

عرض كتاب:

تزيف الوعي وهندسة الجماهير في عصر الإعلام الرقمي

Faking consciousness and engineering audiences in the age of digital media

تأليف وعرض: أ.د/ رفعت محمد البديري (*)

يفتح هذا الكتاب باباً يبدو غير مطروق للنقاش الجاد والعميق حول مستقبل صناعة الوعي الجمعي وتشكيل الرأي العام الرقمي في بلادنا، ويجوب الكتاب آفاقاً جديدة، ويفتح مسارات غير مطروقة حول عمليات التأثير الإعلامي المباشر على عقلية الجماهير وأساليب تفكيرها، وآليات تشكيل الرأي العام الجمعي وأدوات توجيهه، والتأثير عليه بأدوات وأساليب جديدة، ولا يفوت المؤلف في هذا السياق التوقف أمام بعض المحاور الأساسية مثل محور تداول الأخبار الكاذبة وخاصة على منصات الشبكات الاجتماعية، ومحور الخوارزميات والذكاء الاصطناعي ودورها في هندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي، وتأثيرها الهائل في خلخلة الأفكار والمعتقدات والسيطرة على الاستجابات الجماعية، وصولاً إلى المصطلح الجديد والمثير للجدل وهو "هندسة الجماهير" والذي يعنى ببساطة إعادة رسم خريطة فكر الجماهير والتلاعب في قواعد الاتجاه والسلوك لديها، وبما يتوافق مع المحتوى والمعلومات التي تم تغذيتها بها مسبقاً عبر قنوات ومنصات ووسائط محددة، كما يناقش الكتاب تأثير كل ذلك على المجتمعات والمصالح العليا للدول وأمنها الوطني، باعتباره نوعاً متطوراً من الحروب والعدائيات، والاستهداف المؤثر على الدول حال تعرضها لتلك المنظومة الخبيثة من الهجمات والضربات غير المنظورة.

الكتاب يأتي في خمسة فصول، الفصل الأول منها بعنوان: الإعلام الرقمي والشبكات الاجتماعية، المفاهيم والتأثيرات، ويضم مبحثين الأول منهما بعنوان: الإعلام الرقمي، المفاهيم والأنواع والخصائص والاتجاهات الحديثة، ويتناول وسائل

* أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة المنوفية

الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغييراً بنوياً في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام، ثم المبحث الثاني من ذلك الفصل بعنوان: الشبكات الاجتماعية، تأثيرات عميقة وتحديات هائلة، ويتناول كيف تحول الإعلام الرقمي ومنصات الشبكات الاجتماعية لتصبح واحدة من أهم الأدوات الإستراتيجية في عمليات تشكيل المعتقدات وصناعة الأفكار والرأي العام، لسهولة استخدامه وسرعة نشره للأخبار والأحداث والمواقف، مما ينمي شراهة الحكومات والتنظيمات لاستخدامه في قيادة الرأي العام وتوجيهه وفق ما يخدم مصالحها.

ويناقش كيف تحول التزيف الجمعي ليكون مجالاً شديد الأهمية وتخصصاً جاذباً له قواعده ونظرياته التي يعتمد فيها على توظيف الإعلام وخاصة الرقمي منه ليؤثر على الخريطة الإدراكية للشعوب والمجتمعات وما يستتبع ذلك من تغيير في السلوك والتصرفات، وطرق التلاعب بالعقول وأساليب الجذب أو الصد المبنية على نظريات نفسية واجتماعية وأخرى طبية .

كما يتطرق المبحث إلى الواقع الراهن وكيف أصبح يكتظ بالكثير من الإستراتيجيات والأساليب والتقنيات التي يستخدمها الإعلاميون المحترفون والمؤثرون في سبيل اقناع الجماهير بما يريدون، وكيف أصبح لهؤلاء السيطرة المحكمة على إدراك الكثر من الشعوب والعمل على تزيف وعيها وتعزيز العلاقة القائمة بين الثالثو الأخطر (المال والسياسة والإعلام الرقمي) وكيف يدعم كل منهم الآخر ويسانده.

ويلفت المؤلف الانتباه إلى التطور المتسارع في اهتمام الدراسات الأكاديمية المتخصصة والبحوث العلمية بدور الخوارزميات في هندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي"، أو ما تقوم به شركات مواقع التواصل الكبرى من "هندسة"

لجمهورها من خلال التعرف على تفضيلاتهم، حيث تتولى الخوارزميات تحويل عادات الاستخدام إلى أنماط سلوكية للجمهور، حيث تسمح المعطيات التي توفرها برمجيات مواقع التواصل (الخوارزميات) باكتشاف ميول الأفراد، ومن ثم يصبح بإمكانها تتبع أنشطة الشخصيات والتعرف على هوياتهم وتحديد هوية بعضهم من ذوى الميول الإرهابية أو المتطرفة عقائدياً مثلاً.

أما الفصل الثاني من الكتاب فكان بعنوان: آليات الاقناع والتأثير في عصر الإعلام الجديد، ويضم ثلاثة مباحث، الأول منها بعنوان: آليات صناعة الوعي المجتمعي، والثاني بعنوان: سيكولوجية صناعة الوعي في البيئة الرقمية، والمبحث الثالث بعنوان: الحمل المعرفي والرأي العام الرقمي، ويبدأ الفصل بالإشارة إلى حق أي دولة في حماية نفسها من خطر سلاح تدفق المعلومات المغلوطة والافتراءات الباطلة التي لها انعكاسات خطيرة على مستقبل الدولة والأمن القومي، وأن من حق الدولة أن تحمي نفسها من شبكات الإعلام والاتصال الداخلية والخارجية التي لا تحترم القوانين وتؤثر على أمنها الوطني أو تمثل خطراً عليه، فالأمن القومي لم يعد قاصراً على البعد العسكري التقليدي، ولكنه اتسع ليضم عدة أبعاداً أخرى تتعامل مع تهديدات مختلفة عن الحرب بمفهومها المتعارف عليه، ولكنها في نفس الوقت لا تقل أهمية عن العدوان العسكري المباشر، بل ربما تفوقه أهمية، باعتبارها تهديدات غير مباشرة، يمكنها أن تؤدي إلى الخلل في بنية المجتمع والدولة معاً مثل الاستخدام السيئ أو الغير المسؤول لوسائل الإعلام، وأيضاً الاختراق الإعلامي، والحرب الإلكترونية.

ومن ثم يجب القول بأن مفهوم الأمن القومي، أصبح مفهوماً جماعياً أي أن جميع جهات الدولة المعنية ملتزمة بالحفاظ على الأمن القومي في ظل انفتاح الحدود والفضاءات وعدم سيطرة الدولة على سلطة حركة الفكر والثقافة، كما يعد الأمن القومي أساس وجود الدولة وهدفاً من أهداف سياستها العليا التي تتمثل في الدفاع عن مصالحها القومية، والأمن الإعلامي القومي يمثل هنا أحد عناصر قوى الدولة الشاملة، وأحد مجالات الأمن القومي، والسيادة الإعلامية لدولة ما هي إلا امتداد

لسيادتها السياسية والعسكرية فوق أراضيها، فلم يعد الإعلام أداة تابعة للعمل السياسي كما كان في الماضي، بل أصبح يدخل في صميم العمليات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية على المستوى الداخلي والمستوى الخارجي للدولة وبمختلف المستويات.

وتتجه وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة إلى استخدام الإقناع والاستفادة من كل جديد في ذلك السياق من أجل السيطرة قدر ما يمكن على أفراد الجمهور المتلقين لرسالتها الاعلامية وصولاً إلى تغيير السلوك وبلورة الرأي العام الجمعي بما يتوافق مع أهدافها وسياساتها المرسومة.

إذا كان المجال السياسي من أكثر المجالات استخداماً للإقناع، فإن الاهتمام بالعلاقة بين وسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور السياسي قد بدأ منذ مطلع القرن العشرين، وبرز عدد من المتخصصين في هذا المجال في مقدمتهم الباحث "غوستاف لوبون" في كتابه الشهير "علم النفس الاجتماعي"؛ شرح من خلاله الفئات المتعددة للجماهير والوسائل الواجب إتباعها لإقناعها، وكذا التأثير في الرأي العام من خلال وسائل الإعلام، ودور تلك الوسائل في خلق الصورة الذهنية لدى الناس عن البيئة المحيطة بهم، إذ لا يقتصر دور وسائل الإعلام في نقل الأخبار والمعلومات، فهي تستعمل كذلك (وسائل الإعلام) في تفسير وإقناع وتشكيل الرأي العام، ومن هنا يمكن أن نصف تلك الوسائل وخاصة في عصر الإعلام الجديد بأنها منبر مثالي يستخدمه السياسيون وغير السياسيون لشرح أفكارهم وآرائهم ومواقفهم لعامة الناس بهدف تحقيق الإقناع لدى الجماهير، وتغيير السلوك الفردي والجمعي لصالحهم.

وإذا كانت نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية ترى أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، وكذلك تشير غالبية الأبحاث أن الإمكانيات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى ووفقاً للجمهور المستهدف، فإننا نجد أنه رغم التقدم الهائل الذي أحرزته وسائل الإعلام التقليدية من درجة عالية في التأثير والاستحواذ على

ثقافة العين، وتسهيل اختراق وجدان الجماهير، فإن ظهور الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ودخول الروبوتات على خط الاتصال أدى إلى تراجع كبير في دور تلك الوسائل لتفسح المجال أمام آلة هائلة تضخ محتوى يتجدد بلا توقف وتشارك من خلاله الأفراد كل تفاصيل حياتهم، وتجعلهم تحت تأثيرها المباشر ألا وهى مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية الجديدة، والتي تسخر كل إمكانياتها التقنية بما في ذلك الذكاء الاصطناعي من أجل إقناع الافراد والجماعات المستخدمين لها بما تريده أو يريده القائمون عليها، أو المحترفين من المستخدمين لها لخدمة مصالح أفراد أو جماعات أو دول.

ولم يتجاهل الكاتب مفهوم الحمل المعرفي، حيث أشار إلى أن استخدام منصات الوسائط الاجتماعية عن غير قصد يزيد من الحمل المعرفي وهذا يزيد من ضعف الفهم، خاصة في مهام القراءة، وأن الحمل الزائد للمعلومات أحد العوامل التي تؤدي إلى الحمل المعرفي الفردي، وهي الحالة النفسية التي يدرك فيها الفرد بشكل ذاتي أن كمية المعلومات التي يتلقاها تتجاوز قدرته على معالجة المعلومات.

كما أصبحت الإنترنت في الوقت الحاضر السبب الرئيسي لزيادة المعلومات في مجتمعنا، فكمية المعلومات الرقمية تتزايد بسرعة وأنواعها أكثر تنوعاً علاوة على ذلك فإن جودة المعلومات عبر الإنترنت غير متساوية أو متكافئة، وبالتالي من الصعب التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة، وفي الوقت نفسه يزداد عدد ضجيج المعلومات والمعلومات غير ذات الصلة والمعلومات غير الصحيحة والمعلومات الغامضة والخيارات.

وبالطبع قد تؤثر تلك الحالة المعلوماتية سلباً على الصحة العقلية أو البدنية للأفراد، حيث سيؤدي التحميل الزائد للمعلومات على مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مزيد من المقارنة الاجتماعية السلبية والإرهاق الاجتماعي للمستخدمين، ومن الممكن أن يؤدي الحمل الزائد للمعلومات أيضاً إلى اتخاذ المستهلكين قرارات أسوأ عند التسوق عبر الإنترنت، بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يقلل الحمل الزائد من المعلومات من إنتاجية الموظفين وإبداعهم، مما يؤثر سلباً على المجتمع.

أما الفصل الثالث من الكتاب فكان بعنوان: تزييف الوعي والتلاعب بالمعلومات، ويضم ثلاثة مباحث الأول منها بعنوان: استهداف الوعي الجمعي والتلاعب بالجماهير، والثاني بعنوان: الفبركة الرقمية والمعلومات المضللة، أما المبحث الثالث فكان بعنوان: آليات التحقق من المعلومات الكاذبة.

ويبدأ الفصل بالإشارة إلى أنه منذ الصغر يبدأ تكوين وبناء عقولنا مما ندركه من أمور بسيطة تحيط بنا، وذلك بحواسنا المختلفة مثل الروائح وملمس الأشياء المختلفة، أي ان عقولنا تبني وتؤسس عن طريق التفاعل مع الأشخاص والبيئة المحيطة بناء على التجارب التي نتعرض لها وما نسمعها ونراها بأعيننا ونشعر به بحواسنا، وبذلك تصبح فترة الطفولة هي أساس بناء العقل والتفكير السليم، فعقلنا مثل الإسفنجة فائقة الامتصاص من الولادة إلى بدء الاختلاط بالمجتمع وتشكيل الوعي الشخصي، فإدراك العقل البشري يُبنى على التحفيز وينمو كذلك بالمحفزات الخارجية التي يتلقاها من البيئة المحيطة به، فاللغة والكلمات والصورة التي يحصل عليها الفرد مما يتعرض له من مؤثرات مثل الإعلام بكافة وسائله تبني العقل وتثير التفاعل لديه سواء بالسلب أو الإيجاب، لذلك تعتبر المادة الإعلامية التي يشاهدها أو يسمعها الطفل حتي سن الثانية عشر من أكثر الأشياء التي تشكل شخصيته وفكره وتكوينه العقلي، أي ان الوسيلة الاعلامية سواء المسموعة أو المقروءة أو المرئية حتى الإعلام الجديد بكافة أساليبه يلعب دوراً حيوياً في تشكيل شخصية الفرد منذ الصغر وايضا هويته ووعيه فترة البلوغ.

ولا يمكن بالطبع إغفال مدي ارتباط التفكير والحالة المزاجية للفرد بمدي شعوره باليأس والإحباط أو السعادة والتفاؤل وقدرة المعززات الخارجية على التأثير عليها وربما تغييرها، وأوضحت إحدى الدراسات ان العقل الذي يتجول كثيرا أثناء القيام بعمل ما يكون أكثر تأثراً بالإحباط والاكتئاب واليأس والتأثر بالفكر السلبي، أي أن العقول عندما تنتشت بأي وسيلة وتكون الأداة الإعلامية هنا أبرزها تصبح أكثر قابلية للتأثر بالعوامل الخارجية وفقدان التركيز مما يسهل من السيطرة عليها والتحكم فيها وصولاً لتحويل حالتها المزاجية بصورة كبيرة، وفي الإطار الإعلامي

يمكن ببساطة معرفة الحالة العقلية والنفسية الداخلية لمقدم البرنامج أو الضيف أو المتلقي بصفة عامة من خلال تفاعل عينيه وجسده وايضا مدي تأثر المشاهد أو المستمع لما يتفاعل معه من مادة إعلامية من خلال تفاعل جسده مع تلك المؤثرات. وتشير الدراسات الحديثة في ذلك الصدد إلى أن مجتمع المعلومات باعتباره نظاماً اجتماعياً ثقافياً معقداً وذاتي التنظيم لديه العديد من الاتجاهات الإيجابية، ولكنه يجلب أيضاً الاتجاهات السلبية إلى حياة الفاعلين الاجتماعيين، حيث أدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على المجتمع إلى تشكيل واقع إعلامي يحل محل الواقع الموضوعي وبالتالي التوسع في إمكانيات التلاعب بالوعي الجماهيري، وقد أصبح ذلك ممكناً نظراً لأن المحرك الرئيسي للتنمية البشرية والاجتماعية كان منتجاً معلوماتياً وليس منتجاً مادياً، مع توسع كبير لدور المعلومات مع المنتج المادي نفسه.

وأصبح لبيئة المعلومات في مجتمع اليوم تأثير كبير على عمليات التلاعب بالوعي الجماهيري، وعلى المنظور الكلي الشامل فان وسائل الإعلام مسؤولة عن نشر المعلومات داخل بيئة المعلومات وتشكل نوعاً خاصاً من الواقع الثانوي وثيق الصلة بالواقع الموضوعي، وأصبح التأثير المعلوماتي للواقع الإعلامي على وعي الناس وتفكيرهم ومشاعرهم ومجالهم العاطفي لا يقل أهمية عن تأثير الواقع الموضوعي عليهم.

ومن خلال استخدام تقنيات التلاعب الاجتماعي النفسي تشكل وسائل الإعلام عناصر من الواقع الإعلامي لبيئة المعلومات الإقليمية للدول والجماعات، حيث أن الصورة الإعلامية للعالم هي نتاج التلاعب بعلم النفس العام للجماهير من قبل وسائل الإعلام التي تحل محل الواقع الموضوعي وتجعل من الصعب إدراكها بشكل مناسب، ومن المهم هنا الإشارة إلى أن السبب الرئيسي الذي يكمن وراء تشكيل الواقع الإعلامي أن جزءاً من وسائل الإعلام يتم إنشاؤه عمداً بناءً على طلب من مختلف أصحاب المصلحة والمؤثرين للتلاعب بالوعي الجماهيري، ويتفق العلماء على أن التلاعب بالوعي الجماهيري لا يمكن أن يكون هو القاعدة، ولكنه أصبح

دليلاً على تحول اجتماعي يبتعد كثيراً عن فكرة المجتمع العقلاني المستتير ويتجه نحو تقنيات التلاعب وتكنيكات العلاقات العامة.

كما يتفق المؤلف مع تحذير الكاتب "دانيال فونك" -خبير مكافحة الأخبار الكاذبة في معهد Pointer للدراسات الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية من تزايد مخاطر الفبركة الإعلامية والتضليل على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ تلك الظاهرة التي وصفها بأنها تشكل تهديداً كبيراً يمس مصداقية الإعلام الحديث بشقيه التقليدي والجديد، ممثلاً في وسائل التواصل الاجتماعي، ومصادقته بين جمهور المتلقين، وأن الفبركة الرقمية قد تأتي في شكل نص أو صورة أو مقطع فيديو، والحالة الأولى: يتم تأليف أو تحريف نص معين لتغيير الحقيقة، وفي الحالة الثانية: تتم الفبركة على برامج تعديل الصور والفيديوهات التي يمكن من خلالها إضافة أو حذف عناصر من الصورة أو الفيديو.

أما الفصل الرابع من الكتاب فكان بعنوان: الهندسة الاجتماعية لعقول الجماهير، ويضم ثلاثة مباحث الأول منها بعنوان: كيف تغير وسائل الاتصال الأفكار والسلوك؟، والثاني بعنوان: الهندسة الاجتماعية: المفاهيم والآليات، والثالث بعنوان: الشبكات الاجتماعية والتلاعب بالعقول، ويشير المؤلف في ذلك الفصل إلى أن الطريقة الأسهل والأفضل للتواصل مع الأصدقاء يتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كون التواصل عن طريق الكتابة والصور التعبيرية أسهل من التواصل البصري أو الصوتي، والبعض يبحث عن الشهرة فالكثير من المغموين أصبح لهم صفحات على شبكات التواصل ووصل عدد متابعيهم إلى الملايين وكل ما يقومون به هو نشر أفكار وقيم غريبه أو مضيعة للوقت، والبعض يريد نشر فكره ومبادئه التي بدأت تنتشر بدون ضوابط وهناك الكثير ممن يستغل شبكات التواصل للتحريض ونشر الكراهية.

وهذا لا ينطبق على الافراد فحسب، بل وعلى الحكومات والمؤسسات الإعلامية أيضاً، فبعض الحكومات والأحزاب خلقت جيوشاً إلكترونية تقوم بتهيئة الرأي العام والتأثير به وهذه التقنية أصبحت تسمى اصطلاحاً باسم "الذباب

الإلكتروني"، أما الشركات التجارية فتبحث عن تسويق منتجاتها وازدهار تجارتها والترويج لها لدى العملاء والزبائن بأية وسيلة ممكنة.

وأثبتت التجارب والدراسات الحديثة أن الأخبار الملفقة أو المجتزأة هي الأكثر انتشاراً على شبكات التواصل الاجتماعي والسبب أن مؤلفي هذه الأخبار يتقنون فن انتقاء كلمات قليلة الاستخدام لغوياً أو مؤثرة تثير فضول المستخدم لقراءتها، حتى أن إدارة فيسبوك قد أعلنت مؤخراً عن نيتها في تعيين أخصائيين في مصداقية الأخبار للتقليل من أثر الأخبار الملفقة على المستخدمين.

فالمنشورات التي تصلنا من صور وتفاعلات وأخبار حتى الإعلانات التجارية مبنية على موقعنا الجغرافي واللغة والعمر والجنس واهتماماتنا وقائمة أصدقائنا وتفاعلاتنا السابقة وغيرها، وهذا النظام الذي يعرض لنا كل هذه المنشورات والتفاعلات يسمى نظام التوصية الذي يعتمد على الخوارزميات، فعلى سبيل المثال حين نشاهد مقطع على يوتيوب فإن نظام التوصية في يوتيوب يبدأ باقتراح مقاطع فيديو تقترب من مجال اهتمامنا بناءً على معلومات متوفرة لنظام التوصية الخاص بيوتيوب. وهذا ينطبق على فيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها.

وقد اهتم علماء النفس الاجتماعي في خمسينيات القرن الماضي بدراسة مصطلح "غسيل الدماغ" الذي يتلخص في السيطرة على العقول عن طريق عدة طرق منها على سبيل المثال التخدير النفسي، إجراءات التلقين، الإقناع الغامض، وغيرها، وقام عالم النفس (Robert Jay Lifton) بتأليف كتاب بعنوان "إعادة تشكيل الفكر وسيكولوجيا الشمولية" وأحد أهم استنتاجاته تتلخص في "أن الشخص المغسول دماغياً يهاجم بإحساسه لينتهي الأمر بتغيير أفكاره ومعتقداته، كما أشار جوست ميرلو Joost Meerloo في كتابه "اغتنصاب العقل" إلى مداخل مثل سيكولوجية التحكم في الفكر، والقتل العقلي، وغسل المخ، وغيرها من المداخل التي تستخدم بتخطيط عال لاستهداف العقل البشري والسيطرة عليه ليتصرف سلوكياً وبطريقة لاشعورية كما يريد المسيطر، ومن منا لا يشعر الفرد بأن تصفحه اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي يلعب دوراً هاماً بتغيير مزاجه والتلاعب بأحاسيسه؟

وفي الحقيقة فإن فكرة ترشيح محتوى محدد للمستخدم تتقارب كثيراً مع مبادئ أساليب الإقناع القسري التي تحدث عنها كل من روبرت جاي ليفتون، وجوست ميرلو في كتاباتهما، فإجراءات التلقين وطرق الإقناع والتلاعب بالمشاعر عبر نشر محتوى معين من زاوية واحدة يؤدي بالضرورة إلى إعادة تشكيل فكر المستخدم وفرض سطوة اجتماعية عليه.

فلو دخلت أنت مثلاً في نقاش مع أحدهم حول موضوع ربما يكون تافهاً كمباراة لكرة قدم مثلاً، فانك ترى تعصباً غريباً لم تكن لتعهده قبل سنوات، ولا يوجد لهذا التعصب أي مبرر نفسي سوى تأثر المستخدمين بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي ووصولهم لمرحلة التخدير النفسي الذي يؤدي إلى التطرف الفكري ورفض الآخر.

هذا التلاعب الخفي في مشاعر الناس فرض علينا هندسة اجتماعية جديدة بدأنا نرى أثارها في حياتنا اليومية، فأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مرتعاً للأفكار الغريبة والأخبار الملفقة أو المحرفة التي تقوم بنشرها خلايا سوداوية الفكر لها أهداف معينة تستغل الدين والمذهب ومعاناة الناس أو فئات معينة منهم، وأصبح الكثيرون حتى المثقفون منهم يتبادلون هذه الأخبار الملفقة والأفكار الغريبة دون كامل إدراك بما يفعلون، الخطر الأكبر يكمن في التأثير على النشء فهم الأكثر عرضة للتأثر بالأفكار الغريبة والمتطرفة بسبب قلة الخبرة خصوصاً في مرحلة النضج، وتكوين الشخصية والهوية الذاتية.

أما الفصل الخامس والأخير من الكتاب فكان بعنوان: الفضاء الإلكتروني والحروب النفسية، ويتكون من ثلاثة مباحث أيضاً الأول منها بعنوان: الشبكات الاجتماعية ونظريات المؤامرة، والثاني بعنوان: الحروب الإلكترونية والتصويب على الوعي الوطني، أما المبحث الثالث فكان بعنوان: لماذا تنتشط حروب التضليل على الشبكات الاجتماعية؟

ويطرح الكاتب رأيه مباشرة في الأمر، حيث يرى أن الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي أصبحت واحدة من الوسائل التي يمكن أن تهدد الأمن

القومي للشعوب والدول؛ نظرا لعدم إمكانية السيطرة عليها بالشكل الأمثل، مما يفتح الباب أمام الأعداء من الداخل والخارج لاستغلالها لتحقيق مصالحهم وأهدافهم التي يسعون إلى تحقيقها.

وأن الأمر قد تعاضم مع دخول شبكات التواصل إلى المصالح الحكومية التي أصبحت تعرض المعلومات الخاصة بها عليها، مما يعرض أنظمتها المعلوماتية إلى الاختراق والقرصنة، بالإضافة إلى استخدام بعض المخترقين الشبكات الاجتماعية في القرصنة على صفحات أشخاص بعينهم أو استخدام الصور والفيديوهات المتحيزة لوجهة نظر معينة لشحن وإثارة الرأي العام، وهو المحتوى الذي قد يتم تركيبه أو اختلاقه أو تحريفه أو إعادة استخدامه بشكل يؤثر في مسار الأحداث من خلال تهيين الرأي العام دون حجة أو دليل منطقي يذكر.

كما تحولت الشبكات الاجتماعية لتصبح أداة فعالة في شن الحروب النفسية والتي منها نشر الشائعات التي قد تضر بمصالح قومية، وقد تستخدمها بعض الجهات الخارجية المعادية للتأثير على الاستقرار الداخلي، وتبقى مجهولية المصدر الحقيقي وراء مستخدمي الشبكات الاجتماعية دافعا إلى استخدامها أحيانا في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف أو الترويج لأفكار تستهدف تقويض سلطة الدولة وسيادتها وحققا المشروع في استخدام نفوذها، أو بالترويج إلى أفكار هدامة داخل المجتمع، أو استخدامها في السب والقذف بين الأفراد، إلى جانب تأثيرها النفسي السلبي كإدمان الدخول، أو بتأثيرها على العلاقات الزوجية وعلى الأسرة وإهدار الموارد البشرية والوقت.

وتمثل تلك المظاهر وغيرها خروجاً عن الاستخدام السليم والإيجابي للشبكات الاجتماعية وهو ما ينقلها من كونها أداة مهمة وقناة للتعبير عن الرأي إلى أداة للتخريب وتهديد السلم الاجتماعي والأمن القومي وخاصة مع تعدي حدود استخدامها إلى الخارج، وهو ما يصطدم مع النظام العام الذي يستهدف حماية الدولة والمجتمع

والأفراد من خلال قواعد أخلاقية وقانونية وسياسية أو اجتماعية تمثل في جوهرها مفهوم الأمن القومي، وعلى مستوى الحروب مثل ظهور الإنترنت تطوراً محورياً وخطيراً في فلسفة الحرب والسياسة الدولية، فقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي من ديناميات الصراع، حيث باتت منصة فعالة لشن الحرب الجديدة التي تستهدف الوعي الجمعي لدى الشعوب، وبدأ العديد من الدول والجماعات والأفراد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتلاعب بالتحيزات المعرفية للأفراد المستخدمين، وذلك من خلال توظيفها للتأثير على أفكارهم، ومواقفهم وتوجهاتهم، واختياراتهم، وليس هذا فحسب، بل يمكن استخدامها لتجنيد أفراد للقيام بهجمات إرهابية، أو نشر الكراهية والاستياء بين الشعوب المتنافسة، مما قد يؤدي إلى نشوب حرب أو إبادة جماعية، علاوة على ذلك إحداث حالة من الشقاق والانقسام في الأصوات داخل البلد الواحد، وينتهي الأمر بتحقيق الهدف السياسي للحرب دون خسائر تذكر.

وأن شبكة الإنترنت قد منحت الحكومات طرقاً وأدوات جديدة للسيطرة على شعوبها من ناحية، وتحقيق الانتشار العالمي من خلال قوة "التضليل" من ناحية أخرى، وعلى مستوى آخر لتلك الحرب، فقد غير الإنترنت مدى سرعة انتشار المعلومات، ومدى انتقالها، ومدى سهولة الوصول إليها، وقد أعاد ذلك صياغة كل شيء من الخطط التشغيلية العسكرية إلى الأعمال الإخبارية إلى الحملات السياسية، وبذلك باتت المفاجآت العسكرية الكبرى شبه مستحيلة وفقدت بوضوح عنصر السرية .

ومع تطور صناعة المحتوى الرقمي سواء كان نصاً أو صوتاً أو فيديو أو صورة، بالإضافة إلى فنون عرض البيانات مثل: الجرافيك والإنفوجرافيك، ورقمنة صناعة الكتب والسينما والترفيه، وخضوع المليارات من المستخدمين عبر العالم لمؤثرات وتطبيقات واحدة عبر المجال السيبراني الفسيح، أصبح الملايين من البشر عالقون مع تلك الأدوات، بل ربما يصل الأمر إلى الإدمان الحقيقي، وعدم القدرة على التوقف.

كما يتم توظيف كافة المؤثرات الصوتية والمرئية في معركة الاستحواذ على القلوب والعقول لزيادة عدد المشاهدات عبر استخدام تكتيكات دعائية للإقناع ولجعل التأثير أكثر عمقا في الوعي بشقيه الفردي والجماعي، وتتأوى عمليات تصنيف وإتاحة المعلومات والخوارزميات وملفات التتبع والذكاء الاصطناعي، لقد تم توظيف كل ذلك من أجل زيادة نسب الاستهداف ودقته بين الجمهور العام، وفي ظل حالة الاحتكار للشركات التقنية سواء في مجال الشبكات الاجتماعية أو محركات البحث أو في الترفيه في مقابل ضعف البدائل الوطنية.

ويتم نشر ذلك المحتوى الهائل في جانب كبير منه في ظل غياب التفكير النقدي وتدني الثقافة العامة وضعف دور وسائل الإعلام، وتأثير كل ذلك على قدرة الفرد على إدراك وتفسير الواقع، والذي يتم وفق الموارد المعرفية المتاحة والقيم المتشكلة لديه عبر تلك المنصات، والتي توجهه في اتخاذ القرار، والحكم على الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث.

وبانتت تؤثر كل تلك العناصر في تقديره لذاته ودوره في الحياة أو شعوره بالتفاؤل والسعادة أو بالانتماء، وهو ما يترجم لا شعوريا في سلوك الفرد داخل بيئة التفاعل المادية أو الرقمية، وتحريك القيم بشكل عام من حالة الثبات إلى حالة التفاعل ومن حالة التبنّي المطلق إلى إعادة التفكير ووجود سوق مفتوحة للأفكار يتم اختبارها وقياسها وتطويرها بانتظام بمعرفة الجهات المخططة والمستفيدة من ذلك الاستهداف بعيدا عن اعتبارات الزمان أو المكان.

وينتهي الكاتب بالإشارة إلى أن تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وخاصة التوليدي منها يشكل عاملا مساعداً في التأثير المباشر والخطير على الرأي العام وإمكانية استهدافه وتشكيله على النحو المنشود من الجهات والمصادر الساعية إلى ذلك، وما يحمله ذلك من تهديدات مباشرة للشعوب والمجتمعات التي تعاني من قلة الوعي والفهم المحدود لتلك القدرات الخارقة التي تستهدفها بأساليب وآليات مستحدثة وغير مرئية أو ملحوظة لكنها تتجزأ المهمة على الوجه الأكمل.

وفي كل الأحوال يرى المؤلف أن التصدي لتلك المحاولات والمخططات لا يتطلب إمكانيات ومهارات تكنولوجية فحسب، بل صياغة جديدة للرأي العام والوعي الجمعي الوطني، وتأهيله معلوماتياً وتعليمياً بالمستحدثات في ذلك المجال والمعلومات الصحيحة، والمصادر المعتمدة ليكون بمثابة الحصن الأول وحائط الصد أمام المخططات المضادة التي تستهدف النيل منه عبر أدوات ناعمة وأساليب مشوقة وجاذبة بطبيعة الحال.