ترينـدز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

نشرة اتجاهات الرأي العام العالمي

TRENDS
Global Barometer

من وسائلَ للتواصل إلى سببٍ للفُرقة

كيف تُفاقم شبكات التواصل الاجتماعي الاستقطاب

العدد (9)

نشرة اتجاهات الرأي العام العالمي

أبـــرز مـــا يشـــغل الـــرأي العـــام العـــالمي

في عصر يتسم بالتغيرات الاجتماعية والسياسية والثقافية المتسارعة، أصبحت الحاجة إلى فهم عميق للرأي العام العالمي أكثر إلحاحًا من أي وقت مضى. ولتلبية هذه الحاجة، تفخر إدارة الباروميتر العالمي في مركز ترينـدز للبحوث والاستشارات بأن تقدم النشرة الرقمية للباروميتر العالمي. وهي عبارة عن منشور موضوعي، يعتمد على البيانات، ويهدف إلى تحليل وفهم الديناميكيات التي تشكّل المجتمعات حول العالم.

تَصْدُر النشرة الرقمية كل ثلاثة إلى أربعة أشهر، وتعمل كمنصة لاستكشاف أكثر القضايا الملحة في عصرنا. ومن خلال الاستفادة من البيانات الأولية الثانوية، المأخوذة من دراسات واستطلاعات دولية موثوقة، مثل المسح العالمي للقيم، والمسح الاجتماعي الأوروبي، ومركز بيو للأبحاث، وغالوب، والباروميتر العربي. تعمل هذه النشرة على تحويل مجموعات البيانات المعقدة إلى رؤى قابلة للتنفيذ. ويركز هذا المنشور على الموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية؛ ما يجعله ذا صلة بالباحثين وصانعي السياسات والمراقبين العالميين.

تتناول كل نسخة من النشرة الرقمية موضوعًا محددًا بعناية؛ ما يوفر للقراء تحليلًا عميقًا ومُرَكّزًا للاتجاهات الحرجة. وتعكس هذه الموضوعات تعقيدات القضايا المعاصرة، بما في ذلك الثقة في الحوكمة، والتأثير الثقافي للتكنولوجيا، وأولويات الشباب، والاستجابات العالمية لتغير المناخ. ومن خلال ربط البيانات المحلية بالسرديات العالمية، تعمل المراجعة الرقمية على سد الفجوة بين الرؤى الإقليمية والاتجاهات العالمية.

تتميز النشرة الرقمية بمنهجيتها الصارمة وعمقها التحليلي، إذ يعتمد هذا المنشور على بيانات ثانوية موثوقة وموثقة جيدًا؛ ما يضمن للقارئ أن رؤاه تستند إلى أدلة تجريبية. وتُستخدم فيه أدوات تحليلية متقدمة لتجميع الأنماط والكشف عن العوامل الأساسية التي تشكل الرأي العام؛ ما يتيح للقراء فهمًا ليس فقط للإجابة على "ما هو"، ولكن أيضًا لـ "لماذا" وراء البيانات.

إلى جانب تحليل البيانات، تهدف النشرة الرقمية إلى تعزيز الحوار، وإلهام اتخاذ القرارات المستنيرة، إذ تعمل على تحويل البيانات الخام إلى سرديات موضوعية يسهل فهمها، وتتناسب مع جمهور متنوع، من صانعي السياسات والأكاديميين، إلى المواطنين العالميين المهتمين. ومن خلال تقديم البيانات بطريقة واضحة وجذابة، فإن المراجعة تُسَهّل الفهم الأعمق، وتشجع القراء على التفاعل النقدي مع الرؤى المطروحة.

كما تعكس النشرة الرقمية مهمة مركز ترينـدز الأوسع، وهي العمل كجسر بين البيانات والعمل. ففي عالم مترابط، لا يعكس الرأي العام الاتجاهات المجتمعية فحسب، بل يُعَدُّ أداة لصياغة السياسات ومعالجة التحديات وتعزيز التعاون العالمي. ومن خلال تركيزها الموضوعي، والتزامها بالتحليل القائم على الأدلة، تسلط النشرة الرقمية الضوء على دور الرأي العام في توجيه الحوكمة ودفع التحول المجتمعي.

مع استمرار هذا المشروع المستمر في النمو، يبقى ملتزمًا بتقديم رؤى دقيقة وذات مغزى حول القيم والمواقف المتغيرة للمجتمعات حول العالم. ومن خلال دعوة القراء لاستكشاف نتائجها، تهدف النشرة الرقمية للرأي العام إلى إلهام التفكير النقدي، ودعم الحلول المستندة إلى الأدلة، والإسهام في مجتمع عالمي أكثر وعيًا وتفاعلًا.

سواء كنت صانع سياسات، أو باحثًا، أو فردًا ذا اهتمام عالمي، فإن النشرة الرقمية توفر مصدرًا لا غنى عنه لفهم تعقيدات الرأي العام في عالمنا الديناميكي اليوم. انضم إلينا ونحن نكتشف الأصوات التي تشكّل المستقبل، ونقدم الأدوات اللازمة لفهم التحديات والفرص في عصرنا.

المقدمة

ظاهرة الاستقطاب ظاهرة قديمة قِدَم التاريخ البشري. ووفقًا لقاموس أوكسفورد، يُعرّف الاستقطاب بأنه "فعل تفريق الناس، أو جعلهم يتفرّقون إلى مجموعتين تحمِلان آراء متعارضة تمامًا".[1]

وبالرغم من أن العوامل السياسية والأيديولوجية والاجتماعية ظلّت تصنَع الانقسامات المجتمعية لزمن طويل، فإن صعود وسائل التواصل الاجتماع فاقَم هذه العملية إلى حدٍّ كبير، وسرّع انتشار السرديات الحزبية، وعزز "غرف الصدى" الأيديولوجية. وبدءًا من يناير 2024، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي واحدة من القوى الأكثر تأثيرًا في تشكيل الخطاب المعاصر، حيث يستخدمها أكثر من 5.04 مليارات شخص حول العالم؛ أي ما يعادل 62.3% من سكانه.[2]

ومع تطور هذه المنصّات، أصبحت أيضًا مراكزَ للمعلومات المضلِّلة، والتحيّزات التي تحرّكها الخوارزميات وتعميق الانقسامات السياسية. ومازال دور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها موضوعًا يتكرر البحث والتحقيق فيه. فقد وجد استطلاع أجراه مركز بيو للأبحاث، بين عامي 2022 و2023 لمشاركين من 27 دولة، أن وسائل التواصل الاجتماعي يُنظر إليها عمومًا على أنها مفيدة للديمقراطيات، بدلًا من كونها ضارّة.[3]

وبرغم اعتقاد الأغلبية بأن وسائل التواصل الاجتماعي تُفيد الديمقراطية من خلال توسيع فرص الوصول للمعلومات وزيادة المشاركة، فإن المخاوف مازالت قائمة بشأن دورها في نشر المعلومات المضلِّلة، وتعميق الانقسامات.

1 "Polarization Noun - Definition, Pictures, Pronunciation and Usage Notes," Oxford Advanced Learner's Dictionary (n.d.), https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/polarization.
2 Simon Kemp, "Digital 2024: Global Overview Report," DataReportal, January 31, 2024, https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report.
3 Sneha Gubbala and Sarah Austin, "Majorities in Most Countries Surveyed Say Social Media Is Good for Democracy," Pew Research Center, February 23, 2024, https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/02/23/majorities-in-most-countries-surveyed-say-social-media-is-good-for-democracy/.

ما هي الخوارزمية؟

الخوارزمية هي طريقة حسابية واضحة ودقيقة تأخذ قيمة واحدة أو أكثر كمُدخلات وتولّد قيمة واحدة أو أكثر كمخرجات.[4] إنها، جوهريًّا، سلسلة من الخطوات الحسابية التي تحوّل المُدخلات إلى مُخرجات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن النظر إلى الخوارزمية بوصفها آليةً لمعالجة مسألة حسابية محدّدة؛ حيث يوضح نصّ المسألة، بعبارات عامة، العلاقة المنشودة بين المدخلات والمخرجات، وتقوم الخوارزمية بتفصيل عملية حسابية محدّدة لتحقيق تلك العلاقة بين المدخلات والمخرجات.

وعقِب الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2016، برزت مخاوف بشأن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الديمقراطية، وكيف تشكّل منصّات مثل فيسبوك وإنستغرام المعتقدات السياسية. وأُثيرت تساؤلات حول تأثير هذه الشبكات وخوارزمياتها في آراء الناس تجاه المرشحين والقضايا المهمة.

وبالتعاون مع شركة ميتا، قام فريق أكاديمي من جامعات متعدّدة بالبحث والاستقصاء في هذه المسائل من خلال مشروع بحثي ريادي شاركت في قيادته البروفيسورة تاليا ستراود، من كلية مودي للاتصالات. وقد حظيَ الفريق بإمكانية وصول غير مسبوقة إلى بيانات ميتا، وكان قد تمكّن من تعديل تدفّق المحتوى على صفحات فيسبوك وإنستغرام الخاصة بالمشاركين، الذين أعطَوا موافقتهم، وذلك لرصد كيفية تأثير التغييرات في المحتوى على معتقداتهم السياسية.

4 Thomas H. Cormen, Charles E Leiserson, Ronald L Rivest, and Clifford Stein, Introduction to Algorithms (Third Edition), Internet Archive, 2009, https://archive.org/details/introduction-to-algorithms-third-edition-2009/page/n25/mode/2up.

وفـي صيـف عـام 2023، نشـر الباحثـون نتائجهـم الأوليـة فـي مجلّتـيْ نيتشـر (Nature) وسـيانس (Science). وقـد اكتشـفوا أنـه برغـم أن الخوارزميّـات تؤثـر تأثيـرًا كبيـرًا علـى مـا يـراه الأشـخاص علـى تدفّـق المحتـوى الخـاص بهـم، فـإن تغييـر هـذه الخوارزميّـات لا يـؤدي بالضـرورة إلـى تغييـر المواقـف السياسـية للأفـراد. وإضافـة إلـى ذلـك، كشـفت بيانـات البالغيـن الأمريكييـن علـى مسـتوى المنصّـات أن روابـط الأخبـار السياسـية علـى الإنتـرنت كانـت فـي الغالـب الأعـم تُشـاهَد ويتـم التفاعـل معهـا إمـا مـن جانـب المحافظيـن، أو مـن جانـب الليبراليين، وليس من الطرفين معًا.

ولبلـوغ هـذه الاسـتنتاجات، أجـرى الباحثـون ثـلاث دراسـات تجريبيـة خـلال انتخـابات 2020، وافـق المشـاركون فيهـا علـى مراقبـة سـلوكهم علـى المنصّـات وتعديـل خوارزميّـات تدفُّـق المحتـوى الإخبـاري الخـاص بهـم. كمـا حلّلـوا بيانـات مجمَّعـة علـى مسـتوى المنصّـات لفـهم مـدى التعـرّض للأخبـار السياسـية، ومـدى التفاعـل معهـا ومـع المصـادر المشـابهة فـي التوجّـه. ووجـدت الدراسـة أن خوارزميّـات وسـائل التواصـل الاجتماعـي تؤثّـر بشـكل كبيـر فـي المحتـوى الـذي يـراه الأفـراد، لكـن تغييـر الخوارزميّـات لا يغيّـر بالضـرورة مواقفهـم السياسـية. واتضـح أن الأخبـار السياسـية يميـل إلـى اسـتهلاكها الأفـراد ذوو الميـول السـياسية المتشابهة؛ ما يؤكد تأثير "غرفة الصدى" على منصّات التواصل الاجتماعي.[5]

5 Thomas H. Cormen, Charles E Leiserson, Ronald L Rivest, and Clifford Stein, Introduction to Algorithms (Third Edition), Internet Archive, 2009, https://archive.org/details/introduction-to-algorithms-third-edition-2009/page/n25/mode/2up.

ويسلّط تقرير صادر عن مركز الأعمال وحقوق الإنسان، في كلية ستيرن لإدارة الأعمال بجامعة نيويورك، الضوء على العلاقة بين المنصّات التكنولوجية والاستقطاب الحادّ، الذي يمكن أن يهدم القيم الديمقراطية ويؤدي إلى العنف الحزبي. وبرغم نفي شركة فيسبوك إسهامها في الانقسام، فإن البحوث والوثائق المسرّبة تشير إلى وجود ارتباط كبير بين المنصّات الرقمية والاستقطاب السياسي. ويخلص التقرير إلى أنه بالرغم من أن منصّات مثل فيسبوك ويوتيوب وتويتر ليست هي الأسباب الجذرية للاستقطاب السياسي، إلا أنها تُفاقمه. وتكتسب هذه النقطة أهمية خاصة في الوقت الذي تواجه فيه البلاد تبِعات اقتحام مبنى الكابيتول الأمريكي في السادس من يناير 2021، وهو الحدث الذي لعبت فيه وسائل التواصل الاجتماعي دورًا محوريًّا في نشر المعلومات المضلِّلة، وتحشيد المتطرفين، وتضخيم الأكاذيب المتعلّقة بالانتخابات. إن فهم هذه الديناميكيات أمر بالغ الأهمية، حيث تقوم البلاد بتقييم تأثير المنصّات الرقمية على الأحداث الانتخابية، والاستعداد للانتخابات المستقبلية.[6]

وبالرغم من أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تُسهم في العداء الحزبي، فإنّ مارك زوكربيرغ، الرئيس التنفيذي لشركة ميتا، يرفض الاتهامات بأنّ شركته تُغذّي الانقسام، مشيرًا بدلًا من ذلك إلى البيئة السياسية والإعلامية.[7] وعلى الرغم من أنّ وسائل التواصل الاجتماعي ليست المحرّك الأساسي للاستقطاب، فإنّها غالبًا ما تكون ميسّرًا رئيسيًّا له.[8] وبالرغم من أنّ شبكات التواصل تُسهم بقدر كبير في الاستقطاب السياسي والعداء الحزبي، على عكس ما تدّعيه، فإنّ فهم تأثيرها أمرٌ بالغ الأهمية لمعالجة التحديات التي تفرضها على المشهد السياسي الأمريكي.[9]

6 Paul M. Barrett, Justin Hendrix, and J. Grant Sims, Fueling the Fire: How social media intensifies U.S. political polarization – and what can be done about it, NYU Stern Center for Business & Human Rights, September 2021, https://bhr.stern.nyu.edu/publication/fueling-the-fire-how-social-media-intensifies-u-s-political-polarization-and-what-can-be-done-about-it/.

7 "Mark Zuckerberg Opening Statement Transcript: House Hearing on Misinformation," Rev (n.d.), https://www.rev.com/transcripts/mark-zuckerberg-opening-statement-transcript-house-hearing-on-misinformation.

8 Ibid.

9 Paul Barrett, Justin Hendrix, and Grant Sims, "How Tech Platforms Fuel U.S. Political Polarization and What Government Can Do About It," Brookings, September 27, 2021, https://www.brookings.edu/articles/how-tech-platforms-fuel-u-s-political-polarization-and-what-government-can-do-about-it/.

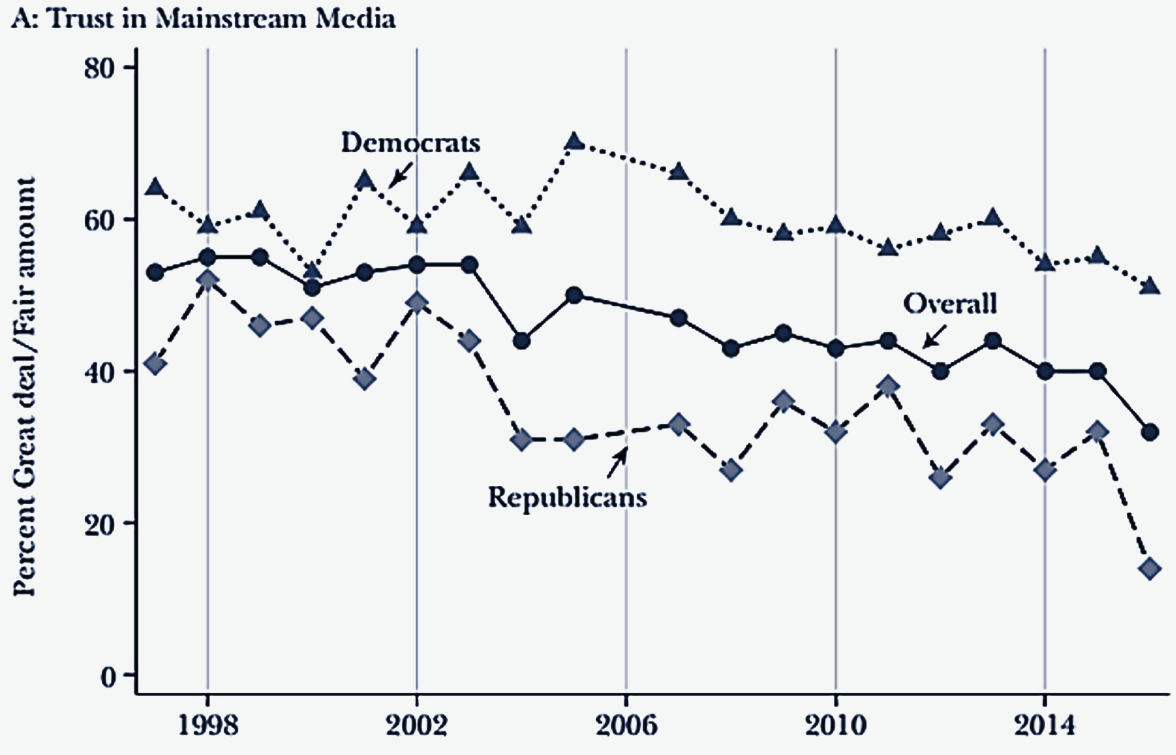
١- دراسات حالة حول الاستقطاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي

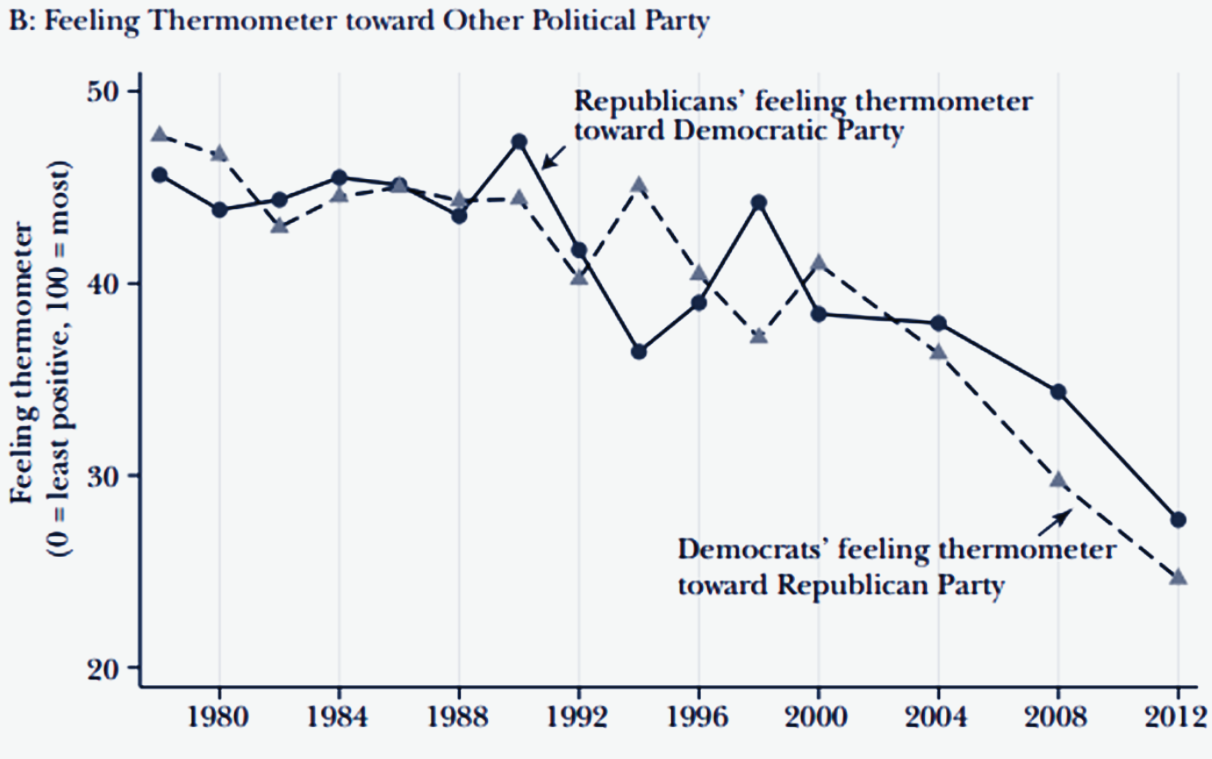
الوضع السياسي: الانتخابات الرئاسية الأمريكية (2016، 2020، 2024)

تعكس الانتخابات الرئاسية الأمريكية في الأعوام 2016 و2020 و2024 كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الناخبين وتنشر المعلومات المضلّلة؛ ما يؤجج الاستقطاب السياسي. ففي انتخابات 2016، كانت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا مهمًّا للأخبار، وإن لم تكن المصدر المهيمن، حيث أظهر استطلاع أُجري بعد الانتخابات أن 14% فقط من أصل نحو 1,200 أمريكي قالوا إن وسائل التواصل الاجتماعي كانت أهم مصدر للمعلومات بالنسبة لهم.[10] وخلال تلك الفترة، شارك 30 مليون مستخدم على فيسبوك تقارير إخبارية زائفة تدعم دونالد ترامب، بينما شارك 8 ملايين أخبارًا مشابهة مؤيِّدة لهيلاري كلينتون. ومن بين الجمهور الأمريكي العادي، أظهر الاستطلاع أن من تذكّروا، في المتوسط، 0.92 من المقالات الإخبارية الزائفة المؤيّدة لترامب و0.23 من القصص الزائفة المؤيِّدة لكلينتون كانوا قد صدّقوا إلى حدٍّ كبير أن تلك المعلومات صحيحة.[11]

10 Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, "Social media and fake news in the 2016 election," Journal of economic perspectives 31, no. 2 (2017): 211-236.

11 Ibid.





الرسمان البيانيّان 1 و2: الاتجاهات المتعلّقة بالأخبار الزائفة [12]

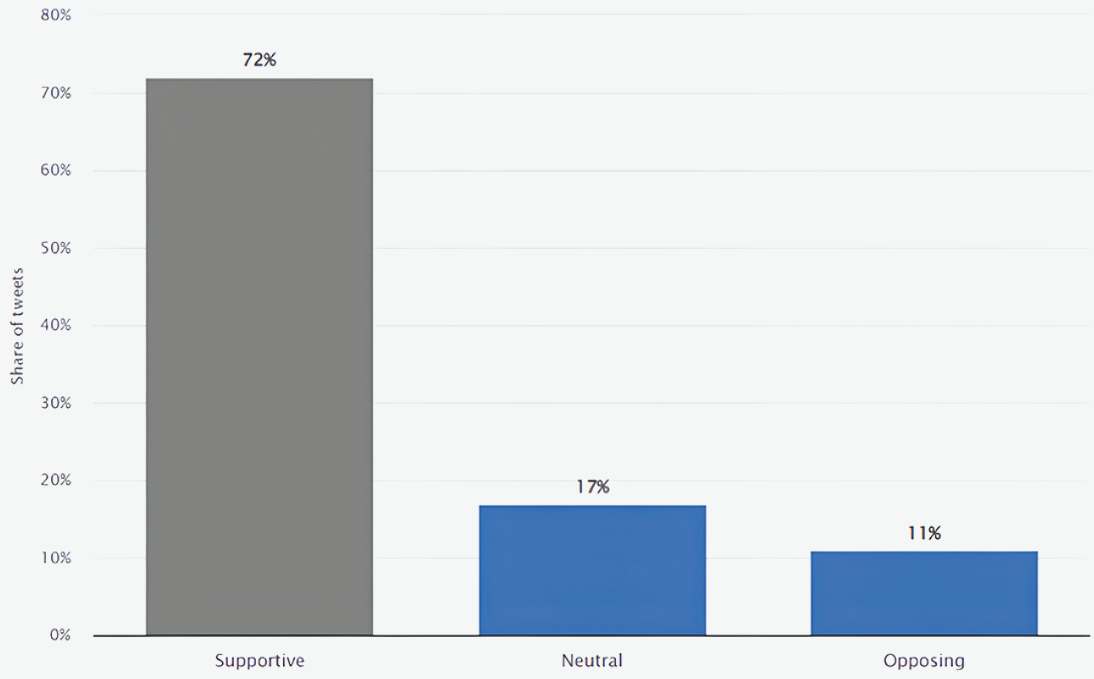
12 Ibid.

تشير الاتجاهات الموضَّحة في الرسمين البيانيّين 1 و2 إلى تنامي الانقسام السياسي داخل الولايات المتحدة. فعلى مدى العقود القليلة الماضية، تراجعت الثقة بوسائل الإعلام الجماهيرية تراجعًا ملحوظًا لدى كلٍّ من الديمقراطيّين والجمهوريّين، مع اتساع الفجوة بين الحزبين. وقد تزامن هذا التراجع في الثقة مع تصاعد العداء الحزبي؛ ما زاد من تعميق الاستقطاب السياسي.

خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2020، درس الباحثون تأثيرات تعديل خوارزميات ترتيب المحتوى على منصّتَي فيسبوك وإنستغرام. واكتشفوا أنه عندما عُرِضت المشاركات على المستخدمين بترتيب زمني عكسيّ، قضَوا وقتًا أقل على المنصّتين وشاهدوا مجموعة أوسع من المحتوى الأيديولوجي؛ ما يعني أنهم شاهدوا محتوى أقل فظاظة وكراهية. مع ذلك، لم يكن لهذه التعديلات أي تأثير ملحوظ على المعرفة السياسية أو الاستقطاب العاطفي أو الاستقطاب المرتبط بقضايا. وأظهر البحث أن الأنظمة الخوارزمية، برغم أنها تغيّر تجربة المستخدم، ليس لها تأثير يُذكر على الآراء السياسية خارج نطاق المنصّات.[13]

13 Tom Durso, "Social Media, Polarization, and the 2020 Presidential Election," Princeton School of Public and International Affairs, July 27, 2023, https://spia.princeton.edu/news/social-media-polarization-and-2020-presidential-election. Ibid.

وعقِب الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2024، انتشرت على وسائل التواصل الاجتماعي روايات مضلِّلة بشأن الهجرة والجريمة والاقتصاد، وأسهمت في نشر معلومات مغلوطة على نطاق واسع. وقد تأثرت تصوّرات الرأي العام تجاه تعامل إدارة بايدن مع قضايا أمن الحدود والجريمة - وهي سياسة ارتبطت ارتباطًا وثيقًا بنائبة الرئيس السابقة كامالا هاريس، إلى حدٍّ كبير بادعاءات كاذبة حول إجرام المهاجرين؛ وهي ادعاءات فنّدتها البيانات التي أظهرت أن الأمريكيين المولودين في الولايات المتحدة يرتكبون جرائم بمعدل يَفوق معدل جرائم المهاجرين بثلاثة أضعاف.[14] وبالرغم من أن الأرقام الرسمية للجريمة تناقض تأكيدات الرئيس دونالد ترامب المتكررة بشأن مشاكل الهجرة وارتفاع معدلات الجريمة، فإن الانتشار الواسع لهذه المزاعم عبر قنوات وسائل التواصل الاجتماعي أسهم في تعزيز زخمها.



الرسم البياني 3: نسبة التغريدات العامة التي استخدمت وسم #BlackLivesMatter (حياة السود مهمّة#) من يوليو2013 إلى مارس2023 بحسب الموقف [15]

14 Darrell M. West, "How Disinformation Defined the 2024 Election Narrative," Brookings, November 7, 2024, https://www.brookings.edu/articles/how-disinformation-defined-the-2024-election-narrative/.

15 "Tweets Using #BlackLivesMatter by Stance 2023," Statista, https://www.statista.com/statistics/1402978/tweets-including-blacklivesmatter-by-stance/., accessed March 7, 2025.

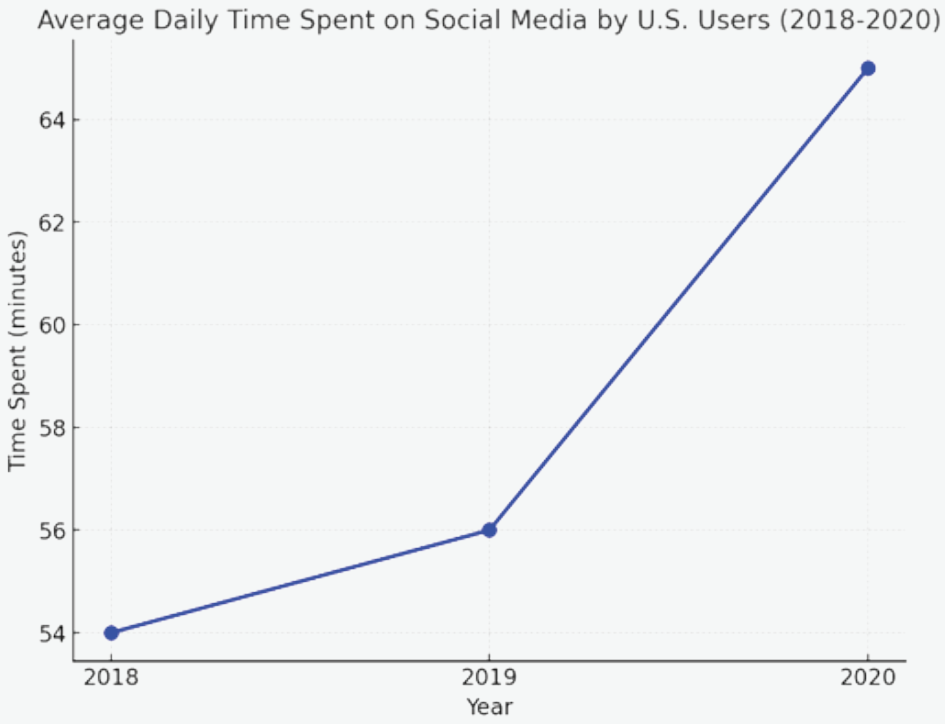
إضافةً إلى ذلك، لعبت الوسوم المنتشرة مثل #BlackLivesMatter (#حياة السود مهمة) دورًا كبيرًا في تشكيل الخطاب السياسي. ففي الفترة بين عامَي 2013 و2023، عبَّرت 72% من التغريدات التي استخدمت هذا الوسم عن دعمها للحركة، في حين عارضتها 11% فقط.[16] إن الاستخدام الواسع للوسوم لتضخيم التصريحات السياسية والحركات الاجتماعية يمكّن كلًّا من المؤيّدين والمعارضين من تعزيز وجهات نظرهم؛ ما يزيد من تعميق الانقسامات المجتمعية.

خلال الانتخابات الأمريكية في عام 2024، جرى عمدًا نشر معلومات مضلِّلة بهدف تقويض ثقة الجمهور بعملية التصويت. فقد انتشر مقطع فيديو على نطاق واسع في جورجيا يزعم زورًا أن شخصًا ما أدلى بصوته مرتين؛ لكن التحقيقات اللاحقة أشارت إلى أن المقطع تم تلفيقه في روسيا.[17] كما أن تزايد سهولة إنتاج الصور ومقاطع الفيديو المضلِّلة باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي قد أسهم في زيادة انتشار المعلومات الزائفة؛ ما جعل من الصعب على الناخبين التمييز بين الواقع والخيال.

16 Ibid.
17 Darrell M. West, "How Disinformation Defined the 2024 Election Narrative," op. cit.

الوضع الاجتماعي: جائحة كوفيد-19

أثّرت جائحة كوفيد-19 تأثيرًا عميقًا في حياة مليارات البشر حول العالم. وبحكم اتّساع نطاق الجائحة، تصدّرت الخطاب الخاص والعام، وسيطرت على أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في عام 2020 وغيّرتها جوهريًّا. ففي الولايات المتحدة، ارتفع متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدمون على هذه المنصّات من 54 دقيقة يوميًّا في عام 2019 إلى 65 دقيقة يوميًّا في عام 2020.[18]



الرسم البياني 4: متوسط الوقت اليومي الذي يقضيه المستخدمون الأمريكيّون على وسائل التواصل الاجتماعي (2018-2020)[19]

18 Stacy Jo Dixon, "Topic: Social Media Use During Coronavirus (COVID-19) Worldwide," Statista, December 18, 2023, https://www.statista.com/topics/7863/social-media-use-during-coronavirus-covid-19-worldwide/#editorsPicks.

19 Ibid.

أدّى تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال جائحة كوفيد 19 إلى تصاعد حدّة الاستقطاب السياسي، خصوصًا أن انتماءات الأفراد السياسية أثّرت بقوة على تصوّراتهم تجاه الفيروس. وكما هو الحال مع القضايا السياسية الأخرى، وجَد العديد من المستخدمين أنفسهم محصورين في "غرف صدى" يتعرّضون فيها أساسًا لمحتوى يعزّز معتقداتهم المسبَقة؛ ما زاد من تعميق الانحياز التأكيدي. كذلك، أجّجت الجائحة موجة من المعلومات الخاطئة والمعلومات المضلّلة، لأن قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على إيصال الرسائل إلى جماهير واسعة مكّنت السرديات الزائفة من تشكيل الرأي العام ضمن مشهد رقمي يزداد تشظيًّا وانقسامًا. وقد دفعت هذه الظاهرة منظمة الصحة العالمية إلى وصف الوضع بأنه "جائحة معلوماتية" (Infodemic).[20]

وأصبحت منصات التواصل الاجتماعي، خصوصًا تويتر، ساحات رئيسية للمناقشات المثيرة للجدل حول جائحة كوفيد-19. ففي دراسة أجراها جيانغ وِرِين وفيرارا، تبيَّن أن ظاهرة "غرف الصدى" كانت واضحة في أقصى كلا الطرفين السياسيّيْن. لقد استخدمت الدراسة نموذج ريتويت-بيرت (Retweet-BERT)، وهو نموذج متكامل يقدِّر ميول المستخدمين السياسية استنادًا إلى ملفّاتهم الشخصية وإعادات التغريد، على مقياس يمتدّ من اليسار إلى اليمين، وذلك لتحليل النقاش الدائر حول كوفيد-19. وقد كشفت النتائج أن المستخدمين ذوي الميول اليمينية كانوا أكثر انخراطًا وتفاعلًا في كلٍّ من إنتاج المحتوى عن جائحة كوفيد-19 واستهلاكه.[21] وقد برزت هذه الظاهرة على وجه الخصوص في المجتمعات ذات التوجّهات اليمينية، حيث كان المستخدمون أكثر عزلة عن الآراء المخالفة؛ ما أدى إلى نشوء شبكة أكثر ترابطًا حدّت من التعرّض لوجهات نظر متعدّدة، وعززت الأفكار المسبقة.[22]

20 World Health Organization, "Infodemic," December 22, 2020, https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1.

21 Julie Jiang, Xiang Ren, and Emilio Ferrara, "Social Media Polarization and Echo Chambers in the Context of COVID-19: Case Study." JMIRx Med 2, no. 3 (2021): e29570, https://doi.org/10.2196/29570.

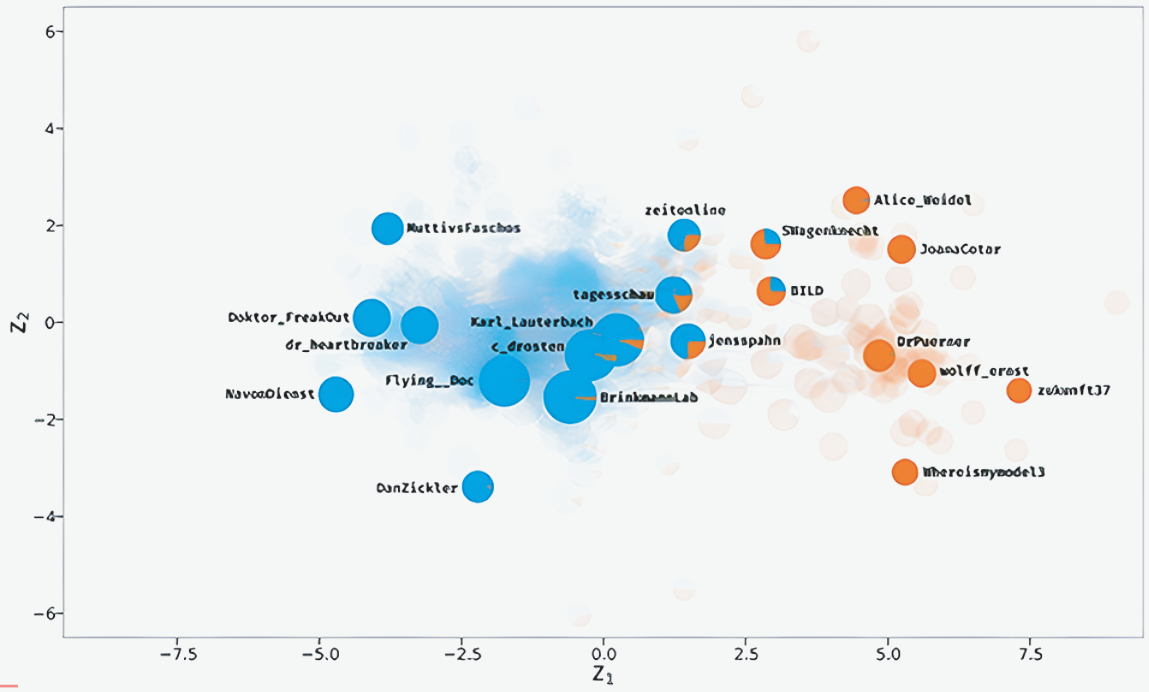
22 Ibid.

والمحرّك الأساسي للاستقطاب هو خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، التي تنتقي المحتوى وتُرتِّبه بحسب الأولوية. فاستنادًا إلى السلوك السابق للمستخدمين، تُولِّد الخوارزميات محتوى مخصّصًا يخلق "فقاعات فلترة" تعزل الأفراد عن وجهات النظر المختلفة، وتعزز آراءهم القائمة. ولا يقتصر هذا النهج على المساعدة في توسيع الفقاعات الأيديولوجية، بل يفاقم أيضًا التحيّزات المنهجية في البيئات الرقمية.[23] وعلى مدار فترة الجائحة، أدّى هذا التخصيص في المحتوى إلى تفاعل المستخدمين في الغالب مع مواد تؤيّد آراءهم السياسية، سواء بشأن كوفيد 19، أو قواعد ارتداء الكمامات، أو المعلومات الزائفة حول التطعيم.

وخلال الجائحة، تعرَّضت رسائل الصحة العامة لتقويض كبير بسبب الانقسام الذي غذّته وسائل التواصل الاجتماعي. فمع هيمنة "غرف الصدى" والفاعلين السياسيين على النقاش، في منصّات مثل تويتر، واجهت الحكومات والسلطات الصحية صعوبة في إيصال المعلومات الدقيقة. ففي دراسة شملت عيّنة من نحو 1.51 مليون تغريدة باللغة الألمانية صادرة عن 184,406 حسابات في عام 2021 وحده، تبيَّن أن النقاشات حول كوفيد-19 يهيمن عليها مجتمعان مستقطَبان: أحدهما يؤيد إجراءات الاحتواء واللقاحات، والآخر يعارضها (مثل مناهضي التطعيم).[24] وخلصت الدراسة إلى أن "نخب وسائل التواصل الاجتماعي" المرتبطة بالجائحة كانت تُجري حوارات منتظمة على منصّاتها، حيث تؤثر في الرأي العام، وتنشر معلومات زائفة خلال تلك الفترة بشأن أعداد الإصابات واحتياطات السلامة والعلاجات؛ الأمر الذي أسهم في توسيع الفجوة الاجتماعية.

23 Sachin Modgil, Rohit Kumar Singh, Shivam Gupta, and Denis Dennehy. 2024. "A Confirmation Bias View on Social Media Induced Polarisation During Covid-19," Information Systems Frontiers 26 (2024): 417–441, https://doi.org/10.1007/s10796-021-10222-9.

24 Giacomo De Nicola, Victor H Tuekam Mambou, and Göran Kauermann. 2023. "COVID-19 and Social Media: Beyond Polarization," PNAS Nexus 2, no. 8 (2023), https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgad246.



الرسم البياني 5: تمثيل نخب تويتر في نقاشات كوفيد-19 واحتمالات انتماء كل مستخدم إلى مجموعة "مؤيّدي إلزامية التطعيم" (بالأزرق) أو مجموعة "مناهضي إلزامية التطعيم" (بالبرتقالي) [25]

25 Ibid.

يوضح الرسم البياني 5 وجود انقسام يُظهر مجموعتين متميزتين لا يكاد يوجد بينهما تواصل مشترك؛ ما يدل على أن منصّة تويتر استُخدمت أساسًا لتعزيز الآراء المسبقة بدلًا من توليد نقاش بنّاء. وقد كانت "غرف الصدى" ذات الميول اليمينية أكثر نجاحًا في نشر المعلومات الزائفة؛ الأمر الذي صعّب على السلطات الصحية دحض تلك الروايات بالمعلومات الدقيقة.

إن المجتمع الممزّق، مدفوعًا بالانقسامات السياسية والأيديولوجية، يمكن أن يؤثر، عن غير قصد، على مختلف القطاعات، بما في ذلك إدارة سلاسل الإمداد؛ إذ إن الجهات الفاعلة المستقطِبة والمعلومات المتحيِّزة تؤثر على إجراءات صنع القرار الأساسية. وفي ظل حالة عدم اليقين التي أفرزتها الجائحة، فإن منظومات المعتقدات الراسخة داخل "غرف الصدى" جعلت من الصعب على الشركات إصدار أحكام موضوعية.

أظهرت جائحة كوفيد 19 كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي، عبر خوارزمياتها التي تعطي الأولوية للتفاعل على حساب تنويع وجهات النظر، أن تزيد الاستقطاب وتعزّز "غرف الصدى". وقد اتّضح أن الفئات ذات الميول اليمينية كانت أكثر عزلة داخل هذه الغرف؛ ما أدى إلى انتشار المعلومات الزائفة وغياب التوافق حول سياسات الصحة العامة. ويُؤكد هذا الاستقطاب الحاجة إلى وضع خطط لمواجهة العواقب الوَخيمة لوسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها السلبية على التواصل الصحي العام وإجراءات صنع القرار في الجوائح المستقبلية.

2- عامل الذكاء الاصطناعي في الاستقطاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا كبيرًا في الاستقطاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لأن خوارزمياته، المصمَّمة لجذب انتباه المستخدمين والحفاظ عليه، غالبًا ما تخلق "فقّاعات فلترة" تعرِض على المستخدمين محتوى يتوافق مع معتقداتهم القائمة. إن ترسيخ الآراء المسبقة هذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة التطرف السياسي والاستقطاب. وبرغم أن منصّات مثل فيسبوك ويوتيوب وتويتر ليست السبب الرئيسي للاستقطاب، فإنها يمكن أن تُضخِّم الانقسامات السياسية والاجتماعية إلى حدٍّ كبير. فالخوارزميات التي تستخدمها هذه المنصّات تسهم في تكوين "غرف صدى" بحيث يتعرّض المستخدمون لآراء متشابهة فقط؛ الأمر الذي يعزلهم عن وجهات النظر المخالفة. وتُفاقم هذه الظاهرة حدّة العداء الحزبي، ويمكن أن تشوّه تصورات الواقع.[26]

إن فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على الاستقطاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي أمر بالغ الأهمية لمعالجة التحديات التي تفرضها هذه المنصّات على السياسة المعاصرة. ويجب أن تركز الجهود الرامية إلى التخفيف من حدّة الاستقطاب على تعزيز التنوّع في وجهات النظر، والحدّ من تأثير توصيات المحتوى التي تحرّكها الخوارزميات.[27]

26 Ermelinda Rodilosso, "Filter Bubbles and the Unfeeling: How AI for Social Media Can Foster Extremism and Polarization." Philosophy & Technology 37 (2024), https://doi.org/10.1007/s13347-024-00758-4.

27 Dennis Jacob and Sven Banisch, "Polarization in Social Media: A Virtual Worlds-Based Approach," Journal of Artificial Societies and Social Simulation 26, no. 3 (2023), https://doi.org/10.18564/jasss.5170.

إحصاءات رئيسية عن البوتات والحسابات الآلية على وسائل التواصل الاجتماعي:

1- بوتات تويتر: يُقدَّر أن ثلثَي (66%) الروابط المؤدية إلى المواقع الإلكترونية الشهيرة، التي يتم تغريدها، تنشرها حسابات آلية، وليس مستخدمون بشر.[28]

2- الانتشار: أصبحت بوتات وسائل التواصل الاجتماعي تزداد انتشارًا وتعقيدًا، وغالبًا ما يفوق مستوى نشاطها نشاط المستخدمين البشر.[29]

3- تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي: ارتفعت نسبة البوتات البسيطة إلى 40% في عام 2023، مقارنةً بـ33% في عام 2022.[30]

خضع دور "بوتات" وسائل التواصل الاجتماعي؛ وهي حسابات آلية تستطيع نشر المحتوى أو التفاعل مع المستخدمين من دون تدخّل بشري، لتدقيق مكثَّف في السنوات الأخيرة. ويمكن أن تكون هذه البوتات مفيدة من حيث تقديم إجابات فورية لمختلف الأسئلة، أو إيصال تحديثات آلية بشأن الأخبار والأحداث. لكن يمكن استخدامها أيضًا للتأثير على الخطاب السياسي، أو نشر المعلومات المضلِّلة، أو التلاعب بالتقييمات والمراجعات على الإنترنت. ومع تزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في توفير الأخبار والمعلومات، أصبحت البوتات جزءًا من النقاش الأوسع حول تغيّر عادات الأخبار، والخطاب على الإنترنت، وانتشار "الأخبار الزائفة".

لفهم تأثير البوتات على نحو أفضل، أجرى مركز بيو للأبحاث دراسة لمعرفة عدد الروابط المتداولة على منصّة تويتر، التي تنشرها بوتات بدلًا من مستخدمين بشر. وقد حلّل المركز نحو 1.2 مليون تغريدة تحتوي على روابط لـ 2,315 موقعًا إلكترونيًّا شهيرًا، وذلك خلال ستة أسابيع في صيف عام 2017. وأظهرت النتائج الدور الكبير الذي تؤدّيه الحسابات الآلية في مشاركة الروابط المؤدّية إلى المواقع الإلكترونية البارزة على منصّة تويتر.[31]

28 Stefan Wojcik, Solomon Messing, Aaron Smith, Lee Rainie, and Paul Hitlin, "Bots in the Twittersphere," Pew Research Center, April 9, 2018, https://www.pewresearch.org/internet/2018/04/09/bots-in-the-twittersphere/.

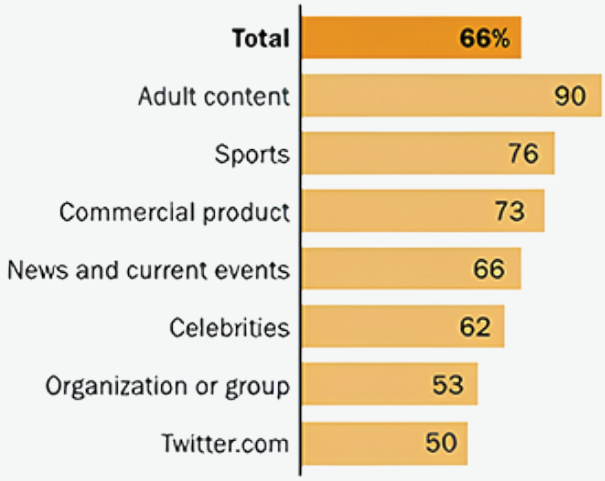
29 Homeland Security, "Social Media Bots Overview," National Initiative for Cybersecurity Careers and Studies, 2018, https://niccs.cisa.gov/sites/default/files/documents/pdf/ncsam_socialmediabotsoverview_508.pdf?trackDocs=ncsam_socialmediabotsoverview_508.pdf.

30 Emma Woollacott, "Yes, the Bots Really Are Taking Over the Internet," Forbes, April 16, 2024, https://www.forbes.com/sites/emmawoollacott/2024/04/16/yes-the-bots-really-are-taking-over-the-internet/.

31 Stefan Wojcik, Solomon Messing, Aaron Smith, and Paul Hitlin, "Bots in the Twittersphere," op. cit.

Automated accounts post the majority of tweeted links to popular websites across a range of domains

Share of tweeted links to popular websites in the following domains that are posted by automated accounts



Based on an analysis of 1,220,015 tweeted links to 2,315 popular websites collected over the time period of July 27 to Sept. 11, 2017. For comparison, links that redirect internally to Twitter.com are shown as a separate category.
"Bots in the Twittersphere"

PEW RESEARCH CENTER

الرسم البياني 6: الحسابات الآلية تنشر معظم التغريدات عبر مجموعة من المجالات

واجهت منصّات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وإكس (تويتر سابقًا) تدقيقًا متزايدًا بسبب دورها في تسهيل انتشار نظريات المؤامرة والمعلومات المضلِّلة؛ الأمر الذي دفع الشركات المالكة لها إلى الإقرار بالمخاطر المحتملة التي تشكّلها هذه المنصّات. فعلى سبيل المثال، كشف تقرير داخلي لفيسبوك أن 64% من المستخدمين المنضمّين إلى الجماعات المتطرفة تم توجيههم إلى تلك الجماعات عن طريق خوارزميات التوصية.

إضافةً إلى ذلك، أقرّت شركات وسائل التواصل الاجتماعي بأن الخوارزميات التي يحرّكها الذكاء الاصطناعي أسهمت في الإبادة الجماعية في ميانمار في عام 2016.[32] وبرغم الخطوات التي اتخذتها هذه الشركات لمعالجة هذه القضايا، مثل إنشاء فيسبوك لفريق "الذكاء الاصطناعي المسؤول"، فإن هذه الفِرَق تركّز على تحيز الذكاء الاصطناعي بدلًا من الاستقطاب المحتمل الناجم عن هذه البرمجيّات. وتشير الأعمال الاستقصائية إلى أن هذا التركيز قد يكون مقصودًا. ففي الفيلم الوثائقي "المعضلة الاجتماعية"، الذي عرضته نتفليكس في عام 2020، شارك مهندسو برمجيات، ومتخصّصون في الأخلاقيات ونقاد، آراءهم حول وسائل التواصل الاجتماعي والاستقطاب، حيث اتّفق كثيرون على أن الشركات تجِد الاستقطاب مربحًا.[33] لذا فإن استقصاء العوامل المحدّدة، التي تسهم أكثر من غيرها في الاستقطاب، أمرٌ بالغ الأهمية.

32 J. ORLOWSKI, The Social Dilemma, 2020, Available at: https://www.thesocialdilemma.com/the-dilemma/
33 Ibid.

إن تحليل خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي مباشرةً أمرٌ صعب؛ لأنها ملكية خاصة للشركات التي تديرها. وفي بعض الأحيان، تُنشر دراسات ذات صلة؛ فعلى سبيل المثال، وثّقت شركة فيسبوك منصّة المحاكاة "WES"، التي تُحاكي التفاعلات بين[34] بوتات فيسبوك التي يحركها الذكاء الاصطناعي بهدف تحديد المشاكل المحتملة في المنصّة. غير أنّ مثل هذه المصادر غالبًا ما يتم تجميلها من خلال موافقة الشركات؛ ما قد يؤدي إلى إغفال تفاصيل أساسية ومخاوف اجتماعية مهمّة. لذلك، من المهم استخدام أساليب النمذجة العامة كبدائل لتحليل هذه القضايا بمعزل عن الخوارزميات التجارية. ويسمح هذا النهج أيضًا بدراسة تطوّر مختلف أنواع الاستقطاب عبر الزمن بطريقة معيارية. إنّ الجمع بين ديناميكيات الرأي الحسابية، والنمذجة القائمة على الوكلاء (ABM) والتحليل الاجتماعي يقدّم مسارًا واعدًا للمضيّ قُدُمًا إلى الأمام.[35]

34 J. AHLGREN, M. E. Berezin, K. Bojarczuk, E. Dulskyte, I. Dvortsova, J. George, N. Gucevska, M. Harman, R. Lämmel, E. Meijer, S. Sapora, and J. Spahr-Summers, "WES: Agent-based User Interaction Simulation on Real Infrastructure," Proceedings of the IEEE/ACM 42nd International Conference on Software Engineering Workshops, 2020, [doi:10.1145/3387940.3392089].

35 Dennis Jacob and Sven Banisch, "Polarization in Social Media: A Virtual Worlds-Based Approach," op. cit.

الخاتمة

لا شك في أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أحدثت تحوّلًا في التواصل العالمي، لكن دورها في تعزيز الانقسام يظل مصدر قلق كبير. وتشير دراسات الحالة الواردة في هذا التقرير- من جائحة كوفيد 19 إلى الانتخابات الأمريكية- إلى كيف يمكن للمنصّات الرقمية أن تعمّق الاختلافات الأيديولوجية، وتنشر المعلومات الزائفة، وتخلق غرف صدى تدعم الآراء المسبقة. وتتفاقم هذه التحديات مع تزايد استخدام الخوارزميات التي يحرّكها الذكاء الاصطناعي، التي تعطي الأولوية للتفاعل على حساب التعرّض لوجهات النظر الأخرى؛ الأمر الذي يخلق بيئة إلكترونية يزدهر فيها الاستقطاب.

إضافة إلى ذلك، جعل الذكاء الاصطناعي التوليدي، وبوتات وسائل التواصل الاجتماعي، الحفاظ على نقاشات خالية من التحيّز ومستنيرة أمرًا أكثر صعوبة. وتُواصل الحسابات الآلية التأثير في السرديات العامة من خلال نشر معلومات غير دقيقة أو مضلّلة تؤثّر على ثقة الجمهور والمعتقدات السياسية. إن الاستقطاب عبر الإنترنت متجذّر بعمق، وتشير الأبحاث المتعلّقة بتأثير الخوارزميات إلى أن منصّات التواصل الاجتماعي تؤثر تأثيرًا كبيرًا على مدى ظهور المحتوى، غير أن تغيير هذه الأنظمة لا يؤدي دائمًا إلى تغيير القناعات السياسية.

ولمعالجة هذه المشكلة، لا بدّ من تبنّي استراتيجية متعدّدة الجوانب، تشمل الرقابة الحكومية وبرامج محو الأمية الإعلامية وانفتاح المنصّات. ومع وجود أكثر من خمسة مليارات مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم، فإن السياسات التي تعزز الخطاب الإيجابي، وتبطئ انتشار المعلومات المثيرة للجدل، تُعدّ في غاية الأهمية. وإذا لم يُتّخذ أي إجراء، فستستمر البيئة الرقمية في تصعيد الانقسامَيْن الاجتماعي والسياسي.

ترينـدز للبحوث والاسـتشـارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

trendsresearch.org nfo@trendsresearch.org @trendsR trendsra trends Research & Advisory trendsresearch