

الانترنت وتوظيفاته في عالم السياسة

د. نديم منصور (*)

من هنا فقد كرس الإعلام الجديد سلطته في صوغ الرأي العام في الإتجاه الذي يريده. لذا نجد أن أهل السياسة وجدوا في الإنترنت ووسائله وسيلة مهمة في التأثير في جمهورهم وحشد المؤيدين لهم.

نطرح في هذه الدراسة ثلاث نقاط أساسية تجيبنا على أهمية الإنترنت وتوظيفاته في عالم السياسة:

أولاً - الإنترنت وتشكيل الرأي العام السياسي

ثانياً - الدبلوماسية الرقمية في الحياة السياسية

ثالثاً - أهمية الإنترنت في الإنتخابات

أولاً - الإنترنت وتشكيل

الرأي العام السياسي:

في عصر الإنترنت اليوم، نحن نعيش حرب

تمهيد

تطورت تكنولوجيات وسائل الإعلام الجديدة بسرعة كبيرة من حيث وظائفها الأساسية، التي تنطوي على الترفيه والتواصل. لكن تأثيرات هذه التكنولوجيات تجاوزت هذه الوظائف لتطال النواحي الإجتماعية والثقافية والإقتصادية والسياسية بشكل مذهل.

هناك تضارب بوجهات النظر حول كيفية توصيف هذه الوسائط وفهم الدور الذي تؤديه في المجتمع وفي حياتنا. يرى البعض أنها تعمل على نقل المعلومات، بينما يركز آخرون على طريقة هذه الوسائط في النفاذ إلى الناس وفي غرس أفكارها في أدمغة مستخدميها للحصول على إستجابات معينة.

هذه الإستجابات تكون (إذا ما حصرنا الموضوع بالناحية السياسية) الولاء السياسي - التفاعل - التصويت في الإنتخابات.

(*) أستاذ علم الإجتماع السياسي في الجامعة اللبنانية.

المؤثرات الخارجية، وتساهم في إحداث تأثيرات عميقة في العقد العصبونية Neural Nodes للعقل البشري.

وما لبثت أن تطورت هذه الفرضيات العلمية إلى أن تحولت إلى نظريات تؤكد وجود تأثيرات حقيقية على الفرد، مثل نظرية جون بويد John Boyd^(٢) الذي أكد وجود حلقة تأثيرية تتألف من أربعة عناصر يرمز إليها بالرمز OODA والتي تلخص أربع آليات يمارسها الذهن البشري هي:

أ - يراقب Observe ب - يوجه Orient
ج - يقرر Decide د - يفعل Act.

وتعمل النيو ميديا New media خلال حروبها الإعلامية في إحداث خلل في حلقة OODA بهدف إحداث تأخير في نمطها الدوري، وبث الخطاب الإعلامي الذي يحتوي على المفردات المراد إيصالها وإستقبالها والإستجابة إليها في الوقت المناسب. ولعبت تقنيات المعلومات الرقمية وتقنيات البث المرئي ومواقع الإنترنت.. دوراً أساسياً في خلق مفاهيم جديدة في العالم تصب في مصلحة سيد الميديا والمسيطر عليها.

وعليه تهدف العملية الإتصالية بمضامينها المتنوعة إلى كسب إتجاهات الجمهور نحو إتجاهات جديدة تقررها السياسات الإعلامية من خلال التدفق الكثيف والممنهج من قبل المرسل لإنتاج الرأي العام بما يتوافق مع طبيعة النظام السياسي والإجتماعي القائم.

لكن مع الإنترنت، ووسائل الإتصال المتعددة، لم تعد علاقة الإعلام بالرأي العام

المعلومات الاعلامية Neocortical Warfare بعد أن وصل حكام الدول إلى إستنتاج، أن الحروب العسكرية غير كافية وحدها لبسط سيطرتها ونفوذها، فبدأت بإستخدام نسق مفاهيمي للإعلام يؤثر في مشاعر وإنفعالات المستخدم، وتوجه عقله من خلال جملة من النشاطات الإعلامية والمعلوماتية لترسيخ أو إلغاء بعض الأفكار عنده. يرتكز هذا النسق المفاهيمي للحروب الإعلامية المعلوماتية إلى نظرية الموجة الثالثة Third wave التي جاء بها الباحث الأميركي الفين توفلر Alvin Toffler^(١)، والتي تفترض مرور العالم بثلاث موجات من الثورات التقنية، جاعلة تقنية المعلومات الموجة الثالثة التي تعد البؤرة الحيوية التي تركز فيها جل التغييرات الحاسمة، التي نجح الانسان في تحقيقها ضمن سجله العلمي والتقني على الارض. لقد أحدثت تقنية المعلومات وأدواتها الرقمية تغييراً جوهرياً في طبيعة الآليات المعرفية والإعلامية التي يمارسها الإنسان المعاصر، بعد أن منحه فرصة جمع كم هائل من البيانات في بيئة رقمية توفر له فرصة تحليلها إلى عناصرها الأولية، وإعادة تشكيل مادتها بالطريقة التي يريد، مع توفر فرصة زج الوسائط المتعددة المفعمة بالمؤثرات السمعية والبصرية.

نشأت هذه المسائل داخل وزارة الدفاع الأميركية في عام ١٩٩٥ تحديداً، وبدأ الإهتمام في التأثير في الفص الأيمن من الدماغ حيث توجد القشرة المتكونة حديثاً Neocortical التي يمكن تشبيهها بمنظومة إعلامية تستقبل

(١) Alvin Toffler & Heidi Toffler: Creating a new civilization: The Politics of the Third Wave, foreword by Newt Gingrich (Atlanta: Turner Pub, Kansas City, MO, 1995).

(٢) J.T. Byford: Anchoring and objectifying (Neocortical Warfare): Re-presentation of a biological metaphor in Serbian conspiracy literature, papers on social representations (online journal), vol. 11, 2002.

فاعلية وسيلة التواصل، ولم تعطِ أهمية لدراسة الوسط الذي يقيس فاعليتها.

ضمن هذا السياق ظهرت نظرية من ضمن نظريات الإعلام، على يد عالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس Jurgen Habermas، وأطلق عليها أسم «المجال العام» في عام ١٩٨٩.

يعرف هابرماس المجال العام بأنه «ظاهرة إجتماعية أولية شأنها شأن الفعل والفاعل، والجمعية والجماعة، لكنها ظاهرة تستعصي على المفاهيم التقليدية للنظام الإجتماعي التقليدي»^(٤).

إنطلاقاً من هذا التعريف فإن المجال العام لا يمكن ضبطه ضمن مؤسسة إعلامية تبث الأفكار، بل أصبح ذلك الإطار المفتوح المليء بأفكار متنوعة ومعلومات غنية حول موضوعات محددة. وبالتالي فإن المجال العام هو وسيلة تصوب مسار الأفكار المرسله من المؤسسات التقليدية السلطوية والمعلبة، إلى حيز آخر يرشد ويوعي وينقلب على الأفكار المعلنة في سياق أحادي الجانب.

من هنا أصبح بإمكان الجمهور أن يصنع رأيه العام بعيداً عن محاولات القوى السياسية في إستمالة جماهيرها عبر الحملات الدعائية. إلا أن السؤال الأكبر الذي يطرح نفسه هل إستطاعت القوى الإلكترونية الفاعلة أن تصنع رأياً مضاداً فعالاً للسلطة؟ وهل إستطاعت شعوب العالم العربي أن تفبرك رأياً عاماً في وجه العدو الصهيوني أو في وجه الهيمنة الأميركية والغربية، وبث الوعي فيها لإستشعار الخطر الآتي من الخارج، كما الخطر الآتي من

تقتصر على المفهوم المحدود للإعلام التقليدي المرتبط بالمعلومة والإرسال، بل أضحي مفهوماً متشعباً ومعقداً يرتبط بالمعلومة والتفاعل. من هنا فقد الموجه القديم قدرته على حصر المعلومة ضمن إدارة مركزية توجه الرأي العام، وأصبح مصدر المعلومة متنوعاً ومتعددًا، يوجه إلى مجموعات بشرية صغيرة الحجم ومتجانسة الأفكار والتوجه.

ومن مميزات وسائل الإتصال الجديدة، قدرتها على التفاعل الإتصالي التي تتميز بقدرة المتلقي على التأثير، وعلى تحديد الرسالة الإعلامية. نشهد ذلك جلياً في شبكات التواصل الإجتماعية وفي المنديات والمدونات، التي أصبحت «مجموعة هويات إجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديها روابط نتيجة التفاعل الإجتماعي بينهم، وتمثل هيكلًا أو شكلاً دينامياً لجماعة إجتماعية»^(٣).

هذا يعني أن المجال العام الذي كان محصوراً بيد الدولة أي السلطة القائمة، بات اليوم مع الإنترنت مجالاً مفتوحاً تجري فيه النقاشات حول القضايا العامة ويتشكل الرأي العام بداخله.

وقد بدأ الإهتمام بالعلاقة ما بين المجال العام والإعلام سوسيولوجياً منذ خمسينات القرن المنصرم. وكان لكل من هارولد إينس Harold Innis وهربرت مارشال ماكلوهن Herbert Marshall McLuhan، الفضل في تفسير نظريات الإعلام وتأثير وسائل الإعلام. إلا أن على الرغم من أهمية الأفكار التي طرحتها في هذه النظريات، بقيت ضمن إطار

(٣) مرسي مشري، شبكات التواصل الإجتماعية الرقمية نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، السنة ٣٤، العدد ٣٩٥، كانون الثاني/يناير ٢٠١٢، ص ١٥٩.

(٤) Jurgen Habermas, Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy, Studies in Contemporary German Social Thought, Cambridge, MA:MIT Press, 1996, p360.

لكن من يتحكم بالمعنى، ومن ينتجه؟ ذلك أن القوى السياسية لا تتفرج ساكنة لما يجري من حولها من أحداث، بل هي إما تستثمر الحدث أو تجنح به نحو المسار الذي يناسب مصالحها .

غالباً ما تؤدي أحداث معينة دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام. على سبيل المثال في لبنان: تحرير المقاومة للأرض المحتلة من العدو الإسرائيلي عام ٢٠٠٠، إغتيال الرئيس الشهيد رفيق الحريري عام ٢٠٠٥. لقد أدى هذان الحدثان إلى توحد الرأي العام اللبناني بفعل قوة الحدث وتأثيراته. لكن هذا التوحد خاضع للتقسيم والتفريق عندما تقرر القوى السياسية الحاكمة الداخلية والخارجية أمر صياغة المعاني الجديدة، فارضة على الرأي العام إعادة تشكل الإتجاهات والأحكام والجدل والسياسي، بما يتفق مع برامج عملها فتحول السائد إلى مختلف، والرأي العام الواحد إلى آراء متعددة.

يكمن ذلك في خطوات متعددة تنفذها وسائل الإعلام بأمر من جهة ما، تبدأ في عرض الخبر في صحفها وإذاعاتها ومحطاتها التلفزيونية ووسائطها الإلكترونية المتعددة، وإستبعاد الخبر غير المناسب. وتكتمل في طريقة عرض الخبر بإسلوب مؤثر خاصة من خلال إستخدام الصور. من هنا تأتي التفاعلات الإلكترونية تفاعلات إنعكاسية وليست تفاعلات منتجة لمعنى جديد وموجه جديد للرأي العام.

الدكتاتوريات المحلية؟ والأهم من هذا كله هل هذه التفاعلات هي خارجة عن إطار تأثير التوجيهات الإعلامية السياسية التي تتحكم بها القوى الحاكمة محلية كانت أم دولية؟

لذلك لا بد للتعبة الإعلامية مهما كانت الوسيلة التي تستخدمها أن تحمل قضية، وأن يكون الإعلام منتجاً «للمعنى». والمعنى بحسب جان بودريار هو قيمة، تعرف وفق نظرية المدخلات والمخرجات لديفيد إيستون في كتابه «النظم السياسية المقارنة»، بأنها تمثل أحد مرتكزات تفاعل النسق الإجتماعي والسياسي. من هنا يمكن التوقف عند مصطلح «الإصطناع» الذي يقوم به الإعلام بوصفه عملية «إنتاج القيم» أو ما يسميه بودريار ذاته «إنجاس المعنى في الميديا» القائم على عملية إعادة إنتاجه على مستوى القاعدة، وهي عملية يسميها «إيديولوجيا حرية الكلام»^(٥).

وفي هذا السياق هل إستطاع الأنونيموس Anonymous^(٦) الذين أعلنوا قضيتهم عبر المواقع الإلكترونية: مسح الكيان الصهيوني من شبكة الانترنت، فضح الخطط المستقبلية والجرائم الإسرائيلية، والوعد بخطوات لاحقة حاسمة، أن ينتجوا المعنى الذي نبحت عنه؟ وهل يستطيعون أن يؤسسوا إلى رأي عام عربي ينطلق من الإنترنت فيحرك المشاعر الراكدة حول قضية الصراع العربي الإسرائيلي، وهي القضية الأساس التي يجب أن لا تغيب من الوجدان العربي؟

(٥) جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مراجعة سعود المولى، علوم إنسانية وإجتماعية، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٨، ص ١٤٨.

(٦) هي أكبر مجموعة قراصنة على الانترنت، ينتمي أفرادها إلى كل أنحاء العالم، برزت منها مؤخراً المجموعة العربية التي إستطاعت أن تخرق في ٦ نيسان ٢٠١٣ المواقع الاسرائيلية، قد إستهدفت أهم المواقع الحكومية والرئاسية في إسرائيل ومنها موقع رئيس الوزراء ووزارة الدفاع الإسرائيلية وموقع الإستخبارات وموقع مجلس الوزراء الإسرائيلي وسوق الأوراق المالية والمحاكم الإسرائيلية وشرطة تل أبيب وحزب كاديما ووزارة التعليم وبنك القدس وعشرون ألف حساب على الفيسبوك و ٥٠٠٠ حساب مصرفي وغيرها.

Statecraft < <http://www.state.gov/statecraft/index.htm> ^(٧)، أو فن الحكم في القرن الحادي والعشرين. ولد هذا المشروع رسمياً في بداية عام ٢٠١٠ بعد تحضيرات إستغرقت أكثر من سنة، عندما نظم جاريد كوهين Jared Cohen ^(٨) قمة التحالف من أجل حركة الشباب، ضمت حوالي ١٧ حركة تسعى للتغيير في بلادها وتعمل عبر شبكات التواصل الإجتماعي على الإنترنت، وقد بحثت قضايا إجرائية محددة مثل كيفية إخفاء الهوية على الإنترنت وإستخدام «فيس بوك» بصورة آمنة وإقامة مدونات تدعو للتغيير، وشارك في هذه القمة «حركة شباب ٦ ابريل» المصرية و«حركة ٢٠ يناير» المغربية و«حركة الشباب الليبية» المعارضة ^(٩)..

ومن خلال قراءة تفاصيل الوثيقة يتضح أن الولايات المتحدة الأميركية تتجه نحو إستراتيجية جديدة لإدارة الحكم في العالم. حيث تشير الى أنه أصبح بمتناول الأفراد، ٥ مليارات جهاز خليوي سنة ٢٠١١، وأكثر من ملياري مستخدم للإنترنت في مختلف أنحاء العالم، مما أدى إلى ربط حياة الشعوب بعضهم ببعض تجارياً وثقافياً وإجتماعياً وسياسياً. إضافة إلى الدور الذي تلعبه الحكومات الإلكترونية، والمسامي نحو نظام البنوك المحمولة Mobile banking، والانتشار السريع للأفكار والقيم والمنتجات والسلع على أشكالها المتنوعة.

ولهذا ستسعى الولايات المتحدة الى العمل لتحقيق ثلاثة أهداف :

ثانياً - الدبلوماسية الرقمية Digital Diplomacy في الحياة السياسية:

ترتكز الدبلوماسية الرقمية أو الدبلوماسية الإلكترونية e-Diplomacy، على شكل جديد من الدبلوماسية في عصر المعلومات، القائمة على التواصل بين الدبلوماسيين من جهة والناشطين على الشبكة العنكبوتية من جهة أخرى.

ويشرح أليك روس Alec Ross (مستشار وزير الخارجية الأميركية هيلاري كلينتون لشؤون الإبتكار) الهدف من الدبلوماسية الرقمية هو الإستفادة القصوى من الإنترنت لمواجهة التحديات الكبرى على الساحة الدولية مثل: مساعدة الحركات الديمقراطية، تقديم الإغاثة لمناطق الكوارث، التخفيف من حدة الفقر...

وقد برزت عدة أمثلة تطبيقية لهذه الإستراتيجية تمثلت في إستخدام مسؤولي وزارة الخارجية برامج الرسائل النصية في جمع أموال التبرعات وتنسيق المساعدات عقب الزلزال في هايتي، كما أنهم تمكنوا من رسم خريطة الكترونية للألغام الأرضية في كولومبيا، كما يجري العمل على إبتكار نظم للدفع بواسطة الهواتف المحمولة لمساعدة منكوبي مجاعة شرق أفريقيا.

وربما من أبرز الأمثلة على ذلك ما حدث في الشرق الاوسط خلال «ثورات الربيع العربي» في مواجهة الأنظمة القائمة كما حدث في تونس ومصر واليمن وليبيا وسوريا..

وتندرج «الدبلوماسية الرقمية» ضمن مشروع رسمي يحمل أسم «21st Century

(٧) أنظر المشروع على موقع وزارة الخارجية الأميركية www.state.gov

(٨) مدير، عمل سابقاً كعضو في طاقم تخطيط السياسات ومستشار مقرب لكل من بعدها. وكانت قد ضمته للوزارة كأصغر عضو في تاريخ الحكومة الأميركية، وكان واحداً من القلائل الذين احتفظوا بمواقعهم بعد انتقال الوزارة. وفي هذا المنصب، ركز على مكافحة الارهاب والتطرف، وشؤون الشرق الأوسط وجنوب آسيا والشباب والتكنولوجيا. وحسب مجلة النيويورك تايمز، فإن كوهن كان واحداً من المصممين الرئيسيين لـ «صناعة الدول في القرن الحادي والعشرين» st century statecraft.

(٩) <http://www.france24.com/ar/20110718-us-foreign-policy-resaped-by-digital-new-tools>

الأميركية، فإن هذه الأزمات تتطلب حلولاً جماعية وتعاوناً دولياً، وترى أن إحدى آليات دمج الدبلوماسية بالتنمية لقيادة القوة المدنية، هي الوكالة الأميركية للتنمية الدولية، التي تعرف بـ«هيئة المعونة الأميركية»، والتي تستهدف حالياً مضاعفة موظفيها في مجال الخدمة التنموية، عبر تعيين نحو ١٢٠٠ شخص جديد في مجال الخدمة الخارجية، يتمتعون بمهارات محددة وخبرة مطلوبة للتعامل مع تحديات التنمية المتطورة، والإستفادة بصورة أفضل من توظيف عناصر محلية في البعثات الأميركية الخارجية، لما لديهم من معرفة عميقة بطبيعة بلدانهم.

وفور توليها منصبها كوزيرة خارجية في الإدارة الأميركية، أطلقت «هيلاري كلينتون»، في تموز/يوليو ٢٠٠٩، أول مراجعة دورية لأعمال الدبلوماسية والتنمية عرفت بإسم «QDDR» على غرار مثيلتها في وزارة الدفاع، إلا أنها لا تستهدف بها إستعراض الإنجازات الدبلوماسية والتنموية للخارجية الأميركية، وهيئة المعونة لتحديد الأولويات الحالية، ومواجهة التحديات العالمية خلال السنوات المقبلة فحسب، وإنما لتحديد من خلالها كيفية تحقيق التعاون والتكامل، وتعزيز نقاط الإتفاق بين الدبلوماسية والتنمية.

ترجمت هذه السياسة من خلال تدريب مجموعات من الشباب العربي على التنظيم السياسي والجماهيري، وكيفية التأثير بالرأي العام، وكيفية إستخدام الوسائط التواصلية الحديثة لتحريك الشارع وتنظيم المظاهرات^(١١).

١- الحكومات المفتوحة.

٢- الأسواق المفتوحة.

٣- المجتمعات المفتوحة.

يعني ذلك أن ترتبط سائر الدول والشعوب إرتباطاً عضويّاً مع المحرك الأميركي الرئيس إقتصاديّاً وإجتماعياً وسياسياً وثقافياً، تماماً كما ترتبط شبكات الإنترنت في مختلف الدول في العالم بـ(server) الرئيسي في أميركا.

في هذا السياق، لا بد من العودة إلى مقال^(١٠) وزيرة الخارجية الأميركية السابقة هيلاري كلينتون، في مجلة « Foreign Affairs »، بعنوان «القيادة من خلال القوة المدنية.. إعادة تعريف الدبلوماسية والتنمية الأميركية»:

Leading Through Civilian Power: Redefining American Diplomacy and Development.

ويوضح هذا المقال الذي نشر في تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٠، السياسة التي سعت إليها الإدارة الأميركية في تطبيق الدبلوماسية الرقمية وتفعيل دور المجتمع المدني والمنظمات الشبابية، من خلال قولها: أن أبرز مهامها كوزيرة لخارجية الولايات المتحدة تتمثل في تحقيق الإتساق والاندماج بين الدبلوماسية والتنمية، وتشديد الأهمية على ذلك بالقدر نفسه الذي تحظى به تنمية القدرات الدفاعية الأميركية، وهو الأمر الذي وصفته بأنه ترسيخ لمفهوم «القوة الذكية» Smart Power، كنهج جديد لحل المشاكل العالمية، إلا أنه لن يتحقق دون تعزيز «القوة الأميركية المدنية»، وتوسيعها إلى أبعد مدى.

وحسب وجهة نظر وزيرة الخارجية

(١٠) لمزيد من التفاصيل في النص الأصلي للمقال:

Hillary Clinton, Leading Through Civilian Power: Redefining American Diplomacy and Development. Foreign Affairs, November/December 2010.

(١١) أنظر في هذا السياق: نديم منصور، الثورات العربية بين المطامح والمطامع، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١٢، ص ٧٩-٨٩.

«إستخدام الإنترنت في علاج المشكلات السياسية الخارجية».

إن عبور الدبلوماسية الرقمية إلى القوى المدنية وبالتالي إلى الجماهير، تحقق سياسة «القوة الناعمة»^(١٣)، التي نادى بها جوزيف ناي^(١٤) Joseph Nye من خلال كتابه «القوة الناعمة: السبيل إلى النجاح في السياسة الدولية Soft Power: The Means to Success in World Politics». ويعتمد هذا المفهوم، على أهمية الثقافة والقيم الإنسانية والأفكار الخلاقة في التأثير في الآخرين، في مقارنة واضحة مع «السلطة الصلبة» والتي تعتمد أساساً على منطق الإكبار والضغط على مختلف المستويات العسكرية والإقتصادية والدبلوماسية.

ويعتبر ناي، أن المنتصر في هذا العصر المعلوماتي الإعلامي هو من يسيطر على طوبوغرافيا المجال العام عبر «الفوز بروايته وسرد الأحداث والوقائع» و«فرض جدول الأعمال السياسي» و«فرض إستراتيجيات الإتصال» و«جذب الآخر نحو النموذج والمشروع السياسي بصورة خفية بدون توفر أي أدلة علنية ملموسة».

وقد وردت عبارة «طوبوغرافيا المجال العام» في كتاب الباحث السياسي الأميركي مارك لينش Marc Lynch في كتابه^(١٥) «الإنتفاضات العربية:

وقد إلتقت هيلاري كلينتون في ٢٠١٠ عدداً من النشطاء العرب الذين خضعوا إلى دورات تدريبية تحت غطاء تعزيز الديمقراطية^(١٢).

لذا تضيف كلينتون في مقالها: إن التواصل لا بد أن يذهب إلى ما وراء الحكومة، لاسيما أننا في ظل عصر المعلومات الذي نعيشه يتمتع الرأي العام بقيمة مضافة في الدول الإستبدادية، كما أن الجهات الفاعلة غير الرسمية هناك أكثر قدرة في التأثير في الأحداث الجارية.

فاللوم، على حد تعبيرها، لا يؤسس سفير الولايات المتحدة العلاقات فقط مع حكومة البلد الذي يستضيفه، وإنما يقيم حواراً وتواصلاً أيضاً مع شعبها. فـ«المراجعة الدورية للدبلوماسية والتنمية» تؤيد الإستراتيجية الجديدة للدبلوماسية الأميركية العام إذ تجعل من المشاركة العامة واجباً على كل دبلوماسي، يتم تحقيقه عبر اللقاءات والإجتماعات المفتوحة مع وسائل الإعلام، والتوعية المنظمة، والفاعليات في مدن المقاطعات والمجتمعات الصغيرة، وبرامج تبادل الطلاب، والإتصالات المباشرة بين المواطنين والمنظمات المدنية.

كذلك المملكة المتحدة فإنها تعتمد اليوم على الدبلوماسية الرقمية في سياستها، وهناك موقع لوزارة الخارجية البريطانية عن الدبلوماسية الرقمية عنوانه <http://digitaldiplomacy.fc.gov.uk> ويعرفها بأنها

(١٢) شاهد مقابلة هـ. كلنتون مع شباب ٦ ابريل: http://www.youtube.com/watch?v=Dn-SsO_Nc4Y

(١٣) أنظر لمزيد من المعلومات حول القوة الناعمة لجوزيف ناي:

Joseph Nye: : Soft Power, Smart Power and Intelligent Power: <http://www.ngds-ku.org/Presentations/IR04.pdf>

'How Soft is Smart? interview on the US Presidential Election in in October 2008 http://www.guernicamag.com/interviews/777/how_soft_is_smart_1/

(١٤) ولد عام ١٩٣٧، أستاذ في جامعة هارفرد، شغل مناصب عدة منها: مساعد وزير الدفاع لشؤون الأمن القومي في إدارة الرئيس بيل كلينتون، ورئيس مجلس المخابرات الوطني لعامي ١٩٩٣-١٩٩٤. وأعتبر عام ٢٠٠٥ واحد من عشرة علماء الأكثر تأثيراً في العلاقات الدولية في الولايات المتحدة الأميركية.

(١٥) Marc Lynch, The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East, New York: Public Affairs, 2012.

اليسار إلى اليمين (تستهدف زرع هذه الفكرة بشكل تلقائي ذلك أن القراءة والكتابة في اللغة الإنكليزية تبدأ من اليسار إلى اليمين)، وتم استخدام عنصر الموسيقى في بداية الإعلان بما يوحي للمشاهد بإحساس التعاطف مع بوش .

ومن الأمثلة على الإعلان السلبي حملة بيل كلينتون Bill Clinton الانتخابية ١٩٩٢، فقد تضمنت الإعلانات السلبية في هجومها على خصمه جورج بوش بطريقة مباشرة، وهو ما يسمى الأساليب الخطرة... وفي هذا الصدد، ظهر إعلان يردد اقتباسات عن وعود بوش السابقة، وظهر على الجماهير وهو يلقي خطاباً يتضمن وعده بتوفير ١٠ ملايين فرصة عمل، وبعد ذلك مباشرة، تظهر صورة معبرة تكشف زيف هذا الوعد.

وفي مثل هذه الإعلانات وغيرها تستخدم تقنيات الصوت والصورة والحركة بكل أبعادها الفنية والعلمية والتكنولوجية بهدف إكساب المشاهد الفكرة التي تعزز موقعه السياسي كشخص دون التطرق كثيراً إلى فكره. وهنا يقول دانييل يانكلوفيتش Daniel Yancovitch الذي أمضى عشرات السنين في دراسة الفروقات بين رأي الجماهير والقرار العام، «دور الخبير (الإعلامي) هو نقل المعلومات إلى الجمهور ببراعة وكفاءة، أما دور المواطن فهو إمتصاص هذه المعلومات وتكوين رأي مبني عليها»^(١٧).

أما باراك أوباما Barack Obama، الذي صُنفت حملته الانتخابية ٢٠٠٨ بأنها الأعلى في التاريخ، فإنه لم يترك أي وسيلة ميديائية

الثورات غير المنتهية في الشرق الأوسط الجديد»، للدلالة على تبدلات الجغرافيا السياسية من إحتلال الأراضي عسكرياً إلى إحتلال المجال العام الافتراضي، وصعود تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمليات السياسية^(١٦).

ثالثاً - أهمية الإنترنت في الانتخابات:

يكثر الطلب على خدمات الإنترنت في موسم الانتخابات، حيث تصبح الميوليميديا وسيلة إتصال تربط الناخبين بالمرشحين. إلا أن المرشح سيطرح على نفسه سؤالين أساسيين هما: من هو الجمهور المستهدف؟ وما هي الرسائل التي يجب توجيهها إلى هذا الجمهور، وعبر أي قناة، وأي قالب فني؟

يجب أن تكون خطوات السياسي هنا مدروسة في توقيت الإعلان والإسلوب والمضمون (الرسالة)...

والإعلانات السياسية تصنف إلى صنفين:

١ - إعلان إيجابي: لماذا يجب أن تصوت لمرشح ما؟

٢ - إعلان سلبي: لماذا يجب الا تصوت لمرشح آخر؟

من الأمثلة على الإعلان الإيجابي ما أظهرته وسائل الإعلام خلال حملة جورج بوش Georges Bush وتصويره على أنه «الرئيس القلب والروح والقيادة» حيث عرضت صورة عاطفية مشرقة له تعبر عن كونه أباً للجميع، ثم تظهر فتاة صغيرة ترتدي فستاناً أزرق (اللون الذي يرمز للمستقبل في أميركا)، تجري من

(١٦) ملخص افكار الكاتب الاميركي مارك لينيش في اصداره الجديد «الربيع العربي..الثورات غير المنتهية في الشرق الاوسط الجديد» نشرها موقع مجلة السياسة الدولية التابعة لمركز الاهرام للابحاث الاستراتيجية www.siyassa.org.eg

(١٧) دانييل يانكلوفيتش: الديمقراطية.. وقرار الجماهير: كيف تنجح الديمقراطية في عالم أكثر تعقيداً، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ١٩٩٣، ص ٨٨.

بحيث يكون هناك نظام متكامل لأكثر من مائة مليون شخص يمكن التواصل معهم بشكل جماعي دفعة واحدة، وهو أمر أيضاً غير مسبوق في تاريخ التكنولوجيا الرقمية. كل هذا ساهم في إعطاء أوباما فرصة مميزة في نجاحه ووصوله مرة جديدة إلى البيت الأبيض.

عربياً، شكلت مواقع التواصل الإجتماعي بعد ثورات «الربيع العربي» أساليب جديدة في التواصل مع الناخبين، وفتحت المجال واسعاً للتفاعل الجماهيري ما بين قطاع عريض من المجتمع يمثل غالبية الشباب، والتي باتت أكثر سعياً نحو جذب هذه الكتل التصويتية إلى صفوفها.

وقد حملت الإنتخابات المصرية البرلمانية الماضية الدليل الأكبر على مدى الأهمية، التي باتت تمثلها هذه المواقع والشبكات في الحشد الجماهيري والدعاية الإنتخابية، حيث حرصت مختلف الأحزاب السياسية والمرشحين المستقلين على تدشين صفحات خاصة بهم على موقع «الفايس بوك» للتعريف بأفكارهم وأهدافهم وبرامجهم، ذلك في ظل ما توفره تلك المواقع من إمكانيات دعائية كبيرة بتكلفة مادية قليلة. كذلك فقد حرصت اللجنة العليا للإنتخابات البرلمانية على إفراغ صفحة خاصة بها لتسهيل عملية الإطلاع على بياناتها الإعلامية، وشرح طبيعة النظام الإنتخابي لجمهور الناخبين، خاصة في ظل فتح باب التصويت للمصريين بالخارج لأول مرة.

وقد أجرى سيد الجعفري دراسته على الجالية المصرية في المملكة السعودية خلال الإنتخابات الرئاسية المصرية لإنتخاب أول رئيس مدني فيها. وسعت الدراسة معرفة دور شبكات التواصل الإجتماعي في ربط المصريين في الخارج بوطنهم الأم، ورصد كيفية توظيف المصريين في الخارج شبكات التواصل الإجتماعي في خدمة أهدافهم السياسية، ورصد

إلا وإستخدمها. بدءاً من الإعلانات التلفزيونية التي أنفق عليها هو ومنافسه جون ماكين John McCain في المتوسط ١,٤ مليون دولار يومياً، وصولاً إلى الحملات الإنتخابية الإلكترونية وإستغلال خدمات الويب بأقصى شكل ممكن، والتي لعبت الدور الأبرز في إقناع الرأي العام لوصوله إلى البيت الأبيض.

ففي عام ٢٠٠٨، إستخدمت حملة أوباما الشبكات الإجتماعية بشكل أذهل المتابعين، وقال كثيرون بأن هذا الإستخدم كان السبب الرئيسي في فوزه الساحق، وأعتبر البعض هذه الحملة نقطة إطلاقة لإستخدام الشبكات الإجتماعية في تنظيم الحملات الدعائية بأنواعها. وفي كل الأحوال، فإن الأمر لم يكن مستغرباً جداً كون إنتخابات ٢٠٠٨ كانت الأولى في أميركا بعد ثورة الشبكات الإجتماعية.

أما في حملته الإنتخابية لعام ٢٠١٢، فقد إستخدم الإنترنت ووسائطه إلى أبعد حدود أيضاً. فقد أطلقت حملته الإنتخابية نظاماً إسمه «داسبورد» من خلال موقع barackobama.com، والذي تم من خلاله تنظيم كل جهود المتطوعين الذين يريدون العمل لصالح حملة أوباما من خلال نظام واحد يدار عبر غرفة العمليات الإنتخابية التابعة لحملة أوباما في كل ولاية. النظام يسمح للمتطوع في الحملة الإنتخابية بالتواصل مع مجموعته التي يعمل معها، وبالتواصل مع مركز العمليات الإنتخابية، وبتقديم معلومات تفصيلية عن جهوده ونتائجها مع تلقي نصائح ومعلومات عن مختلف المشكلات التي يواجهها.

وقد بلغ عدد المتطوعين الذين عملوا بجهود متفاوتة في حملة أوباما ٢٠٠٨ حوالي ثمانية ملايين شخص كما ورد على موقع أوباما، إلا أن في حملته الإنتخابية لعام ٢٠١٢، فقد أطلقت نظاماً جديداً مربوطاً بموقع فايس بوك ومخصصاً للأشخاص الذين سيصوتون لأوباما،

١ - شبابية: إذا ما تابعنا إحصاءات مستخدمي الفاييس بوك لوجدنا أنه وسيط شبابي بامتياز، ففي مصر ٩٠٪ من مستخدمي الفاييس بوك تتراوح أعمارهم ما بين ١٣ - ٣٤ سنة، وكذلك في تونس ٨٩٪، والأردن ٨٩٪، اليمن ٨٩٪، لبنان ٨٣٪، البحرين ٨٢٪، السعودية ٨٢٪، العراق ٨١٪^(١٩)... هذا ما يفتح المجال للسياسيين الاستفادة من الفضاء السايبري للإلتقاء بالشباب إفتراضياً وإستثمار أصواتهم في الواقع السياسي الحقيقي .

٢ - تؤمن الاتصال السريع: تسمح هذه الوسائط الإلكترونية الحديثة للسياسيين نقل أخبارهم وآرائهم بسرعة فائقة وأنية، حيث تنقل الأحداث في لحظتها وتترك المجال للتعليق عليها ووضع الإقتراحات والإنتقادات، فتفتح المجال أمام السياسي لمراجعة مواقفه أو تصويبها بإسلوب يرضي جمهوره ومتابعيه.

٣ - الأوفر: تُقدم خدمات شبكات التواصل الإجتماعية بشكل مجاني، ويستطيع المرشحون الشباب أو المرشحون الذين لا يملكون الإمكانيات المادية الكبيرة نقل أفكارهم والتأثير في الجمهور دون أعباء مالية كبيرة، في الوقت الذي كانت الوسائط الإعلامية سابقاً حصراً بالأحزاب أو القوى السياسية التي تمتك المؤسسات الإعلامية الخاصة بها.

٤ - الحضور الدائم: تتوفر خدمات شبكات التواصل الإجتماعية عبر الهواتف الذكية التي سمحت بتواجد الجمهور بشكل دائم ومتواصل مع أي معلومة مرسله. هذا ما يخول السياسيين التواصل الدائم مع جمهورهم من خلال إرسال الرسائل النصية القصيرة،

الدور السياسي المؤثر الذي تقوم به شبكات التواصل الإجتماعي كوسيلة إعلامية تعرّف المصريين في الخارج ببرامج مرشحي الإنتخابات الرئاسية وتوجّهاتهم، وبيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الإجتماعي في تحسين الوعي السياسي لدى المصريين في الخارج، ورصد دور الثقة في المعلومات التي توفرها شبكات التواصل الإجتماعي في توجيه أصوات الناخبين المصريين في الخارج في إنتخابات الرئاسة^(١٨).

كذلك في لبنان تزايد دور الإنترنت في خلق العملية التواصلية بين السياسيين والمواطنين. شهدنا ذلك من خلال موقعي فيس بوك وتويتر بشكل خاص، حيث لا نجد سياسياً لبنانياً أو مرشحاً للإنتخابات النيابية لعام ٢٠١٣ لا يملك حسابات على مواقع التواصل الإجتماعي.

إضافة إلى نشاط السياسيين في إبداء المواقف السياسية من خلال تغريدات تويتر، التي بدأت مع الرئيس سعد الحريري، لتتالي فيما بعد مع رئيس الجمهورية ميشال سليمان ورئيس الحكومة نجيب ميقاتي ومعظم السياسيين اللبنانيين.

وقد صرح العديد من السياسيين اللبنانيين أن إستخدام مواقع التواصل الإجتماعية ستشكل لهم نافذة أساسية تجاه الناخبين في الإنتخابات النيابية لعام ٢٠١٣ لما لهذه المواقع من فوائد كبيرة في نشر الأفكار بشكل سريع ومختصر وقريب من الناس.

من ناحية أخرى تكمن أهمية وسائط التواصل الإجتماعية لتأمينها العديد من المميزات التي لا تتوفر في الوسائط الإعلامية الأخرى، نذكر منها:

(١٨) سيد الجعفري، كيف إستخدم المصريون في الخارج شبكات التواصل الاجتماعية في إنتخابات الرئاسة، جريدة الشعب الجديد، في ٤ كانون أول/ديسمبر ٢٠١٢ <http://www.elshaab.org/thread.php?ID=42075>

(١٩) <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/countries>

النشطاء الإلكترونيين بإسم الأمن، وملاحقتهم كونهم يحرضون أصدقاءهم على الإحتجاج والرفض للسلطة القائمة.

وقد لفت إليك روس (مستشار هيلاري كلينتون)، خلال مؤتمر «وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير» في بيروت، الذي أقامته مؤسسة «مي شدياق – معهد الإعلام»، بالتعاون مع مؤسسة «فريدريتش ايبرت»: «أن بلاده تخصص ١٩ مليون دولار سنوياً لدعم المستخدمين في الشرق الأوسط للتخلص من رقابة الدولة». وهنا المفارقة، إذ أن الولايات المتحدة المهتمة بحرية المستخدمين العرب، دخلت نادي الدول القامعة لحرية الإنترنت، من خلال العمل على إقرار «قانون وقف القرصنة على الإنترنت SOPA، وهو أحد أكثر التشريعات حداً من حرية الحركة على الشبكة. لكن روس يؤكد أن «الدول لا يمكنها التحكم بالإنترنت، كما أن عليها ألا تحاول التحكم بالمستخدمين».

وفي ظل هذا الواقع لم يعد معروفاً بشكل حاسم إذا ما كانت السياسة هي التي تشكل الرأي العام، أم أن الرأي العام هو الذي يفرض على السياسيين خطابهم ومواقفهم.

أمام هذا التشابك يصبح الإنترنت المنتصر الأول كتقنية. كل ما يحتاجه أي مستخدم هو براعة الإستخدام للحصول على المبتغى السياسي سواء كان هذا المستخدم سياسياً أم مواطناً يتابع السياسة.

والمقالات والبيانات، إضافة إلى أشرطة الفيديو لآخر المقابلات التلفزيونية. وعندما نعلم أن عدد مستخدمي الفيس بوك في لبنان مثلاً، قد وصل إلى ١,٥٢٦,٣٦٠ مستخدم أي ما يعادل ٣٧,١٣٪ من السكان^(٢٠)، فهذا إشارة واضحة إلى مدى أهمية هذه الوسائط في عملية التواصل مع الجمهور.

٥ - التعبئة: تتميز شبكات التواصل الإجتماعية بإمكانياتها التعبوية في الإنتخابات، لأنها تمتلك جغرافيا إلكترونية رقمية غير محدودة ألغت الجغرافيا التقليدية للأمكنة، وجعلت البعيد قريباً يمكن الوصول إليه أينما كان وفي أي وقت. كما تساهم هذه الوسائط في تشجيع الكثير من المؤيدين ليكونوا مشاركين حقيقيين في الحملة الإنتخابية، وفي تعبئة الناخبين بأفكار تصبح حديث المواقع الإلكترونية، والمادة التفاعلية بين المستخدمين.

إستنتاجات

أصبح من الواضح أن للإنترنت دوراً أساسياً في تشكيل الرأي العام، وفي حرص السياسيين على الإستفادة من هذه الوسائط المؤثرة للتفاعل المباشر مع الجمهور، وفي العمل على قبوله أفكاره وفق السياسات التي يرسمونها ويصيغونها.

من جهة أخرى يرى البعض أن الإعلام الحديث قد إنتزع السلطة من السياسيين لصالحه، لذا تلجأ الحكومات السلطوية إلى قمع