغيّر وسائل الصراع، حيث باتت هذه الوسائل مكاناً لشن حروبٍ جديدةٍ تستهدف عقول وقلوب الشعوب، علاوةً إلى أنها ساعدت في إحداث شقاقٍ وانقسامٍ في الأصوات داخل البلد الواحد، وتحقيق الهدف السياسي للحرب دون خسائر تُذكر.

لقد تحولت مواقع التواصل الاجتماعي، من مجرد حسابٍ إلكتروني يهدف التواصل والتعبير السلمي، إلى فرض الرأي بقوة والتغطية على رأيٍ عامٍ حقيقي، واستخدام أساليب الفضح والتشويه والتضليل والتشهير بكل من لا يساير المزاج العام للسلطة السياسية، لدرجة أن أصبح الأمر مهنةً يُطلق عليها "المغرد المرتزق".

وتكمن أهمية موضوع هذا الكتاب في أنّه سيركز على موضوعٍ حديثٍ يُستخدم في حروب وسائل التواصل الاجتماعي وهو موضوع الذباب الإلكتروني، حيث سيتم إلقاء الضوء على الأساليب التي تستخدمها هذه الكتائب الإلكترونية في صناعة وتوجيه الرأي العام، والطرق التي يتم من خلالها توظيف هذه الأساليب الإلكترونية، والحسابات الوهمية التي تقوم بصناعة الأخبار الكاذبة، والطرق التي يتم من خلالها اكتشاف حسابات الذباب الإلكتروني.

وما دفعني للحماس في تناول هذا الموضوع الهام هي الفرصة السانحة التي أتاحتها منصة "أريد" في برنامجها المرثوني المبدع لدعوة الكتاب والباحثين للدخول في سباق التحدي لتأليف كتاب خلال 24 ساعة، وقد وجدت فيها فرصةً لأقدم لكم مجموعة من الرؤى والتصورات حول هذه الظاهرة ورصد طريقة عملها، واستعراض المخاطر والسلبيات التي تحدثها هذه الحرب الإلكترونية سواءً بالنسبة للأشخاص أو المجتمعات.

من هنا جاءت فكرة هذا الكتاب الذي سيناقش من خلاله المؤلف كل هذه المواضيع بطريقةٍ بحثيةٍ وعلميةٍ من خلال فصوله الأربعة والمتمثلة بالآتي: الفصل الأول: والذي ناقش مجموعةً من المحاور منها ما يتعلق بمفهوم وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي، الظواهر المصاحبة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، مميزات وأثار وسائل التواصل الاجتماعي، أهداف وسائل التواصل الاجتماعي، أهم التطبيقات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي، الضوابط الأخلاقية للنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي. الفصل الثاني: تضمن هذا الفصل مجموعةً من المحاور منها: ظهور الذباب الإلكتروني ومفهومه، أهداف الذباب الإلكتروني وخصائصه، أنواع حسابات الذباب الإلكتروني، الوحدات الشائعة للذباب الإلكتروني، طريقة عمل الذباب الإلكتروني، القضايا التي تجذب الذباب الإلكتروني، طرق تمييز منشورات الذباب الإلكتروني، طرق الكشف على حسابات

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الذباب الإلكتروني، أساليب مواجهة الذباب الإلكتروني. الفصل الثالث: تضمن هذا الفصل مجموعة من المحاور منها: مفهوم حروب مواقع التواصل الاجتماعي، أطراف حروب وسائل التواصل الاجتماعي، الاستراتيجيات والوسائل المستخدمة في حروب وسائل التواصل الاجتماعي، خصائص وفواعل حروب مواقع التواصل الاجتماعي، معايير الانتصار في حروب مواقع التواصل الاجتماعي، أشكال حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم وضع نماذج لتجارب الدول في التغلب على حروب وسائل التواصل. الفصل الرابع: تحدث عن مفهوم الرأي العام، وخصائص ومميزات الرأي العام، العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام، طرق السيطرة على الرأي العام، وهندسة الرأي العام ومراحل صناعته، صناعة الأخبار الكاذبة.

المؤلف

إسطنبول – تركيا

1-7-2023

الفصل الأول

وسائل التواصل الاجتماعي المفاهيم والأهداف



المقدمة:

كما أسلفنا سابقاً بأنّ وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً مهماً وأساسياً من حياتنا اليومية، حيث لا يستطيع الفرد اليوم الاستغناء عنها نظراً للدور الكبير الذي تقوم به هذه الوسائل، وحجم التأثير الذي تحدثه في كافة قطاعات الحياة، فهي من تساعد على انتشار الأخبار والمعلومات والمعرفة بشكل عام، كما أنها تؤثر في عملية التبادل الاقتصادي، وتساهم في تطوير التقنية في مجال التعليم، وأصبحت الوسائل الأكثر استخداماً في عملية التواصل الاجتماعي، مما أتاح فُرصة التواصل مع كافة الأعراق، ومن ثمّ التعرف على شتى الثقافات.

لقد أصبَحَت الكثير من الأعمال والممارسات المهنية اليومية والاحتياجات الضرورية تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي فتح مجالاً آخر في الحياة البشرية، فهذه الثورة الاتصالية أسهمت بشكل كبير في تغيير حياة الفرد، وسهّلت التواصل بين الأفراد، خاصةً مع ظهور العديد من المنصّات التي تُستَخدم في مجال التواصل الاجتماعي.

وفي ظل هذا الاستخدام والانتشار لمواقع التواصل الاجتماعي لم تُعدّ الهيئات والمؤسسات هي الجهات الوحيد التي تقوم بنشر المعلومات والأخبار للمتلقين والمراجعين، بل أصبح مستخدمو هذه الوسائل هم الأكثر تناقلاً

للمعلومات والأخبار الأمر الذي أحدث إرباكاً كبيراً للمؤسسات والجمهور على حدٍ سواء في مدى مصداقية هذه المعلومات التي تصلُ من الجمهور وإليه.

وقد تعاضم الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في الأونة الأخيرة، فلم تُعدْ تقتصر على كونها نافذةً للتواصل بين الأفراد، وإنما باتت تشكل أهم أدوات التأثير في صناعة الرأي العام وتشكيله وتنشئة الشباب وثقافته سياسياً، بل وينظر إليها البعض على أنها يمكن أن تُقود حركة التغيير في العالم، لكنها في المقابل باتت منصةً مثاليةً لنشر الأفكار الهدامة وغسل أدمغة الشباب، وهذا بدوره يثير مجموعة من التساؤلات المهمة منها: ما هي طبيعة العوامل التي تعزز دور وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما هي طبيعة تأثيرها في صناعة الرأي العام وتشكيله؟ وكيف تؤثر في عملية تشكيل الوعي لدى الجمهور، وتعزيز مشاركته في الحياة السياسية؟ وما هي التحديات التي تطرحها بالنسبة لأمن الدول واستقرارها؟ وكيف يمكن إعادة تنظيم هذه المنصات وضبط أداءها؟ لذا كان من المهم أن تتسلح الحكومات ومنظمات العمل المدني بالمعرفة والمهارة التي تدعم استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي مما يُتيحُ لهم فرصاً جديدةً لدعم قضاياهم بوسائل مهمة وفعّالة وسريعة الانتشار بما يتناسب مع تطورات العصر.

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

تقومُ فكرة مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي على تَفْعِيلِ أفراد المجتمع على استخدام شبكة الانترنت، حيث يتشارك الجمهور عبر هذه المنصات والمواقع اهتماماتهم، وأنشطتهم الخاصة والعامة، من خلال مجموعة من البرمجيات التي تأخذ صفة الاجتماعية، وهي تُحَقِّقُ تفاعلاتٍ اتصاليةٍ بين اتجاهين، فالتطبيقات الموجودة على الهواتف تتيح نقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين القدرة على الحصول على أفرادٍ آخرين يشتركون في نفس الاهتمامات والمصالح، وهو ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية. (الصوافي، 2015)

ومن هنا فإنّ مواقع التواصل الاجتماعي كمصطلح ظَهَرَ في نهاية التسعينات من القرن الماضي، وبداية الألفية الثانية، وهي عبارة عن "تركيبة اجتماعية تقنية تمّ صناعتها من قِبَلِ أفرادٍ وجماعاتٍ" وتقدم هذه المواقع مجموعة من الخدمات التي من شأنها دعم التواصل والتفاعل بين أعضاء المواقع الاجتماعية، ومن خلال تقديم الخدمات والوسائل المختلفة مثل: الصداقة، التعارف، التواصل، المحادثة، الفورية، تبادل المعلومات، وكذلك مشاركة الوسائط مع الآخرين كالفيديوهات، والصور، والبرمجيات. (كساس، 2019)

هذا وتتعدد تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي كما تتعدد المفاهيم المرتبطة بها، وفيما يلي سيقوم المؤلف باستعراض عددٍ من التعريفات التي تعرضت لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي.

تُعرَّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: خدمة مقدمة عبر شبكة الانترنت تسمح للأفراد والمجموعات بالقيام ببناء ملفات تعريفية شخصية، يشتركون مع الآخرين في الاتصال، وتشكيل مجموعاتٍ على هذه المواقع بحسب الاهتمامات المشتركة، وعلى أساسها تتشكل علاقاتٌ إلكترونيةٌ بين الأفراد، ويتم تبادل المعلومات والأخبار والصور والفيديوهات والتعليقات. (الصوافي، 2015)

كما تُعرَّف مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أخرى بأنها: "منظومةٌ من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقعٍ خاصٍ به، ومن ثم ربطه من خلال نظامٍ اجتماعيٍّ إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه" (الطيبار، 2014)

وتُعرَّف أيضاً على أنها مجموعةٌ من المواقع تتواجد على شبكة الإنترنت، ظهرت بظهور الجيل الثاني للويب (2web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية، يتمُّ تجمعهم بحسب اهتماماتهم، ومن خلال خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض كما تشتمل على مواضيعٍ خاصةٍ وعمامةٍ من كتاباتٍ وصورٍ وأفلامٍ ودردشاتٍ وتعارفٍ (شتوان، 2018)

كما تُعرَّف بأنها عبارةٌ عن مصطلحاتٍ تشير إلى استخدام تكنولوجيا شبكة الانترنت، عبر الحاسوب والهاتف المحمول، لتشغيل واستثمار الاتصالات في حوارٍ تفاعليٍّ من خلال مجموعةٍ من التطبيقات المرتبطة بشبكة الويب والإنترنت، والتي تعتمد على أسسٍ فكريةٍ وتكنولوجيةٍ، تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم، وهي وسائطٌ للتفاعل الاجتماعي. (قنديلي، 2015)

الظواهر المُصاحبة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي:

أنتجت وسائل التواصل الاجتماعي عدداً من الظواهر المُنبثقة عن مدى الإقبال الواسع على استخدام هذه الوسائل من مختلف فئات وشرائح المجتمع، ومن تلك الظواهر ما يلي: (الشميمري، 2010).

1. التقليل من احتكار المؤسسات الكبرى للخبر، ونشوء منابر جديدة، ومُنوَّعةٍ، للتعبير عن الرأي، فكلُّ إنسانٍ بإمكانه أن يُرسل، ويستقبل الأخبار، ويُشارك في التعليق عليها أينما كان، وفي أيِّ

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

وقتٍ، ودون أن تكون المؤسسة الإعلامية، أو وكالات الأنباء بالضرورة جزءاً من تلك العملية، حيث أصبح الجمهور يتولى جزءاً كبيراً من العملية الاتصالية فيما بينهم، وهذا ما يُسمى (ظاهرة إعلام الجمهور للجمهور).

2. إتاحة المجال لغير المتخصصين، لممارسة دور (المواطن الصحفي)، حيث ساهم ذلك في ظهور مضامين، وأشكال ثقافية، وإعلامية أكثر تنوعاً، وإبداعاً.

3. تسليط الضوء على قضايا لم تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، الأمر الذي يزيد من الضغط على الوسائل التقليدية، وقد يؤثر في سياساتها التحريرية.

4. تشكيل شبكات التواصل الاجتماعي لمجتمعات افتراضية تجمعهم قضاياهم، واهتماماتهم، وحواراتهم. دون قيود المكان والزمان، والهوية والانتماء، وذلك يؤسس لظهور بيئة تفاعلية مرنة، وسريعة التفعيل، بأقل قدرٍ من المحددات المعيقة.

5. إظهار موضوع الإعلام المتخصص: حيث تتكون ظاهرة تفتيت الجماهير من جماهير عريضة، إلى جماهير فنوية صغيرة، تجمعها منصة واحدة، ضمن إطارٍ مُحدّدٍ، وخطابٍ إعلامي يُراعي تلك الفئات، ويستهدفها.

6. غياب منظومة القيم الإعلامية: فوجود سيولة إعلامية من قبل الجميع دون وجود ضوابط وأطر محددة أدّى إلى حدوث نوعٍ من الفوضوية الإعلامية التي ساد فيها انتشار الشائعات والأخبار الزائفة.

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

بعد أن أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية نستخدمها للتواصل مع المتعاملين والأفراد والمجاميع، كما نستخدمها لتعقب الأحداث الجارية، وللترفيه عن أنفسنا، وهذا هو السبب في أن حوالي 3.48 مليار شخص الآن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، بعبارة أخرى: 45٪ من إجمالي سكان العالم يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وهناك أكثر من مليون شخصٍ جديدٍ ينضمون إلى وسائل التواصل الاجتماعي كل يوم. ويُعتبر الأشخاص الذين تقع أعمارهم بين الثامنة عشر إلى التاسعة والعشرين هم أكثر الأشخاص الذين يقومون باستخدام هذه الوسائل، التي تُغيّر تدريجياً الطريقة التي يعيش بها الناس، وأساليب تاديتهم لأعمالهم.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

لقد أضافت مواقع التواصل الاجتماعي شكلاً جديداً من أشكال الاتصال فَمِنْ خلالها أصبح الجمهور مشاركاً في بناء اسم الهيئة، فقد انتهى دور الجمهور المتلقي لخدمات المؤسسة دون إبداء الرأي بل أصبح الجمهور مرتكزاً أساسياً في تحديد مدي جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

ومن هنا تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التواصل المستمر ومشاركة الأفكار والآراء والخبرات ومتابعة الأحداث الجارية وقراءة القصص والتفاعل مع جميع المنشورات على صفحات الأفراد والشخصيات العامة، والتسويق للمنتجات والخدمات المختلفة، وتقديم المساعدات ودعم العمل التطوعي، لذا يُمكننا القول إنها تهدف إلى تحقيق الرفاهية للبشرية وجعل الحياة أكثر سهولةً ويُسرٍ، وعليه فإن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل بالآتي: (النجار، 2020)



شكل (1) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

المصدر: (من تصميم المؤلف)

1. التسويق أو الترويج:



تُراهن الشركات بمختلف أحجامها على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق أو الترويج لمنتجات أو خدمات هذه الشركات حيث تُشير بعض التقارير إلى أنّ 94% من الشركات تُستخدم أو تُخطط لاستخدام تلك المواقع للوصول إلى العملاء والمستهلكين، والمساهمة في تحويل المستهلكين المحتملين إلى واقعيين، والتواصل مع الجمهور ومعرفة ردود أفعالهم وآرائهم حول المنتجات والخدمات المُقدمة، كما تُقدم هذه المواقع ميزة تحديد اهتمامات كل شخص، وتوجيهه إلى الأماكن المناسبة له، وذلك بحسب تفاعله، فتزوّد دومًا بعناوين الصفحات المناسبة لاهتماماته والمرصودة من خلال نشاطاته على مواقع التّواصل.

2. إكساب المعرفة والخبرات:



تُعد مواقع التواصل الاجتماعي واحدةً من أبرز الوسائل التي يُمكن من خلالها الاطلاع على المعلومات الحديثة والمختلفة وإكساب المهارات والخبرات للمستخدمين إما عن طريق البحث أو ظهورها أمامهم بمحض الصدفة أثناء تصفح نوافذها المختلفة، كما تُقدم مواقع التواصل لمستخدميها إمكانية الاطلاع على اهتمامات المستخدمين الآخرين النشطين على هذه المواقع.

3. تطوير الذات للمستخدمين:



تُتيحُ مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية تطوير الذات وتوسيع المفاهيم وتنمية الإدراك، بالإضافة إلى اكتساب مهارات التواصل والحديث عبر تلك المواقع، ومعرفة طرق التعبير والكتابة الصحيحة، والتعرف إلى الآخرين بمختلف العادات والتقاليد والأجناس، وتوسيع الإدراك المعرفي والثقافي، كما يُمكن للمستخدمين الاشتراك في مجموعاتٍ هادفةٍ كمجموعات تعليم اللغات أو الموسيقى وما إلى ذلك، وهو أحد أنواع تطوير الذات.

4. التفاعل والتواصل المباشر:



تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الفاعلة التي يُمكن استخدامها في التواصل المباشر، إذ يُمكن لكل صاحب مشروعٍ تجاريٍّ أو علامةٍ تجاريةٍ التواصل مع المستهلكين، ومعرفة مدى نجاح المشروع وقياس أداء وجودة المنتجات أو الخدمات المُقدّمة، ومعرفة صداها على أرض الواقع من خلال تفاعل المستهلكين أو العملاء مع هذه المنتجات أو الخدمات.

5. توفير الوقت للحصول على وظيفة:



توفر وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين الوقت والجهد في الحصول على الوظائف المناسبة، إذ يُمكننا القول إنّ مواقع التواصل المختلفة أصبحت منّ الضروريات الملحة في ظلّ العالم الرقمي المسيطر، حيث يتعين على الباحثين عن عمل تعزيز تواجدهم في صفحاتهم الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، لجذب الشركات التي تبحث عن موظفين.

مميزات و أثار وسائل التواصل الاجتماعي:

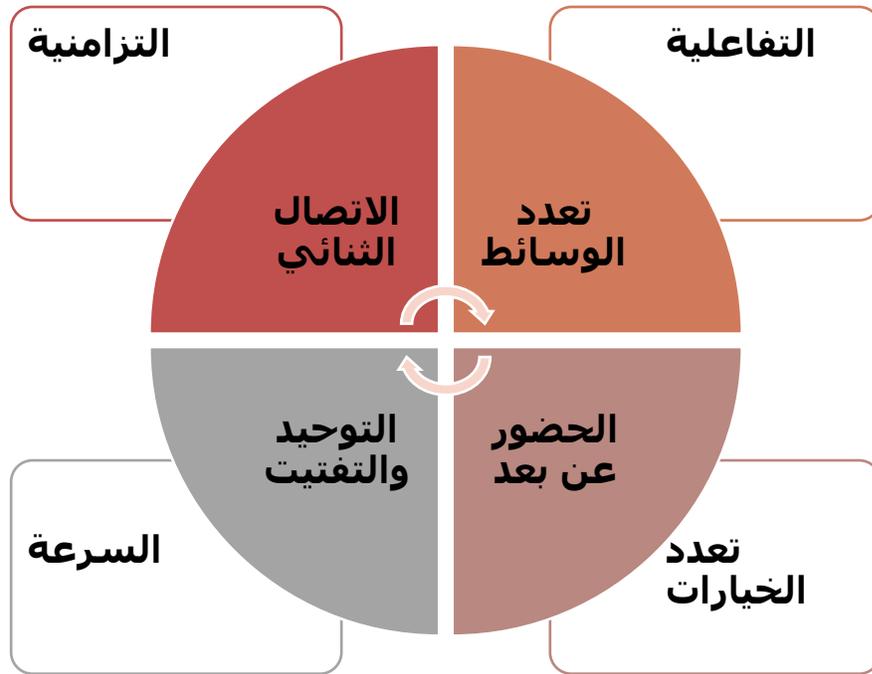
بما أنّ لكلّ شيء إيجابياتٍ وسلبياتٍ فإنّ وسائل التواصل الاجتماعي كذلك لها إيجابياتها وسلبياتها، حيث تضاربت الآراء مع قبول ورفض انتشار المواقع الاجتماعية على الشبكة العالمية العنكبوتية (الانترنت)، معتمدةً في ذلك على دراساتٍ وبحوثٍ أقامها العديد من الباحثين الاجتماعيين والأطباء في مجال علم النفس والطب أيضاً، حيث استنتجوا من خلال هذه الدراسات أنّ هناك العديد من التأثيرات السلبية التي تظهر بسبب الإدمان عليها لاسيما تلك العوارض النفسية وهي الانعزال في غرفةٍ واحدةٍ أمام شاشةٍ، فإنها وبحسب آراء بعض الأطباء النفسيين هي حالة من السكون والخمول لأن الشخص عندما يقوم بذلك فهو سيفقد متعة الحياة من مغامرةٍ وتشويقٍ وتعارفٍ مباشرٍ واطلاعٍ أقربٍ وتجاربٍ أكبرٍ مع الآخرين. لكن البعض الآخر من الأطباء يرون أنّ هناك حالةً إيجابيةً لذلك فهو يسمح للمشارك بالبوخ بكل ما في نفسه من دون خجلٍ أو خوفٍ، ومن جانب آخر فإنّ هناك العديد من المشاكل التي تسببها هذه الشبكات الاجتماعية منها انتهاك الخصوصية وهدر الوقت ومشاكل زوجية، بل وصل بها الحال لتصبح منبراً للسياسيين والمعارضين تعبر عن آرائهم وأفكارهم. (عبد الصادق، 2009).

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

وبالرغم من كل تلك الأهمية لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها أيضاً تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة مميزاتٍ، من أبرزها ما يلي: (الحسين، 2016)

1. خلق جوٍّ من التواصل في مجتمعٍ افتراضيٍّ تقنيٍّ يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على مَوْقِعٍ واحدٍ في شبكة التواصل الاجتماعي، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، لكنهم يتفقون في لغتهم التقنية.
2. يوفر ميزة التعارف والتعاون والتشاور فيما بينهم، وقد يكون تواجدهم لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقاتٍ جديدةٍ، أو حبٍ للاستطلاع والاكتشاف.
3. جعل الفرد شخصية فاعلة من خلال قراءة وإرسال واستقبال المعلومات ومشاركتها مع الآخرين، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.
4. تمثل وسائل التواصل الاجتماعي نافذةً يطل من خلالها على العالم: للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، كما أنها تتيح الفرصة لتعزيز تكوين الذات المستقلة.
5. مواقع التواصل الاجتماعي تمثل وسيلةً للانفتاح على الآخر: سواءً كان ذلك الآخر مختلفاً عنك في الدين، والثقافة والعادات والتقاليد.
6. تمثل مواقع التواصل الاجتماعي منبراً للرأي والرأي الآخر: والتي قد تتعارض مع الآخر، مما جعلها أداةً قويةً للتعبير عن الميول والاتجاهات.
7. التقليل من صراع الحضارات: فقد تُعزِّز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، لكنها في نفس الوقت تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية من خلال ثقافة التواصل. (الساري، 2009)

كما تتميز عزيزي القاري، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي ببعض السمات التي تميزها عن تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي سادت في القرن الماضي كالتلفزيون والراديو والسينما، ومن أبرز هذه السمات التي ذكرها الباحثون والمتخصصون في مجال الاتصال ما يلي: (جبر، 2018)



شكل (2) مميزات تكنولوجيا الاتصال التفاعلي

المصدر: (من تصميم المؤلف)

1. التفاعلية: اختلفت رؤية الباحثين لمفهوم التفاعلية في الوسائل الاتصالية الحديثة، فمنهم من يراها كخاصية لوسيلة الاتصال، ومنهم من ركز على التفاعلية كعملية تتعلق بتبادل الرسائل الاتصالية، فيما اتجه فريق آخر نحو دراسة التفاعلية في وسائل الاتصال الحديثة مفهوم متعدد الأبعاد.
2. التزامنية / واللاتزامنية: قسم "الذر" الاتصال عبر الحواسيب إلى نوعين هما: متزامن وفيه يتم تواصل الأفراد ببعضهم في وقت واحد، ويتقابلون على شبكة الإنترنت في نفس الوقت، واتصال غير متزامن حيث يسمح للمشاركين بقراءة وكتابة الرسائل في أوقاتٍ مستقلةٍ دون الحاجة لتواجد كل الأطراف على الإنترنت في نفس اللحظة.
3. تعدد الوسائط: تشير الوسائط المتعددة التي تقدم عبر الحاسوب في أشكالٍ متنوعةٍ: نصوصٍ، وصورٍ ورسوماتٍ ثابتةٍ، صورٍ متحركةٍ، وفيديوهاتٍ، وصوتٍ، ونصوصٍ كبيرةٍ، ومتشعبةٍ.
4. الاتصال ثنائي الاتجاه: يعد الاتصال التفاعلي اتصال ثنائي الاتجاه، حيث يتبادل أطراف العملية الاتصالية الرسائل التي تتدفق بشكلٍ ثنائي الاتجاه.
5. الحضور عن بُعد: تتضمن هذه السمة الحضور الشعوري لحظةً بلحظةً وفي نفس الوقت الذي يتم فيه الاتصال، بمعنى أن المشارك في الاتصال يشعر وكأنه متواجدٌ في مكان المشارك الآخر الذي يتواصل معه.

الذباب الإلكتروني.... وصناعة الرأي العام

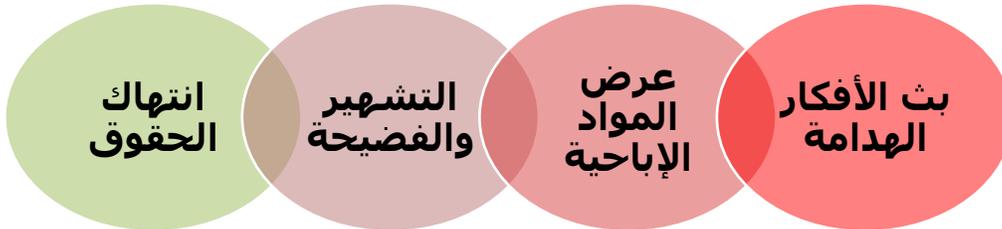
6. التوحيد والتفتيت: ظل الاتجاه الرئيس لوسائل الاتصال الجماهيري حتى عام 1980 يميل نحو المركزية وتوحيد الجماهير، أي توحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلية لها، أما الاتجاه الجديد للاتصال فينتجه نحو لا مركزية الاتصال أو تفتيت الجماهير بمعنى تقديم رسائل متعددة تلائم الأفراد والجماعات الصغيرة المتخصصة.
7. تعدد الخيارات: يقصد بتعدد الخيارات في الاتصال التفاعلي إلى وجود خيارات متعددة أمام المستخدمين للاختيار من بين المعلومات المتاحة.
8. السرعة: يقصد بها سرعة استلام الرسائل وسرعة معالجتها والرد عليها، إذ أنّ سرعة الاستجابة عملية محورية. (Hwang.T. & McMillan. S.J2002).

عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

عَرَفْتُ الشَّرَّ لَا لِلشَّرِّ لَكِن لَتَوَقِيهِ ** وَمَنْ لَا يَعْرِفُ الشَّرَّ مِنْ الخَيْرِ يَقَع فِيهِ.

(ديوان أبي فراس الحمداني، 1993)

ومن هنا فإنّ عيوب مواقع التواصل الاجتماعي، أخطر ما يواجه المستخدم البسيط، وحتى المحترّف، وإن كان العلم والحذر قد خفف من وطأة هذه العيوب والسلبيات، ورضي الله عن الصحابي الجليل حذيفة بن اليمان الذي كان يسأل عن الشر ليتجنبه، وليحذر منه، فكان يقول: "كان الناس يسألون رسول الله - صلى الله عليه وسلم - عن الخير، وكنت أسأله عن الشر مخافة أن يدركني" (رواه البخاري). ومن تلك العيوب والسلبيات ما يلي:



شكل (3) عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

المصدر: (من تصميم المؤلف)

1- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة....

وهذا البث يحدث خلافاً أمنياً وفكرياً، وخاصةً أنّ أكثر رواد مواقع التواصل الاجتماعي هم من الشباب، مما يسهل إغراءهم، وإغواءهم من خلال دعواتٍ لا تحمل من القيم شيئاً، بل هي وسائل استخدمت للهدم، والتدمير، والسبب في ذلك أنّ هناك أيادي تخريبية تعمل وراء تلك الوسائل. (عوض، 2014)

2- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياة.

فهناك العديد من الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل، لعل أهمها: نشر الأفكار والمواد الخادشة للحياة والمخالفة للقيم والقانون، وكذلك التشهير ونشر الشائعات والمضايقات والتحايل والابتزاز، وانتهاك الخصوصية. (بشير، 2014)

3- التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل، والتزوير.

وهي أخلاق تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكلٍ عام، لسهولة التدوين، والتخفي، على الشبكة، وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة، والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل أو الإثبات، فكل هذا تقابله أنظمة، وقوانين، لا تملك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات.

والابتزاز قد يكون أخلاقياً من خلال الصور، أو مقاطع الفيديو، وهي من أكثر صور الابتزاز من قبل أشخاص، أو من قبل عاملين في مؤسسة، أو على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالياً لشركة خاصة، عند ترك العمل، أو الفصل - مثلاً - فقد تكون بحوزته معلومات، فيساوم صاحب المؤسسة، أو الشركة على تلك المعلومات. (داود، 2011)

4- انتهاك الحقوق الخاصة والعامّة.

الخصوصية الشخصية الخاصة، أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع، من الحقوق المحفوظة والتي يُعتبر الاعتداء عليها جرمًا يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكات الاجتماعية، بما تحمله من خصوصية اجتماعية، للشخص والمواقع، إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها، إما بالتعطيل، أو التغيير، أو بالاستغلال السلبي لها، ولمعلوماتها.

الذباب الإلكتروني وصناعة ال أي العامر

وانتهاك الخصوصية، يتم من عدة طرق منها: انتحال الشخصية الخاصة للأفراد، أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وبخاصة الشخصيات المهمة، والتميزة، وأصحاب الشهرة. (داود، 2011)

كما أن هناك سلبيات وعيوباً عديدة لاستخدام مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي منها:

(<https://www.lifewire.com>)

• تضخم المعلومات.*

تحتوي وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة على عدد كبير من المستخدمين المشتركين بها، ويقوم هؤلاء المستخدمين بالتفاعل مع هذه الوسائل وذلك من خلال نشر الصور ومشاركتها أو مشاركة مقاطع الفيديو المختلفة، ويؤدي هذا الأمر إلى وجود كم كبير وهائل من المحتوى والأخبار التي تُعرض عبر هذه الوسائل، والتي قد يكون بعضها غير مهم وضروري بالنسبة لمستخدم هذه الوسائل.

• اختراق الخصوصية.*

قد تتسبب وسائل التواصل الاجتماعي بالعديد من المشاكل فيما يتعلق بخصوصية الشخص المستخدم لها، وينتج هذا الأمر بسبب كمية المشاركة الكبيرة التي تحدث عبر هذه الوسائل، كمشاركة الموقع الجغرافي الذي يُسهل الوصول للمستخدم ومعرفة مكانه، ويُمكن للمستخدم أن يقلق أيضاً بخصوص تلك المعلومات الخاصة به والتي تُصبح بعد نشرها في مُتناول هذه المواقع والوسائل.

• المشكلات النفسية.*

يُمكن أن يتسبب قضاء أوقات طويلة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة بالتأثير بشكل سلبي على الحالة المزاجية والنفسية للمستخدم.

• العزلة الاجتماعية.*

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في تقليل تفاعل الأشخاص مع بعضهم البعض، وذلك من خلال الانشغال باستخدام هذه التكنولوجيا وصرف النظر عن مُجالسة الأشخاص المحيطين بالمستخدم، مما قد يولد الشعور لدى هؤلاء الأشخاص بالضجر وعدم الرغبة في قضاء أوقاتٍ أخرى مع مُستخدم هذه الوسائل.

• التنمر*.

لم يُعد مفهوم التنمر مُقتصرًا على مُضايقة وتخويف أحدهم وجهاً لوجه، فبعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أصبح من الممكن ممارسة هذا التخويف وهذه المضايقة عبر الإنترنت ومن قبل أشخاص غير معروفين، فهذه الوسائل أوجدت الفرصة لبعض الأشخاص المجرمين لكي يتمكنوا من كسب ثقة بعض المُستخدمين ثم مُضايقتهم ودون الكشف عن هويتهم الحقيقية.

• الإدمان*.

إدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت يحدث عندما يستخدم الفرد هذه المواقع بشكلٍ مُفرطٍ وبصورةٍ تؤثر بشكلٍ سلبي على المهام اليومية التي يقوم بها المُستخدم. ويُعتبر هذا الإدمان مؤثراً على الأشخاص المراهقين، إذ تُشير الدراسات إلى أنّ المراهقين الذين يُدمنون استخدام الإنترنت يحتلون مراكز مُتقدمةٍ بالإصابة في بعض الأمراض النفسية كالوسواس القهري أو الاكتئاب أو حتى الشعور بالقلق، وغيرها من الأمور السلبية الأخرى كنقص الانتباه والعزلة والانطواء.

• الحد من الإبداع وتعطيل اللغة السليمة*.

يؤدي الاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى الحد من إنتاجية المرء وقدرته على الإبداع، فهذه الوسائل تُعتبر أحد أسهل الطرق لوقف الإبداع لدى المُستخدم أو حتى قتله بشكلٍ كاملٍ، ويُعتبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إحدى الطرق التي قد تؤدي إلى إلحاق الضرر بقدرة الأجيال الحالية على استعمال قواعد اللغة والهجاء بشكلٍ صحيحٍ، وذلك بسبب الظهور المتزايد والشائع للاختصارات التي تتم عبر الرسائل.

• سوء الفهم*.

قد يتم فهم كلمات المُستخدم التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ غير صحيحٍ وغير دقيقٍ، وذلك لعدم توفر إيماءات الجسد ولغته أو حتى نبرة الصوت كتلك التي يُمكن استخدامها في المُحادثة الفعلية بين الأشخاص، وقد يحدث سوء الفهم هذا حتى مع توفر بعض الرموز التي يتم استخدامها للتعبير عن مضمون مشاعر الشخص المُرسِل للرسالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.



شكل (4) أهداف وسائل التواصل الاجتماعي

المصدر: (من تصميم المؤلف)

تُساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق العديد من الأهداف لمستخدميها، والنقاط الآتية توضح أهداف التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد.

1. توسيع دائرة العلاقات والمعارف: تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية التواصل مع الأشخاص الذين لديهم اهتمامات مشتركة معهم، فتكون نقطة البداية لعلاقات قوية، ويُعد ذلك من أكثر مزايا استخدام تلك المواقع، فمنذ عقود مضت كان أمر الحصول على صديق في غاية الصعوبة، خاصةً إن لم يكن الشخص قادرًا على إجراء المحادثات وتكوين الصداقات. (2022,DAVE)
2. صقل الفكر والشخصية: تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي لكل شخص في المجتمع طرح أفكاره الخاصة وتبادلها مع الآخرين، وتسمح له بإنشاء المنشورات وطرحها، وكذلك مناقشة القضايا المهمة التي تمر على مجتمعه، سواءً أكانت قضايا بيئية، أو أخلاقية، أو اجتماعية، أو سياسية، وما إلى ذلك، مما يزيد من وعي الفرد بما يدور حوله، وتعزيز ثقته بنفسه. (Elise,2022)

3. تفرغ الطاقة السلبية وزيادة المتعة: يُمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلةٍ للمتعة والتسلية، وأخذ استراحةٍ أثناء العمل، أو عندما يحتاج الشخص إلى الاسترخاء في المنزل، بالإضافة لطبيعة الإنسان الاجتماعيّة ورغبته بمشاركة أخباره وأحداث حياته مع الآخرين، والتي يمكنه من خلالها تفرغ طاقته السلبية، ورغبته في بعض الأحيان برؤية ما يفعله الآخرون دون الحاجة إلى سؤالهم مباشرة، والتفاعل معهم، وهذا ما تُتيحهُ وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ كبيرٍ. ((Simplilearn,2023
4. الاطلاع على الثقافات الأخرى وزيادة المعرفة: تُعدُّ وسائل التواصل الاجتماعي أداةً تعليميةً فعّالةً دفعت العديد من المختصين بمجال تكنولوجيا التعلم إلى التأكيد على أهمية استغلال الإنترنت ووسائل التعليم الإلكترونيّة، والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعليم، والتّعرف على الثقافات الأخرى، وزيادة المعرفة، وبناءً عليه أدّى التزايد المُستمر في استخدام هذه المواقع من أجل التعلم إلى الانتباه لأهميّة تطوير أدوات التعلّم عن بعد. ((Gawkröger,2019
5. تبادل الخبرات والمهارات: يُعدُّ تبادل الخبرات والمهارات أحد أبرز إيجابيات التواصل الاجتماعي، إذ توجد منصةٌ يُمكن من خلالها مشاركة الخبرات والمهارات التي يمتلكها الفرد، في التخصص الذي يُريده مع أشخاص آخرين، والحصول على آرائهم وخبراتهم في هذا المجال، وسهولة نقل المعلومات، وتبادلها بين بعضهم البعض، ومن أشهر منصات التواصل الاجتماعي التي يمكن استخدامها لهذا الغرض هي منصة لينكد إن. (الحديد، 2021)
6. الحصول على فرص جديدة: تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد الحصول على فرصٍ جديدةٍ، كإيجاد عملٍ أفضل، فقد أجرى موقع (Career Builder) في عام 2016م استبيانًا عن التوظيف في وسائل التواصل الاجتماعي، فوجد أنّ حوالي 19% من أصحاب العمل يختارون أحد الأشخاص لشغل وظيفةٍ معينة، وفقًا للمعلومات التي كتبها الشخص عن نفسه على حسابات منصّات التواصل الاجتماعي الخاصّة به. فيما تُشير العديد من الدراسات إلى أنّ ما يقارب 70% من الرؤساء يبحثون عن مرشحين للعمل في وظيفة معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ((Simplilearn,2023
7. تماسك المجتمع ونهضته وتطوره: يُساهم التواصل بين الأشخاص في تماسك المجتمع وتطوره ونموه، فهو حجر الأساس الذي أدّى إلى تنمية المجتمعات ونهضتها منذ وجودهم على سطح الأرض، فمنذ القدم بدأ الناس في البحث عن وسائل التواصل بين بعضهم البعض وتطويرها، حتى هذا اليوم، وذلك نظرًا لإدراكهم أهميّة التواصل الاجتماعي، والتي كان لها دور بارز في إزالة الحواجز بين أفراد المجتمع،

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

وتقوية العلاقات الاجتماعية، إضافةً إلى قدرة الأفراد على التواصل الدائم مع المعارف والأصدقاء دون عوائق، وفي نفس الوقت الحفاظ على علاقات متينة. (Zaain,2021)

أهم التطبيقات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي:
تشهد الفترة الحالية أحداث تقنية متسارعة في عالم التقنية، والهواتف الذكية، والتي من ضمنها تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي التي هي محور حديثنا اليوم والمتمثلة بالآتي. (زعرور، 2023)

1- الفيسبوك Face book



بدأ كشبكة اجتماعية في عام 2004 من قبل مؤسسها مارك زوكربيرغ، وتابعت شركة فيسبوك بعد ذلك النمو لتتحول إلى واحدة من كبرى الشركات التي تستحوذ على معظم تطبيقات التواصل الاجتماعي في العالم، وهو موقع يسمح بمشاركة الصور والمنشورات والتعليقات والأخبار المحلية والعالمية، بالإضافة إلى وجود الدردشة والألعاب و بث الفيديو المباشر.

2- مسنجر Messenger



تطبيق المحادثات الشهير، والذي كان في البداية يعمل ضمن تطبيق فيسبوك فقط، ولكن ومنذ عام 2011، جُعل تطبيق مسنجر منفصل بذاته وأخذت مميزاتهُ بالتوسّع أكثر فأكثر. بفضل ميزات وتحديثات مسنجر المتكررة، والذي يمكن للشركات الآن الإعلان عن منتجاتها وبرمجة روبوتات للدردشة مع العملاء، وإرسال رسائل إخبارية والمزيد من التفاصيل على مسنجر هذه الوسيلة.

3- واتس اب WhatsApp



واتساب تطبيق المراسلة الأكثر شهرةً، يستخدمه الناس في أكثر من 180 دولة. فقد استُخدم واتساب في البداية كتطبيقٍ للتواصل مع الأسرة والأصدقاء فقط، وتدرجياً؛ أصبح الجمهور يستخدمونه للتواصل مع الشركات، إذ استخدمت الشركات الصغيرة تطبيق WhatsApp Business للتواصل، بينما هناك تطبيق WhatsApp Business API خاص بالشركات المتوسطة والكبيرة. ويعمل WhatsApp على بناء منصة الأعمال الخاصة به للسماح للشركات بالحصول على ملف تعريف أعمال مناسب، والتواصل مع العملاء وتقديم الدعم لهم، ومشاركة آخر التحديثات معهم حول مشترياتهم.

4- وي شات WeChat



على غرار الواتس اب والمسنجر، تطوّر (وي شات) من تطبيق مراسلةٍ عاديٍ إلى نظامٍ أساسيٍّ شاملٍ، إذ بالإضافة إلى إمكانية إجراء المكالمات وإرسال الرسائل، يمكن للمستخدم التسوق عبر الانترنت والدفع في وضع عدم الاتصال، وإجراء الحجوزات، وتحويل الأموال وغيرها، وقد نمت شعبيّة وي شات في الصين وبعض أجزاء من آسيا، حيث يتم حظر بعض منصات التواصل الاجتماعي في تلك المناطق، ويُعتبر وي شات بديلاً ممتازاً للتطبيقات الأخرى في حال قمت بأعمال تجارية هناك.

5- تويتر (X) Twitter



تأسس على يد جاك دورسي وإيفان ويليامز ونوى غلاس، ويمكن تعريفه بأنه موقع تواصل اجتماعي، يتواصل فيه الأشخاص عبر رسائل قصيرة وصلت إلى 4000 حرف تسمى التغريدات، كما تستطيع نشر الصور والفيديو، بالإضافة إلى أنّ معظم الشركات العالمية والشخصيات المؤثرة لديها حسابات رسمية على تويتر مثل إيلون ماسك Elon Musk.

6- لينكد ان LinkedIn



وهو من وسائل التواصل الاجتماعي، ويُعتبر أكبر موقع للعلاقات المهنية في أنحاء العالم، كما أنه أفضل وسيلة للتواصل بين الآخرين. ويُستخدم لينكد ان في تبادل المعرفة ونشر الأفكار وعرض السير الذاتية والشهادات الموثوقة التي حصل عليها المستخدم، كما أنّ العديد من الشركات الكبرى تستخدم الموقع في عرض فرص العمل، وقد تأسس الموقع في عام 2002 على يد (كونستانتين جيريك) و (ريد هوفمان) و (جان لوك فيلانت).

7- يوتيوب YouTube



تأسس في عام 2005 على يد جواد كريم وستيفن تشن وتشاد هارلي، واشترته غوغل عام 2006 مقابل 1.65 مليار دولار، وهو عبارة عن موقع يقوم بعرض الفيديوهات المتنوعة في شتى المجالات، ويعطي الفرصة لمستخدميه بالقيام بالبث المباشر أيضاً، كما أنه من أفضل منصّة لصنّاع المحتوى.

8- انستغرام Instagram



تأسس من قبل شركة فيسبوك في عام 2010 وهو أحد وسائل التواصل الاجتماعي المخصصة لالتقاط الصور والفيديو ومن ثم تعديلها ومشاركتها بعد أن يُنشى الشخص حساباً على الموقع، كما أنه كل من لديه حساب على التطبيق سيتمكن من رؤية المنشورات والتفاعل معها، وأضيف إليه مؤخراً ميزة المحادثات عبر الرسائل النصية والصوتية أيضاً.

9- ميديوم Medium



تأسس في عام 2012 على يد أحد مؤسسي تويتر إيفان ويليامز، وهو منصة التدوين الأولى لرواية القصص

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

والتجارب الشخصية، لمن لديهم تجارب في العديد من المجالات ومنها قيادة الأعمال والعمل الحر والإدارة، وعلى عكس أغلب منصات التدوين العالمية، يتم تصنيف المحتوى أو المدونات في الموقع بحسب معايير مختلفة، ومنها نسبة القراءة ومشاهدة المقال.

10- تيك توك Tik Tok



تيك توك هو شبكة اجتماعية لمشاركة مقاطع الفيديو الموسيقية القصيرة، ويقوم الناس وبخاصة الشباب الصاعد، بتصوير فيديوهات قصيرة يقومون فيها بتحريك شفاههم تناغمًا مع الأغنية التي يريدون مع إدخال التعديلات - إذا أرادوا - ومنهم من يستخدمه أيضًا بغرض تعليمي كبرامج الطبخ وغيرها، وأقصى مدة للتصوير هي 60 ثانية.

كان تيك توك التطبيق الأكثر تنزيلًا في العالم في الربع الأول من عام 2018، حيث تغلب وقتها على وسائل الاتصال الأخرى كالفيديوهات والإستغرام، واستحوذ تيك توك مؤخرًا على تطبيق ميوزك لي Musical.ly والذي هو شبكة اجتماعية لفيدوهات موسيقية مماثلة للتيك توك، ولكن دُمجت معه مؤخرًا ليصبح تيك توك ميوزك لي.

11- فايبر Viber



يشبه فايبر تطبيقات المراسلة الاجتماعية الرئيسية مثل واتساب أو مسنجر، إذ يسمح بإرسال الرسائل والوسائط المتعددة، والملصقات وملفات GIF، والاتصال الاعتيادي، كما يقدم العديد من الفرص للشركات،

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

فمثلاً، في حال كنت رجل أعمال سيكون فايبر الحل الأمثل لك لشراء الإعلانات والترويج لعلامتك التجارية، وعرض منتجاتك في قسم التسوق وتقديم الخدمات للعملاء.

12- سناب شات Snapchat



يركز تطبيق سناب شات على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة بين الأصدقاء، مع إمكانية إضافة فلاتر لطيفة، وتحديد زمن (ثوانٍ إذا أردت)، يختفي فيه المقطع من جهاز المتلقي، وهو ما جعل من إضافة القصة أمراً شائعاً، والذي امتد وانتشر في النهاية على جميع وسائل التواصل الاجتماعي وأهمها الانستغرام إذ احتل انستغرام مكان سناب شات في ميزة إضافة القصص، وأصبح سناب شات محط اهتمام المسوقين لعرض علاماتهم التجارية فقط.

13- بنترست Pinterest



هي واحدة من المنصات الرائدة في العالم لتبادل الأفكار والحصول على الإلهام في مواضيع مختلفة. ويزور هذه المنصة أكثر من 200 مليون شخص كل شهر، للحصول على منتجات جديدة ووصفات، واكتشاف وجهات جديدة، ومقالات وغيرها الكثير. وليس ذلك فقط، بل تُعتبر بنترست فرصة كبيرة للشركات والعلامات التجارية التي تتطلع إلى بناء جمهور متفاعل وجذب لزيارات قيمة إلى مواقعها على الويب.



يشبه التلغرام معظم تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويتميز بمدى أمانته وخصوصيته كتطبيق مراسلة. وتستفيد العلامات التجارية من تلغرام عن طريق برمجة روبوتات دردشة للنظام لتوفير الدعم للعملاء، كما تستفيد من ميزة قناة التلغرام (Telegram Channel)؛ والتي تبث عن طريقها الرسائل إلى عدد غير محدودٍ من العملاء.

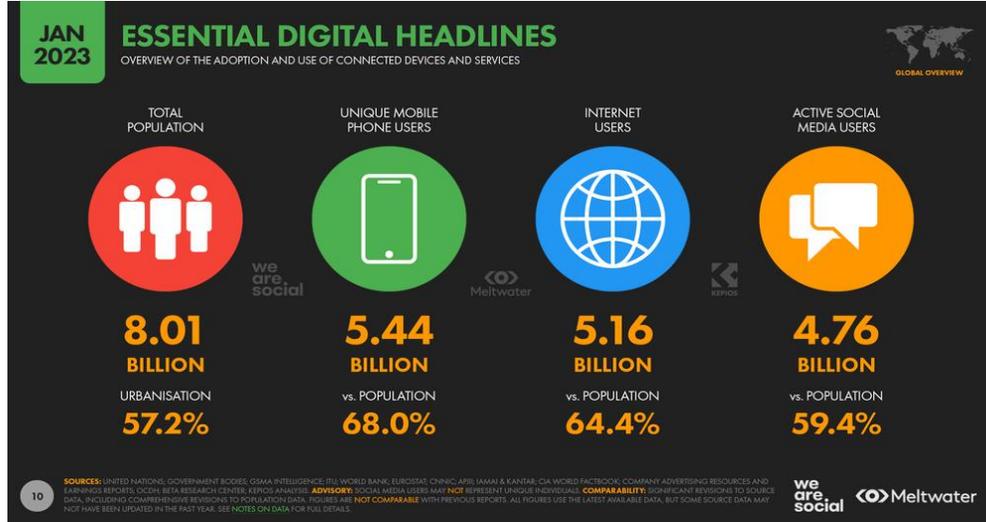
مؤشرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من الإحصائيات والأرقام المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عالمياً والتي تعكس حجم انتشارها وتُعتبر مؤشراً على تنامي دورها بشكلٍ كبيرٍ. (الردايدة، 2023)

- تجاوز عدد سكان العالم 8 مليارات في 15 نوفمبر- تشرين الثاني 2022. ووصل إلى 8.01 مليار في بداية عام 2023.
- أظهر تقرير ديجتال بورتال للعام 2023 الشامل ارتفاعاً في نسبة مستخدمي الإنترنت وتوسع السلوكيات الرقمية عالمياً، حيث يعيش الآن ما يزيد عن 57% من سكان العالم في المناطق الحضرية.
- بحسب التقرير الذي حمل اسم " نظرةً عامةً على العالم الرقمي لعام 2023" يستخدم ما مجموعه 5.44 مليار شخص الهواتف المحمولة في أوائل عام 2023، أي ما يعادل 68% من إجمالي سكان العالم.
- زاد مستخدمو الهاتف المحمول "الفريدون" بنسبة تزيد عن 3% خلال عام 2022.
- هناك 5.16 مليار مستخدمٍ للإنترنت في العالم اليوم، مما يعني أن 64.4% من إجمالي سكان العالم متصلون بالإنترنت الآن.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- تظهر البيانات أنّ إجمالي عدد المستخدمين للإنترنت العالمي زاد بنسبة 1.9 % خلال الأشهر الـ 12 الماضية، لكن التأخير في الإبلاغ عن البيانات يعني أنه من المحتمل أن يكون النمو الفعلي أعلى مما يشير إليه هذا الرقم.
- نسبة مستخدمي الإنترنت عالمياً [caption] 4.76 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم، أي ما يعادل أقل بقليل من 60 % من إجمالي سكان العالم.
- فيما تباطأ نمو المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الأشهر الأخيرة، مع إضافة صافية لهذا العام قدرها 137 مليون مستخدم جديد تعادل نموًا سنويًا بنسبة 3 في المئة فقط. بينما يمضون الآن أكثر من خمس ساعات في اليوم للتفاعل مع هواتفهم الذكي.
- مقدار الوقت الذي نقضيه عبر الإنترنت انخفض بنسبة 5 % تقريبًا على أساس سنوي. ذكرت GWI أن المستخدم النموذجي قد قلل من مقدار الوقت الذي يقضيه في استخدام الإنترنت بمقدار 20 دقيقة يوميًا منذ هذا الوقت من العام الماضي 2022.
- قبل عام، أظهرت البيانات أن مستخدمي الإنترنت في سن العمل يقضون ما يقرب من 7 ساعات يوميًا عبر الإنترنت.
- شهد 2022 زيادةً كبيرةً في عدد مستخدمي منصات البث الرقمية مثل نتفلكس وديزني بلس وغيرها، وأصبح المستخدم يقضي حوالي 45% من وقته المستقطع على الإنترنت لمشاهدة هذه القنوات، أي حوالي ساعة ونصف يوميًا في مشاهدة خدمات البث والتلفزيون عبر الإنترنت.
- تحتل منصة تيك توك الآن المرتبة السادسة على مستوى عالمي، ويأتي Telegram في المركز السابع، متقدمًا على Twitter في المركز الثامن، بينما يختتم Snapchat وPinterest أفضل عشرة تطبيقات على وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين النشطين شهريًا.
- أما عن الوقت المستهلك على مواقع التواصل الاجتماعي شهريًا فهي كالآتي: 23 ساعة يوتيوب، 19 ساعة فيسبوك، 17 ساعة على واتساب، 12 ساعة انستغرام، 23 ساعة تيك توك، 3 ساعات ماسنجر، 3 ساعات تليغرام، 5 ساعات تويتر و10 ساعات سناب شات.



الضوابط الأخلاقية للنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي:



في ظل الهيمنة القائمة عزيزي القاري، لوسائل الإعلام الجديد على المتابع العربي ومواقفه واتجاهاته ومدى اصطدام هذه الهيمنة مع قيم المجتمع وعاداته وقيمه، وتجاوزه لقضية نقل المعلومات إلى عملية تحفيز الجمهور وتحشيدته وإثارته، ليشكل هذا الإعلام ناقوس خطرٍ وجرس إنذارٍ لوسائل الإعلام التقليدية التي يشعر الجمهور بأنها بعيدة عن اهتماماته وعدم مشاركته في صياغة رسائلها الإعلامية، الأمر الذي يتطلب من الوسائل الإعلامية التقليدية إعادة النظر مع هذه السياسات المتبعة، ومحاول كسر الحواجز بينها وبين المتلقين الجدد، والعمل على الانفتاح على الآخرين.

فالتطورات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديث في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، وانتشار شبكة الإنترنت وما لحقها بعد ذلك من وسائل إعلامية جديدة، والتي أصبحت من أفضل وسائل التواصل مع الجمهور. يأتي الحديث في هذا الموضوع من منطلق الإحساس بأهمية أن يكون هناك ضوابط

أخلاقية واجتماعية وثقافية تحكم عملية الاتصال والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي بما يحفظ للجمهور المتلقي عقيدته وقيمه وتقاليد.

وعند الحديث عن الضوابط الأخلاقية والقيمية التي من شأنها أن تؤطر عملية التواصل الاجتماعي بين الجمهور العربي، وتهدف إلى حمايتها من تخطي الحدود الأخلاقية والدينية كان لزاماً وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية لتعامل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي سواء مع ذواتهم أو مع الغير، وتمثل هذه الضوابط بالآتي: (سلامي، 2015)

- تقوى الله ومراقبته وبأن الله يعلم السر وأخفى.
- أن يتوافق ما يصدر عن الفرد مع تعاليم الدين الإسلامي.
- احترام القيم والعادات والتقاليد عند التواصل في أي وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي.
- تجنب الدخول في المواقع المشبوهة والضارة والتي لا تنشر الحقائق.
- يتعين على المستخدم التعريف بنفسه بشكل واضح وصرح.
- اغتبار إخفاء الاسم أو انتحال شخصية الغير مُنافي للأخلاق والقيم.
- احترام أفكار الآخرين وعدم السخرية منهم وتجنب الإساءة إليهم.
- توخي الدقة والمصداقية في نشر الأفكار.
- الابتعاد عن التزوير وإخفاء الحقائق.
- مراعاة حقوق النشر وحقوق الملكية الفكرية.
- تجنب إرسال الرسائل بطريقة الذباب الإلكتروني.
- تجنب نشر ما من شأنه بث الكراهية والحقد بين أفراد المجتمع.
- تجنب نشر ما من شأنه تعريض أمن الناس وصحتهم للخطر.

الفصل الثاني

الذباب الإلكتروني والأدوات التي يستخدمها

المقدمة:

كثيراً ما نَسْمَعُ عَنْ مصطلح الذَّبَابِ الإلكتروني، والذي قَدْ يَعتَبَرُهُ البعض مصطلحاً عابراً أو مجرد مُصْطَلِحٍ لا صحةً لوجوده لكن على العكس تماماً من ذلك فالذَّبَابِ الإلكتروني والمواد الإعلامية التي تُبَثُّ مِنْ خلاله تُعْتَبَرُ مِنْ أخطر الاسلحة المتوفرة في الوقت الحالي.

حيثُ لم يَكُنْ يَخْطُرُ في الحسبان أن تُحْدِثَ فئَةً مجهولة الهوية هذا الشخ الكبير في الوسط الاجتماعي، ولذلك اصْطَلَحَ على تسميته بالذباب الإلكتروني، الذي يختبئ وراء الحواسيب والأجهزة الرقمية بحساباتٍ مزيفةٍ، من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

والعجيبُ أن هؤلاء يَجِدُونَ على وسائل التواصل الاجتماعي مرتعاً في ظل وجود مَنْ أدمنوا الكذب ونشر الفضائح أو مَنْ يسعون إلى تحقيق الشهرة على حساب الأخلاق، لهذا تكون البيئة خصبةً والأبواب مفتوحةً أمام هذا الذباب يَصُولون وَيَجُولون في عالمٍ افتراضي لا يحكُمُهُ ضابطٌ أو رابطٌ، فلا تَحَقُّقٌ ولا مُراعاةٍ لقيم أو أخلاق، المُهم عند هؤلاء تحقيق أهدافهم أو إشباع رغباتهم الحرام.



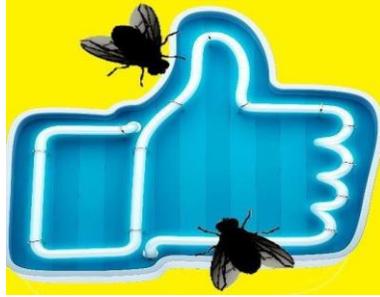
إنّ الذباب الإلكتروني أو اللجان الإلكترونية، أحد أهم أسلحة الحرب الإلكترونية الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لا تحتاجُ إلى تكاليف مالية كبيرة، بل مجرد حواسيب وروبوتات مبرمجة وفيرسات تكفي لإلحاق أضرار وتأجيج صراعات، فالذباب الإلكتروني هو عبارة عن حساباتٍ وهميةٍ مبرمجةٍ وموجهةٍ باتجاه معين، وبطرق ممنهجةٍ تُدارُ عن طريق برمجياتٍ ومواقع تقوم بكتابة التعليقات والإعجابات وإعادة التغريدات تلقائياً، حيث تعمل على إنشاء وسوم (هاشتاغات Hashtags) واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدفاع عن وجهة نظرٍ معينةٍ، أو الهجوم على وجهة نظرٍ مخالفةٍ، ضد أشخاصٍ أو دولٍ يهدف التأثير على الرأي العام.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

كذلك تستخدمه الشركات العالمية للترويج لمنتجاتها لرفع مستوى المبيعات والتفوق على منافسيها مقابل تقديم مبلغ مالي لصانعي الروبوتات.

وعليه فإنّ الذباب الإلكتروني لم يكن في الواقع ليظهر لولا وجود الشبكات الاجتماعية والتي تحولت إلى سلاح إعلامي فعّال وباتت إحدى الأدوات الرئيسية التي يتم توظيفها في المعارك السياسية والعسكرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف معينة سواءً للدول أو الكيانات أو الجماعات، وذلك لما تمتلكه من رواد ومستخدمين تقترب من المليار مستخدم، ولما تتميز به من سرعة فائقة في نقل المعلومات خلال الوقت الحقيقي للحدث. الأمر الذي جعل العديد من الأنظمة العالمية تقوم بوضع استراتيجية إعلامية للتعامل مع هذه المواقع في ضوء ما تطرحه من تحديات تتعلق بصعوبة التحقق من هوية الأشخاص المستخدمين، أو التأكد من صحة ما يُنشر في هذه الوسائل، الأمر الذي جعل العديد من الدول تقوم بتشكيل كتائب إلكترونية مضادة للدفاع عن صورة الدولة.

ظهور الذباب الإلكتروني:



تُمثل ظاهرة الذباب الإلكتروني نتيجة مباشرةً للثورة التكنولوجية التي يشهدها العصر الحديث وخاصةً بعد ظهور الجيل الثاني من الويب (web 2.0)، والذي تحول معه الانترنت إلى منصة عملٍ أكثر من كونها مجرد مواقع، وتتكون بشكلٍ أساسي من الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها المختلفة، والتي تُمكن رواد هذه المواقع من القيام بالتعديل على مضمونها، كما تُمكن المستخدمين من نشر ما يحلو لهم من المعلومات، الأمر الذي أدى إلى تدفق المعلومات، وفي نفس الوقت صعوبة التحقق من صحتها.

وقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن توجده فئةً جديدةً من المؤثرين مستخدمي هذه الوسائل، وممن يجيدون مخاطبة المتابعين بلغة بسيطة ومؤثرة لتصبح بعد ذلك هذه الوسائل أداة فعّالة ومؤثرة في توجيه الرأي العام داخل المجتمع.

وفي حقيقة الأمر لم يتم تحديد تاريخ محدد أو أزمة بعينها ظهر فيها عمل الذباب واللجان الإلكترونية بشكل واضح، لكن يمكن تسليط الضوء على أبرز الملفات أو القضايا التي ظهر فيها بوضوح عمل الذباب الإلكتروني،

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

ومن هذه الملفات الأزمة السورية، حيث لاحظ المتابعون لمنصات التواصل إنشاء جيش إلكتروني ضخّم تابع للنظام السوري يعمل من أجل خدمة ودعم مواقف النظام السوري، وأيضًا الذباب الإلكتروني الإسرائيلي التي تستخدم ذبابها الإلكتروني للرد على المقاومة الفلسطينية، عن طريق منصات التواصل واستخدام عناصرها المبرمجة بذكاء كبير بهدف إسكات الصوت وتشويه الصورة.

إضافةً إلى الأزمة الأهم التي ظهر فيها عمل الذباب الإلكتروني قويًا، وهي "الأزمة الخليجية" الأخيرة بين قطر والدول التي أعلنت مقاطعتها، وهكذا إذا أردنا الحديث عن عمل اللجان والخلايا الإلكترونية بمختلف عناصرها، سنجد حربًا شرسةً على منصات التواصل أبطالها عناصر الذباب الإلكتروني كل واحدٍ فيها يعمل بهدف خدمة قضيته ومواجهة الطرف الآخر.

وما يميز تلك الأزمة الدور الكبير الذي لعبته وتلعبه خلايا الذباب، حيث الحسابات المهولة، التي قيل إنها تعمل على مدار الساعة، من مراكز أمنية منتشرة في أكثر من مكان لتحقيق هدفهم سواءً كان مشروعاً أو غير مشروعٍ عن طريق نشر أكاذيب أو معلوماتٍ مغلوطةٍ وغير صحيحةٍ، أو حتى بث معلوماتٍ من شأنها تضليل وتأجيج الرأي العام. (الجنوبي، 2018)

ظهور الذباب الإلكتروني كمصطلح: ظهر مصطلح الذباب الإلكتروني في عام 2017، من قبل المخرج في قناة الجزيرة ياسر أبو هلاله، والذي استخدمها لوصف الحسابات الآلية التي يزعم أنّ بعض الدول استخدمتها للتأثير على الرأي العام. (سليم، 2020)

مفهوم الذباب الإلكتروني:



الذباب الإلكتروني هو مصطلح استُحدث لوصف الحسابات الآلية أو المُبرمجة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي عادة ما يكون الهدف منها هدفاً سياسياً بحتاً، يُستخدم مُصطلح لجنة إلكترونية أو اللجان الإلكترونية لذات المعنى هي اتحاد بين مجموعة من الأشخاص أو مجموعة من المنظمات الإلكترونية تعمل على توجيه أو تغيير اتجاه الرأي العام إلى فكرٍ معينٍ سواءً كان فكراً أو معتقداً منافي للحقيقة أو معها، وتتوفر لدى هؤلاء الإمكانيات والقدرات على الترويج وبث الأخبار من خلال سيل التغريدات المتكررة على تويتر او المنشورات على فيسبوك. فمثلاً لو أنّ هنالك 100 شخص يريدون تأسيس جيشٍ الإلكتروني الـ 100 شخص فإنهم يقومون بإنشاء عشر حساباتٍ مختلفةٍ تسوق لطرح فكرةٍ على مواقع التواصل الاجتماعي، او البدء بالترويج لحزبٍ، او قضيةٍ معينةٍ أو لنشر إشاعةٍ.

وقد يكونون هؤلاء الأشخاص المغردون بدرجةٍ عاليةٍ من الذكاء أو العكس تماماً فهم لا يعتمدون على أنفسهم فقط، بل يعتمدون على حشد وتقبل وتجاوب الناس مع الافكار التي يطرحونها ليكون هؤلاء الاشخاص رغم عددهم الافتراضي الكبير قادرين على امتلاك قاعدةٍ جماهيريةٍ من الناس الذي يمتلكون نفس الفكر أو فكرٍ مشابهٍ لتأسيس ما يُسمى "بالجيوش الإلكترونية".

وتُعتبر هذه الجيوش أحد أدوات حروب الإنترنت، ومع ازدهار عصر الشبكات الاجتماعية، بدأت تعمل مجموعاتٌ من أجل إنشاء عددٍ كبيرٍ من الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة لتغيير مفهوم المتصفح حول قضيةٍ معينةٍ. وقد زادت شهرة هذا المصطلح واتسعت رقعة استعماله في منطقة الخليج خلال الأزمنة الدبلوماسية مع قطر لکنّه في الحقيقة ظهر قبل ذلك بأكثر من ست سنوات.

وبشكلٍ عامٍ فإنّ الذباب الإلكتروني " هو مجموعةٌ من الحسابات الآلية المبرمجة على نشر منشور أو تغريدة مُعيّنة وذلك بهدف التأثير في الرأي العام أو جلب الانتباه والنظر إلى فكرة ما مُقابل تهميش أخرى قد تكون ذات أهمية". وتعتمدُ حسابات البوت هذه على أكواد برمجيةٍ قد تكون سهلةً في بعض الأحيان فيما تزداد صعوبةً حسب نوع المهمة التي ستُكلف بها، فالكود البرمجي الخاص بحسابٍ آلي يقوم بإعادة التغريد على منصةٍ تويترٍ مثلاً أسهلٌ بكثيرٍ من الكود البرمجي الذي يدفع بمجموعة حساباتٍ آليةٍ إلى التغريد من تلقاء نفسها. (برزيق، 2018)

كما أنّ الذباب الإلكتروني (Electronic Flies) عبارةٌ حساباتٍ افتراضيةٍ على وسائط التواصل الاجتماعي (Twitter، Facebook، وInstagram)، والتي يتم تشغيلها بواسطة برامج متخصصة، أو من قبل مجموعة من المديرين، وتعمل على تكثيف نشر منشوراتٍ معينةٍ أو تغريداتٍ وبأعداد هائلةٍ، والتي تتضمن معلوماتٍ غير

كاملة أو كاذبة، مما يؤدي في نهاية المطاف إلى صعوبة الوصول إلى المنشورات الحقيقية، هب تزييف الحقائق وتضليل الرأي العام، وذلك خدمة لمصالح بعض الدول أو الكيانات أو الأشخاص. (سليم، 2020)

أهداف الذباب الإلكتروني:

- أن يظهروا للرأي العام أنهم الأغلبية وعددهم أكبر (الفكرة الأساسية)
- نشر الإشاعات التي تتسبب في إسقاط أشخاص أو كيانات معينة.
- الترويج لأفكار وقضايا معينة محلية أو دولية.
- نشر فكرة مضادة لأفكار أخرى بشكل مهدف ومنظم.
- تضليل الرأي العام واختلاق قضايا وهمية حتى يتناسى الناس القضية الأساسية.
- الاعتماد على التضليل الاعلامي ونشر الفيديوهات والإشاعات والأخبار المزيفة.
- التهجم عادة على الأشخاص والرموز الذين يمتلكون فكرة أو مصلحة مضادة لتوجهات من يعملون لحسابهم.
- التشويش على الأخبار والمعلومات الحقيقية بأخرى مزورة وكاذبة.
- التجسس على صفحات الشخصيات العامة والمشهورة ورصد كل تغريداتهم وأنشطتهم.
- تلميع أنظمة وسياسات معينة، وتجميل صورتها لدى الرأي العام.
- التغطية الإعلامية على الانتهاكات والجرائم التي يتم انتهاكها ضد فئة معينة من الجمهور.
- تلهية الرأي العام وتخديره وتضليله عن حقيقة ما يحدث على الواقع.
- نشر مئات الآلاف من التغريدات اليومية التي تدعم مواقف معينة.
- تهديد وترهيب المخالفين للتوجهات العامة للأنظمة الحاكمة.
- بث روح الخنوع والفتن بين الشعوب بأساليب منحطة وغير أخلاقية.
- العمل على إنشاء هشتا جات معاكسة والنشر فيها بكثافة حتى يتفوق على الهشتا ج الأصلي.

خصائص الذباب الإلكتروني:

بعد هذا الانتشار الواسع لما يُسمى بالذباب الإلكتروني، والحديث المتكرر عن الآثار السلبية التي يقوم بها، بحيث أصبح مرتعاً لبث السموم والكراهية بين الشعوب والمجتمعات. ومما تجدر إليه الإشارة تلك الخصائص العامة التي تحكم هذا النشاط والعاملين فيه، والصفات التي يجب أن تتوفر في العاملين داخل هذه الكتائب الإلكترونية وكيف يتم اختيارهم، حيث يخضع اختيار هؤلاء الذباب وفق صفات وشروط معينة منها على سبيل المثال: (بن سيف، 2018)

الشرط الأول: أن يكون مجهول الأبوين، لذلك فإن أغلب منتسبي جهاز الذباب الإلكتروني قد تم أخذ أسمائهم من مراكز إيواء اللاجئين مجهولي الأبوين. ثم يدخلونهم في دوراتٍ، تكرههم في المجتمع، وإنهم ضحاياهم، وبذلك يكون ولاؤهم المطلق لرؤسائهم في العمل.

الشرط الثاني: أن يكون الشخص العامل ضمن هذا الذباب من العاطلين عن العمل والفاشلين في حياتهم العملية، الأمر الذي يجعلهم يعملون بإخلاصٍ ووفاءٍ ومنتعةٍ لهذا العمل الذي يوفر لهم متطلباتهم الشخصية، حتى يصبح عبداً لمن يوفر له هذه المتعة.

الشرط الثالث: أن يكون ممن لا يحملون أية قيمة للدين، والأعراف والتقاليد والقيم حتى لا يراعي في عمله هذه المفاهيم، بل يتعدى الأمر ببعضهم لأن يرى في الدين انتقاصاً لمتعته، فيكره الدين ذاتياً حتى من غير طلبٍ من أحدٍ.

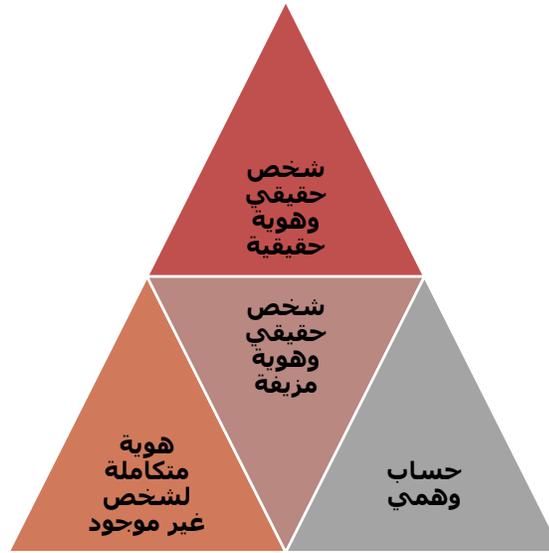
الشرط الرابع: ألا يحمل أية قيمةً وطنيةً، ويدربونه على أن يكون الانتماء عنده للوظيفة لا للوطن، والإخلاص لمن يدفع له، لا لأي قيمة أخرى. لذلك هو يكتب ويغرد بحسب ما يطلب منه نصاً دون أدنى تفكيرٍ هل هذا في صالح الوطن أم ضد مصالح الوطن.

الشرط الخامس: ألا يحمل أية صفة أخلاقية أبداً، بل ويُشترط أن يكون تافهاً سيئ الخلق، لأن الأخلاق ولو بالقليل منها، قد تقلل من حماسه لبعض القضايا التي يطلب منه التغريد فيها حتى لو كانت ضد الأخلاق والفضيلة.

وبناءً على ذلك فإنّ من أبرز خصائص عمل الذباب الإلكتروني تتمثل بالآتي: (برزيق، 2018)

1. الانتشار بسرعة في العديد من المواقع الاخبارية المحلية والعالمية وفي صفحات المشاهير والشخصيات المؤثرة داخل المجتمع والتي لديها صدى إعلامي كبير.
2. انتحال صفات واسماء مرتبطة بمجتمع وجغرافيا معينة، والقدرة على التواصل مع الآخرين بلهجتهم المحلية لعدم لفت الانتباه ونشر الإشاعات من أجل خلق بيئة غير مستقرة داخل المجتمع.
3. تجنيد أشخاص من ذوي التأثير العالي داخل المجتمع، فقد يكونوا رجال دين، أو إعلاميين، أو أكاديميين أو رياضيين.. ممن لديهم الآلاف والملايين من المتابعين ويتم تجنيدهم في حرب التغريدات لأن وجهة نظرهم تحظى بقبول جماهيري ولهم صدى اعلامي واسع.
4. التلاعب بالصور والفيديوهات من خلال إظهار صور وفيديوهات مفبركة لأحداث غير حقيقية وقعت داخل المجتمع، وخاصةً تلك القضايا المتعلقة بحقوق الإنسان والتي عادةً ما تجد صدى بين الراي العام.
5. النشر والتغريد من خلال حسابات شخصية حقيقية أو موثقة موالية حتى تعطى مصداقية للمنشور ثم يقوم الذباب الإلكتروني بدعمه ورفع مستوى التفاعل فيه بإبداء الاعجاب والترويج له في أكبر عددٍ ممكنٍ من المواقع ومختلف وسائل التواصل الاجتماعي.
6. مهاجمة الرأي العام أو الجهة المعارضة بالشتم، والابتزاز، والتخوين، والشخصنة بتحويل النقاش من فكري حول قضية سياسية أو اجتماعية إلى أمور شخصية متعلقة بصاحب المنشور أو الفئة المخالفة.
7. شن حملات التبليغ بشكل جماعي في نفس الوقت أو عبر دفعات ضد الأشخاص والحسابات المعارضة واتهامها مثلاً بالمساس بالمؤسسات الرسمية والأشخاص أو المقدسات، فعند كثرة التبليغات يقوم موقع التواصل الاجتماعي بحظر واخفاء المنشور المبلغ عنه.
8. برمجة منشورات وتعليقات تعمل بشكل آلي هدفها الأساسي هو تكرار وإثارة الشائعات والتعليقات في نفس القضية، فمن كثرة تكرار المحتوى حتى تدخل في اللاوعي المتلقي وتصبح مؤثرةً عليه.

أنواع حسابات الذباب الإلكتروني:



شكل (5) أنواع حسابات الذباب الإلكتروني

المصدر: (من تصميم المؤلف)

يتطلب التعرف على مفهوم الذباب الإلكتروني التمييز ما بين الأنواع المختلفة للحسابات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بالاعتماد على ماهية العلاقة بين كل من الهوية الحقيقية والإلكترونية (الرقمية) لكل شخص، فهويتك على الإنترنت ليست بالضرورة أن تكون مطابقةً لهويتك في العالم الحقيقي، إذ إن الهوية الحقيقية (Real-World Identity) للإنسان تعبر عن مجموعة من الخصائص التي تميز الإنسان دوناً عن غيره، وبعض هذه الخصائص لا تتغير أبداً؛ كتاريخ الميلاد ومكانه، وبعضها الآخر يتغير بمرور الوقت كلون الشعر وقياس الخصر. أما الهوية الرقمية (Online Identity)؛ هي مجموعة السمات التي تميز طريقة تفاعل وسلوك الفرد مع المواقع الإلكترونية المختلفة، وبعد أن انفردت وسائل الإعلام التقليدية لفترةٍ طويلةٍ من الزمن في التأثير على الرأي العام وتوجيهه، أفرزت شبكات التواصل الاجتماعي ذات الشعبية الواسعة عالمياً فئةً جديدةً من المؤثرين (مستخدمي هذه المواقع) ممن يجيدون مخاطبة المتابعين بلغةٍ بسيطةٍ، وجذبهم وإقناعهم، لتغدو بذلك الشبكات الاجتماعية أداةً فعالةً ومؤثرةً في توجيه الرأي العام في المجتمعات. (القاضي، 2022)

ولفهم أكثر لما يحدث داخل حسابات الذباب الإلكتروني، وطريقة التلاعب بالبيانات وإنتاج ونشر كم هائل من المحتوى عبر حسابات وهمية من أجل إيجاد وفرض أمر واقع أمام المستخدمين وقبولهم برؤية معينة نظراً لكثرة المروجين لها من ناحية، ومن ناحية أخرى، نجد أن تلك العملية تتطلب بعض الحسابات الحقيقية، أو كما سندسمها هنا حساباتٍ حقيقية مُصنَّعة. وبناءً على ذلك يتم تقسيم حسابات الذباب الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تبين الهوية الحقيقية والهوية الرقمية لكل شخص وذلك على النحو الآتي: (شامي، 2018)

1- شخص حقيقي وهوية رقمية حقيقية.

الموضوع هنا بسيطٌ وواضحٌ، فهناك شخصيةٌ حقيقيةٌ على أرض الواقع لديها اسمٌ ومحل إقامة واهتماماتٌ وحيأةٌ متكاملةٌ، واختار هذا الإنسان أن ينشئ حساباً على موقع تويتر كمثال، فوضع اسمه وصورته ورقم هاتفه أو بريده الإلكتروني وبدأ بالتفاعل بما يتناسب واهتماماته الحقيقية، فهذه شخصيةٌ حقيقيةٌ عكست هويتها الإلكترونية هويتها الحقيقية.

2- شخص حقيقي وهوية رقمية مزيفة.

هنا نجد شخصاً اختار عدم الإفصاح عن هويته الحقيقية وتكوين هوية رقمية كاملةً مختلفة عن الحقيقة، ربما بغرض التخفي من أمر ما أو بغرض الاحتيال أو بغرض التحرك في مساحات أوسع إلكترونياً بالبحث والكتابة والمشاهدة لأشياء لا يمكنه فعلها بشخصيته الحقيقية.

3- حساب إلكتروني دون هوية لشخص غير موجود (وهي/آلي)

وهنا نجد حساباً لشخصٍ غير موجود أصلاً، وهي الحسابات التي عادة ما يتم إنشاؤها بغرض استخدامها للدعاية الإلكترونية، فهو حسابٌ مبرمجٌ غالباً، فيما يعرف باسم (Bot) أو الذباب/اللجان الإلكترونية، هذه الحسابات تكون دون هوية حقيقية، أي أنها لا تنتسب لشخص بعينه في الواقع، كما أنها لا تمتلك هوية رقمية، فهي تستخدم صور شخصياتٍ عامةٍ كصورة شخصيةٍ أو حتى لا تضع أي صورة شخصية، ويكون الاسم المُعرف لها (الهاندل/Handle) رقمًا مسلسلًا أو كودًا تم إنتاجه من مولدات إلكترونية (Code Generators).

4- هوية رقمية متكاملة لشخص غير موجود.

هذا النوع الأخير من الحسابات هو الأكثر احترافية وتستخدمه الشركات الكبرى، فهي تنشئ حسابات إلكترونية ويكون لكل حساب هويته الرقمية الكاملة، يتم بناؤها مثل بناء الشخصيات السينمائية في الأفلام أي أنّ هناك صورةً لشخصٍ ما واسم ربما يدل على الانتساب لعائلةٍ أو قبيلةٍ معينة.

كل تلك الحسابات تعمل في أوقاتٍ معينةٍ فقط وبحسب الحاجة كغرض دعم هاشتاغ معين أو الترويج لفكرةٍ معينةٍ أو حتى لمنتجٍ معينٍ، لكنها ببقية الوقت إما تُكتشف من تويتر فتُحذف، أو تبقى ساكنة دون أي نشاط، ما لم تكن هناك أي حملةٍ تستدعي مشاركتها.

الوحدات الشائعة للذباب الإلكتروني:

تتمثل الوحدات الشائعة للذباب الإلكتروني بالآتي: (فوزي، 2014)

1. مركز العمليات السيبرانية: (COC) وهو المسؤول عن تخطيط العمليات السيبرانية وتنفيذية، ويشمل على إجراء الاستطلاعات وتحديد الأهداف وتطوير الاستراتيجيات والتنسيق مع الوحدات الأخرى.
2. عمليات المعلومات: (IO) ويتمثل في قسم المعلومات وهو المسؤول عن إدارة معلومات واتصالات الذباب، وهذا يشمل إدارة الشبكات وتطوير وتنفيذ استراتيجيات الاتصال، والرصد والدفاع ضد الهجمات السيبرانية.
3. وحدة الاستخبارات الإلكترونية (CI): ويتمثل بقسم الاستخبارات الإلكترونية المسؤولة عن جمع وتحليل المعلومات بشأن التهديدات السيبرانية، ويتضمن ذلك مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي والمصادر الأخرى عبر الإنترنت، وتتبع نشاط المتسللين، وتطوير تقييمات التهديدات.
4. وحدة الدفاع السيبراني (CD): وهو قسم الدفاع السيبراني المسؤول عن حماية شبكات وأنظمة الذباب الإلكتروني من أي هجماتٍ، وهذا يشمل تنفيذ تدابير الأمن السيبراني، وإجراء تقييمات الضعف، والاستجابة للحوادث.
5. وحدة التدريب والتطوير (CST): وهو قسم التدريب داخل الأمن السيبراني المسؤول عن تدريب الأفراد على أفضل ممارسات الأمن السيبراني، ويشمل ذلك تطوير برامج التدريب وإجراء تدريبات وتقديم الدعم للوحدات المختلفة.



تُدار هذه الحسابات وتعمل من خلال الروبوتات التي يندرج تحتها الذباب الإلكتروني، والذي ينتشر في كل مكانٍ على الانترنت. ويقوم بمهام متكررة وتلقائيةٍ عبر برمجة تنتهي لوضع عمليات إعجاب أو إعادة تغريد أو تعليق على تغريداتٍ أو لحساباتٍ بعينها في نمطٍ من النشر الغزير الذي يؤدي لنشر وسوم أو هاشتاغات بشكلٍ كبيرٍ يجعلها تنافس في قوائم الترنند العالمية أو تصدر الترنند في الدول المستهدفة وفيما يلي خطوات عمل الذباب الإلكتروني: (<https://cyberone.co>)

الخطوة الأولى: تتمثل في إنشاء شبكة للذباب الإلكتروني من أجل إصابة أكبر عدد ممكن من الأجهزة المتصلة، لضمان وجود روبوتات كافية لتنفيذ الهجوم، والذي يستخدم قوة الحوسبة للأجهزة المصابة للمهام التي تظل مخفية لمالكي الأجهزة، ومع ذلك فإن جزء النطاق الترددي المأخوذ من جهازٍ واحدٍ ليس كافياً، ومن ثم فإن Botnet أو نظيره الذباب الإلكتروني يقوم بجمع ملايين الأجهزة لتنفيذ هجمات على نطاقٍ واسعٍ بهذه الطريقة يقوم بإنشاء الذباب إما عن طريق استغلال الثغرات الأمنية في البرامج أو مواقع الويب أو رسائل البريد الإلكتروني المخادعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي.

الخطوة الثانية: بمجرد اختراق الجهاز، فإنه يُصاب ببرنامج ضار الأمر الذي يتطلب ربط الجهاز مرة أخرى بخادم الروبوتات المركزي، بهذه الطريقة، ثم يتم توصيل جميع الأجهزة داخل شبكة الروبوتات، وتكون جاهزةً لتنفيذ الهجوم، والنشر على المواقع ويستخدم راعي الروبوتات برمجة الأوامر لقيادة إجراءات الروبوت.

الخطوة الثالثة: بمجرد الإصابة، يسمح الروبوت بالوصول إلى العمليات على مستوى المسؤول مثل جمع بيانات المستخدم وسرقتها، وقراءة بيانات النظام وكتابتها، ومراقبة أنشطة المستخدم، وتنفيذ هجمات DDoS،

الذباب الإلكتروني وصناعة ال أي العامر

وإرسال البريد العشوائي، وشن هجمات القوة الغاشمة، وتعددين التشفير، ونشر بوستات وتغريداتٍ مختلفةٍ على مواقع التواصل الاجتماعي والرد عليهما من قبل الذباب الإلكتروني الآخر لخلق جو من التفاعل والذي يكون بالنهاية وهمي ولكنه يهدف لخلق نوع من البلبلة.

الخطوة الرابعة: تدار هذه الحسابات الوهمية عبر "روبوت الويب" أو (BOTS) الذي يقوم بمهام متكررة وتلقائية عبر برمجة تنتهي بوضع عمليات إعجاب أو إعادة تغريد أو تعليق على تغريدات أو لحسابات بعينها في نمط من النشر الغزير يؤدي لنشر وسوم (هاشتاغات) بشكل كبير يجعلها تنافس في قوائم الترتد العالمية أو تصدر الترتد في الدول المستهدفة.

الخطوة الخامسة: يعمل الذباب الإلكتروني على التلاعب بالصور والفيديوهات.. من خلال إظهار صور وفيديوهاتٍ مفبركةٍ لأحداث غير حقيقية أو وقعت مثلاً في الدولة أو الدعاية لها عل أنها ملتقطة في الدولة -ب- خاصة القضايا المتعلقة بانتهاكات حقوق الإنسان.

الخطوة السادسة: صناعة التريند والهاشتاغ تتم بطريقتين:

الأولى: تتم عبر الكتائب الإلكترونية برفع معدل التفاعل من خلال النشر وإعادة النشر وتكرار المحتوى على أوسع نطاق.

الثانية: عن طريق دفع اموال للذباب الإلكتروني مقابل برمجة روبوتات تقوم بالإشهار والترويج لمؤسساتٍ اقتصاديةٍ وشركاتٍ لتحقيق مكاسب مالية، أو تدعم أحزاب وشخصياتٍ سياسيةٍ خاصةً أثناء فترة الحملات الانتخابية.

الخطوة السابعة: يقوم الذباب الإلكتروني بتسميم الهاش تاج حيث يتم مهاجمة الهاش تاج النشاط وإنشاء آخر معاكسٍ له بعددٍ من الحسابات.. التي تقوم بتكرار نشر تغريداتٍ موازيةٍ من خلال اغراق مواقع التواصل بمحتوى وأفكار معارضةٍ ليتفوق على الأصل من حيث النشاط وعدد المنشورات.

الخطوة الثامنة: الانتشار بقوةٍ في مختلف المواقع الاخبارية العالمية وفي صفحات الشخصيات المؤثرة التي لديها صدى دُولي ومنتديات ومنصات التواصل التابعة لدولةٍ معاديةٍ بانتحال صفات واسماء مرتبطة بالدولة المعادية.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الخطوة التاسعة: تجنيد أشخاص ذوي التأثير العالي من رجال دين.. إعلاميين.. أكاديميين ورياضيين.. اللذين لديهم الآلاف وبعضهم لديه الملايين من المتابعين والزج بهم في حرب التغريدات.

الخطوة العاشرة: النشر والتعليق عن طريق حساب شخصية حقيقية مشهورة موالية حتى تعطى مصداقية للمنشور ثم تقوم الكتائب الإلكترونية بدعمه ورفع مستوى التفاعل فيه بإبداء الإعجاب والترويج له في أكبر عددٍ ممكنٍ من المواقع ومختلف وسائل التواصل الاجتماعي.

الخطوة الحادية عشر: مهاجمة الرأي أو الجهة المعارضة بالشتم.. الابتزاز.. التخوين.. والشخصنة بتحويل النقاش من فكري حول قضية سياسية أو اجتماعية.. الى أمور شخصية متعلقة بصاحب المنشور أو الفئة المخالفة.

الخطوة الثانية عشر: شن حملات التبليغ بشكل جماعي في نفس الوقت، أو عبر دفعاتٍ ضد الأشخاص والحسابات المعارضة واتهامها مثلاً بالمساس بالمؤسسات الرسمية والأشخاص أو المقدسات.

الخطوة الثالثة عشر: برمجة منشورات وتعليقات تعمل بشكل آلي.. هدفها الأساسي هو تكرار الشائعات والتعليقات في نفس القضية.. فمن كثرة تكرار المحتوى حتى تدخل في لاوعي المتلقي وتصبح مؤثرةً عليه.

الهجمات الإلكترونية التي يقوم بها الذباب الإلكتروني:



○ هجمات رفض الخدمة الموزعة (DDoS)) وفي هذا الهجوم، يتم استخدام شبكة الإنترنت المخترقة من اجل إغراق موقع الويب أو الخادم المستهدف بحركة المرور، مما يجعل من الصعب على المستخدمين الشرعيين الوصول إليه.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- هجمات البرامج الضارة والتي تمثل أحد أنواع الهجمات التي تتعرض لها أجهزة الكمبيوتر أو الشبكة العنقودية، من أجل الوصول إلى معلوماتٍ أو بياناتٍ حساسةٍ.
- هجمات الاحتيال والتصيد، وفي هذه الحالة يقوم المهاجم بإرسال بريد أو رسالة إلكترونية بحيث تبدو وكأنها قادمة من مصدرٍ شرعي، ولكنها مصممة لخداع المستلم للرسالة وسرقة بياناته الحساسة.
- اختراق الشبكة: حيث يمكن أن تتضمن الحرب السيبرانية استخدام أدواتٍ وتقنياتٍ متخصصةٍ للحصول على وصول غير مصرح به إلى شبكةٍ أو نظامٍ معين. (فوزي، 2014)

القضايا التي تجذب الذباب الإلكتروني:

منصات التواصل الاجتماعي في العالم العربي لا تخلو من (#هاشتاجات)، تحمل في غالب الأحيان، حملات تشويه مضملة ومشبوهة، حتى أصبحنا أمام ظاهرة تُسمى بـ«الذباب الإلكتروني»، الذي يتغذى على فضلات العالم الافتراضي، عبر حسابات يديرها مرتزقة، وأخرى وهمية، لتطفو على السطح «ميليشيات أو لجان أو كتائب» تسيطر على العالم الافتراضي، لاسيما عبر مواقع «فيسبوك» و«تويتر» وتلغرام». إنها تكاد تكون حرباً منظمة، تعلنها دولٌ أو جماعاتٌ متطرفة، للنيل من نظام دولة ما، هنا أو هناك، لتتحول الصراعات من استخدام الأسلحة الحربية بكل إمكاناتها، إلى حرب إلكترونية تتكون من «ذباب إلكتروني» يرتدي زي الجنود المجهولين، التي تلاحق المستخدمين، وتحاول السيطرة عليهم عن طريق الإغراء المالي، أو إقناعهم بأيدولوجيةٍ متطرفةٍ،

ولذلك نلاحظ بين وقتٍ وآخر، ظهور طنين بعض الحسابات المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي، تماشياً مع أحداث وقضايا الساحة، والهدف منه هو توجيه الرأي العام، أو بث فكرةٍ معينة، تظهر للمتلقي على أنها معلوماتٍ صحيحةٍ وصادرةٍ من مصادرٍ معروفةٍ.

وقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة، منابر لتمرير آراء وأفكار معينة، أو توجيه أفراد وجهةٍ معينة، الأمر الذي خلق مهنةً جديدةً، سواءً عبر أشخاصٍ أو آلاتٍ، تتلخّص في مجموعة حساباتٍ تغرد بشكلٍ متناغم، وبمقابل أجر لأهداف متنوعة، أبرزها نشر معلومة أو مناشدة أو حتى إساءة بطريقة غير مباشرة بهدف الوصول إلى التأثير السلبي أو الضغط على المسؤول صاحب العلاقة.

وهناك العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية المثارة تمثل أرضاً خصبةً للذباب الإلكتروني لينشط من خلالها. ومن هذه القضايا: (طرف، 2019)

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

1. الصراعات السياسية بين القوى والكيانات المختلفة داخل البلد الواحد. فقد تساهم الحملات والتغريدات في (X) بإسقاط وزراء وحكومات.
2. الخلافات بين المشاهير ونجوم الفن والرياضة الأمر الذي قد يترتب عليه إيقاف بعض الأنشطة، وانعزال الأفراد عن الظهور.
3. القضايا الوطنية الساخنة وخاصةً في البلدان الديمقراطية التي تسمح بالحرية وتعدد الآراء.
4. الأزمات الطارئة بين البلدان والخلافات السياسية حيث تحظى هذه الأزمات بتفاعل كبير بين المغردين، وتتيح المجال أمام الذباب الإلكتروني لتوجيه الهجوم المتبادل بين الأطراف.
5. الأزمات الاقتصادية والخدمية تتيح مثل هذه الأزمات الفرصة أمام الذباب الإلكتروني للنيل من الحكومة أو من بعض الوزراء أو المتسببين لهذا الأزمة الأمر الذي يترتب عليه مواقف قوية باستقالات أو عزل شخصيات من مناصبهم.
6. القضايا المتعلقة بهموم ومشاكل الناس والتي تتيح المجال أمام النشطاء والمغردين والذباب المعادي لتوجيه مثل هذه القضايا وجهات معينة.
7. القضايا المتعلقة بالتعليم والقرارات المنبثقة عنه تلقى أيضاً ردود فعل قوية، وتتيح المجال أمام الذباب الإلكتروني للخوض فيها بشكل أو بآخر.
8. المناوشات الحزبية والمذهبية والعرقية تتيح الفرصة أمام الذباب الإلكتروني للخوض فيها وتوجيه سيل الاتهامات ضد طرف من الأطراف.

طرق تمييز منشورات الذباب الإلكتروني:



الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الذباب الإلكتروني منتشر وبشكل كبير في البلاد العربية ومن الصعب كشفه، ولكن يُمكن أن ننتبه لبعض الإشارات تقودنا لتلميح الأمور حول الموضوع، ولذلك عزيزي القارئ تستطيع تمييز منشورات الذباب الإلكتروني من خلال الملامح الآتية: (www.alfaweb8.com)

1. ملاحظة منشوراتٍ كثيرةٍ في وقتٍ قصيرٍ.
2. قلة المعلومات الشخصية.
3. تركيز المحتوى على موضوعٍ أو رأيٍ معينٍ.
4. إنشاز وسوم تافهة بدون معنى.
5. تكرار نفس النص ونفس المحتوى مع تغيير بسيط في جميع المنصات ووسائل التواصل.
6. تكون الحسابات بأسماء مستعارةٍ وحساباتٍ وهميةٍ تاريخ إنشائها قريب.
7. يتم إعادة إنشاء الحساب بشكل روتيني حتى بعد إغلاقه والإبلاغ عنه.
8. السرعة في النشر والتغريد في وقتٍ واحد. وقد تكون هذه الأمور معروفةً ومألوفةً لدى الكثير من الأشخاص، ولكن تكاثر الذباب الإلكتروني بقوةٍ خلال بعض الأزمات السياسية عربياً على شكل حساباتٍ وهميةٍ مهمتها رفع معدل التفاعل وإغراق مواقع التواصل الاجتماعي لمحتوى معارض وأخبار زائفةٍ، وهجماتٍ حولت الكثير من القضايا السياسية والاجتماعية.

إنّ انتشار الذباب الإلكتروني بشكلٍ واسعٍ أزجح شركات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن شركات تويتر (X) وفيسبوك تعاني من اكتساح ملايين الحسابات الوهمية قواعد بياناتها، ويُحاولان جاهداً تطوير أدوات فعالة لكشفها والتخلص منها.

من يقف وراء الذباب الإلكتروني؟

أصبح إنشاء الحسابات الوهمية على مواقع التواصل الاجتماعي عند البعض مصدراً لتحقيق أرباح طائلةٍ وتجارةٍ رابحةٍ تديرها شركاتٌ غير قانونيةٍ على مستوى العالم حيث تلجأ بعض الدول إلى التأثير على الرأي العام لحسم الخلافات السياسية مع الدول الأخرى لصالحها مستهدفةً إياها من خلال ترويج الأكاذيب والشائعات باستخدام الحسابات الوهمية، وفي الوقت الذي تستعين فيه الحكومات بهذه الظاهرة، تلجأ القوى الأخرى المعارضة أيضاً إلى استخدامها من أجل تحقيق أهدافٍ سياسيةٍ، وبنفس الطريقة، من خلال نشر ملايين التعليقات المسيئة إلى الحكومات، وغيرها من المنشورات من حسابات وهمية، ويعمد البعض للاستعانة بقطيع

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الذباب الإلكتروني يهدف زيادة عدد المتابعين لحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي سعياً وراء الشهرة والمال كما تقف القوى الاقتصادية في إطار الحروب بين الشركات المتنافسة، حيث تسعى بعض الشركات لإقصاء المنافسين التجاريين لهم، وذلك من خلال تشويه سمعتهم والإساءة لمنتجاتهم.

ومن هنا يمكن حصر الجهات التي تقف وراء الذباب الإلكتروني بالجهات الآتية:

- القضايا والظواهر التي يفرضها الواقع والموقع الجغرافي.
- اللجان الإلكترونية الحكومية تأتي في صدارة هذه الجهات والتي تسخر الذباب الإلكتروني وتوظفهم لأغراضها الخاصة في تشويه المعارضين وإطلاق الشائعات ضدهم.
- المعارضة هي الأخرى تلجأ لنفس هذا الأسلوب في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء حسابات مزيفة تنشر التغريدات المسيئة للحكومة.
- الشركات التجارية العابرة للقارات تستخدم هذا الأسلوب أيضاً تنكياً بخصومها ومنافسها في السوق.

طرق الكشف على حسابات الذباب الإلكتروني:

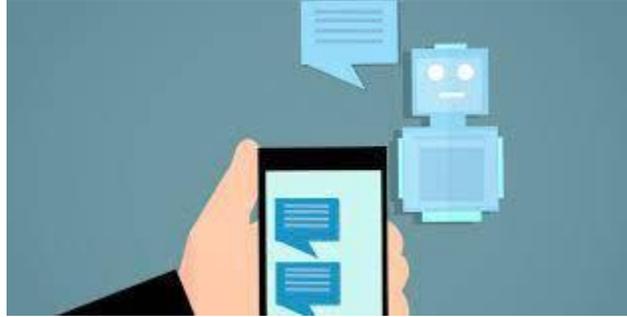


قبل الحديث عن طرق كشف حسابات الذباب الإلكتروني، يجب أن توضح بعض المصطلحات والمنهجيات المستخدمة من قبل المختبرات الرقمية للأبحاث الجنائية (DFR) للكشف عن الحسابات الوهمية أو المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الذباب الإلكتروني.... وصناعة الرأي العام

وهنا يجب الإشارة إلى بعض هذه المصطلحات مثل «بوت» و «بوت نت» و «المتصيد» وذلك على الاتي:(إبراهيم،2020)

ما هو «البوت BOOT»؟

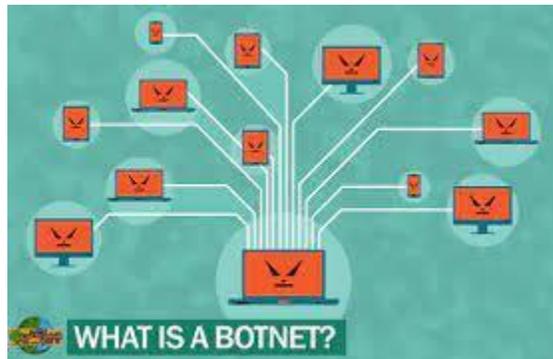


البوت: هو حساب وهي تديره برامج أوتوماتيكية وليس شخصيات حقيقية، أو بمعنى آخر: تصميم برنامج لإنشاء مشاركاتٍ دون تدخلٍ بشري.

وقد قدم المختبر الرقمي للأبحاث الجنائية بعض المؤشرات التي تساعد في التعرف على البوت، أهمها: عدم الكشف عن الهوية، ارتفاع مستوى النشاط وتضخيم موضوعاتٍ أو مستخدمين بعينهم أو هاشتا جات، وهذا هو الأشهر.

ومن أسهل الطرق للتحقق من سلامة الحساب واعتباره غير بوت في تويتر على سبيل المثال: هو الاطلاع على تغريدات هذا الحساب، ونسخ بعض الجمل منها ولصقها في شريط البحث، فإذا كانت التغريدات مبتكرة او أصلية (غير منسوخة من تغريدات أخرى) فهنا يمكن أن نعتبر هذا الحساب غير بوت.

ما هو الـ «بوت نت»؟



الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

البوت نت: عبارة عن شبكةٍ من حسابات البوت يقوم على إدارتها شخصٌ واحدٌ أو مجموعة أشخاص، أو مديرو شبكات البوت نت، التي تتطلب مساهمةً حقيقيةً قبل النشر، وتعمل هذه الشبكات على إيجاد تفاعل على منصات التواصل الاجتماعي، مما يجعل الموضوع الذي تتبناه هذه الشبكات يبدو أكثر تفاعلاً أمام المستخدمين الحقيقيين، ثم تولد المشاركة على مواقع التواصل مزيداً من التفاعل.

دور «البوت نت» على الانترنت؟

الدور الأساس الذي تلعبه البوت نت هو إنشاء هاشتاغ أو مستخدمٍ أو كلمةٍ رئيسيةٍ لتصبح مثار حديث الرأي العام (بشكلٍ إيجابيٍ أو سلبي) أو أكثر شعبيةً مما هو عليه الواقع.

وأحياناً تُستخدم «البوت نت» في استهداف المستخدمين الحقيقيين عند قيامهم بتفاعلٍ مضادٍ، وذلك من خلال توجيه رسائل أو بريدٍ غير مرغوبٍ لأصحاب الحسابات الحقيقية بهدف المضايقة.

وقد حددت المختبرات الرقمية للأبحاث الجنائية أهم المؤشرات التي تساعد على كشف وتحديد البوت نت، فإذا صادفتك شبكة حساباتٍ يشتهبها جزءٌ من بوت نت فانتبه لما يلي:

1. نمط وأسلوب الخطاب: البوت نت التي تديرها «خوارزميات مبرمجة» تستخدم نمط الخطاب نفسه، أي إذا مررت على أكثر من حساب تستخدم ذات الطريقة في الخطاب، كمن تغرد بمقالات إخبارية وتستخدم نص المقال في العنوان، فمن المحتمل أن تكون الحسابات تدار بـ«بوت نت».
2. التغريدات المتطابقة: نظراً لأن معظم «البوت» عبارة عن برامج إلكترونية بسيطة جداً، فهي غير قادرة على إنتاج محتوى متنوع، لذا تلاحظ أن معظم المنشورات أو التغريدات متطابقة.
3. اسم الحساب: هناك طريقة أخرى للكشف عن برامج «البوت نت» الكبيرة وهي النظر في أنماط الحسابات المشتبه بها، أي كيف كُتبت " @... " فغالباً يستخدم منشئو المحتوى نفس النمط عند تسمية الحسابات الخاصة بهم.
4. تاريخ وقت الإنشاء: غالباً ما يتم إنشاء حسابات البوت الخاصة بشبكات الـ «بوت نت» في أوقاتٍ مماثلةٍ أو متقاربةٍ جداً، فإذا صادفت عشرات الحسابات قد تم إنشاؤها في نفس اليوم أو الأسبوع نفسه، فهذا يُعتبر مؤشراً بأن تلك الحسابات جزءٌ من شبكة «بوت نت».

5. النشاط المتطابق: من العوامل الأخرى الدالة على «البوت نت» هو النشاط المتطابق أو المماثل، فإذا وجدت عدداً من الحسابات يؤدي النشاط نفسه بالضبط، أو يشارك بنفس الطريقة على تويتر، فمن المرجح أن تكون تلك الحسابات جزءاً من شبكة «بوت نت».
6. الموقع: من أهم المؤشرات التي تدل على «البوت نت»، وبخاصة ذات الأهداف السياسية هو مشاركة موقع واحد بين العديد من الحسابات المشبوهة، حيث يلجأ رعاة البوت السياسي إلى استخدام الموقع المتواجد فيه المرشح أو الحزب المراد الترويج له، حتى يظهر للرأي العام باعتباره قوة حقيقية وبالتالي يؤثر على اختيار الناخبين.
7. عدم وجود مؤشرات الهوية الإلكترونية الواقعية: وذلك بعدم إدراج المعلومات الشخصية الحقيقية في الحسابات بعدم توفر صورة حقيقية - رقم الهاتف والعنوان الشخصي أو البريد الإلكتروني -
8. النشاط بأسماء مستعارة وحسابات وهمية: أي استخدام أسماء مرتبطة برموز وطنية وشخصيات اجتماعية.
9. إعادة انشاء الحسابات بشكل روتيني: خاصة بعد حذف أو تجميد نشاطهم نتيجة التبليغ أو اكتشاف حسابهم الوهمي من طرف مسيري مواقع التواصل الاجتماعي.
10. المتابعة والتشويش: على حسابات الشخصيات المناوئة لتوجه الذباب الإلكتروني، من معارضين محليين ودوليين.
11. سرعة النشر والتغريد (منشورات كثيرة في وقت واحد).
12. حسابات خالية من المنشورات: ولا يتم التفاعل بينه وبين متابعيه في حالة وجودهم.
13. تعمل الحسابات في أوقات معينة فقط: بغرض دعم هاشتاغ أو الترويج لقضية رأي عام. (برزيق، 2018)

أساليب مواجهة الذباب الإلكتروني:

أفضل وسائل المواجهة للذباب الإلكتروني هو "الحظر" والإبلاغ وعدم الانجرار وراء محاولات الحوار والاقناع معهم، لأنك لن تصل معهم إلى اتفاق محدد، وقد تخسر وقتك وأعصابك بإقناعهم في الوقت الذي لن تستطيع إقناعهم لسبب بسيط وهو أنه ليس لديهم الوقت للحوار المتناسك معك، وأنهم لا يقرأون تعليقاتك من الأساس، فضلاً عن أنهم في الأساس غير معنيين بقضية الصواب والخطأ، وردودهم دائماً هي نصوص ثابتة محفوظة كثيراً ما تفتقر للمنطق.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

وتتمثل أهمية الحظر في أنه لا يحميك وحدك فحسب، بل أيضاً يحمي متابعيك من وصول أسراب الذباب إليهم وتكرار التجربة معهم، ويحول دون تعرض معلوماتك ومعلوماتهم للسرقة والتهديد والابتزاز.

وهناك العديد من الجهود والمساعي التي تقوم بها الدول والمؤسسات ويُنصح بها حتى الأفراد العاديين، فعلى مستوى الدول نجد العديد من المبادرات التي أخذت الطابع القانوني أساساً من خلال سن عقوباتٍ رادعةٍ لمن يثبت تورطهم في مثل هذه الأعمال المضللة للرأي العام والماسة في بعض الحالات بأمن واستقرار الدول ومؤسساتها السيادية وقد اقتضت الحاجة ببعض البلدان إلى إنشاء هيئاتٍ متخصصةٍ مثل السعودية مثلاً التي أنشأت هيئة مكافحة الشائعات.

وهناك مجموعةٌ من الإجراءات والسياسات التي يمكن للدول القيام بها من أجل مواجهة هذه الحرب الشرسة للذباب الإلكتروني. ومن هذه الإجراءات ما يلي: (خليفة، 2016)

- تطوير القوانين التي تُلزم شركات الاتصالات وتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي بتقديم المعلومات الخاصة بالمستخدمين محل الاشتباه للأجهزة الأمنية.
- توقيع مجموعةٍ من بروتوكولات التعاون مع الشركات المشغلة لمواقع التواصل الاجتماعي بمساعدة الدول في ملاحقة المجرمين الذين يستخدمون هذه الوسائل بعد حصولهم على إذن من القضاء.
- العمل على تطوير ميثاق الشرف الإعلامية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتفعيل دور الرقابة الشعبية على المحتويات غير الأخلاقية.
- إعلان قوائم سوداء بشكلٍ دوريٍ على الصفحات والمواقع التي تشن حروباً غير أخلاقية على الأشخاص والمجتمعات.
- إنشاء محكمةٍ قضائيةٍ مختصةٍ بجرائم النشر في المواقع الإلكترونية.
- تفعيل دور البرلمانات والمؤسسات التشريعية للقيام بدورها في سن القوانين والتشريعات بهذا الخصوص.

وزيادةً على ذلك، فهناك عددٌ من الحلول المقترحة على الأفراد، فزيادة على حثهم على تتبع المعلومات الرسمية من مصادرها، فقد طورت عدد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بعض الحلول التقنية التي تقوم على تخصيص مواقع للتحقق من الأخبار والمعلومات، فضلاً على وضع عددٍ من البروتوكولات الوقائية واستعمال

وسائل وتقنيات اليقظة من قبل المؤسسات والمنظمات بقصد السماح بتتبع الأخبار المغلوطة ودحضها في الوقت المناسب.

وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى مبادرة عددٍ من المؤسسات الإعلامية التي قامت بإجراء دراساتٍ ومبادراتٍ للحيلولة دون انتشار الأخبار الكاذبة على غرار مؤسسة "بي بي سي"، فضلاً عن مساعي المواجهة التي تندرج في إطار الحرص على عدم نشر أي خبرٍ قبل التحقق منه من قِبَل الصحف ووسائل الإعلام الجادة، أو تداوله من قبل الشخصيات العامة، لكن الإشكال الذي قد يُصعب من العملية هو أنه في كثير من الأحيان يتم استغلال هذه الأخبار الكاذبة سياسياً واقتصادياً لتغذية الدعاية.

وعليه ورغم العديد من الإجراءات التي تقوم بها الدول والمؤسسات وتدعو لاتباعها يبقى الفرد المتلقي في صميم العملية، لذلك تبرز أهمية التربية الإعلامية والحاجة الماسة لإيجاد متلقي ناقدٍ، يتجاوز التلقي السلبي خاصةً عند الاعتماد على الاستجابة السريعة الأولية، حيثُ يجبُ التفكير بطريقةٍ تحليليةٍ وواعية وعدم التعامل بسلبية والاعتماد على الحدس الأول. (بوزيان، 2021)

ومن هنا وفي حالة تعرض حسابك الشخصي لأي نوعٍ من أنواع التنمر أو الهجوم من قبل بعض الذباب الإلكتروني يمكنك القيام بما يلي: (<https://www.unicef.org/ar>)

- 1- القيام بحجب حسابات وأفراد مَنْ يقومون بالتنمر عليك، وكذلك الحسابات التي يُمكن أن يفتحونها.
- 2- القيام بإسكات حساب ما، وهنا لا يتم إشعار ذلك الحساب بأنك قمت بإسكاته.
- 3- استخدام خاصية "التقييد" لحماية حسابك بصفة سرية ودون أن يشعر الشخص أو الجهة المعنية بذلك.
- 4- يمكنك إدارة جميع التعليقات المرتبطة بالمواد التي تقوم بنشرها.
- 5- يمكنك القيام ببعض التعديلات على إعدادات حسابك على بعض وسائل التواصل بحيث لا يتاح سوى للأشخاص الذين تريدهم ومن تقوم بمتابعتهم.
- 6- اختيار من يمكنه الرد على تغريداتك من متابعيك.
- 7- منع حساباتٍ محددةٍ من الاتصال بك أو رؤية تغريداتك.
- 8- تقديم البلاغات حول أي سلوكٍ مسيءٍ قد يواجهك.

9- محو التعليقات المسيئة والإبلاغ عنها.

10- فحص قائمة متابعيك بين وقت وآخر واستبعاد من لا تحب متابعته.

التجارب العربية والدولية في مواجهة الذباب الإلكتروني:

ثمة تحدياتٌ لمساعي مواجهة الإرهاب السيبراني، يتعلّق أهمُّها بالتطورات السريعة والمتلاحقة في مجال التقنية، وتطوُّر أدوات التخفيّ وحجب تقنيّات التتبُّع، وتقدُّم برامج تغيير المواقع لذا فقد اعتمدت العديد من الدول استراتيجيةً لمواجهة وفق المراحل الآتية: (الحمدان، 2021)

المرحلة الأولى: التدابير السياسية والتنظيمية: وتشمل ما يأتي:

- السياسات السيبرانية: إن سياسة الدولة على المستويين المحليّ والدوليّ تحدّد توجُّهاتها في الفضاء السيبراني، ويبدو أنّ بعض الدول الكبرى الناشطة في الفضاء الإلكتروني مثل الصين وروسيا لديها تحفظاتٌ تتعلّق بهذا الفضاء؛ إذ رأت في العولمة السيبرانية تعديلاً على سيادة الدولة القومية، ولا يمكن لأيّ دولةٍ في ظلّها أن تسيطرَ على المضمون المتداول بين مواطنيها عبر شبكة الإنترنت. لذلك أقامت كلُّ منهما الحواجز اللازمة، وأنشأت شبكاتها القومية الخاصة ضمن إطار شبكة الإنترنت العالمية، وبحسب ضوابطها الخاصة، ونجحت كلا الدولتين في تحقيق ذلك، إضافةً إلى تبني معظم الدول الكبرى جماعاتٍ سيبرانيةً وسيطةً تعمل لصالحها مثل الجيوش أو ما أُطلق عليه الذباب الإلكتروني.

- الجوانب التنظيمية والتشريعية: إنّ التشريعات القانونية التي تراعي الجوانب الموضوعية والشكلية مهمةٌ في مواجهة الإرهاب الإلكتروني على صعيد الدول؛ إذ يجب أن تنظّم التشريعات العمل في المجال الرقّبي بإنشاء مؤسساتٍ متخصصةٍ بموجب قوانينٍ خاصّة، وتحديد طبيعة الجرائم والعقوبات الملائمة والرادعة لها، وشمول جميع الجوانب المتعلقة بالتجريم والعقوبات، والإجراءات الشكلية كالضبط والتحقيق والتوقيف وما شاكلها.

وتجربة العالم العربي في هذا المجال وبعد أن تحولت هجمات الذباب الإلكتروني إلى حرب تشويهٍ مضللةٍ ومشبوهةٍ من حساباتٍ وهميةٍ يديرها مرتزقةٌ، وتعلنها دولٌ أو جماعاتٌ متطرفةٌ للنيل من نظام دولةٍ ما، الأمر الذي جعل العديد من الدول العربية تجد نفسها امام تحدٍ كبيرٍ تسعى فيه لمحاولة حماية الافراد والمجتمعات والاقتصادات والثقافات وحتى الديانات والدول من سوء استخدام هذه الوسائل وذلك من خلال سن القوانين والتشريعات الرادعة لكل من تسول له نفسه ارتكاب جرائم الكترونية قاتلة للحريات الشخصية وسارقة لاقتصادات الوطن والافراد بعمليات نصبٍ واحتيالٍ وتنمّرٍ واغتصابٍ واغتيالٍ للشخصية وغيرها من صور الجرائم الالكترونية التي تزايدت اعدادها خلال السنوات القليلة الماضية.

وقد اعتمدت العديد من الدول على مواجهة هذه الحروب الافتراضية من خلال مسارين:(الاتحاد، 2018)

المسار الأول: رفع الوعي لدى المجتمع بمخاطر الشبكات الاجتماعية والتهديدات التي يمكن أن تسقط البعض في شركها من خلال التسرع في مشاركة التغريدات حتى يصبحون جزءاً من الذباب الإلكتروني دون أن يدركوا ذلك.

المسار الثاني: من خلال إصدار قوانين تلزم شركات الانترنت والاتصالات بحظر الصفحات التي تبث الفتنة في المجتمع، والعمل على إيجاد ميثاق شرفٍ لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وإعلان قائمةٍ سوداءٍ سنويةٍ بالصفحات الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تحض على العنف، والكراهية، وتشجيع التطرف، والإرهاب.

وقد قامت المملكة في إنشاء هيئةٍ متخصصةٍ لـ«الأمن السيبراني» بأمرٍ ملكي من أجل حفظ مقدرات الشعب السعودي، والحفاظ على أمن الناشئة الفكرية كأحد حلول هذه المواجهة.

الأردن أيضاً واحدةً من تلك الدول التي سعت وتسعى جاهدةً لحماية أفرادها ومجتمعها واقتصاد الوطن وكافة قطاعاته وسكانه من أخطار الجرائم الإلكترونية ولذلك فإنّ من أهم مشاريع القوانين المنظورة تحت قبة البرلمان والتي تدعوا إلى: (الداوود، 2023)

1. ضرورة تغليظ العقوبات في قانون الجرائم الإلكترونية علّها تكون رادعاً لكل من يرتكب جريمةً إلكترونيةً بحسب ما نص عليه القانون.

2. التأكيد على حرية الرأي والانتقاد البناء والتعليقات وفقاً لجميع القوانين المحلية والدولية الناظمة والضامنة لحرية التعبير.

وقد قامت جمهورية مصر العربية بمختلف مؤسساتها في اتخاذ الإجراءات والتدابير اللازمة لخلق بيئةٍ سيبرانيةٍ آمنةٍ داخل الدولة، ومن أبرز هذه الجهود، تشكيل هيئاتٍ وطنيةٍ للأمن السيبراني ومكافحة الإرهاب الإلكتروني مثل: "المركز الوطني للاستجابة لطوارئ الحاسب الآلي" (سيرت) في عام 2009، ويستهدف حماية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وقد نجح هذا المركز بالفعل منذ عام 2012 في تقديم الدعم الفني لمختلف المؤسسات بالدولة والقطاعات لمواجهة الأخطار السيبرانية بما فيها المساعدة على مواجهة خطر الهجمات الإرهابية السيبرانية.

حققت لبنان جهوداً ملموسةً في مجال مكافحة تهديدات الإرهاب الإلكتروني، ومنها إنشاء الهيئة الناظمة للاتصالات في عام 2007، والتي أصبحت عضواً فاعلاً في الشراكة الدولية المتعددة الأطراف لمكافحة التهديدات والهجمات السيبرانية، إضافةً إلى إقرار قانون التنصت رقم (140)، وقانون حقوق الملكية الفكرية رقم (75)، هذا فضلاً عن إنشاء مكتب مكافحة الجرائم المعلوماتية وحماية الملكية الفكرية التابع لقسم المباحث الجنائية الخاصة، ضمن وحدة الشرطة القضائية في المديرية العامة

لقوى الأمن الداخلي، وتمثل مهمة هذا المكتب في مكافحة الجرائم التي تستخدم فيها التقنيات المعلوماتية العالية، وجرائم التعدي على الملكية الفكرية.

الإمارات قامت بإصدار قوانين وتشريعات لتجريم أي عناصر ترتبط بالتنظيمات الإرهابية ومن هذه القوانين مرسوم بقانون اتحادي رقم (5) لسنة 2012 في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات، كما أسست الإمارات مركز "صواب" في مارس 2015، وهي مبادرة تفاعلية للتواصل الإلكتروني تهدف إلى دعم جهود التحالف الدولي في حربه ضد التطرف والإرهاب،

كما تعد ماليزيا واحدة من أولى الدول في جنوب شرق آسيا التي سنت قوانين وتشريعات الفضاء السيبراني، فهناك عدة قوانين وتنظيمات تبنتها الدولة الماليزية للتعامل مع الإرهاب السيبراني.

● الإستراتيجيات السيبرانية: الإستراتيجية السيبرانية للدولة تحدّد توجُّهها في هذا المجال، وتشمل كلّ السياسات والجوانب الأخرى ذات الصلة، مثل المؤسّسات المخوّلة بتنظيم النشاطات الرقمية وضبطها، ومواكبة التشريعات للتطوُّر الحاصل في هذا المجال، والاهتمام بتوعية المستخدمين بالمخاطر المحتملة.

● الاتفاقيات الإقليمية والتعاون الدولي: تشمل الاتفاقيات الثنائية بين الدول الجوانب القانونية اللازمة للتعاون في مجال التحقيق في حوادث الفضاء الإلكتروني، أمّا التحالفات السيبرانية بين الدول، أو مع القطاع الخاص؛ فهي مهمّة في عمليات التتبُّع والتحقيق في الحوادث، وتبادل المعلومات عن أبرز الطرق الإجرامية المتبعة، وأهمّ الأختام الرقمية والبصمات الإلكترونية الخاصة بالتنظيمات الإرهابية، وأحدث البرمجيات والأسلحة السيبرانية المستخدمة، ما يساعد على تحديد هويّة الجهة التي تنقذ الهجمات الإرهابية السيبرانية، ويسرّل استهدافها.

ولا يؤتد بعض الخبراء تحالف الدول العظمى مع الدول النامية في كلّ شيء، أي لا ينبغي أن تفتح مجالها الرقمي لهذه الدول، ولكن تسعى للتعاون الجزئي. ويمكن أن تتحالف الدول مع الشركات العاملة والبارزة في مجال الأمن السيبراني، ولا سيّما المحلية منها، على أن يكون انفتاحها بحسب قدرة الدولة على السيطرة على هذه الشركات. أما الشركات الأجنبية فيجب الحذر منها، ومعاملتها بمعيار معاملة الدول الكبرى نفسه.

المرحلة الثانية: التدابير الأمنية والاستخباراتية السيبرانية.

يبرز أثر الجهات الأمنية السيبرانية في مجال التوعية والقيام بإجراءات الاستخبارات السيبرانية المضادة؛ لكشف ثغرات الأنظمة المحلية ومعالجتها، ووضع التدابير لمواجهة الهجمات، والقيام بالتحقيقات الفنية اللازمة، والتنسيق مع مؤسّسات إنفاذ القانون والجهات الأخرى ذات العلاقة. فضلاً عن متابعة النشاطات السيبرانية الحديثة، والأسلحة السيبرانية المستحدثة، ومراقبة الفضاء الرقمي، ومدى التزام المستخدمين

بالمعايير المرعية محليًا ودوليًا، والتعاون مع الجهات المناظرة لها إقليميًا ودوليًا، ويمكنها توظيف القرصنة المحليين واستقطابهم ليكونوا جيوشًا إلكترونية لصالحها.

المرحلة الثالثة: التدابير الفنية.

تتضمن هذه المرحلة تطوير البرمجيات والتطبيقات والأدوات والبنية التحتية الإلكترونية اللازمة للمواجهة، وتشمل ما يأتي:

- إنشاء جدران الحماية (Firewalls) لتكون خط الدفاع الأول للأنظمة والمعلومات، وهي برمجيات لحماية الأنظمة والبيانات وكشف الهجمات.
- إجراءات أمن حسابات المستخدمين وطرق التحقق من الهوية: تتضمن حماية الحسابات الرسمية والمصنفة، ويُعد الفرد هو العنصر الأهم في هذا الجانب؛ إذ على مديري الأنظمة وضع الوسائل الآلية واليدوية اللازمة للتحقق من هوية المستخدم.
- تعمية البيانات: وهي من وسائل حماية البيانات عند إرسالها في الإنترنت أو عند تخزينها، بوصف ذلك عنصر إعاقة في حال حصلت جهة غير مخولة على البيانات، ما قد يمنع أو يؤخر استفادة هذه الجهة من البيانات.
- تقنية المفاتيح العام: وهي تعتمد تعمية (تشفير) البيانات وتقسيمها إلى أجزاء، وتوزيعها إلى عدة خوادم في مناطق مختلفة من العالم، من قبل المرسل، ولا يتمكن المستقبل من جمعها إلا باستعمال مفتاح التشفير (مثل تقنية Freenet).
- تقنية القفز المشفر: وهي تقنية تعتمد انتقال البيانات المشفرة من المرسل عبر عدة عقد متتالية في الشبكة، بأن تضيف كل عقدة تشفيرًا حتى تصل إلى المستقبل، وهذه هي التقنية المستخدمة في شبكة (Tor) السرية المظلمة.
- الشبكة الافتراضية الخاصة: وهي شبكة افتراضية فرعية عن شبكة الإنترنت، مصنفة كما هو حال شبكة (Linknet) الأمريكية، شبكة سرية خاصة، تربط الأجهزة الأمنية والاستخباراتية والحكومية ذات العلاقة بمواجهة الإرهاب السيبراني، وتستخدم المنظمات والدول بعض الشبكات الخاصة والمعدة للاستخدام الخاص بين موظفيها ومديريها، وتكون معزولة جزئيًا عن الإنترنت، وتخضع لرقابة المختصين الدائمة لحمايتها.
- تقنية الفجوة الهوائية (Air-gapping): وهي تقنية تستخدمها أنظمة التحكم والإشراف والحوسبة للبنى التحتية الحساسة وإدارة البيانات فيها، بأن تجعل الأنظمة معزولة كليًا عن شبكة الإنترنت، بإعداد فجوات فنية، تُزال فقط وفق إجراءات سرية محددة وبأوقات سرية أيضًا.

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأى العام

- مسجّل لوحة المفاتيح (Keylogger) تقنيةٌ تستخدمها الاستخباراتُ السبيرانية، وتُستخدم للتعجُّس على أجهزة الجهات الإجرامية والمتطرفة، باستخدام البرمجيات اللازمة لاختراق أنظمة هذه المنظمات وإرسال برمجية التعجُّس للجهة المستهدفة في الفضاء الرقبي.
- تقنيةُ خلية العسل (Honey-cell) أو الطعم: وهي تقنيةٌ تستخدمها الاستخباراتُ السبيرانية بوضع معلوماتٍ غير حقيقيةٍ على أحد الخوادم لتكونَ طعمًا للإرهابيين، وفق خطة مُحكمة، بهدف معرفة نشاطات الإرهابيين وإمكاناتهم، وتحديد مواقعهم.
- تقنيةُ استمرار الأعمال: أي أن يستمر استعمالُ البيانات باستخدام النسخ الاحتياطية (Backup)؛ إذ عادةً ما يُحتفظ بنسخ احتياطية آليًا وفقًا لبرمجةٍ محدّدةٍ تديرها إدارةُ النظام أو الجهة الأمنية المسؤولة

تجارب الدول الغربية في التغلب على حروب الذباب الإلكتروني:

هناك العديد من النماذج الدولية في طريقة التعامل والتغلب على تهديدات الذباب الإلكتروني، وفيما يلي أبرز هذه النماذج سواءً كان في الدول الديمقراطية أو الدول الديكتاتورية. وهي على النحو الآتي: (خليفة، 2016)

1- الولايات المتحدة الأمريكية. من خلال قيامها بالتالي:

- إصدار برنامج PRISM: فبموجب القانون الأمريكي protect America الصادر عام 2007، تم إصدار برنامج prism من أجل مراقبة المعلومات في الفضاء الإلكتروني الأمريكي، ومراقبة الاتصالات الحية والمعلومات المخزنة سواءً كانت تخص أفراداً محددين داخل أمريكا أو خارجها، وهذا البرنامج يستطيع الحصول على بيانات الرسائل البريدية، ومحادثات الصوت والفيديو، وعمليات نقل الملفات. (NSA,2013)

وتحصل وكالة الأمن القومي على هذه البيانات إما مباشرةً من خلال خطوطها الخاصة التي تقوم بسحب البيانات بشكلٍ مباشرٍ من الكابلات البحرية، أو من خلال الخوادم التي تخزن هذه البيانات عليها.

- تصميم تطبيقات Angry Birds أو الطيور الغاضبة: والتي اعتمدت عليها الولايات المتحدة الأمريكية في اختراق الهواتف المحمولة، حيث تقوم بتطوير تقنياتٍ من هذا القبيل يسمح لها باستغلال تطبيقات الهواتف الذكية للحصول على معلوماتٍ خاصةٍ بالمستخدمين، فبمجرد قيام المستخدم برفع صورة إلى وسائل التواصل الاجتماعي، باستخدام هاتفه الذكي تستطيع الوكالة جمع معلومات عن المستخدم.

2- بريطانيا. قامت بريطانيا بعمل الاتي: (social media,2014)

● تصميم نموذج SOCMINT حيث قامت المملكة المتحدة في 2014 - كما صرح بذلك المدير العام لمكتب الأمن - بمراقبة مواقع التواصل الاجتماعي والمثلة ب: (الفيس بوك – تويتر- اليوتيوب) بالإضافة إلى مراقبة الإيميلات الشخصية للمواطنين البريطانيين باعتبارها اتصالات خارجية.

● في أعقاب أحداث الشغب في 2011، قامت الشرطة البريطانية بمراقبة مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التحرك عند الطلب، وقد تم اعتقال 12 شاباً في كل من إنجلترا وأسكتلندا بتهمة استخدام الانترنت والرسائل النصية للتحريض.

● استخدمت الحكومة البريطانية مجموعة عملٍ تقوم برصد وتحليل مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الخروج بمؤشراتٍ إحصائيةٍ حول المستخدمين النشطين والمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

● تم طرح مشروع قانون في 2014 يلزم شركات الاتصالات بتسليم معلوماتٍ للشرطة حول هوية الأشخاص الذين يستخدمون الحواسيب أو الهواتف المحمولة في وقت ما بهدف زعزعة الأمن القومي لبريطانيا.

● تم في 2015 إنشاء وحدةٍ مختصةٍ في الحرب الإلكترونية مكونةً من شبكات التواصل من أجل خوض الحروب المعلوماتية. (شلال، 2015)

3- الصين. حيث تُعتبر الصين النموذج الأبرز والأقوى في تشديد الرقابة ليس فقط على وسائل التواصل، ولكن أيضاً على الإنترنت بصفةٍ عامةٍ. وذلك من خلال: (www.radiosawa.com)

● قيام الحكومة الصينية بالتحكم في كل البيانات الموجودة على الانترنت.

● في 2009 وعلى أثر مصادمات وأحداث العنف اتخذت الحكومة قراراً بغلق مواقع التواصل الاجتماعي، إضافةً إلى موقع جوجل.

● تم بناء مشروعٍ يسمى جدار الصين العظيم أو ما يُعرق باسم مشروع الغطاء الذهبي.

4- إيران. يُعتبر السجل الإيراني حافلاً بالعديد من حالات الإغلاق لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعمل السلطات الإيرانية بانتظام على:

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- منع الوصول إلى شبكات التواصل الاجتماعي على اعتبار أنها مواقع غير إسلامية أو تضر بالنظام الإسلامي.
- في عام 2009 وفي أعقاب ما تم تسميته بالثورة الخضراء قام الناشطون بعرض انتهاكات النظام الإيراني ضد المتظاهرين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- في 2014 أمهل القضاء الإيراني الحكومة شهراً لحظر شبكات الاتصال المجانية مثل "فايبر" و"تanjoo" و"الواتس آب".

الفصل الثالث

الملامح العامة لحروب مواقع التواصل الاجتماعي

المقدمة:

مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي تحولت في عصرنا الحالي إلى سلاحٍ إعلاميٍّ فتاكٍ، بل أصبح أحد الأدوات الرئيسية التي يتم توظيفها في المعارك الإعلامية والعسكرية والسياسية، من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية لدولةٍ أو جماعةٍ معينةٍ، فالعالم الآن لا يتوقف عن حروب المعلومات واستخدامها كأداة للسيطرة والاختراق والتخريب أحياناً، بل أصبحت هذه الوسائل أدواتٍ متقدمةٍ في الحروب، وهذا ما نلاحظه جلياً في الحرب الروسية الأوكرانية الدائرة الآن، ودورها الخطير في هذا الحرب على كافة الأصعدة، خاصةً أنّ وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تمتلك كماً هائلاً من المعلومات مكنتها من التفوق في واقع الحال على قدرات بعض الدول. وذلك نظراً لما تمتلكه من مستخدمين يقترب عددهم من ملياري مستخدم، وبما تتميز به من سرعة في نقل المعلومات في الوقت الحقيقي للحدث، وقدرتها على التشبيك المباشر بين مختلف المستويات الرسمية وغير الرسمية.

ومن هنا فإنّ عالم التواصل الاجتماعي لم يعدّ عالماً افتراضياً مغايراً للواقع والحقائق الحياتية المعاشة، بل أصبح واقعاً حقيقياً ووسيلةً مؤثرةً وقادرةً على صناعة الرأي العام وتأليف جماعات المصالح، ففي ساحاته تتوفر الأفكار والأشياء من كل صنفٍ ونوعٍ، وفي عالمه تجري معاملاتٌ تجاريةٌ وماليةٌ ومن خلاله يتم عقد صفقاتٍ وربط علاقاتٍ وتحالفاتٍ بين أطرافٍ كثيرةٍ، كما تتم مواجهاتٌ وصراعاتٌ وحروبٌ ومعاركٌ مشتعلةٌ.

فما نراه اليوم في طريقة التغطية الإخبارية للحروب والتي أصبحت سهلةً وميسرةً في ظل توافر التقنيات الحديثة، وحجم المعلومات اللحظية التي أصبحت متاحة من خلال تصفح مواقع التواصل والمنصات الرقمية، فالكل يُتابع ويُقيم ويُحلل الأحداث لحظةً بلحظة، الأمر الذي حول هذه الصفحات إلى ساحات تعبير، وكأن أصحابها خبراء وساسة فهذا يحكى عن تأثيرات وتداعيات الحرب على الاقتصاد، وذلك يتحدث عن السياسة الواقعية، وآخر يحلل ما يحدث عسكرياً وسياسياً واقتصادياً الأمر الذي أحدث حالةً من الزخم يعكس قوة وسائل التواصل الاجتماعي، وما وصلت إليه من سيطرة على حياة البشرية.

إنّ ما يجري اليوم في واقع منصّات التواصل الاجتماعي، وتحولها من الاستخدام الفردي إلى استخدام الدول لها، حيث قامت بعض الدول بإنشاء كتائب إلكترونية سواءً كان ذلك بصورةٍ نظاميةٍ رسميةٍ أو غير رسميةٍ،

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

خلاف استخدام الزعماء أنفسهم ومسئولي الدول صفحاتهم وحساباتهم الرقمية لنشر التصريحات والقرارات، وهذا ما نراه في إدارة حرب روسيا وأوكرانيا، حيث رأينا أخطر التصريحات التي تم نشرها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المسؤولين قبل الإعلان عنها بالطرق الرسمية أو التقليدية، وكنا نعتقد أن هذا لا يمكن استخدامه في إدارة الحروب والصراعات إلا أن الأمر قد حدث وتم تفاعل الجماهير مع هذه المواقع بشكل ملفت بل أصبحت أحد مصادر تلقي المعلومات والأخبار. إضافةً إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي غيرت في ديناميات الصراع والحياة العادية، حيث عملت على ترسيخ قواعد جديدة تستهدف عقول وقلوب الشعوب، وتوظيفها للتأثير على أفكارهم، وتوجهاتهم، واختياراتهم، بل يمكن استخدامها لتجنيد أفراد أو نشر الكراهية بين الشعوب المتنافسة لإحداث انقسام في الأصوات داخل البلد الواحد.

وما جرى قبل ذلك في الولايات المتحدة، كل ذلك فتح الباب أمام مراقبين عديدين للتحديث عن خطورة هذه الوسائل والمواقع، ودورها المؤثر في العالم، وما هي الوسائل والمعايير التي تحدّد من خلالها الصفحات أو الشخصيات التي يتوجب القيام بحضهم وتقيد استخدامه لهذه المواقع، لكيلا تكون منبراً للعنف ومواقع لتبادل التهم والشتائم، الأمر الذي يترتب عليه تهديد السلم الأهلي في البلدان، أو إثارة النعرات الطائفية والقومية أو الترويج لأيديولوجيات عابرة للحدود.

ومن هنا يمكننا القول أن التأثير المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في الأحداث الجارية في المنطقة والعالم قد يؤدي إلى تفاقم التنزع على السيطرة على هذه المواقع، ومدى حيادية هذه السيطرة فيما يتعلق باللاعبين السياسيين المحليين، والدوليين كذلك.

مفهوم حروب مواقع التواصل الاجتماعي:



يتجه الصراع الدولي اليوم حول القيم والمصالح إلى استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي أصبحت بفضل ما تمتلكه من إمكانياتٍ ساحهً جديدةً للصراع بين القوى الدولية، حيث يسعى كل طرفٍ إلى تحقيق أكبر مكاسب، وفي نفس الوقت إلحاق الضرر بالطرف الآخر، وتتميز هذه الحروب بأنها حروبٌ لا تصحبها دماءٌ وأشلاءٌ، كما يتميز أطرافه بعدم الظهور والوضوح، ومن هنا فإنّ تداعيات هذه الحرب تكون خطيرةً سواءً في تدمير قواعد البيانات الموجودة على الانترنت باستخدام الفيروسات، أو العمل على استخدام أسلحة الفضاء الإلكتروني المتعدد.

ووفقاً لموقع "preveny" الإلكتروني المتخصص في إدارة الأزمات الرقمية، تم وصف هذه الظاهرة لأول مرة منذ أكثر من 20 عاماً، حين توقع العلماء تطور "حرب الشبكة-netwar" في القرن الحادي والعشرين، وهي على عكس الحرب الإلكترونية لا تهدف إلى مهاجمة أنظمة تكنولوجيا المعلومات أو الاتصالات فقط، بل إنّ الهدف منها هو التلاعب في تصوير مجموعة معينةٍ بطريقةٍ متعمدةٍ وبالتالي إلحاق الضرر بالهدف من الهجوم. ولذلك فإنّ مفهوم الحرب عبر مواقع التواصل متأصلٌ في عملية إدارة النزاعات في عصر المعلومات، حيث لم يُعدّ هناك حاجةٌ لإرقاة الدماء للقضاء على المنافس وكسب الحرب، لأنّ المعلومات نفسها تصبح أقوى سلاحٍ قادرٍ على ذلك، وهنا يتم استخدامها من قبل الدول والشركات والمجموعات الصغيرة والأفراد على حدٍ سواء.

وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي حالياً جزءاً من "الحرب الهجينة - hybrid warfare"، فلم تعد هذه الفكرة خياليةً بل أصبحت حقيقةً واقعة، إذ استوعبت العديد من الجهات الفاعلة المفهوم الأساسي لحرب الشبكات وأصبحت تعتمد بشكل متزايد على استخدام تكتيكات التلاعب بدلاً من الهجمات المادية لدفع أجندتها. (<https://alqarar.sa>/4313)

وقد جاءت عزيزي القارئ، حروب وسائل التواصل الاجتماعي لتصبح أحد أركان حروب الجيل الرابع، نظراً لما تمتلكه وتتميز به من خصائص: كاختلاف طبيعة الخصوم، ونوع الأسلحة، والفاعلين، والأهداف، حيث لا تستهدف هذه الحروب تحقيق النصر العسكري، بقدر ما تهدف إلى نصر معنويٍ سياسي، من أجل كسر إرادة الخصم، وتشويه صورته التقليدية في أذهان الجمهور. والتأثير على رصيده المجتمعي لدى الأفراد.

وفي ذلك يتم استخدام أسلحة غير تقليدية تتلاءم مع طبيعة العصر والجغرافية الافتراضية للمكان حيث الفضاء الإلكتروني الممتد، وأدواته المتغيرة بفعل التكنولوجيا، فليس هناك حدودٌ بين الدول، ولا توجد مساحاتٌ بين العام والخاص أو الرسمي وغير الرسمي، فالتقاطعات مشتركةٌ بين الجميع، سواءً كانوا كياناتٍ

أو أفرادًا، كما أنه لا توجد سلطة قانونية تحكم وتنظم وتشرع حتى وإن كانت بعض الدول قد بدأت تسنّ قوانين في هذا المجال، إلا أنّ تطبيقها لا يزال في حدود ضيقة. (عبد الوهاب، 2014)

كما أنه لا يوجد تعريفًا محددًا يمكن إطلاقه على حروب مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب حداثة المفهوم كما يرى البعض، وعدم وضوح أو اكتمال أبعاده، كونها ظاهرةً لا تزال تتشكل، ويمكن النظر إليها على أنها "استخدام الشبكات الاجتماعية لجذب اهتمام الرأي العام، سواءً المحلي أو الإقليمي أو الدولي أو محاولة التأثير عليه أو تضليله وتوجيهه عبر وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة، خلال فترة زمنية معينة بدفع سياسي أو عسكري" (عبد الوهاب، 2014)

وتظهر هذه الحروب في الجوانب السياسة سواءً كانت محليةً أو دوليةً، حيث أنّ وسائل التواصل الاجتماعي هي ميدانها الوحيد، وهذه الحروب السياسية تتجلى في الصراعات اثناء الانتخابات والاستفتاءات والاستطلاعات، وغيرها من الأحداث حيث تبدأ الهاشتاجات (Hashtags) في الانتشار ما بين مؤيدٍ ومعارضٍ، ويحاول كل طرف أن يبرر وجهة نظره، ويستقطب الطرف الآخر لها. (خليفة، 2016)

وفي ذلك فهي تختلف عن الحروب السيبرية، cyberwars التي ينظر إليها باعتبارها "القدرة على الدفاع عن الهجوم على المعلومات، من خلال شبكات الحاسب الآلي عبر الفضاء الإلكتروني، بالإضافة إلى شل قدرة الخصم على القيام بنفس هذه الهجمات" ولذلك فإنّ "كينث جريس" يرى أنّ الحرب السيبرية تشمل خمسة عناصر رئيسية هي: التجسس، الدعاية، الحرمان من خدمة الإنترنت، تعديل البيانات والتلاعب بها، والتلاعب أيضاً بالبيئة التحتية. ((Kenneth,2013)

وتهدف حرب وسائل التواصل الاجتماعي عادةً إلى التلاعب بالتصورات وعواطف وآراء وسلوك مجموعةٍ مستهدفةٍ معينة، ومن ثمّ الإضرار بالهدف الفعلي للهجوم، وتتضمن أمثلة الوسائل المستخدمة في حرب وسائل التواصل الاجتماعي نشر معلوماتٍ مضللةٍ في شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدام الروبوتات الاجتماعية والتأثير على مجموعاتٍ محددةٍ عن طريق الاستهداف الدقيق.

فحرب وسائل التواصل الاجتماعي تدور حول "معركة جذب الانتباه - a battle for attention"، والتي يتم كسبها من خلال توليد "محتوى فيروسي - viral content" واستغلال آليات اقتصاد الانتباه السائد على الإنترنت. وبالتالي يقوم المهاجمون بإنشاء رواياتٍ ومحتوى يهدف إلى مخاطبة المستخدمين عبر الإنترنت واستقطابهم عاطفيًا وتحقيق أكبر تأثير ممكن.

أطراف حروب وسائل التواصل الاجتماعي:

اقتصرت المعركة السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي على الساحة السياسية وخاصةً في بداية الأمر، حتى أصبحت تُستخدم من قبل جميع الجهات كسلاحٍ استراتيجي حتى تتمكن من العثور على المهاجمين والمدافعين، وبالتالي التركيز على الأهداف في العديد من جوانب المجتمع، ويمكن تقسيمها إلى الفئات الآتية: (مركز القرار، 2021)

الفاعلون السياسيون: Political actors والذين عادةً ما يستخدمون وسائل الإعلام الجديد من أجل دفع أجندةٍ سياسيةٍ معينةٍ. لمجموعاتٍ فاعلةٍ قد تكون دولاً أو جماعاتٍ.

الفاعلون الاقتصاديون: Economic actors وعادةً ما تكون الدوافع وراء حرب وسائل التواصل الاجتماعي في القطاعات الاقتصادية مثلاً ذا طبيعةٍ ماليةٍ، حيث تسعى القطاعات الصناعية إلى تأكيد مصالحها من أجل الحصول على ميزةٍ تنافسيةٍ أو دفع ضررٍ قد يلحقُ بها. كما تستخدم بعض الجهات وسائل التواصل الاجتماعي من أجل تشويه سمعة المنافسين في السوق، واكتساب ميزةٍ تنافسيةٍ، بما يكفل في تأكيد وجودهم وحضورهم في السوق.

الفاعلون ذوي الاهتمامات الخاصة: Actors with special interests هناك دوافع سياسيةٍ واقتصاديةٍ تسعى للمشاركة في حروب وسائل التواصل الاجتماعي، وتعمل كمجموعات ضغطٍ، فعلى سبيل المثال: التأثير على الرأي العام، بينما تسعى الجماعات الدينية أو السياسية إلى تجنيد المزيد من الأتباع.

الفاعلون ذوي الاهتمامات المختلطة: Actors with mixed interests هناك بعض الفاعلين الذين يسعون لتحقيق مجموعةٍ من الأهداف في نفس الوقت، ومن أشهر الأمثلة على ذلك وكالة أبحاث الإنترنت الروسية التي شاركت في عمليات معلوماتية مختلفة في الماضي لمصلحة كلٍ من الحكومة الروسية وأيضاً الشركات الروسية.

الاستراتيجيات والوسائل المستخدمة في حروب وسائل التواصل الاجتماعي:



التلاعب بالمجتمعات استراتيجية تتبعها حروب وسائل التواصل الاجتماعي، فمثلاً تستهدف الدعاية الرقمية: التأثير على رأي وقيم وعواطف وتفكير مجموعة مستهدفة وبطريقة يتم فيها إنشاء تأثيرات تضر بالهدف الفعلي للهجوم، وفي هذا الإطار يتم اتباع أساليب مختلفة من أبرزها: (مركز القرار، 2021)

- **الخداع: Deception** ويتم ذلك من خلال نشر معلومات غير صحيحة ومُضللة وقد تكون في أغلب الأحيان إشاعات كاذبة، حيث يحاول المهاجمون عبر وسائل التواصل خداع الأفراد المستهدفين بطريقة منهجية. ومن الأمثلة على ذلك: لفت اهتمام الجمهور بطريقة مصطنعة بموضوع ما من أجل تحويل الاهتمام بعيداً عن الموضوع الأصلي.
- **التشويش: Confusion** يحاول مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من خلال هجومهم على الطرف الآخر، خلق الشعور بعدم الأمان لدى المجموعة المستهدفة من خلال تقديم معلومات مشوشة ومتناقضة، مما يجعلها أكثر عرضة لتقبل الدعاية المغرضة وإلحاق الضرر بالطرف الآخر.
- **التقسيم: Division** ويُقصد به تقسيم المجتمعات وبث الخلافات بين أفرادها من خلال نشر الآراء والشائعات والأكاذيب المختلقة، وكذلك بث الكراهية والتحريض على وسائل التواصل، من أجل إثارة مشاعر سلبية قوية وقابلة لتصديق رواية معينة.
- تشويه السمعة والتشهير: يهاجم المعتدون سمعة الهدف وينشرون محتوى مسيئاً للسمعة وتشهيرياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

كما أنّ هناك مجموعة من الأدوات المستخدمة في هذا النوع من الحروب والتي تتلاءم مع طبيعة وسائل الاتصال الاجتماعي مثل الصور والفيديوهات والمعلومات والهشجات، والبعض منها يأتي خارج هذه الوسائل مثل برامج

الكمبيوتر التي تقوم بتحليل البيانات ومراقبة أي أنشطة تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي أبرز هذه الأدوات: (2014,Glenn)

- 1- المعلومة: وهي تمثل أهم الأدوات التي تُستخدم في هذا النوع من الحروب سواءً من خلال طبيعة المعلومات المستخدمة في هذه الحرب، أو تلك الردود المستخدمة والتي يتم تداولها.
- 2- الصورة والفيديو: وهي من المؤثرات البصرية والمتمثلة بالصور الحية والفتوغرافية، وهي من أكثر الأدوات تأثيراً وقدرَةً على الإقناع.
- 3- السبق بعملية النشر: حيث غالباً ما تحظى القضايا والموضوعات التي يتم نشرها وتحظى بأكبر قدرٍ من الردود والمشاركات، سواءً كانت صحيحةً أو خاطئةً.
- 4- الكتائب الإلكترونية: وتمثل مجموعةً من الشخصيات المنظمة والمدربة على استخدام التكنولوجيا الحديثة، كما يتميزون بكثافة تواجدهم عبر وسائل التواصل، وتكون لديهم معلوماتٌ متجددةٌ يمدون بها متابعيهم، وتكون مهمة هؤلاء هو الدفاع عن مصالح الدولة ومواقفها.
- 5- برامج تحليل البيانات والمعلومات: المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تستطيع أن تؤثر على الاتجاهات، ويمكنها مراقبة كافة الفعاليات التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومحركي هذه الفعاليات التي تتم.
- 6- إطلاق الهاشتاجات: والتي اكتسبت شهرةً واسعةً ولعبت دوراً كبيراً في تجميع ردود المشتركين حول الموضوعات المثارة، كما أنّ لها القدرة على الوصول إلى أكبر عددٍ من المستخدمين.

خصائص حروب مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز حروب وسائل التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص، التي كانت الدافع وراء الاعتماد عليها من قبل الفاعلين الدوليين عليها وكذلك الفاعلين المحليين ومن أهم تلك الخصائص:

- انخفاض تكلفة حروب مواقع التواصل بالمقارنة مع تكلفة الحروب التقليدية: فهي لا تحتاج إلى معداتٍ أو جيوشٍ مُجهزةٍ وبالتالي لا يكون هناك إراقةٌ للدماء، كما أنّ احتمالية إلحاق الخسائر من الجهة المُهاجمة تكون مُنعدمةً مع إلحاق ضرر بالعدو.

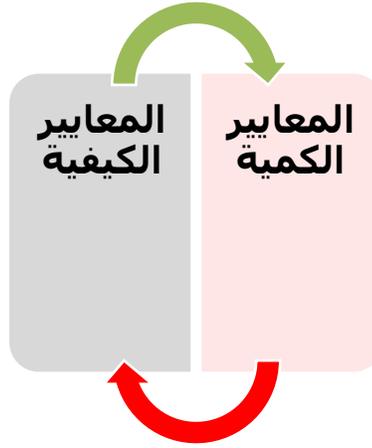
- مبدأ إخلاء المسؤولية: إذ أنّ حروب الفضاء الإلكتروني يكون فيها صعوبة تحديد الجهة المهاجمة مما يُساعد على إمكانية التلاعب والتمويه فيما يتعلق بمصدر ومكان شن الهجوم الإلكتروني. (إبراهيم، 2022)
 - تعدد الأهداف: بحيث أنّ هذه الحروب تستهدف مجموعةً من الأهداف ولا تقتصرُ على الأهداف العسكرية فقط بل قد يكون الهدف منها طمس هوية الدولة وهنا يكون هدفها ثقافياً وقد يكون الهدف منها هو تدمير أجهزة المعلومات لمجموعةٍ من المؤسسات المالية في الدولة وهنا يكون هدفها اقتصادياً خاصةً بعد تحول مُعظم قطاعات الدولة للرقمية، أي أنها تستهدف البنى التحتية للدولة.
 - يُمكن أن تكون حروب مواقع التواصل الاجتماعي بين فاعلين من غير الدول: حيث أنّ الأسلحة المُستخدمة في هذه الحروب ليست حكرًا في يد الدولة وبالتالي يُمكن وصفها بأنها حروبٌ غير تناظرية، فنتيجةً لتكلفتها المُتدنية وأنها لا تحتاج لمقاتلاتٍ متطورةٍ أو امتلاك أسلحةٍ مُكلفةٍ وإنما يكفي للقيام بها أن يكون هناك تطويرٌ للبرمجيات وامتلاك أجهزة الحاسوب ومعرفة كيفية التعامل معها.
 - فشل إمكانية تطبيق مبدأ الردع: والتي عادةً ما يُستخدم من دولةٍ ضد أخرى في الحروب التقليدية أو النووية، ولكن في الحروب الإلكترونية بسبب صعوبة تحديد الجهة المهاجمة يكون من الصعب تتبع الهدف وبالتالي يكون من الصعب ردعه.
 - يتم فيها استخدام أساليب متنوعة: ولا تعتمد على أسلوبٍ معين، فمن أهم أسلحة الفضاء الإلكتروني، التجسس المعلوماتي وهي أحد أشهر وأقدم أسلحة الحروب الإلكترونية، الاختراق الإلكتروني، القرصنة الإلكترونية، وسائل الإعلام التي تلعب دوراً محورياً في العصر الحديث في طمس هوية الدولة وإفساد شبابها نظراً لإقبال عددٍ كبيرٍ من الجماهير عليها، وهناك أيضاً الأقمار الاصطناعية فهي أكفئ الوسائل التقنية وأكثرها تعقيداً في حسم المعارك. (خينش، 2018)
- كل هذه الخصائص جعلت حروب وسائل التواصل هي وجهة العديد من الدول في العصر الحديث وبالتالي أصبحت ركناً أساسياً في الصراعات العالمية، فهي لا تعرف الحدود الجغرافية والمكانية ومن المُتعدّد فيها تحديد الضربات وخط سيرها، كل ذلك جعلها نوعاً جديداً من المواجهات مغايراً لما عرفته البشرية في تاريخها.



تشارك حروب الذباب الإلكتروني التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي العديد من القواعد الرسمية وغير الرسمية، والتي تبدأ بالأفراد وتنتهي بالدول مروراً بالمنظمات والكيانات والحركات الإرهابية، ويشارك في إدارة هذا النوع من الحروب العديد من الجهات منها على سبيل المثال ما يلي: (خليفة، 2022)

- 1- الشركات التي تمتلك تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي: لما تمتلكه من قدرة على إدارة تلك الحسابات الشخصية أو القيام بغلق بعض الحسابات وتغيير معدلات ظهورها في نتائج البحث الخاص بها.
- 2- قادة الرأي: ممن يمتلكون مصداقية لدى الجمهور المتلقي ومتابعيهم على مواقع التواصل والذين قد يصلوا إلى الملايين من المتابعين.
- 3- المستخدمون التقليديون: لما لديهم من قدرة على ترجيح كفة أحد الأطراف من خلال المشاركات النشطة لهم وأتباعهم لاتجاه عام في نشر محتوياتهم.
- 4- الكنائس الإلكترونية: وهي تلك الكنائس التي تشكلها الدول للدفاع عن مصالحها أو للإضرار بالأطراف الأخرى. كالتنظيمات الإرهابية التي تستخدم وسائل التواصل.

معايير الانتصار في حروب مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل (6) معايير الانتصار في حروب مواقع التواصل

المصدر: (من تصميم المؤلف)

يجب أن نتفق أنه لا يوجد منتصرٌ أو مهزومٌ في حروب وسائل التواصل الاجتماعي، فإن كان هناك انتصارٌ فهو نسبيٌّ. فالطرف الذي يمتلك التكنولوجيا يكون قادراً على تسويق حججه وأفكاره، وفي نفس الوقت يتفوق على الطرف الآخر، ولكن دون أن يستطيع إخراجه من هذه الحرب، ومن أجل التعرف على معايير الانتصار في هذه الحرب يجب مراعاة المعايير الآتية: (خليفة، 2016)

1- المعايير الكمية: ويتم فيها الاعتماد على عدد الموالين والمؤيدين للطرف المنتصر سواءً من خلال مشاركة أفكاره، أو أخباره، أو الدفاع عن موقفه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفيه يمكن الاستناد إلى معدل المشاركات اليومية في وسائل التواصل، وأيضاً في عدد المشتركين والمعجبين والمتابعين.

2- المعايير الكيفية: وتتمثل في نوعية المشاركين في هذه الحروب الإلكترونية والوزن النسبي لهم داخل المجتمع، فكلما كان المشاركون من الشخصيات المؤثرة وقادة الرأي كالسياسيين والإعلاميين والفنانين كان أقربٌ للانتصار في هذه الحرب.

أشكال حروب مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز حروب مواقع التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط بعدة أشكالٍ وسماتٍ، يغلبُ عليها الطابع الأمني، كون هذه المواقع عادةً ما تُستخدم في إثارة الرأي العام وتنظيم المظاهرات والاحتجاجات، ويتضح ذلك من خلال: (خليفة، 2015)

- 1- إعادة توجيه الرأي العام: حيث يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي، وبث المواد التحريضية والدعوة لشق الصف بين أفراد المجتمع، والعمل على نشر الشائعات التي تهدف إلى حالة من عدم الاستقرار. ويتم ذلك من خلال نشر معلوماتٍ وأخبارٍ كاذبةٍ، أو استخدام صورٍ ومقاطع غير حقيقيةٍ الأمر الذي يصعب للمتلقي التفرقة بين المعلومة والشائعة، كما يصعب عليه التأكد من صدق المعلومة.
- 2- تشويه الرموز السياسية: سواءً كانت دولٌ أو أشخاصٌ أو مؤسساتٌ من خلال ما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي وحملات الهاشتاجات.
- 3- الاحتجاجات الإلكترونية: مثل الاحتجاج على خدمات شبكة الإنترنت، الأمر الذي جعل بعض الشركات تُسرِع للاستجابة لمطالب المعترضين.
- 4- المظاهرات الافتراضية: وقد ظهر ذلك جلياً خلال ثورات الربيع العربي، إذ ساعدت على الحشد والتنظيم في المجال الافتراضي ليتعدى ذلك إلى المجال الواقعي. فخرج آلاف وملايين المواطنين إلى الميادين والشوارع.
- 5- السجلات الفكرية: بين التيارات السياسية والفكرية، وخاصةً أثناء الحملات الانتخابية التي تشهدها بعض الدول.
- 6- الابتزاز الإلكتروني: وهي من أكثر الحروب الإلكترونية في مواقع التواصل من خلال قيام أحد القراصنة باختراق بريدٍ أو حسابٍ رسميٍ على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف بث رسائلٍ سياسيةٍ مغرضةٍ ضد طرفٍ من الأطراف. أو ابتزاز شخصٍ للحصول على المال.
- 7- التحرش الإلكتروني: وهو واحدٌ من الحروب والممارسات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقوم المتحرش بالاتصال الإلكتروني مع الضحية بشكلٍ متكررٍ، ويتبع كافة أنشطته على مواقع التواصل بقصد إزعاجه وابتزازه.

الذباب الإلكتروني.... وصناعة الرأى العام

-8 الغش الإلكتروني: من خلال سماح بعض اللجان الانتخابية باصطحاب الهواتف الذكية اثناء

عملية الامتحان، فيتم الغش الجماعي من خلال هذه الوسائل، وقد انتشرت هذه الظاهرة في

العديد من المجتمعات الأمر الذي أدى إلى إعادة الامتحانات التي ظهر تسريبها عبر وسائل التواصل.

-9 التجارة غير الشرعية: ويظهر ذلك من خلال الاتجار بالمخدرات والرقيق وبيع الأشياء المحظورة.

(عزام، 2014)

الفصل الرابع

دور الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام

المقدمة:

عزيزي القارئ، بعد أن باتت الحسابات الوهمية على مواقع التواصل الاجتماعي أحد الاهتمامات اليومية للأفراد، وتوسع هذه الظاهرة في عالمنا العربي، حتى أصبحت إحدى الأمراض الاجتماعية الخطيرة التي يصعبُ مواجهتها في ظل تطورها المتسارع وقدرتها على تطوير أدائها واكتشاف نُغراتِ تمكّنها من التواجد والاستمرار وممارسة دورها السلبي في تضليل الرأي العام ابتداءً من نشر الشائعات وإثارة مناخ التشاؤم والإحباط واليأس في نفوس مواطنيها، وحتى التشجيع على العنف.

ولم تعدْ النُخبَة هي الوحيدة القادرة على ممارسة دورها المعتاد في صياغة وصناعة الرأي العام وتشكيله وتعبئته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها. بل أصبح للفرد دورٌ في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية. وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جاذبةٍ يستخدمها العديد من النشطاء.

فأصبح الخبر مثلاً في زمن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر واقعية وأسرع في الانتشار وصار بوسع الجميع أن يكونوا مندوبي وسائل إعلامية تخصهم، فهناك من ينشئ قنواته الخاصة ويبحث في كل الاتجاهات دون تأثير كبير لوسائل الرقابة، وحتى أنّ التقنيات التصويرية والمونتيرية لم تعد هي الشغل الشاغل لمتلقي الخبر ونشره، فمحتوى الخبر هو ما يهتم به المتلقي، وصار الجميع ناشرين ومتلقين، وأفضى هذا الواقع إلى تراجع شديد في بعض وسائل الإعلام وحتى الدرامية والكلاسيكية منها، فهناك تطبيقات متخصصة في نشر الفيديوهات كالتوك توك واللايكي وغيرها ويستطيع أيُّ فردٍ بأنَّ يقومُ بتصوير كليباته الخاصة ومقاطع الفيديو التي يتم التقاطها في مناسباتٍ ومواقعٍ مختلفةٍ.

وهذا ما جعل بعض الوسائل التقليدية تتراجع عن دورها لمصلحة ما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي وربما يكون المستقبل مفتوحاً على طرقٍ جديدةٍ يتم التعاطي معها كوسائل لصنع الرأي العام من ناحية ولخلق واقعٍ جديدٍ يزيل تأثير ثورة الاتصالات من ناحية أخرى.

لقد تميز عمل الذباب الإلكتروني ب بروز دور الفرد كفاعلٍ أساسي في صياغة وتشكيل هذا النوع من الرسائل وبها عبر وسائل الإعلام الجديد التي تمثل الحاضنة الرئيسية لهذا النوع من النشاط، مستهدفةً بذلك توجيه

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

الرأي العام وتجييشه، فالدور الذي يقوم به الذباب الإلكتروني يصعب توقيفه والحد من نشاطه، خاصةً وأنها حساباتٌ تقف وراءها برامج روبوت وتديرها أجهزةٌ استخباراتيةٌ أو منظماتٌ إرهابيةٌ أو إجراميةٌ وقراصنةٌ، وكلٌ منها له أغراضٌ محددةٌ سواءً استقطاب المؤيدين، أو جمع معلوماتٍ، أو الإيقاع بالضحايا والابتزاز المالي. وهذه الحسابات تقوم بعشرات العمليات في دقائق من نسخ الروابط واختصارها ولصقها بشكل لا يختلف عن الحقيقة، وتحاول منصات التواصل الاجتماعي تدقيقها باستمرار في ظل تنامي دورها السلبي في توجيه الحملات، والترويج لمواقف سياسية، وممارسة الاستقطاب ضد الكيانات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية.

ما يلزم الإشارة إليه في هذا الفصل هو أنّ وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ما يسمى بالذباب الإلكتروني، أصبحت أداةً فاعلةً ومؤثرةً في صناعة الرأي العام وتوجيهه في المجتمعات، ولم تعد هذه الوسائل مجرد وسيلةٍ عاديةٍ، بل باتت مصدرًا رئيسًا للأخبار، وخصوصاً بعد اعتماد الصحافيين والمحرفين على وسائل التواصل الاجتماعي، ولاسيما "توتير" و"فيسبوك" في الحصول على الأخبار والمعلومات.

ومن هنا فإنّ وسائل التواصل الاجتماعي تمثل الوسائل الوحيدة للذباب الإلكتروني ودوره لم يعد ترفاً، بل أصبحت ضرورةً فرضتها المتغيرات المتسارعة في عالم الاتصال الجماهيري، الذي تسارعت وتيرة تطوره، إذ أصبحت أداةً فاعلةً في تعبئة الرأي العام وصناعته في المجتمع ولا يمكن التقليل من أهميتها، وفي المقابل من غير المنطقي المغالاة جداً في دورها وإهمال العوامل الأخرى.

وتأتي محاور هذا الفصل في إطار معطيات النظرية الإدراكية باعتبارها أحد أهم النظريات المستخدمة في تشكيل الرأي العام، والذي تهتم بالمحتوى الذي يصل إلى جمهور الرأي العام، على أساس أنّ تأثيرات الذباب الإلكتروني على الجمهور يأتي وفقاً للكيفية التي أدرك من خلالها الجمهور لهذه الرسائل.

مفهوم الرأي العام وخصائصه:



الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

يرتبط مفهوم الرأي العام في عمومته بالوعي السياسي لدى أي مجتمعٍ من المجتمعات، فهو يمثل مظهراً مباشراً لوجود المجتمع السياسي، فلا ينشأ الرأي العام إلا بوجود الوعي السياسي لدى الجماهير، أي وعيها بالقضايا العامة التي تمس مصالحها الجوهرية. ولعل مفهوم الرأي العام ظل من المفاهيم الشائعة الاستعمال في العلوم الاجتماعية وفي لغة السياسة اليومية على السواء.

ويرجع مفهوم الرأي العام إلى عهودٍ تاريخيةٍ سحيقةٍ، عاصرت وجود العنصر البشري في صورة مجتمعٍ، فقد عرفها الفكر السياسي والاجتماعي بمفاهيم مختلفة كإرادة الأمة، ومشية الشعب، وعبر عنها المسلمون الأوائل بمصطلحات عدة مثل الاجتهاد، والإجماع، والشورى، وجمهور الأمة.

ولربما اختلفت ميكانيزمات تشكيل الرأي العام بتطور وعي المجتمعات وكذلك بتطور أدوات التشكيل حتى أن مصطلح (تشكيل) تحول إلى (صناعة)، والتشكيل يُعنى بالمُشكلة أي الموافقة والمماثلة، وإشكال: اصطلاح أرسطي في أساسه يُراد به وضع رأيين متعارضين لكل منهما حجته في مسألةٍ بعينها، وتشكل بوجه عام جملة العمليات الذهنية التي تركز على المعطيات المباشرة المكونة لمادة المعرفة. (الحسين، 2022)

ولقد حظي مفهوم صناعة الرأي العام بتفكير العديد من الكتاب والمؤلفين في المجالات السياسية والاجتماعية والنفسية، وذهبوا في تعريف الرأي العام مذاهب مختلفة، اختلفت في بعض الأحيان والتقت في أحيان أخرى حول جوانب محددةٍ من هذا المفهوم.

فقد عُرف بأنه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب في فترةٍ معينةٍ، بالنسبة لقضيةٍ أو أكثر، يحدث فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح الأغلبية أو قيمها الإنسانية".

وعُرف أيضاً "بأنه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحةٌ مشتركةٌ، إزاء موقفٍ من المواقف، أو تصرفٍ من التصرفات، أو مسألةٍ من المسائل العامة التي تشير إلى اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة. (مبنى، 2022)

خصائص ومميزات الرأي العام في بيئة الإعلام الجديد:

شكّل الرأي العام الافتراضي أشكالاً ومفاهيم جديدةً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي انفلتت من كل سلطةٍ أو رقابةٍ اجتماعيةٍ، كونها أصبحت فضاءاتٍ غير مركزيةٍ للنقاش يديرها هواةٌ يتمتعون بشخصياتٍ

افتراضية وبأسماءٍ مستعارَةٍ أو حقيقيةٍ، كما أنّ الرأي العام المنبثق عن ذلك يتميز بمجموعةٍ من المميزات والخصائص منها ما يلي: (عبد العزيز، 2020)

1- الفضاء العام الافتراضي للرأي العام يلتقي فيه الأفراد بجماعاتٍ وفئاتٍ اجتماعيةٍ معينةٍ تجمعهم اهتماماتٌ ومصالحٌ مشتركةٌ، فأصبح كل فردٍ فاعلٍ في المجتمع.

2- العلنية في الحوار والنقاش بين الجمهور كونها فضاءاتٍ افتراضيةٍ تسمح بالفاعلية التي ينتجها المجال الافتراضي.

3- مساهمة الجمهور أو تلك الفئات التي لم يكن يُسمع لها رأي في وسائل الإعلام التقليدي بالتعبير عن رأيها بكل شفافيةٍ وبعده طرقٍ ممكنةٍ، وفي ذلك نوعٌ من المساواة بين المرسل والمستقبل.

4- الإعداد الجماعي للرأي الناتج عن المشاركة الجماعية في صناعته، وهذه ميزةٌ أو سمةٌ أخرى لمفهوم الإعداد الجماعي للمادة، والذي ينتج عنه آراءٌ أكثر نضجاً وأكثر وعياً وتأثيراً في السياق المتواجد فيه.

5- القدرة على التغيير وتوجيه الرأي العام في القضايا المتداولة دون استخدام القوة أو الهيمنة المجتمعية، الأمر الذي يجعل الحجة أكثر فاعليةً وارتباطاً بقضايا المجتمع.

6- تمثل عملية سردية للكشف عن الذات الفردية وتفاعلها مع الآخر، والتي سماها الباحثون "كتابة الذات"، ومشاعر الروح.

7- الجوارية العلائقية في عملية النشر والتواصل والمشاركة عبر المحتوى مع الآخرين.

8- اختلاط النشاط العام والخاص عبر الشبكة، فكل ما يتم نشره من ممارساتٍ يوميةٍ للمستخدمين عبر هذه التجمعات الافتراضية، هو نفسه الرأي العام الذي يعبر عن قضيةٍ أو رأيٍ للجمهور.

9- الانفتاح وتناول أوضاع وقضايا مختلفة، والتي كانت تعتبر من التابوهات مثل السياسة، الدين، السحر.

10- ترابط المضامين التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي، والتي استفاد منها الرأي العام الافتراضي من حيث الشيعو والتكاتف حول الفكرة أو النقاش.

الذباب الإلكتروني.... وصناعة الرأي العام

11- حضور مفهوم التمازج الثقافي، mix age cultural عن طريق توظيف الصورة والنص والموسيقى وربطها ببعضها.

12- فلسفة وسائل التواصل الاجتماعي المنفتحة تستخدم لتتبع الأثار الرقمية التي يتركها الشخص عبر هذه الوسائل، ويتم استثمارها لبناء محتوى وتوجيه الرأي العام حول قضية معينة.

13- السرعة في نقل المعلومات والتفاعل في نشرها عن طريق الأجهزة الذكية، والتي يمكن من خلالها عرض المحتوى الخاص بقضية ما لجميع المنتسبين.

العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:

يتأثر الرأي العام في تكوينه بالعديد من العوامل والتي يمكن تلخيصها في الجوانب الآتية: (تهامي، 2018)



شكل رقم (7) العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام

المصدر: (من تصميم المؤلف)

- العوامل الفسيولوجية والوظيفية: فالسمات الجسيمة تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره، فالمريض مثلاً تكون أفكاره مريضةً، وقد تكون نظرتة للحياة متشائمةً.
- العوامل النفسية: تؤثر العوامل النفسية في كل تصرفات الإنسان كما تؤثر في طريقة رؤيته للأشياء من حوله والحكم عليها، وتلعب الأهواء في ذلك دوراً بالغ الأهمية في بلورة وصناعة الرأي العام.
- الثقافة: وهي تلك العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التي تنظم حياة الإنسان داخل البيئة التي يعيش فيها، وأفكار الشخص الذي نشأ في بيئة مترفةٍ غير أفكار شخصٍ نشأ في بيئةٍ فقيرةٍ أو مهمشةٍ، والعادات المكتسبة أثناء عملية التنشئة الاجتماعية المختلفة لها تأثير على ما يصدره الفرد من أحكام، ومما لا شك فيه أن الدين والتعليم والعادات المكتسبة تؤثر في نفسية الفرد، وما يصدر عنه من أفكارٍ وآراء.
- النظام السياسي: تسمح الديمقراطية بديوع وانتشار الرأي العام، ولا تعملُ الهيئات والمؤسسات العامة في الخفاء، كما تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الرأي بين أفراد المجتمع، وذلك على عكس ما هو موجود في ظل الدكتاتورية، بالإضافة إلى ذلك فإنَّ الحريات العامة، وهي حرية الرأي، وحرية الصحافة والكتابة، وحرية الاجتماع، وحرية العمل وغيرها تعد من مكونات الرأي العام.
- الأحداث والمشكلات: تعتبر الحوادث والمشكلات والأزمات، التي يتعرض لها المجتمع، من العوامل المهمة التي تعمل على تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام، فالتغيير الثوري ليس حركة فجائية تحدث في فراغ، ولكنه تعبيرٌ عن ظروفٍ موضوعيةٍ وأحداثٍ سياسيةٍ واقتصاديةٍ واقعيةٍ.
- الإعلام والدعاية: يتأثر الرأي العام بوسائل الإعلام والدعاية ولذلك يجب أن نُفرق بين الإعلام والدعاية" فالإعلام هو العمليات التي يترتب عليها نشر معلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة، واحترام عقول الجماهير وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره"، أما الدعاية فهي العمليات التي تحاول تكوين رأيٍ عامٍ عن طريق التأثير في شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالأخبار، والتهويل فيها، وتقديم الوعود الكاذبة".
- الشائعات: يمكن النظر إلى الشائعات باعتبارها ظاهرةً اجتماعيةً موجودةً منذ قديم الأزل، وقد استُخدمت على مر العصور كأداةٍ من أدوات التأثير وتشكيل الوجدان بشأن قضيةٍ أو أمرٍ ما، سواء

في أوقات السلم أو في أوقات الحرب، وسواءً بين الدول وبعضها البعض أو حتى داخل الدولة الواحدة، لخدمة مصالح صانعيها ومروجيها.

● العامل الديني: يعد العامل الديني من أكثر العوامل المؤثرة في الرأي العام إثارةً للجدل في المرحلة الحالية، خاصةً مع ما كشفت عنه نتائج الانتخابات البرلمانية والرئاسية من صعود تيار الإسلام السياسي، وهذه النتائج تطرح عدة أسئلة عن قدرة الجماعات الدينية على توجيه الرأي العام والتأثير فيه، حيث يمكن القول: إنَّ درجة تأثير العامل الديني في الرأي العام وتوجهاته بصفةٍ عامةٍ، تختلف من مجتمعٍ لآخر ومن شخصٍ لآخر.

كيفية استخدام الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام الإيجابي.

كما أشرنا سابقاً بأنَّ وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من ضرورات الحياة العصرية، فهي بمثابة حلقة الوصل بين جميع مكونات البناء الاجتماعي، وتقع على عاتقها عمليات نشر وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعيةٍ للآخرى، حيث تؤدي وسائل الإعلام الجديد دوراً بالغاً ومهماً في صناعة الرأي العام من خلال تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، وقد ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في خلق إمكانيات كبيرة للتحرك الشعبي على أساس المعرفة الواسعة والدقيقة بالأحداث السياسية والاجتماعية، إضافةً إلى قدرة هذه الوسائل وتأثيرها على صانعي القرار في تشكيل الرأي العام.

ويتم استخدام الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام من خلال الأمور الآتية: (فوزي، 2023)

1- مشاركة المعلومات: حيث يُمكن استخدام الذباب الإلكتروني لمشاركة المعلومات حول ظاهرةٍ

أو مشكلةٍ معينةٍ مع الجمهور، ويشمل ذلك البيانات والأبحاث والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالمشكلة أو الظاهرة، كما يمكن أن تساعد مشاركة هذه المعلومات في تشكيل الرأي العام حول هذه القضية ويمكن أن تساعد أيضاً في إثراء عملية صنع السياسة.

2- التماس التعليقات: ويمكن القيام بذلك من خلال الاستطلاعات عبر الإنترنت أو حملات البريد

الإلكتروني أو طرقٍ أخرى، حيث تساعد جمع التعليقات من جمهور صانعي السياسات على فهم وجهات نظر عامة السكان، ويمكن أن يساعد في تشكيل السياسة النهائية.

3- التعامل مع أصحاب المصلحة: حيث يُمكن استخدام الذباب الإلكتروني للتفاعل مع أصحاب

المصلحة، مثل قادة الأعمال، ومجموعات المناصرة، والأطراف المهتمة الأخرى، لجمع المدخلات

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

والتعليقات حول قضية ما، الأمر الذي سينتج عنه فهم وجهات نظر المجموعات المختلفة وبالتالي بناء ووضع خارطة الطريق.

4- التأثير على التغطية الإعلامية. حيث تلعبُ التغطيات الإعلامية المتكررة عبر وسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في توجيه وصناعة الرأي العام نظراً لحجم المعلومات ونوعيتها والتي تصل إلى المستقبل وتعمل على إقناعه للقيام بدورٍ معينٍ واتخاذ مواقفٍ محددةٍ.

5- العمل على بث روح الوثام. والتصالح والوحدة وعدم الانهزامية، والعمل على دعم رجل الشارع بالمعلومات والبيانات الصحيحة عن أهم القضايا المجتمعية.

6- زرع الثقة. بين ألوان الطيف المجتمعي داخل المجتمع الأهلي من جهةٍ، وبين جميع ألوان الطيف السياسي داخل المجتمع السياسي من جهةٍ أخرى ليتحقق بذلك الاستقرار والنمو داخل المجتمع.

7- رسم صورةٍ مُشرقةٍ عن الوضع العربي والوضع الداخلي من خلال الترويج للأفكار الصحيحة وتجنب بث أي معلومات مغلوطة، والتصدي لأي إشاعات مغرضة.

8- تقديم صورة مشرقة عن العاملين في الحقل الإعلامي والكفاءات المتميزة التي يزخر بها الإعلام العربي، والقادرة على توشي الصحة والمصداقية في كل ما يتم نشره.

طرق السيطرة على الرأي العام عبر جيوش الذباب الإلكتروني:



بفضل التطورات التكنولوجية أصبحت وسائل الإعلام، وفي مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي، وهي الوسائل التي يستخدمها الذباب الإلكتروني في توجيه وإلهاء الرأي العام، وفي نفس الوقت السيطرة عليه وتوجيهه وجهةً

معينة، وخاصةً في أوقات الأزمات، ومن هذه الطرق التي تستخدمها وسائل التواصل الاجتماعي عبر ذبابها الإلكتروني ما يلي: (عبد العزيز، 2021)

1- طريقة الإلهاء: من خلال تحويل انتباه الرأي العام عن القضايا الهامة والمواقف السياسية التي تقررها النخب السياسية والاقتصادية والإعلامية داخل المجتمع، حيث يتم ذلك من خلال بث ونشر المحتوى التافه بقصد صرف الرأي العام عن القضايا الهامة.

2- طريقة (المشكلة-ردة الفعل-الحل): وفي هذه الطريقة يتم صناعة المشكلة والموقف الذي من شأنه إحداث ردود فعل من قبل الجمهور، وحتى يقوم هذا الجمهور بمطالبة الجهات الرسمية بتقديم الحلول والإجراءات التي يُراد أن يُقبلُ بها، فمثلاً عندما تُثار قضية تفجيراتٍ داميةٍ، يقوم الشعب بالمطالبة بتدخل الجهات الرسمية وسن قوانينٍ أمنيةٍ حتى ولو كانت على حساب حريته.

3- طريقة القبول المؤجل: من خلال إكساب القرارات التي يرفضها الرأي العام القبول والموافقة في الحاضر على أن يتم تطبيقها في المستقبل، وهذه الطريقة تكون وقعها أفضل لدى الرأي العام، فقبول تضحيةٍ مستقبليةٍ يكون دائماً أسهل من التضحية الآنية، وهذا كله من أجل أن يقبل الجمهور فكرة التقيد والاستسلام عندما يأتي أوانها.

4- طريقة التدرج: حتى يتم تطبيق إجراء غير مقبول اجتماعياً، يكفي أن يتم تطبيقه بصفةٍ تدريجيةٍ، وهذا ما تلجأ إليه الأنظمة في كثيرٍ من الحالات.

5- مخاطبة الشعب بشكل طفولي: بحيث يخاطب المتلقي وكأنه طفلٌ صغيرٌ، أو معوقٌ ذهنياً، وهذه استراتيجيةٌ تستخدم بكثرةٍ في وسائل التواصل التي تنقل توجهات الحاكم أو المسؤول، فكلما كان الهدف مغالطة المشاهد والمتابع كلما زاد الاعتماد على تلك النبذة.

6- استثارة العواطف بدل الفكر. وتهدف هذه الطريقة لتعطيل التحليل العقلي والمنطقي للمتلقي، وبالتالي يفقدون النقد الشخص، واستخدام المفردات العاطفية التي من شأنها المرور للعقل اللاواعي حتى يتم زرع أفكارٍ ومخاوفٍ معينةٍ.

7- العمل على إبقاء الجمهور في حالة جهل دائمٍ لاستيعاب التكنولوجيا من حوله: وهذا ما نلاحظه اليوم من خلال نوعية التعليم المقدم للطبقات السفلى من الشعب، والتي تُبقي على الهوة المعرفية بين طبقات المجتمع.

8- تشجيع الجمهور على استحسان وتقبل كل شي رديء: وفي ذلك استغناء وتجهيل للمتلقي، وهذا ما نلاحظه اليوم في محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، وما يقدم للجمهور من محتوى متدني جداً يشجع على التجهيل والسطحية.

9- طريقة جعل الفرد هو المسؤول الوحيد عن تعاسته في الحياة: وأنّ السبب فيما هو عليه هو نقص في مستواه وفي مهاراته، وهذا بدوره يولد لدى الفرد الانكسار والانزامية.

أساليب الإقناع التي يستخدمها الذباب الإلكتروني في صناعة الرأي العام:

تعددت الأساليب والطرق التي يستخدمها الذباب الإلكتروني في صناعة وإقناع الرأي العام، ومن هذه الأساليب ما يلي: (ندا، 2017)

- 1- التكرار من خلال إعادة الفكرة أو المعلومة أو التغريدة، فبال تكرار تتحول المعلومة إلى حقيقة.
- 2- استخدام جميع وسائل التواصل الاجتماعي. حتى يضمن وصولها إلى قطاع كبير من جمهور المتلقين، والعمل على محاصرة المتلقي في كل وسيلة يطلع عليها.
- 3- الاعتماد على الرموز والأشخاص والمشاهير لنشر التغريدة والفكرة. والانتشار في صفحاتهم المؤثرة التي لها صدى محليّ ودوليّ بين المتابعين.
- 4- مخاطبة الجانب الديني لدى الجمهور خاصةً في المجتمعات التي يُمثل لها الدين عنصراً في صناعة الرأي العام.
- 5- استخدام عناوين مثيرة وملفته للانتباه من أجل الانتشار.
- 6- استخدام الأشخاص والأطراف محل ثقة الجمهور من النخب والتي تبدو أنها محايدة أو ليس لها مصلحة.
- 7- استخدام أساليب التخويف وإثارة الرعب في أوساط المتلقين.
- 8- استخدام الأحكام المسبقة والعبارات الدالة على قيمة أخلاقية لمن سيتبناها.
- 9- أسلوب القطيع المتمثل بالعمل على الاقتناع بالرأي الذي يؤمن به الجميع والانضمام إلى الحشد.
- 10- استخدام ثنائية الخيارين فقط إلى الرأي العام، وهذه الثنائية استخدمها جورج بوش الابن في حرب العراق (من ليس معنا فهو ضدنا).
- 11- أسلوب شيطنة الآخر وخاصةً المخالف ووصفه بكل النقائص، واتهامه بالخيانة والعمالة.
- 12- أسلوب إخفاء المعلومات والوثائق عن الرأي العام، والعمل على تضليله وتشويه كل ما هو حقيقة.
- 13- أسلوب الاعتماد على العبارات البراقة والألفاظ المطاطية، التي ليس لها معنى محدد.
- 14- أسلوب نشر الخطابات الخادعة والمغلوطة وتضمينها بعض الحقائق.
- 15- استخدام أسلوب الغموض في نشر التعميمات والتي يفهمها الجمهور بحسب ما يرى.

- 16- إطلاق المصطلحات والأسماء التي تحض على الكراهية، ونبذ الطرف الآخر.
- 17- استخدام أسلوب الأحكام المسبقة من خلال تصنيف وقولبة الرأي المخالف بصورة مرفوضة.
- 18- أسلوب الاعتماد على الأرقام والإحصاءات واستطلاعات الرأي العام ليضفي المصداقية على الأخبار المراد نشرها.
- 19- إثارة الغرائز في وسائل التواصل الاجتماعي، وهي من أكثر الأساليب وضوحاً لدى المتلقي.
- 20- استخدام الاقتباسات والاستشهادات سواءً كان كلاماً أو مقاطع فيديو بهدف تأكيد ما نقوم بنشره. والتلاعب بها وإظهار صورٍ مفبركةٍ.
- 21- تسريب بعض الأخبار على شكل بالونات اختبار لمعرفة ردود الفعل.
- 22- أسلوب صناعة الهاشاجات، والتي تُمثلُ أكثر تفاعلاً وتداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 23- شن حملات التبليغ بشكلٍ جماعي ضد الأشخاص والحسابات المعارضة واتهامها بالمساس بالمقدسات حتى يتم إسقاطها من قبل مواقع وسائل التواصل.

هندسة الرأي العام ومراحل صناعته:



أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة وسائل لهندسة الرأي العام والتحكم به والسيطرة عليه، ويبدأ الأمر بصناعة الرأي العام حول مسألةٍ ما بصرف النظر عن درجة أهمية هذه المسألة، مروراً بتوجيه الرأي العام نحو مسألةٍ أو هدفٍ معينٍ، كما يمكن بواسطة هذه التقنيات تشتيت أو تشويه أو إلهاء أو إخفاء الرأي العام. كل هذا يحدث لنا بشكل يومي، ومن خلال متابعة ما يجري على مواقع "التواصل الاجتماعي"، ونشاط

الحسابات الوهمية أو حسابات تُدار من قِبَل جهات معينة، أو حسابات ما بات يُعرف عنها بالمؤثرين، حيث يدار الرأي العام وفق توجهات معينة، تخدم في الأول والأخير الجهات المستفيدة، ومما يؤسف أن الجمهور هم أدوات هذه السياسة العدمية لصناعة الرأي العام.

وقد اتضح جلياً خلال الحرب العالمية الثانية، مدى أهمية الرأي العام وتأثيره على تماسك الجبهة الداخلية في مواجهة الحرب النفسية أو حرب الشائعات، مما ترتب عليه تخصيص كثيرٍ من الدول ميزانيات ضخمة لأجهزة العلاقات العامة، وبدأ يظهر بوضوح مدى أهمية العلاقات العامة وأجهزة الرأي العام في تماسك الجبهة الداخلية وصمودها أمام أي أخطارٍ تهدد المؤسسة أو الكيان الذي يعمل جهاز العلاقات العامة الداخلية لصالحه.

إنّ وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة داخل الكيانات تلعب باحترافٍ على هندسة الرأي العام الأمر الذي يؤدي إلى أنّ شريحة الجمهور المبادر في دعم المؤسسة سوف تختفي وتتحول لفئة الجمهور المسماة "رد الفعل" وهي فئةٌ نفعيةٌ تعمل على دعم المؤسسة فيما يعود على هذه الفئة من نفعٍ، أما إذا غلب على ظنها عدم جدوى ما تقوم به من دعم المؤسسة، فلن تقدم أي دعم. (عيسى، 2019)

إنّ هندسة الرأي العام وبرمجة تفكيره وتوجهاته يمثل أحد المفاهيم المثيرة للاهتمام في مجال العلوم الإنسانية عامة والعلوم السياسية على وجه الخصوص، وهو يمثل نوعاً من التلاعب الفكري بالجمهور، وتحويل نمط تفكيره إلى روبات آلي يستجيب للأوامر، ويعتقد بأنها قرارات تمثل الإدارة الحرة للشخص.

إنّ إعادة تشكيل وهندسة الرأي العام تمثل ممارسةً يوميةً مستمرةً لجهاتٍ عدةٍ وتتم بأشكالٍ مختلفةٍ من أجل التلاعب بمعارف الناس. حيث تكشف إحدى وثائق جلسات الاجتماع التي عقدها مجلس الشيوخ الأمريكي حول السعي إلى تغيير عقل الرأي العام وطبيعة سلوكه، ونمط تفكيره، من خلال مجموعةٍ من المشاريع والبرامج التي تهدف إلى: (عبد الحميد، 2020)،

- إنتاج مواد تسعى إلى تعزيز التفكير غير المنطقي، بحيث تجعل متعاطيها منبوذاً من المجتمع.
- ابتكار مواد تؤدي إلى تشويش الذهن وخفض معدلات الطموح.
- تقديم مواد عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الشيخوخة المبكرة وتعطيل المدة اللازمة لبلوغ سن الرشد.
- التلاعب بخيارات الرأي العام، وتحديد أيهما الأصلح بالنسبة للسلطة.

مراحل صناعة الرأي العام:

- تتمثل عملية مراحل صناعة الرأي العام بمجموعةٍ من الخطوات وذلك على النحو الآتي: (المسعود، 2020)
- 1- مرحلة تحديد قضية الرأي العام: وذلك من خلال البحث عن المشكلة الأساسية والأسباب التي أدت إليها المشكلة، وتحديد أبعادها الحقيقية، وهذا بدوره يسهلُ على أفراد المجتمع تشخيص المشكلة.
 - 2- مرحلة إدراك أهمية القضية بالنسبة للمجتمع: وكيفية تقديمها للناس من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهنا يبرز أهمية قادة الرأي الذين يعول عليهم شرح أبعاد القضية، وأهميتها.
 - 3- مرحلة عقد حوارات ومناقشات حول موضوع القضية. وتفسير مدى خطورتها وانعكاساتها المحتملة.
 - 4- مرحلة ضبط المقترحات وتصنيف البدائل لحل القضية: وهي تعتمد هنا على تفكير متخذ الرأي، وتتطلب هذه المرحلة تفكيراً ابتكارياً يساعد على إيجاد مجموعة من البدائل.
 - 5- ظهور آراء متباينة حول القضية: والتي قد تصل إلى حد الصراع بسبب الحوار والنقاش والجدل بين الأفراد.
 - 6- اختيار الرأي العام الأمثل والصالح: لأنّ متخذ الرأي في هذه المرحلة لابد وأن يأخذ في اعتباره كافة الاحتمالات المحيطة.
 - 7- ترجمة الرأي العام والحكم على كفاءته وفاعليته: وهنا لابد من التخطيط لكيفية التنفيذ، والاستفادة من المعلومات المرتدة.

استهداف الرأي العام وصناعة الأخبار الكاذبة:



أسهمت البيئة التقنية والهواتف الرقمية الجديدة بمنصاتها ووسائطها المختلفة في تغير نمط التواصل وإنتاج وتوزيع المحتوى المعلوماتي الذي بات يُنقل "من الجميع إلى الجميع"، وهو ما حوّل انتباه الجمهور إلى الحوامل الجديدة والمحتوى نفسه الذي تزداد أهميته بين الفاعلين، أفرادًا كانوا أو مؤسساتٍ وأنظمةً.

وهذه الأهمية ليست فقط في إبراز التّمثّلات والرؤى حول القضايا والأحداث الجارية، وإنما في إدارة الصراع الرمزي والقيمي بين مختلف القوى عبر حروبٍ إعلاميةٍ تُستخدَم فيها جميع الوسائل المشروعة وغير المشروعة، وتُستثمر فيها أيضًا خصوصية البيئة الرقمية التي تُؤمّن مجالًا واسعًا لانتشار السرديات البديلة في زمن اتصالي أفقي.

وفي سياق هذا الصراع الرمزي، أصبح المجال الرقمي-الشبكي بنموذجه الاتصالي الأفقي، وحالته الإعلامية السائلة وتمدّد شبكاته ومنصاته، ملاذًا ومَحْضَنًا لاصطناع الأخبار والوقائع وفَبْرَكَةِ البيانات الكاذبة، فضلًا عن تزييف الأحداث والوقائع وتركيب سياقاتها، وقد تفاقم ذلك مع انتهاء سلطة حارس البوابة، خاصةً في شكلها الرقابي، بعدما كان الإعلام التقليدي بنموذجه الإخباري العمودي يُمكّن شبكة الحراس من التّحكّم في الحلقات الاستراتيجية لعملية الاتصال والسيطرة على سلاسل إنتاج المحتوى، فلم تعد هناك أيُّ سلطةٍ تُحدّد مدخلات ومخرجات المحتوى وتتحكم فيما يُنشر وما لا يُنشر عبر منصات وسائل الإعلام الاجتماعي، ووصله إلى المتلقي سوى المستخدم نفسه الذي أصبح مُنتجًا ومُرسلًا ومُستقبِلًا في نفس الوقت. (الراجي، 2018)

وقد ساعدت الحالة السائلة لوسائل الإعلام الجديد، التي ترافقت مع الجيل الثاني للويب (2.0) واختلّت فيها أيضًا سلطة الضوابط المهنية، على التوسع في إنتاج الأخبار الكاذبة وانتشارها، خلافًا لمرحلة الجيل الأول للويب (1.0) التي أسهمت بشكلٍ غير مباشرٍ في مشاركة الأخبار وانتشار المعلومة والمعرفة، وتدوين الآراء والتجارب الشخصية، وأيضًا التعاون في إنتاج المحتوى والكتابة المشتركة للوثائق، كما عززت ظاهرة المصادر المُجهّلة والأسماء المستعارة التّحلّل من القواعد الأخلاقية والضوابط الاجتماعية للحوار، وولّدت الشعور بالإفلات من المحاسبة، الذي يشجع على ترويج الإشاعة والدعاية بكل أصنافها، حيث ظهرت العديد من المنصات التي تُتملّل هذا الاتجاه.

وقد فجّر تطور الويب الحواجز التقليدية للمجال العام، حيث يتعذر التمييز بين المعلومة والأخبار الكاذبة والإشاعة، لذلك توصف المواقع التي تعمل بمقتضى هذه الحالة بـ "الضبابية"، مثل شبكات التواصل الاجتماعي التي تُعدّ جزءًا من هذه المنصات، بل أصبح الاحتيال المعلوماتي والأخبار الزائفة والإشاعة مظهرًا

لثقافة السائدة اليوم في هذه الوسائل، حيث يسهل إنتاج هذا المحتوى وتوزيعه مما يرسخ الشك في المجتمع.
(2018,Huyghe)

ويتساءل البعض في ظل هذا الوضع الإعلامي وحالة انتشار الأخبار الكاذبة إن كانت الحقيقة لا تزال موجودة أم أن البشرية تعيش في عصر التزييف والتضليل، بينما ينظر آخرون للأخبار المزيفة باعتبارها حقائق بديلة لمواجهة الرواية السائدة، وكان هذا المصطلح مثار الجدل الذي أثارته مستشارة الرئيس الأميركي، دونالد ترامب، عندما اعتبرت تصريحات الناطق الرسمي باسم البيت الأبيض حول الجمهور الغفير الذي حضر حفل تنصيب الرئيس حقائق بديلة غير كاذبة، بيد أن مقارنة صور هذا المشهد بحفل تنصيب باراك أوباما تُبين أن تلك المعلومات لم تكن حقيقية. (2018,Huyghe)

إن صناعة الأخبار الكاذبة تبدو رغم قدمها ظاهرة أكثر تعقيداً خاصة في سياقها الرقمي، حيث تتشابك في صناعتها أبعاداً تكنولوجية واتصالية ومعلوماتية وعلمية وأمنية واستخبارية. كما تتدخل شبكة واسعة من الفاعلين أو القائمين بالفبركة في سلاسل إنتاجها والترويج لها (شركات العلاقات العامة، شركات تحليل البيانات والاستشارات السياسية، المؤسسات الفكرية والبحثية، مراكز استطلاع الرأي، منصات التواصل الاجتماعي... وغيرها)، خلافاً لنموذج الدعاية الذي اقترن بوسائل الإعلام التقليدية ونمطها الاتصالي العمودي الذي يجعل القائم بالدعاية ومصدرها معلوماً، والخطاب الدعائي نفسه مرصوداً، ولا تُساعد معظم المقاربات والنماذج المعرفية، والأنماط الاتصالية التقليدية، مثل نموذج الدعاية والتضليل الإعلامي، ولا حتى بعض الأفكار والمفاهيم الحديثة، مثل الحقائق البديلة أو ما بعد الحقيقة، في تطير ظاهرة الأخبار الكاذبة وتقديم تفسيرٍ لمحدداتها واستراتيجيات صناعتها وآليات اشتغالها وأهدافها، وعلاقتها بتشكيل الرأي العام ومراحل التأثير في اتجاهاته المعرفية والنفسية والسلوكية.

صناعة الأخبار الكاذبة:



بمراجعة سياقات الحالات التي أظهرت عملية إنتاج الأخبار الكاذبة، باعتبارها صناعة اتصالية وسياسية لامتناهية، أي جهداً اتصالياً استراتيجياً مخططاً لمراحل اصطناع موضوعاته السياسية الناشئة والترويج لها، فإن القائم بالفبركة يسعى إلى: (الراجي، 2018)

- تسييح الرأي العام بالأخبار الكاذبة ومحاصرة الخطاب المُنافِس أو السرديات السائدة.
 - تطوير نشاط الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تنشر هذا الخطاب.
 - محاصرة الدول التي تكون قد اختارت لنفسها نسقاً أو نموذجاً سياسياً واقتصادياً وقيماً ثقافيةً ورمزيةً تتعارض مع نسق أو نموذج الحياة العامة الذي اختاره القائم بالفبركة.
- وهنا، فإن عملية إنتاج الأخبار الكاذبة ليست صناعة اتصالية مُؤَسَّسِيَّة ترتبط فقط بكياناتٍ سياسيةٍ (أحزاباً ودولاً) أو جهاتٍ أمنيةٍ أو مؤسساتٍ فكريةٍ بحثيةٍ وشركات تحليل البيانات والاستشارات السياسية والعلاقات العامة، وإنما يوجد أيضاً أفراداً قائلون بالفبركة ليس لهم أحياناً أيُّ انتماءٍ أو تعبيرٍ سياسيٍّ، وقد تكون دوافع الاتصال التزييفي لديهم اجتماعيةً ونفسيةً وكذلك عنصريةً، وربما ينخرطون أو يكونون جزءاً من شبكة الاتصال التزييفي المؤسسي أو على الأقل دعمها والتسويق لبرامجها في إطار عمل الجيوش والذباب الإلكترونيين، ورغم ذلك ينبغي التمييز بين نمطين أو نموذجين من الاتصال التزييفي، هما:

- الاتصال التزييفي المؤسسي.
- الاتصال التزييفي الفردي ولكل واحد منهما محدداته وأطره وأهدافه واستراتيجياته.

كيف تتكون هذه الأخبار الكاذبة؟

تَعتمد الأخبار الزائفة في انتشارها على أنواعٍ مختلفةٍ في المصادر، من أبرزها: (خيرون، 2018)

- التضليل والتمويه الذي يركز على تضليل القارئ، ونشر الفكرة من دون أن يترك له فرصةً للتحقق من صحة هذه الأخبار أو عدمها.
- تزييف المصادر المعتمد عليها، وهو الأسلوب الذي يُتبع من قبل الصحف ومواقع الإعلانات والأخبار، التي تهدف إلى نشر صورٍ ومواقفٍ لأشخاصٍ أو جهاتٍ معينةٍ، والتعليق عليها بشكلٍ مختلفٍ كلياً عن المقصد الحقيقي للصورة أو الموقف أو الرأي للشخص المعلن عنه أو الجهة التي تتعلق الأخبار بها.

- التلاعب في العناوين من أبرز المصادر التي تعتمد عليها الأخبار الزائفة في الانتشار، خصوصاً في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، ولذلك فإنّ عدداً كبيراً من القراء لا يكملون قراءتهم لخبر ما بتفاصيله، فضلاً عن تدقيق المحتوى، ويكتفون فقط بقراءة العنوان الرئيسي دون تكلف عناء النقر على الرابط وقراءة الموضوع كاملاً، وهنا يسقطون في المحذور، بحيث يشكلون فكرتهم من خلال العنوان الذي تتعمد بعض المواقع أن يكون أبعد ما يكون عن الحقيقة.
- الأخبار التي تستهدف مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يكون الهدف الرئيسي منها هو حصد الإعجاب أو تجميع "اللايكات" فقط، وتجميع أكبر نسبة من المشاهدات، وأخيراً الإسناد إلى مصدر غير معتمدٍ عليه، وهو الأمر الذي يمكن من خلاله انتشار الأخبار المزيفة من خلال تتبع مواقع متخصصة في نشر الإشاعات والكلام المتداول عن الأوساط الفنية أو الأوساط السياسية.

أسباب انتشار الأخبار الكاذبة:

من العوامل الداعية إلى انتشار الأخبار الكاذبة هي كالاتي: (بن مجيب، 2019)

- 1- السهولة في الحصول على أجهزة الاتصال الحديثة والرخيصة، والمتمثلة بالهواتف النقالة والهواتف الذكية كوسيلة من الوسائل للبحث عن المعلومات.
- 2- سهولة استفزاز الآخرين بالشائعات التي تظهر دون تثبت لصحة الأخبار أو المعلومات.
- 3- قلة الرغبة في القراءة، حيث يشكل ميول نقل الأخبار بدون الاعتماد على المصادر الموثوق بها ولكن يتم الاعتماد على الذاكرة أو المصدر الغير الموثوق به.
- 4- الصراعات الأيدولوجية المتنامية.
- 5- ضعف الشفافية من قبل الجهات المسؤولة.
- 6- زيادة انتشار واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدرٍ للأخبار.
- 7- تضائل دور الإعلام التقليدي للقيام بدوره الإخباري بالشكل المطلوب.
- 8- ضعف أدوار الأحزاب والنخب السياسية والثقافية والفكرية وظهور بدائل شعبية بديلة.

قائمة المراجع:

- إبراهيم، محمد عاطف إمام، (2022)، الفضاء الإلكتروني وأثره على الأمن القومي للدول، الحروب الإلكترونية نموذجاً، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، ص14
- بن سيف، (2018)، مواصفات الذباب الإلكتروني، صحيفة الوطن القطرية، تأريخ الصدور، 7-1-2018
- بن مجيب، لا لو سوفر يادي، (2019)، انتشار الأخبار الكاذبة: الأسباب والحلول، المؤتمر الدولي الثالث "الإعلام والأزمات: الأبعاد والإستراتيجيات، جامعة الملك خالد بأبها، السعودية، ص7، 8
- بوزيان، نصر الدين، (2021)، الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزيف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، المجلد6، العدد5، ص41-42
- الحمدان، محمود، (2021)، الإرهاب الإلكتروني وسبل المواجهة، التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب.
- مركز الاتحاد الاخباري، (2018)، الذباب الإلكتروني، يتغذى على العالم الافتراضي، 15 ديسمبر 2018.
- الداوود، عوني، (2023)، الجرائم الإلكترونية آثار مدمرة على اقتصادات الدول والشركات والبنوك والأفراد، مركز الدستور للدراسات الاقتصادية، الأردن.
- جبر، سيما هاني، باكير، زينة ماجد (2018) استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي، بحث بكالوريوس في العلاقات العامة والاتصال، كلية الاقتصاد، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص30 – 31
- الحسين، ناصر بن سعيد، (2016) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد 169، الجزء الثالث، جامعة الأزهر، القاهرة، ص337
- خليفة، إيهاب، (2015)، الأبعاد المختلفة لإدارة الرقابة على الشبكات الاجتماعية في مصر، سلسلة بدائل، العدد 11، مركز الأهرام للدراسات السياسية، ص15

- خليفة، إيهاب، (2016)، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 64
- خليفة، إيهاب، (2016)، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 42
- خليفة، إيهاب، (2016)، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 57-60
- خليفة، إيهاب، (2016)، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 41
- خليفة، إيهاب، (2020)، الكتائب الإلكترونية، مجلة اتجاهات الأحداث، المجلد الأول، العدد 4، ص 10-11
- خينش، ماجدة، (2018)، الحروب الإلكترونية وتأثيرها على سيادة الدول، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 7، ص 245
- داود، حسن طاهر، (2011)، جرائم نظم المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 15
- الساري، حلمي خضر، (2009) ثقافة الانترنت، دراسة التواصل الاجتماعي، منشورات وزارة الثقافة، عمان، ص 78
- سلامي، اسعيداني، (2015)، الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المسلم، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 8 العدد 2، ص 1071 – 1073
- شتوان مراد، بوصلوب، زهير، (2018)، اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للحملات الانتخابية المحلية لسنة 2017، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، الجزائر، ص 23
- الشميمري، فهد بن عبد الرحمن، (2010)، التربية الإعلامية، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ص 105 – 107 بتصرف
- الصوافي، المرجع السابق ص 9
- الصوافي، عبد الحكيم عبد الله راشد، (2015)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساس في محافظة شمال الشرقية، رسالة ماجستير، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، الجزائر، ص 9

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

- الطيار، فهد بن علي، (2014)، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، ص 202
- عبد الحميد، حسن سعد، (2020)، هندسة العقل: دراسة في أساليب خداع الرأي العام، ط1، مركز النهريين للدراسات الاستراتيجية، العراق، ص11
- عبد الصادق، عادل (2009) الديمقراطية الرقمية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، 66
- عبد العزيز، زهية، (2020)، سمات وخصائص الرأي العام في بيئة الإعلام الجديد، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألماني، العدد 12، ص 309 - 311
- عبد العزيز، سامي، (2021)، صناعة الرأي العام وإدارته، وأساليب التأثير الجماهيري خلال الأزمات، مجلة أكاديمية ناصر العسكرية للدراسات العليا، العدد 1، السنة الأولى، ص 67-68
- عبد الوهاب، شادي، (2014)، التفجير من الداخل: الملامح الأساسية لدوام العنف في حروب الجيل الخامس، مجلة اتجاهات الأحداث، مركز المستقبل للدراسات والأبحاث، العدد الأول، ص12
- فوزي، وفاء، (2023)، مفاهيم الجيش الإلكتروني، الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام، إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، بغداد، العراق ص5، 6
- فوزي، وفاء، (2023)، مفاهيم الجيش الإلكتروني، الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام، المرجع السابق، ص12
- قنديلي، عامر إبراهيم، (2015) الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة، عمان، ص287
- كساس، صافية، (2019)، الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي - الواقع والأسباب والآثار، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، المجلد 8، العدد3، ص 467
- مبنى، نور الدين، وآخرون، (2022) الإعلام الجديد وأشكاله وصناعة الرأي العام، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 33، العدد1، ص464
- المسعود، عينة، (2020)، مراحل صناعة الرأي العام وآليات تكوينه، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 5، العدد1، ص131-133

الذباب الإلكتروني... وصناعة الرأي العام

- ندا، أيمن منصور، (2017)، الرأي العام وقياساته، رؤى نظرية وتطبيقات عملية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص، ص 121-142

المراجع الأجنبية:

DAVE PARRACK, 2022, *7 Positive Effects Social Media Is Having on Society*,

www.makeuseof.com/tag/positive-impact-social-networking-sites-society-opinion.

Elise Moreau, (2022), *The Pros and Cons of social media*, www.lifewire.com/advantages-and-disadvantages-of-social-networking.

Glenn Greenwald and Spencer Ackerman, *How the NSA is s_ll harves_ ng your online data*, *the guardian*, August 26th, 2014 On: <http://www.theguardian.com/world/2013/jun/27/nsaonline-metadata-collec-metadata-collection>

Huyghe, F. B. Fake News : La Grande Peur, (V.A Editions, 2018), p. 116.

Ibid. p. 78.

Kenneth Geer's, (2013), *Cyber Space and the changing nature of warfare*, (U.S. Representee, Cooperative Cyber Defiance Centre of Excellence Tallinn, Estonia).

McMillan. S.J. & Hwang. T. (2002), *Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents and systems* > In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds). *Handbook of New Media*. 2ed. London. p33

NSA prism program slides, (2013), *the Guardian*, on nov 5th, 2013

PimpernelGawkröger, (2019), *Advantages and disadvantages of social media*, medium.com/@clinguen/advantages-and-disadvantages-of-social-media

Simplilearn, (2023), *Top 7 Impacts of social media: Advantages and Disadvantages*, www.simplilearn.com/real-impact-social-media-article

Social media mass surveillance is permitted by law, says top UK "official", *The Guardian*, 17 June, 2014, <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/17/mass-surveillance-social-media-permitted-uk-law-Charles-Farr>

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

Zaain Bokhari,(2021), Role of Communication in the Development of Human Society,
www.academia.edu/5182078/Role_of_Communication_in_the_Development_of_Human_Society

المواقع الالكترونية:

- <http://www.radiosawa.com/content/will-iran-lift-ban-social-mediawebsites/217441.html#ixzz3L3b0qW5c> تم الاطلاع في 2023-7-3
- [4313/https://alqarar.sa](https://alqarar.sa) تم الاطلاع في 2023-7-2
- <https://cyberone.co/> تم الاطلاع بتاريخ 2023-7-2
- <https://www.lifewire.com/advantages-and-disadvantages-of-social-networking-3486020> تم الاطلاع في تاريخ 2023-7-1
- <https://www.unicef.org/ar> تم الاطلاع بتاريخ 2023-7-3
- www.alfaweb8.com تم الاطلاع بتاريخ 2023-7-2
- إبراهيم، محمد، (2020)، اكتشاف حسابات الذباب الإلكتروني، <https://ijnet.org/ar/resource>
- برزيق، بو علام، (2018)، البروباجندا الرقمية، كيف يعمل الذباب الإلكتروني؟ www.aljazeera.net/blogs
- برزيق، بوعلام، (2018)، البروباجندا الرقمية كيف يعمل الذباب الإلكتروني، www.aljazeera.net/blogs
- تهامي، محمد، (2018)، الرأي العام، <https://political-encyclopedia.org/dictionary>
- الجنوبي، خطيب، (2018)، الذباب الإلكتروني حرب مفتوحة بدون سلاح، <https://muwatin.net/>
- الحديد، رحمة، (2021)، أهمية التواصل الاجتماعي، <https://mawdoo3.com> تم الاطلاع بتاريخ 2023-7-1
- الحسين، ياسر محجوب، (2022)، ميكانيزمات صناعة الرأي العام، <https://m.al-sharq.com>
- خيرون، نزار، (2020)، الأخبار الزائفة، الحرب الجديدة على وعي الشعوب، <https://www.aljazeera.net/blogs>

الذباب الإلكتروني.... وصناعة الرأي العام

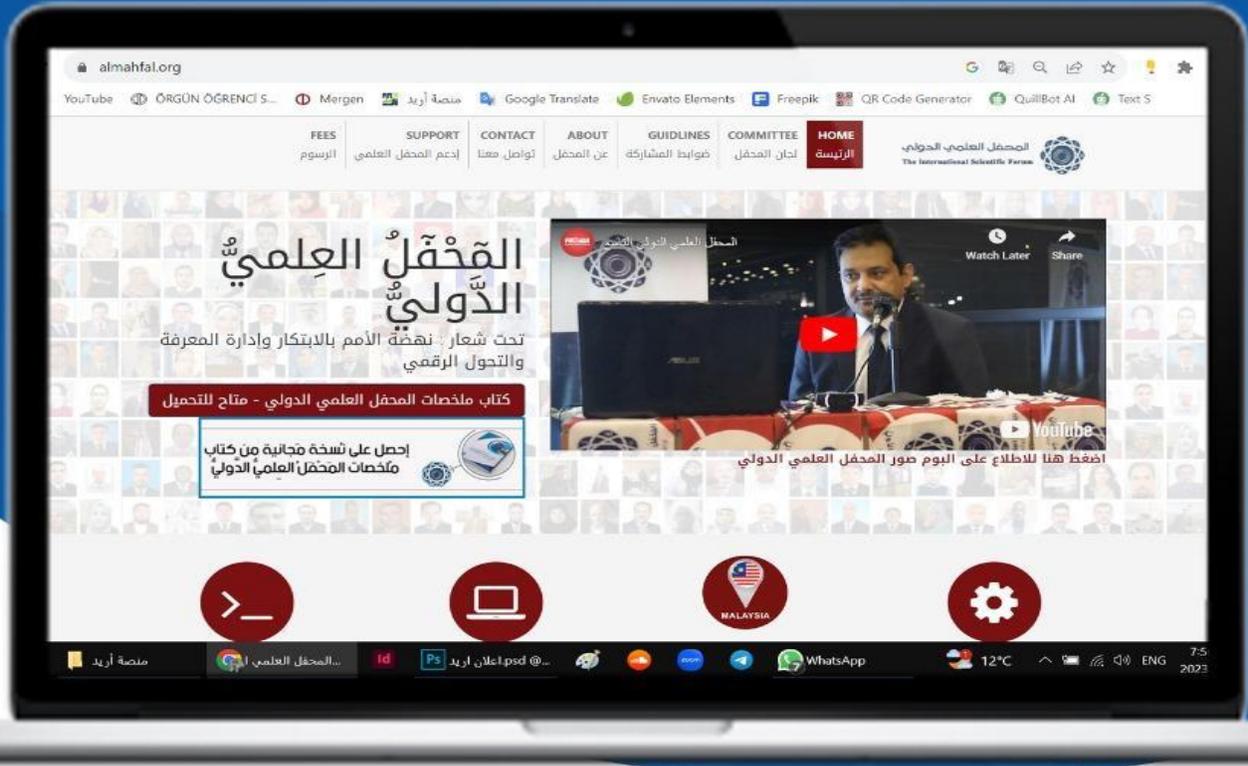
- الراجي، محمد، (2018)، صناعة الأخبار الكاذبة، ولولب الحصار المعلوماتي العام، <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies>
- الردايدة، اسراء، (2023)، آخر التقارير العالمية حول نسب مستخدمي الانترنت. <https://alghad.com/Section>
- زعرور، معاوية، (2023)، وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها واشهرها، www.arageek.com
- سليم، شادن، (2020)، ما هو الذباب الإلكتروني، www.arageek.com
- شامي، أسامة، (2018)، إدارة الفوضى والذباب الإلكتروني، www.noonpost.com/content
- شلال، مروان، (2015)، الكتيبة 77: وحدة الحروب الالكترونية في الجيش الوطني، موقع ايلاف، يناير 2015، www.elaph.com
- طرف، وآخرون، (2019)، قضايا تجذب الذباب الإلكتروني، www.alqabas.com/article/
- عزام، سحر، عبير القاضي، (2014)، أبرز الشائعات عام 2014، موقع مصرراوي، www.masrawy.com
- عيسى، أحمد عبد الفتاح، (2019)، هندسة الرأي العام، <http://www.natharatmouchrika.net/index.php/articles/kadaya-hadaria>
- القاضي، أنيس جمعان، (2022)، الذباب الإلكتروني، www.al-wattan.net/news
- القرار، 2021، حروب المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي، <https://alqarar.sa/4313>
- المرجع نفسه.
- المرجع نفسه.
- النجار، اسلام (2020)، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، <https://www.rowadalaamal.com/> تم الاطلاع في 1-7-2023

المؤلف في سطور:

- الأستاذ الدكتور. عبد الله عبد المؤمن التميمي. يماني الجنسية. حاصل على شهادة الدكتوراه في الإعلام من جامعة الأزهر الشريف القاهرة. 2003م
 - عمل استاذاً جامعياً في العديد من الجامعات الخليجية.
 - نشر العديد من البحوث والدراسات في مجلات علمية دولية محكمة.
 - ألف العديد من الكتب منها على سبيل المثال:
- 1- الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية 2011 م، دار الأفاق المشرقة. للنشر والتوزيع – الشارقة الإمارات العربية المتحدة
 - 2- استراتيجية الفوز في الانتخابات – رؤية إعلامية – 2012 م، دار ورد للنشر والتوزيع – عمان الأردن.
 - 3- الفضائيات اليمنية.. ودورها في التغطية الإخبارية للأزمة الحالية – دراسة استطلاعية. – المؤسسة العربية للدراسات الاستراتيجية – تركيا، 2020.
 - 4- الصورة الذهنية للأحزاب اليمنية لدى النخب السياسية والثقافية – دراسة استطلاعية – المؤسسة العربية للدراسات، تركيا 2021م.
 - 5- فنون الإعلان واستراتيجياته – جامعة العلوم والتكنولوجيا – اليمن 2023.
 - 6- الإعلام العربي الاستراتيجية والدور – رؤية مستقبلية – دار رواق للنشر – مصر، 2023م



المحفل العلمي الدولي



يُعد "المحفل العلمي الدولي" وعاءً علميًّا خاصًّا بأعضاء منصة أريد، يستوعب ما يمكنهم القيام به من أنشطة وفعاليات علمية، وثقافية، وفكرية، وتواصلية، تُحقق الفائدة للمنصة وأعضائها في ضوء ما أقره أعضاء اللجنة التحضيرية لهذا المحفل من قيم، ورسالة، ورؤية.

منصة أريد العلمية

ARID Scientific Platform



منصة أريد هي منظمة غير ربحية تتيح التسجيل المجاني لتحقيق أهداف علمية متعددة الأوجه. تم تأسيسها من قبل باحثين وخبراء مهتمين بتطوير البحث العلمي.

مقرات المنصة: بريطانيا - ماليزيا - العراق - تركيا (13467806) ARID SCIENTIFIC LTD
All rights reserved - Address: 128 City Road, London, EC1V 2NX

● للتسجيل مجاناً في المنصة WWW.ARID.MY



Arid



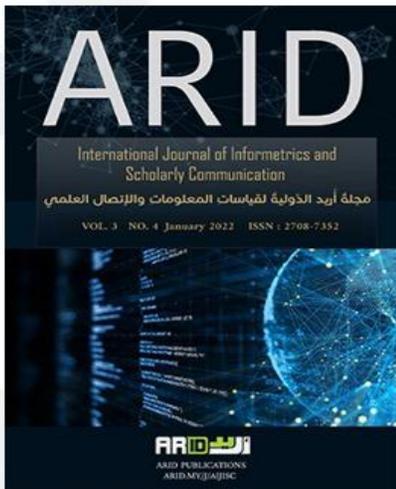
Arid

مجلات أريد الدولية

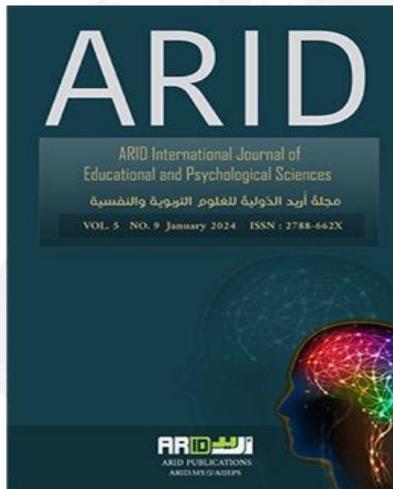
مجلات علمية تهدف الى الرقي بالمستوى العلمي
للناطقين باللغة العربية

WWW.ARID.MY

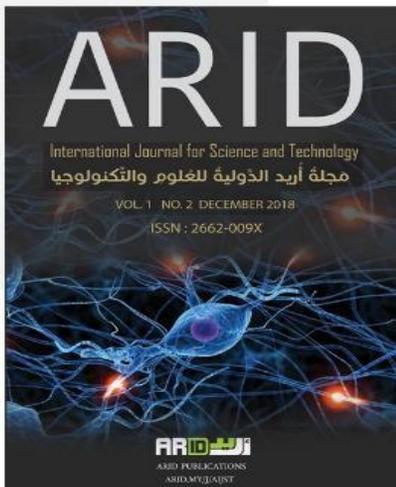
مجلة أريد الدولية لقياسات
المعلومات والاتصال العلمي



مجلة أريد الدولية للعلوم
التربوية والنفسية



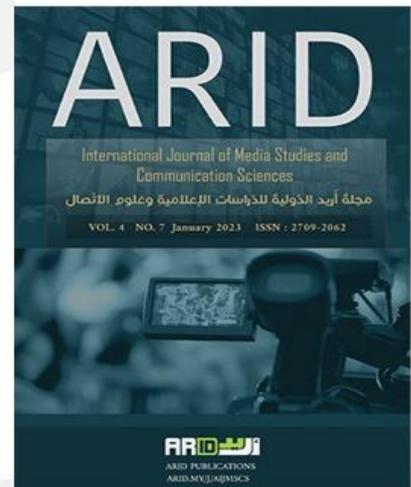
مجلة أريد الدولية للعلوم
الإنسانية والاجتماعية



مجلة أريد الدولية للدراسات
الإعلامية وعلوم الإتصال

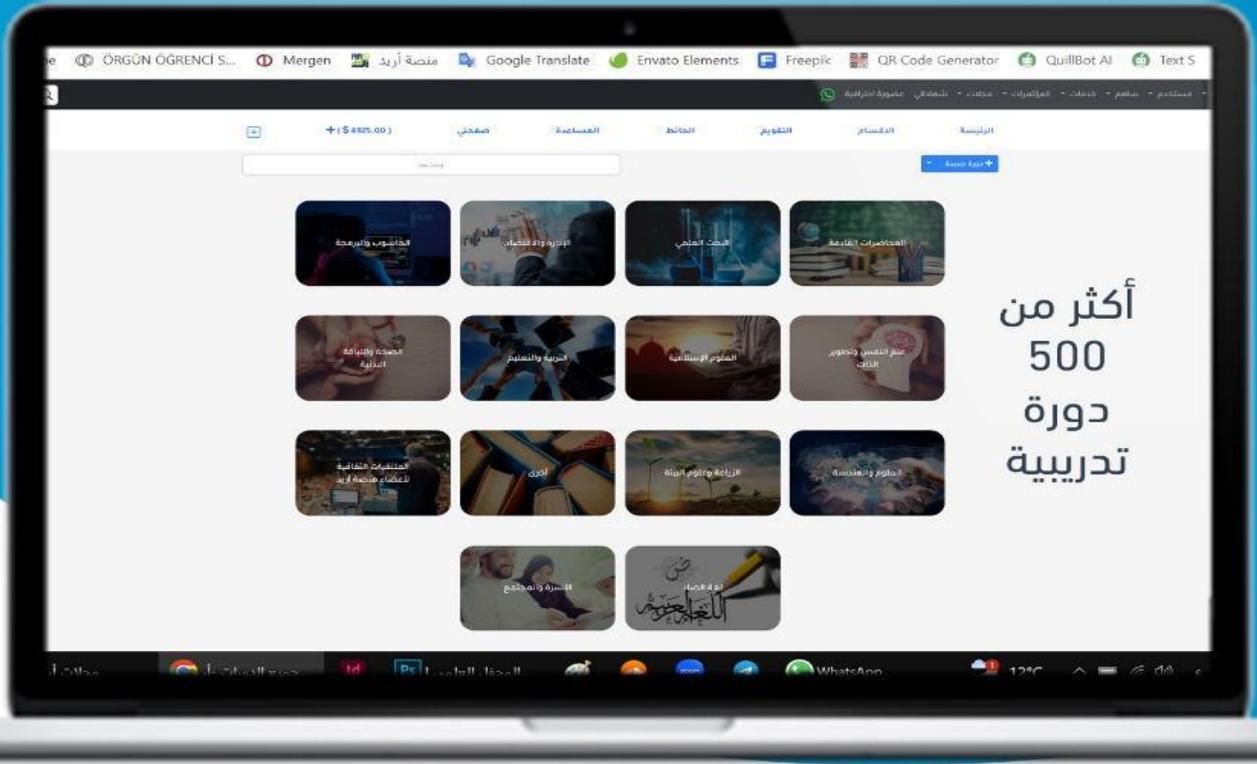


مجلة أريد الدولية للعلوم
والتكنولوجيا



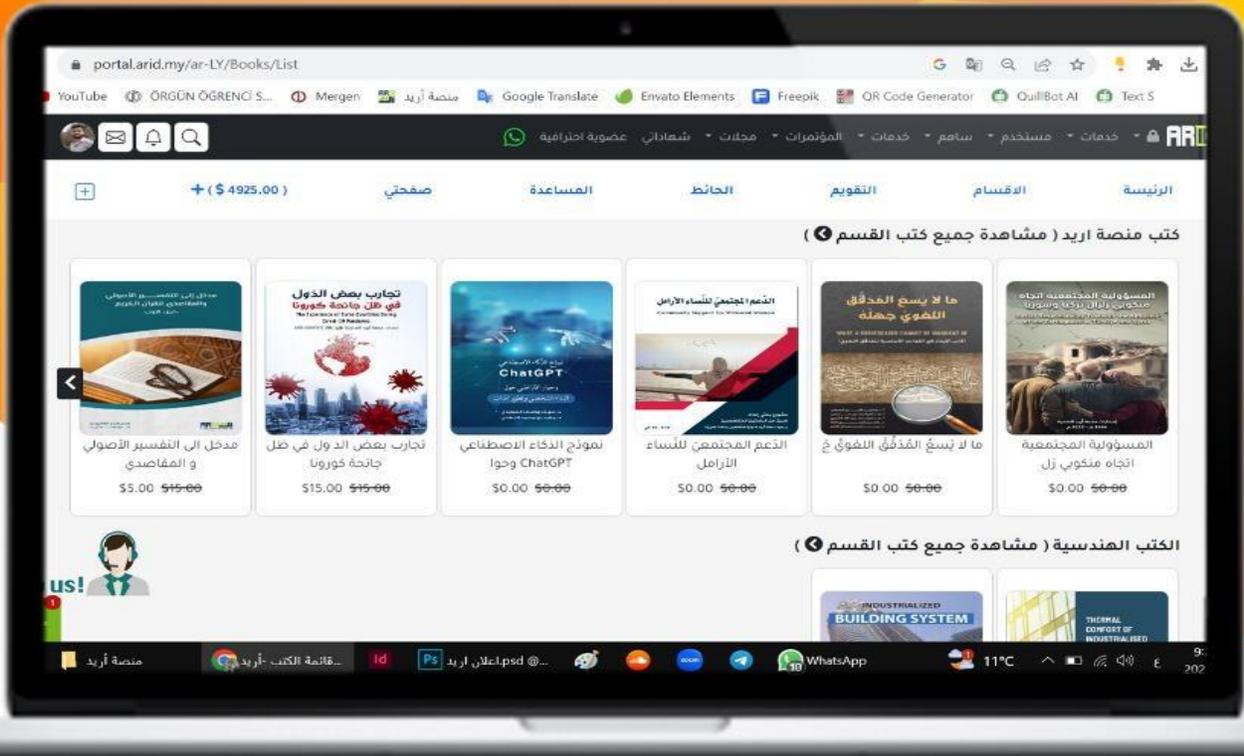
نظام عليم للتعليم الالكتروني في منصة أريد العلمية

أكثر من 500 دورة تدريبية ومحاضرة علمية



المكتبة الرقمية في منصة أريد

مكان واحد لجميع إصدارات أريد العلمية



الموقع الرسمي للمكتبة الرقمية

portal.arid.my/ar-LY/Books/List

الذباب الإلكتروني وصناعة الرأي العام

أ.د. عبد الله عبد المؤمن التميمي

عن الكتاب

تكمُن أهمية موضوع هذا الكتاب في أنّه سيركز على موضوع حديث يُستخدم في حروب وسائل التواصل الاجتماعي وهو موضوع الذباب الإلكتروني، حيث سيتم إلقاء الضوء على الأساليب التي تستخدمها هذه الكتائب الإلكترونية في صناعة وتوجيه الرأي العام، والطرق التي يتم من خلالها توظيف هذه الأساليب الإلكترونية، والحسابات الوهمية التي تقوم بصناعة الأخبار الكاذبة، والطرق التي يتم من خلالها اكتشاف حسابات الذباب الإلكتروني.

1445هـ - 2024 م

ARID

إصدارات منصة أريد العلمية
ARID SCIENTIFIC PUBLICATIONS



9 781446 186817