



جامعة الإسكندرية
ALEXANDRIA
UNIVERSITY
كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية
Faculty of Economic Studies & Political Science
معرفة واتسام

المجلة العلمية
لكلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية

<https://esalexu.journals.ekb.eg>

دورية علمية محكمة

المجلد العاشر (العدد العشرين، يوليو 2025)

أثر استخدام الفضاء الإلكتروني على تنامي قوة تيار اليمين المتطرف الألماني

(دراسة للانتخابات الفيدرالية الألمانية في عامي 2017 و2021)⁽¹⁾

**The Impact of Cyberspace Use on the Far-right's growth
in Germany**

“Case Study: German federal elections in 2017 and 2021”

بانسيه هشام محمد أحمد عمارة

باحث دكتوراه العلوم السياسية

كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية

جامعة الإسكندرية

emara.pancee@gmail.com

⁽¹⁾ تم تقديم البحث في 2024/11/26، وتم قبوله للنشر في 2025/5/25.

المخلص

تستهدف هذه الدراسة التعريف بمفهوم الفضاء الإلكتروني، وأهميته بشكل خاص للسياسة واليمين المتطرف الألماني خاصة في الانتخابات الفيدرالية لعام 2017 و2021. وقد خلصت الدراسة إلى شعبية حزب البديل من أجل ألمانيا - لاسيما في صورته الحالية ذات الأسلوب الشعبوي الذي يتفق مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي. ويمكن رد تفوق حزب البديل على الأحزاب الألمانية الرئيسية في استخدامه للفضاء الإلكتروني عام 2017 لسببين: الأول - أن حزب البديل استخدم استراتيجيات في الفضاء الإلكتروني، مثل اختطاف الهاشتاج الذي أفقد الفضاء الإلكتروني خاصية الشخصية Filter Bubble. والثاني - كثافة استخدامه من دون الأحزاب الأخرى التي استخدمت الإنترنت بكثافة أقل. أما في انتخابات 2021، على الرغم من تراجع دعم الحزب قليلاً، إلا أنه حافظ على قوته في شرق ألمانيا، واستمر في استخدام استراتيجياته الرقمية بكثافة، مما عزز مكانته كرائد للقضايا الشعبوية" في السوق الانتخابي.

Abstract

This study aims to introduce the concept of cyberspace and its importance especially to politics and the German far-right especially in the 2017 & 2021 federal elections. The study concluded AfD's populism - particularly in its current populist image, which is consistent with the nature of social media platforms. The AfD's superiority over the main German parties in its use of cyberspace can be answered for two reasons: first, that AfD has used strategies in cyberspace, such as hashjacking which made the cyberspace lose its "Filter Bubble". Besides, its intensive use compared to the lower use of other parties. In the 2021 federal elections, although the party's support fell slightly, it maintained strength in eastern Germany, and continued to use its digital strategies heavily, strengthening its position as a "Populist Issue Entrepreneur" in the electoral market.

مقدمة:

يتنامى اليمين المتطرف في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية منذ ثمانينيات القرن العشرين، وذلك لأول مرة بعد انحساره بهزيمة ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية في الحرب العالمية الثانية. وبالنظر إلى القارة الأوروبية، نجد أن الأحزاب اليمينية المتطرفة حققت - مؤخراً - نجاحات داخل بلدانها وداخل كيان الاتحاد الأوروبي؛ فعلى سبيل المثال، في البرلمان الأوروبي عام 2014، حصل "حزب التجمع الوطني" على 25% من المقاعد المخصصة لفرنسا، وحصل "حزب استقلال المملكة المتحدة" على غالبية أصوات

البريطانيين، وهي المرة الأولى منذ عقود عدة التي يتصدر فيها الانتخابات البريطانية حزب غير حزب العمال أو المحافظين. ومن جانب آخر، نجح اليمين المتطرف في إيطاليا متمثلاً في "حركة رابطة الشمال" و"حزب الخمسة نجوم" في الحصول على المركز الثالث في الانتخابات الوطنية عام 2016، ثم في الانتخابات البلدية (محمد، 2017، 189-194).

وفي حالة جمهورية ألمانيا الاتحادية تحديداً، فقد نشأ "حزب البديل من أجل ألمانيا" في أحضان شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" عام 2013، واستطاع من خلالها الانتشار، وحشد المؤيدين لأفكاره، وتخطى حزب البديل من أجل ألمانيا عتبة الـ 5% اللازمة لدخول البرلمان الألماني عام 2015؛ مما أعطاه حق المشاركة على أرض الواقع في التشريعات، ومنحه فرصة تقديم أفكاره ورؤيته أمام الشعب الألماني، ثم زادت نسبة فوزه إلى 15% عام 2018؛ ليصبح أول حزب يميني متطرف في البرلمان الألماني منذ الحرب العالمية الثانية. ولا يختلف "حزب البديل" في أفكاره عن نظرائه من أحزاب اليمين المتطرف الأوروبي، كالعداء لكل ما هو أجنبي من مهاجرين ولاجئين، ورفض الاتحاد الأوروبي، والتعصب للقومية الألمانية، وغيرها. (Serrano, Shahrezaye, Papakyriakopoulos & Hegelich, 2019, p. 214-223).

وليس هذا الحزب الممثل الوحيد لتيار اليمين المتطرف في ألمانيا في البرلمان؛ فهناك أحزاب أخرى فيه كـ"الحزب القومي الألماني" الأقدم على الساحة الألمانية، الذي يعدّ أشدها تطرفاً، إلا أنه لا يحقق نتائج مرتفعة على أرض الواقع. وبالإضافة إلى الأحزاب السياسيّة، هناك حركة "وطنيون أوروبيون ضد أسلمة الغرب"، المعروفة بـ "حركة بيجيدا PEGIDA"، التي تركز على العداء للمسلمين والإسلام، وترى فيهم تهديداً للهوية الأوروبيّة والألمانيّة، ومحاولة لاستبدال المواطن الأوروبي التقليدي بمواطن مسلم. بدأت الحركة على فيسبوك عام 2014، ونظمت مظاهرات لم يتجاوز المشاركون فيها خمسمائة شخص، إلا أنها سرعان ما وصلت إلى عشرة الآلاف من المتظاهرين (قبلان، 2018، ص 160-180).

وبشكل عام، ساعد التطور التقني للفضاء الإلكتروني على ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت لها آثارها في الحياة السياسيّة عامة، والأحزاب بمختلف أيديولوجياتها خاصة؛ إذ لمواقع التواصل الاجتماعي. واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي التأثير إيجابياً بشكل ملحوظ وقوي في زيادة المشاركة السياسيّة، التي يمكن قياسها من رصد متابعة الأخبار السياسيّة، والمناقشات حول القضايا السياسيّة، وإجراء استطلاعات الرأي؛ لقياس مؤشرات نسب التصويت الانتخابي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وبعبارة أخرى، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تدفع مستخدميها نحو المشاركة السياسيّة، وتزيد من

معلوماتهم حول الجوانب السياسيّة، فضلاً عن استخدامها في الحملات الانتخابية؛ بما يزيد من نسب المشاركة، كما أن التواصل المباشر الذي توفره شبكات التواصل الاجتماعيّ بين مستخدميها ومرشح بعينه، يشعروهم بأنهم أكثر معرفة به. وإجمالاً، مواقع التواصل الاجتماعيّ ذات أثر إيجابي في زيادة نسب المشاركة، لاسيما فئة الشباب، بوصفهم الأكثر استخداماً للتقنية الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعيّ (حسن، 2016، ص 229-252).

مشكلة البحث:

تتركز المشكلة البحثية في محاولة التعرف إلى أي مدى نجح تيار اليمين المتطرف الألماني في استخدام الفضاء الإلكتروني بما أدى إلى تناميّه؟ وهو التساؤل الذي يندرج تحته العديد من التساؤلات الفرعية، والتي يتمثل أبرزها في ماهية الفضاء الإلكتروني وتطبيقاته وخصائصه؟ كيف ساعد تطور الفضاء الإلكتروني في زيادة تأثير تيار اليمين المتطرف خاصة في الانتخابات الفيدرالية الألمانية عامي 2017 و2021؟

وتأسيساً على ما تقدم، فإن هذه الدراسة **تهدف:** الوقوف على تأثير استخدام الفضاء الإلكتروني على تنامي تيارات اليمين المتطرف في ألمانيا، بما يقتضيه ذلك من تعريف بماهية الفضاء الإلكتروني، وكيفية تعامل اليمين المتطرف الألماني مع الفضاء الإلكتروني واستخدامه في دعم تأثيره السياسي، وتجديد المزيد من المؤيدين.

وفي ضوء ذلك، استندت الدراسة على **المنهج الاستقرائي**، ومن ثم فقد استخدمت أداة الملاحظة سعيًا وراء التوصل إلى دور الفضاء الإلكتروني على تنامي اليمين المتطرف الألماني، لذلك تعتمد الباحثة على المنهج الاستقرائي بهدف التوصل لنتائج يمكن البناء عليها لفهم الأبعاد المتعلقة بموضوع الدراسة. وارتباطاً بهدف الدراسة، جاءت معالجة هذه الدراسة في مبحثين؛ حيث يناقش **المبحث الأول:** مفهوم الفضاء الإلكتروني وآثاره على الجماعات المهمشة، و**المبحث الثاني:** الفضاء الإلكتروني والانتخابات الفيدرالية الألمانية عام 2017 و2021.

المبحث الأول

مفهوم الفضاء الإلكتروني وأثاره على الجماعات المهمشة

تتعدد تفسيرات ماهية الفضاء الإلكتروني، والمصطلحات المشابهة والمطابقة له في المعنى معه، وتتداخل الإشارة إليه من خلال مفهوميين متطابقين في المعنى، هما الإعلام الجديد، والإعلام البديل.

أولاً: تعريف الفضاء الإلكتروني:

بدأ التطور الإلكتروني الحالي بظهور الحاسوب الرقمي عام 1949، ثم في السبعينيات من القرن الماضي كان الربط بين شبكات الاتصال والحواسيب؛ مما خلق ما يعرف بعلم السيبرنتيكا "Cybernetics"⁽²⁾؛ فنتج عنها ثلاثة مخرجات، هي: الثورة المعلوماتية، والفضاء الإلكتروني، والرقمنة. (عبد الصادق، 2017، ص 309-346).

وذكر أحد الباحثين أن الفضاء الإلكتروني متعدد الأسماء والمفاهيم، كإعلام الشبكي أو الصحافة الشبكية؛ نسبة إلى الوسيط الذي يحمل الرسالة الإعلامية، كما يسمى الإعلام الإذاعي أو الصحافي. واستخدم بمعنى الإعلام الإلكتروني؛ لاستناده إلى وسائل التقنية الحديثة. ويدعى الإعلام الرقمي بوصفه قائماً على التقنية الرقمية - كمواقع الويب وغيرها - وكذلك أطلق عليه اسم إعلام المجتمع أو الإعلام الشعبي؛ إذ إنه يتم إنتاجه وبثه من قبل المجتمع كصحافة المواطن والمدونات المتنوعة. كما سمي الإعلام الجديد لاختلافه عن الإعلام التقليدي في الوسيلة والتطبيقات. (شفيق، 2015، ص 27-35) ويعرف قاموس مكميلان Macmillan الفضاء الإلكتروني بأنه المساحة الافتراضية التي تعبر من خلالها البرد الإلكترونية ومصادر المعلومات من حاسوب إلى آخر (Macmillan dictionary, 2021).

وخلاصة القول فإنه يمكن تقديم تعريف إجرائي للفضاء الإلكتروني وهو: استخدام الواقع الافتراضي للتواصل أو نشر المعلومات من قبل أفراد أو جهات رسمية وغير رسمية عن طريق استخدام تطبيقاته المختلفة، مما يعد أداة إعلامية وتسويقية وإعلاماً بديلاً؛ لذلك تستخدم مصطلح الفضاء الإلكتروني أو الإعلام الجديد أو الإعلام البديل فيما يأتي للإشارة للشيء ذاته.

(2) علم السيبرنتيكا: هو علم القيادة والتحكم في الأحياء والألات وعملية الاتصال بينهما وفقاً للأمريكي نوربرت فينر Norbert Wiener.

مراحل تطور الفضاء الإلكتروني:

أحدث الإنترنت طفرة في الاتصالات عامة والفضاء الإلكتروني خاصة، وهو يعد جزءاً من الاتصال الرقمي بجانب برامج الحاسوب والخدمات المختلفة التي يقدمها. وقد بدأ بوصفه نظام اتصالات مرتبطاً بالدفاع في الستينيات، ثم انتشر، وأصبح متاحاً للعامة. (Severin & Tankard, 2010, p. 366-384) بعد أن أطلقت وزارة الدفاع الأمريكية مشروعاً باسم أربانت "Arpanet"، لأهداف بحثية. وأُنشئت وطُورت بروتوكولات وشركات كثيرة للإنترنت حتى أصبحت بالانتشار الحالي، وكانت فكرة الارتباط التشعبي "Hyperlink"، بمنزلة تحول في شبكة الحاسبات لم تتم قبل عام 1990. ويعني الارتباط التشعبي وجود رمز يستطيع المرء من خلاله الوصول إلى بيانات أو معلومات ذات صلة بما أمامه (عبد المجيد، 2019، ص 57-66).

أجيال الويب:

كانت المواقع في الماضي تقتصر على صاحبها، ويصعب تحديث المعلومات التي بها. ثم امتاز الجيل الثاني للويب بالقدرة المستمرة على التحديث إضافة إلى التفاعل والمشاركة؛ إذ يمكن زيارة الموقع، وعرض المحتوى أو تعديله، أو التعليق عليه. والتكلفة أيضاً من أهم الفروق بين الجيلين؛ إذ يمتاز الجيل الثاني للويب بانخفاض تكلفته؛ لأنه قائم على المستخدمين المتطوعين بنشر المحتوى. أما الجيل الأول فأداره متخصصون على قدر من المعرفة بلغات البرمجة اللازمة لإنشاء المواقع وإضافة المحتوى. ونتج عما سبق، أن كانت الأولوية للمستخدمين، يظهر ذلك بشكل ملحوظ في تطبيقات كثيرة كالمدونات) عبد الجواد وعبد الهادي، 2018، ص 15-48).

وتختلف المواقع الشخصية عن المدونات في الأصل وطرق التشغيل، في أن المواقع تنتمي إلى الجيل الأول من الشبكة العنكبوتية بينما المدونات ثمرة تطويرها. وهي سهلة الاستخدام، يمكن لأي فرد إنشاؤها وإضافة محتوى إليها. ومن أهم الاختلافات بين الجيلين شكل التشابك الاجتماعي، فقد جمع الجيل الأول للويب مواقع لجماعات محددة، بينما شمل الجيل الثاني ملفات شخصيات عدة، تتبادل الآراء والتعليقات، وشمل كذلك تكوين جماعات افتراضية. ولا يعدّ الجيل الثاني بديلاً ألقى الجيل الأول، لكنه بمنزلة مرحلة متطورة منه. ولا يمكن إنكار وجود عيوب في الجيل الثاني من الشبكة العنكبوتية، وأن المخاطر الأمنية تزايدت معه؛ إذ بإمكان أي فرد تحديث المحتوى، كما لازالت نسب المشاركة ضعيفة مقارنة بنسب المشاهدة. (عبد الجواد وعبد الهادي، 2018، ص 15-48).

أما عن الجيل الثالث المعروف بالويب الدلاليّ فهو يكمل ما قدمه سابقاه الجيلان الأول والثاني؛ إذ يركز على فهم المعاني وربطها. فيتعامل مع البيانات والمعلومات من خلال جمعها وتصنيفها وتخزينها وتمييز دلالاتها ومعانيها، ثم تسهيل فتح البيانات المترابطة في المعاني والموضوع دون حواجز؛ لكي يصل البحث إلى أقصى درجة من الدقة والترابط. وأخيرًا، مازال الجيل الرابع قيد الإنشاء، ويركز على تسهيل تبادل المعلومات بين الأفراد والآلات، وإتاحة الاتصال الدائم في أي وقت وأي مكان. ويتوقع تطور الجيل الرابع بتقنيات ثلاثية الأبعاد، تسهل دمج الواقع مع العالم الافتراضيّ، (عبد الجواد وعبد الهادي، 2018، ص 15-48). وهذا ما أطلقه ودعا إليه مؤسس فيسبوك مارك زوكربيرج العام الماضي عن طريق شركته ميتا Meta.

خصائص الفضاء الإلكتروني:

ويمتاز الفضاء الإلكتروني بعدد من المزايا، منها: الفاعلية، والتنوع، وتجاوز الحدود الثقافية والمكانية والزمانية، والانخراط في عملية الاتصال. ويتسم الفضاء الإلكتروني بالاتصال في اتجاهين مع الاحتفاظ لكلا الطرفين بحرية التأثير في الرسالة بالدرجة نفسها. وخلق تنوع في أشكال الاتصال، سواء أكان صوتيًا أم كتابيًا أم غير ذلك، بجانب التنوع في المحتوى الذي يختاره من قبل المستخدم. كما يتيح الفضاء الإلكتروني مساحة أكبر للعولمة، والانتشار اللامحدود للثقافات من خلال الأجهزة الرقمية. (أبو زيد، 2013، ص 29-32)

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية لهم وتنظيمها، وتسمح لهم بالتواصل مع الآخرين. كما أنها حلقات اجتماعية بين الأهل والمعارف أو من لهم الاهتمامات نفسها، وتشمل موضوعات عامة وخاصة. وتستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية لعدة أسباب منها الاتصالات الشخصية والاجتماعية، أو التجارية، أو المهنية، وغيرها. (الضبع، 2019، ص 195-208).

وتنوعت التقسيمات لشبكات التواصل الاجتماعي؛ فقسمتها بعض الدراسات لأربعة أنواع: شبكات شخصية مختصة بالتواصل بين الأصدقاء وأبناء الأسرة، وشبكات مختصة بالمهتمين بمجال معين، وشبكات مهنية تهدف إلى مواجهة البطالة وتعزيز فرص التدريب كموقع لينكد إن LinkedIn، وأخيرًا شبكات الأعمال التي تعدّ مساحة للتلاقي بين رجال الأعمال من أرجاء العالم. وصنفتها بعض الباحثين وفق الخدمات وطرق التواصل، فنوع للتواصل الكتابي ونوع للتواصل الصوتي ونوع للتواصل المرئي. كما قسمتها بعض الدراسات

إلى شبكات اجتماعية داخلية وخارجية؛ يعني النوع الأول إتاحة مساحة إلكترونية لمؤسسة أو مجموعة أفراد دون غيرهم. وقسمها بعضهم إلى شبكات الصداقة وشبكات الاهتمامات المشتركة، تقوم الأولى على علاقات صداقة فعلية في أرض الواقع تحولت إلى العالم الافتراضي، ويجمع النوع الثاني في عالم افتراضي أناسًا وفق اهتمامات واقعية للفرد. وإضافة إلى ما سبق هناك شبكات اجتماعية متنقلة، تبدأ في العالم الافتراضي، ثم تشجيع المستخدمين على تحويلها إلى العالم الواقعي. وتمتاز هذه الشبكات بإمكان إخبار الأصدقاء بأماكن وجودك حاليًا وفي المستقبل، كبرنامج Dodgeball أو Socialight. (الضبع، 2019، ص 195-208).

ولابد لأي من شبكات التواصل الاجتماعي من ثلاث صفات لتُعدَّ شبكة تواصل اجتماعي، هي: أولاً- أن يكون المستخدم مصدر المحتوى في هذه الحالة، لا المتخصصين في البرمجة. ثانيًا- أن تحدث عملية التواصل بين مستخدمين، سجلوا في الموقع واشتركوا فيه. ثالثًا- يتحكم المستخدم في المحتوى المعروض إلى حد كبير، من خلال اختيار أصدقائه أو الصفحات أو القنوات التي يتابعها (عبد الجواد وعبد الهادي، 2018، ص 91-138).

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي: (عبد الجواد وعبد الهادي، 2018، ص 51-61)

1. سهولة إنشاء المحتوى ومشاركته: ذكرنا آنفاً أن الجيل الأول من الشبكة العنكبوتية لم يكن سهلاً على الأفراد العاديين استخدامه دون الاستعانة بمتخصصين على دراية بلغات التشفير، ثم سهلت وسائل التواصل الاجتماعي إضافة المحتوى وتعديله، سواء أكان نصًا أم صوتًا أم صورة أم مقطع فيديو.
2. التعاون: خلق الويكي تعاونًا بين المستخدمين سواء أكان متزامناً أم غير متزامن، من خلال إتاحة إضافة محتوى، والإفادة من المعارف والخبرات الموجودة في ذلك الواقع الافتراضي، كرفع وثائق على جوجل لملايين - بل مليارات - المستخدمين.
3. الترابط الاجتماعي: امتازت بعض التطبيقات كفيسبوك وماي سبيس بقدرة عالية على جذب الأفراد، وساعدت على خلق بيئة تواصلية تعليمية غير رسمية، تتاح فيها مشاركة الثقافات المختلفة.
4. المحادثات: تطورت أشكال المحادثات، فاستطاع القراء التعليق على المدونات، بجانب انتشار المحادثات، ولم تعد تقتصر على مكان محدد أو زمان بعينه. كما تطورت المحادثات فشملت الرسائل الفورية بين شخصين أو مجموعة من الأفراد، وقد تكون متزامنة نصية أو صوتية.

5. **استغلال معارف المستخدمين:** الأفراد يتشاركون معارفهم وخبراتهم، بما يخدمهم جميعًا طبعًا، ويشمل ذلك تقييمات وتوصيات الأفراد للمنتجات والأماكن وغيرها. وتساعد خاصية التوسيم Tagging على التوصل إلى المعلومات المطلوبة.
 6. **الشفافية:** تنتج عن انتشار معارف المستخدمين شفافية تجاه المؤسسات والأفراد، قد تزيد أو تخفض من نسب الانتشار لكتاب ما مثلاً.
 7. **مجتمعات متطورة من أسفل لأعلى:** تنشأ المجتمعات عادة من مجموعات من أعلى متصلة بقواعد مع أسفل. أما وسائل التواصل الاجتماعي فتتيح إنشاء مدونات مختصة بأفراد من أسفل أو عمل صفحة شخصية وإضافة أصدقاء حقيقيين من الواقع ثم يتم تشارك المواد والمعارف بينهم وبين أصدقائهم؛ مما يخلق روابط بين أصدقاء أصدقائهم ومجتمع جديد من أسفل إلى أعلى.
 8. **الشخصنة:** طورت تقنية آر أس أس RSS، التي من خلالها يستطيع المستخدم الوصول لما يهمه فقط.
 9. **قابلية النقل:** تمتاز وسائل التواصل الاجتماعي بالقابلية للاستخدام في أي مكان وزمان طالما كنت متصلًا بالإنترنت.
 10. **تجميع المعارف والمعلومات وتعديل المحتوى:** يعدّ يوتيوب مثلاً على ذلك؛ إذ يستطيع أي فرد تجميع ملفات فيديو وتحميلها من أي مكان في العالم؛ مما يخلق بيئة معارف ومعلومات متميزة.
- الفضاء الإلكتروني والرأي العام:**

لا يخفى على أحد ما أحدثه الفضاء الإلكتروني من تغيير في الرأي العام العالمي والمحلي منذ منتصف التسعينيات من القرن المنصرم. ويمتاز الرأي العام الإلكتروني بسمات عدة؛ فهو حر ومعلن أي لا يخضع إلى سياسات تحريرية كالإعلام التقليدي. وأتاح الفضاء الإلكتروني فرصًا لتعبير المواطن العادي عن رأيه؛ فأعاد الديمقراطية المباشرة، التي يعبر فيها المواطن عن آرائه دون وسيط سياسي. كما خلق مفهوم الرأي العام الإلكتروني، وهو محصلة الآراء الشخصية تجاه حدث أو قضية جدلية، لكن ليس ضروريًا تمثيله لرأي الأغلبية، فقد ينتشر رأي الأقلية في الفضاء الإلكتروني على عكس الواقع. وأوجد الفضاء الإلكتروني مفهوم السخرية السياسية في سياق إلكتروني؛ إذ يستخدم الناس نصوصًا وفيديوهات وغيرها من صور العرض للتعبير عن آرائهم بشكل ساخر. ومن أشهر تلك الأمثلة في الواقع المصري الكومنت الفصيل، وأساحبي Asa7be Sarcasm Society (رفعت، 2018، ص 66-86).

وساعد الفضاء الإلكتروني على زيادة فرص التأييد والدعم في الانتخابات، لاسيما في حملتي الرئيس الأمريكي الأسبق أوباما عامي 2008-2012، الذي يعد من أوائل الساسة المستخدمين للإنترنت في زيادة الحشد والتأييد له، حتى إنه استخدم مواقع تواصل اجتماعي كثيرة، كفيسبوك، وتويتر، وماي سبيس، وأخرى بجانب موقعه الإلكتروني (Raof, Zaman, Ahmad, & Al-barakobama.com Qaraghuli, 2013, p. 1143-1148)

الأفراد والجماعات المهمشة واستخدامها للفضاء الإلكتروني:

خلق الفضاء الإلكتروني مساحة للمهمشين للتعبير عن آرائهم سعياً لأن تعترف بهم الفئات الأخرى. وهو لم يُتَح فقط فرصة حوار للمهمشين بل أتاح كذلك الفرصة للرد عليهم أيضاً. ولا يمكن للسيطرين على الساحة المجتمعية منع وجود أفراد الفئات المهمشة إلكترونياً أو تقليل تأثيرهم المحتمل في خلق مفاهيم أو إعادة الصورة المجتمعية تجاههم. (Mitra, 2001, p.29-48) وسعت الجماعات المهمشة إلى خلق ميدان بديل لها من خلال الإعلام الجديد؛ هرباً من قيود الإعلام التقليدي، ويمكن تصنيفهم: (المهمشون سياسياً، المهمشون إعلامياً، المهمشون اجتماعياً، المهمشون من الشباب، المهمشون من العامة) (أبو العز، 2016، ص 102-117)

ويقصد بهم المهمشون نتيجة آرائهم وأيديولوجيتهم السياسيّة التي يرفضها المجتمع، كالأخوان المسلمين داخل مصر أو هم من لا يهتم الإعلام التقليدي بقضاياهم، كذوي الاحتياجات الخاصة أو هم من يتبنون آراء أو ممارسات يرفضها المجتمع بشدة، كالمدمنين أو هم من يواجهون تهميشاً من قبل السلطة والمجتمع المدني أو أخيراً العامة، وهم يعبرون عن أنفسهم من خلال النكت الشعبية والسياسيّة، وهم ليسوا ذوي تعليم متقدم.

واستعرضت إحدى الدراسات التهميش في المجتمع المصري. حيث يعد من المهمشين اجتماعياً كل من الملحدين والمثليين داخل مصر والمجتمعات العربية؛ فاتجهوا إلى الإعلام الجديد للإعلان عن أنفسهم والدفاع عن أفكارهم، وطالبوا بعد ثورة الثلاثين من يونيو بعدد من المطالب، منها إلغاء خانة الديانة من البطاقة الشخصية، والسماح بالزواج المدني. لكن لجنة الخمسين التي وضعت الدستور رفضت الاجتماع مع الملحدين والنظر في مطالبهم (أبو العز، 2016، ص 102-117).

أما المهمشون السياسيون، فتعكس التحولات السياسيّة تغييرات في فئاتهم فمثلاً، كان المهمشون سياسياً في أثناء حكم الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك هم المعارضة، وسرعان ما انقلب الوضع،

وأصبحت القيادات السياسيّة السابقة ومؤيدو نظام مبارك هم المهمشون سياسياً، ثم انقلب الوضع ثانية بعد ثورة الثلاثين من يونيو، وأصبح الإخوان المسلمون هم الجماعة المهمشة سياسياً، وفي تلك الفترات كلها مثّل الإعلام الجديد مساحة للتعبير للمهمشين سياسياً لاسيما الشباب، فظهرت صفحات على موقع التواصل الاجتماعيّ فيسبوك، مثل: (كلنا خالد سعيد)، (وأنا آسف يا ريس)، (وكاذبون)، (وأنا إخوان أنا مقطف بودان)، وإن كان الفضاء الإلكترونيّ مساحة للتعبير فمزال هناك صمت جزئيّ إذ يعبرون عن آرائهم تارة بأسمائهم، وتارة من دونها، وتارة يفضلون الصمت؛ مما يسوّغ وجود تحديث في نظرية دوامة الصمت⁽³⁾ ويتفق مع نموذج الصمت كسر الصمت SBS⁽⁴⁾ (أبو العز، 2016، ص102-117).

ومن جانب آخر، عبّر الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعيّ ينقل مختلف أنواع الرسائل؛ لذلك تيسر حدوث تغييرات ديمقراطية في بعض الحالات، أو ابتعاد مجتمعات عن الديمقراطية في حالات أخرى. وسهلت تنظيم الاحتجاجات في مناطق الفساد والتقييد الإعلاميّ، وهو ما يدعو النخبة الحاكمة المستبدة إلى فرض رقابة على الإنترنت. وينظر للإنترنت بوصفه مساحة مستغلة بشكل فعال من قبل اليمين المتطرف واليسار المتطرف أيضاً؛ مما يثير تساؤلات كثيرة عن طبيعة الإعلام الجديد: أهى تسهل عمل الجماعات المتطرفة؟ أم أن السياسيّين تباطؤا في التكيف مع التقنية الجديدة؛ لأنهم معتمدون على الطرق التقليدية في عملهم السياسيّ كالإعلام التقليدي (Zhuravskaya, Petrova & Enikolopov, 2020) وأسهم تطوير الفضاء الإلكترونيّ وظهور الجيل الثاني من الشبكة العنكبوتية في استخدام الإنترنت لأغراض سياسية، لاسيما من المعارضين والمهمشين من قبل الإعلام التقليديّ، سواء أكانوا أحزاباً أم أفراداً. (Raof, Zaman, Ahmad & Al-Qaraghuli, 2013, p. 1143-1148) وساعد الفضاء الإلكترونيّ آراء وأفكاراً بدأت مهمشة، وسرعان ما تبناها الأفراد، كالدعوة للتظاهرات ثم تحولها للربيع العربيّ، وكذلك الاحتجاجات، والعصيان المدنيّ، ومهاجمة الصفحات الحكومية الإلكترونيّة، وجمع توقيعات، وغيرها من صور استخدام الفضاء الإلكترونيّ؛ للحشد. وسبقت الربيع العربيّ دعوة حركة 6 أبريل 2008 للعصيان المدنيّ، ويجدر بالذكر أن الاحتجاجات الإلكترونيّة التي سبقت الثورة التونسية، ظهرت بإطلاق صحفيّ تونسيّ مدونة "يزى" التي تعني (يكفي) باللغة العربية الفصحى. وبدأت الدعوة للتظاهر في مصر مع صفحة

(3) دوامة الصمت: نظرية إعلامية تتمحور حول أن تركيز وسائل الإعلام على توجهات ما، يزيد الأفراد شعوراً بأنها آراء الأغلبية؛ مما يؤدي لتفضيلهم للصمت؛ لأن آراءهم تنتمي للأقلية داخل المجتمع، وذلك يزيد من تخوفهم للرفض المجتمعيّ.
(4) نموذج الصمت كسر الصمت: نموذج يركز على الإعلام الجديد، وعرض الآراء المتنوعة المهمشة وغير ذلك؛ مما يكسر حاجز الصمت ولكن تقابله بعض التحديات، مثل الرقابة من الجهات الأمنية أو حتى احتمال رفض المجتمع الافتراضيّ له.

(كلنا خالد سعيد) قبل ثورة الخامس والعشرين من يناير. وكذلك بدأ الحشد لثورة الثلاثين من يونيو 2013، عن طريق نشر مجموعة شباب على منصات التواصل الاجتماعي استمارة لسحب الثقة من الرئيس الأسبق محمد مرسي (رفعت، 2018، ص 66-86). اعتمد الربيع العربي على عامل الفضاء الإلكتروني واستند إلى تحريك الأفكار وشن حملات إلكترونية، بجانب تنظيم الاحتجاجات والمطالبة بالتغييرات السياسية حتى وصل إلى الدعوة لإسقاط الأنظمة، ومن عوامل نجاحه أن نسبة الشباب في المجتمعات العربية تتجاوز 60%. وظهر ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات باسم الثورة. (عبد الصادق، 2015، ص 88-96).

ومن جانب آخر، استخدم السياسيون الشعبويون - من أمثال الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب - ورئيس وزراء الهند مودي Modi عام 2016 - الإعلام الجديد في حملاتهم الرئاسية. وركز كلاهما على تويتر بجانب مواقع تواصل أخرى، لأن تويتر يمتاز بالحرية وسرعة الانتشار بعيداً عن الرقابة التحريرية. وتجاوز ترامب حارس البوابة بالاتصال الإلكتروني عبر تويتر في بيئة تشاركية مع الجمهور. واستخدم مودي تويتر؛ للتحايل على وسائل الإعلام التقليدية، والتواصل المباشر مع قاعدته الشعبوية (Schroender, 2018, p. 60- 71)

5/3/1. الجماعات المتطرفة والفضاء الإلكتروني:

أدت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً لصالح اليمين المتطرف؛ لأنها قللت قيود الإعلام التقليدي بتآكل وظيفته بوصفه حارساً للبوابة، وخلقت مساحة للنقاش العام، لاسيما للمجموعات اليمينية المهمشة الأصغر حجماً، فاستخدمتها أحزاب يمينية كثيرة، وأتقنها سياسيون. وأتاح الإنترنت للأفراد المنعزلين الانخراط بعضهم مع بعض، دون مواجهة الرفض لأفكارهم اليمينية المتطرفة؛ لإمكان أن يعمل الواحد منهم وهو مجهول الهوية وداخل مجموعات وسائل الإعلام الاجتماعي المتجانس. وقد عملت تلك المجموعات على توسيع نطاق الرسالة وتكثيفها، وجذب المتابعين الجدد في ظل تطرف المتابعين القداماء. (Mudde, 2019, p.111-114)

تدور استراتيجية اليمين المتطرف في أنحاء أوروبا وأمريكا الشمالية حول بناء إعلام مختص به، يبيث أخباراً مضللة لتشويه سمعة أعدائه، واستخدام الشبكات الاجتماعية والضغط باسم حرية التعبير. واستخدم أقصى اليمين وسائل الإعلام الجديدة لأغراض سياسية سواء للاتصال أم للتنظيم أم للتعبئة؛ فقد استغل شبكة الإنترنت لشن حملات نفسية وتجنيد المتطوعين وتوجيههم، وجمع الأموال، والتحريض على

العنف، والتدريب، والتخطيط، والتنسيق للهجمات. ولا يعمل اليمين المتطرف على منصة واحدة، بل تتعدد إذاعاته الإلكترونية بين مختلف الوسائل السيبرانية، مثل: شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع. وتعرض البحوث الوجود اليميني المتطرف عن طريق مواقع عدة كاليوتيوب، وفيسبوك، وتويتر، وتليجرام، وغيرها. (Weimann & Masri, 2020)

ونشر القوميون البيض في إنجلترا في الرابع من يناير عام 2018 مقطع فيديو على منصة اليوتيوب عن اختلافات الأعراق وتمييزهم من منطلق العنصرية العلمية، وحصل هذا الفيديو المباشر على أعلى نسبة مشاهدة في العالم أثناء بثه. واستغل برينتون تارانت منفذ العملية الإرهابية على مسجدي كرايستشيرش، نيوزيلندا Christchurch, New Zealand موقع فيسبوك لبث إعلانه عن الهجوم وإذاعته مباشرة. ويحاول فيسبوك وتويتر حذف خطابات الكراهية والإرهاب، ومن ثم أصبح تليجرام بديلاً أكثر أمناً للمتطرفين والإرهابيين؛ فهو لا يكشف عن هوية مستخدميه وليست عليه رقابة. (Weimann & Masri, 2020)

وتناولت بعض الدراسات استخدام أعضاء المنظمات الإرهابية واليمين المتطرف للفضاء الإلكتروني؛ لنشر أفكارهم وتجنيد أفراد جدد. وقد اهتمت بعض الدراسات بطلاب الجامعات والخريجين الجدد وتعرضهم لمحاولات التجنيد من قبل الجماعات المتطرفة. وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب الجامعيين والخريجين معرضون لهجمات المنظمات المتطرفة، سواء بهدف التجنيد أم غيره، أكثر من الخبراء بجانب أنهم أكثر إدراكاً ووعياً بتطورات التطبيقات والتقنية الحديثة من الخبراء. وأكدت الدراسة فشل الخبراء في تحديد مدى تأثير المنظمات المتطرفة في الطلاب، في حالة الولايات المتحدة الأمريكية. (Bell, 2021)

وأظهرت دراسات استراتيجيات الاتصال المختصة بالجماعات الإسلامية واليمين المتطرف بعض التشابهات بينها في استخدامات الفضاء الإلكتروني؛ إذ يُولي اليمين المتطرف، والجماعات الإسلامية المتطرفة الأولوية للحروب الإلكترونية. ومن أهم استراتيجيات تلك الجماعات الاستراتيجية الاستقطاب، التي تستهدف الشباب باستخدام لغتهم، وتروج لأفكارها من خلال ربطها بشعار لألعاب حاسوب مستحسنة من الشباب، مثل Call of Duty، كدعوة للجهاد. وكذلك استخدم اليمين المتطرف الإيطالي - وتحديداً الفاشيون الجدد - في حملاته الإلكترونية للترويج للإرهابي لوكا ترين Luca Traini، صاحب الحادث الإرهابي ضد الأفارقة عام 2018، بتقديمه بوصفه إلهاً لحرب العرق God of Race war نسبة إلى إله الحرب God of war في لعبة الحاسوب. ويتم الترويج الدائم للشعور بعدم الأمان حتى يتسنى لهم عرض خدماتهم وقبول الشباب الانسياق وراءهم. ويتهم كلا الفريقين الإعلام بأنه صحافة كاذبة في حين أن

المتطرفين ينشرون أخبارًا مضللة وغير مكتملة أو خارج سياقها بغرض التضليل، على منصات التواصل الاجتماعي؛ فقد استخدم اليمين المتطرف في ألمانيا حسابات عدة للأشخاص أنفسهم لنشر خطاب الكراهية على الإنترنت. (The OCCI Research Report, 2019)

ومن طرق استخدام الجماعات الإرهابية للفضاء الإلكتروني، دورة في فن التجنيد نشرت عام 2009 على الإنترنت؛ لتجنيد أفراد للمنظمات الإسلامية الإرهابية، على النحو التالي: ينقسم التجنيد لخمس مراحل: مرحلة التركيز على مقاومة الظلم، مرحلة النقاش حول القضايا الإعلامية الجدلية كالصراع العربي الإسرائيلي، مرحلة إيقاظ النزعة الإيمانية، وتعزيز السمات الإيجابية، كالاتزام الصلاة، مرحلة غرس مفهوم الجهاد، وأن الإسلام فوق الأسرة والديمقراطية وغيرهما، وأخيرًا، مرحلة الحث على العمل الجهادي المسلح، ويدور الحوار في تلك المرحلة حول الاستشهاد وفضل الشهداء. (The OCCI Research Report, 2019)

واستطاعت داعش تجنيد الشباب واستهدافه من خلال حملات الجهاد الإلكتروني، وزاد المستجيبون لتلك الحملات، وشاركوا في القتال، حتى إن حكومة المملكة المتحدة واجهت تلك الدعاية الجهادية الإرهابية، بإزالة فيديو للتجنيد على الإنترنت بعنوان "لا حياة بلا جهاد" يعرض ثلاثة بريطانيين يشجعون على القتال مع داعش. وتستخدم حركة داعش مواقع التواصل الاجتماعي تحديدًا لخلق صورة أقوى لها مما هي عليه في الواقع، وإثارة الخوف بوصفه جزءًا من استراتيجية الحرب الإلكترونية. ويتيح لهم تويتر مساحة للرسائل السريعة، وإرسال تحديثات حية للمقاتلين والجرائم الإرهابية. وقد نجحت داعش في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لاسيما تويتر وفيسبوك في ترسيخ فكرة (نحن) في مقابل (هم). (Awan, 2017, p. 138 - 149)

ثانيًا: الفضاء الإلكتروني وعلاقته بالشعبويّة:

تطور الفضاء الإلكتروني وظهرت مواقع التواصل الاجتماعي ذات المزايا التقنية الكثيرة، فخدمت الشبكات الاجتماعية السياسيين الشعبويين لا في خلق قنوات تواصل فقط، بل في تقليل الفجوة بين الرسالة ورد الفعل أيضًا عن طريق التفاعل المستمر بين المواطن والسياسي. ولمواقع التواصل الاجتماعي ميزة أخرى، تكمن في الخوارزميات؛ فموقع كفيستوك أو تويتر يسعى إلى لفت مزيد من الاهتمام عن طريق تفضيل ما يتلقى من مشاهدات وإعجابات ونقرات وإعادة تغريد أو مشاركة أكثر، أي: كل ما هو سريع الانتشار؛ مما يجعلها مناسبة؛ لنشر الرسائل الشعبويّة، وأسلوبًا أمثل للتواصل الشعبوي، خاصة أن مواقع

التواصل الاجتماعيّ تركز - إلى حد كبير - على السياسيّين الكاريزميين الذين لديهم القدرة على إثارة القضايا المثيرة. (Hopster, 2020, p. 1- 10)

من جانب آخر، لتلك الشبكات جوانب داخلية أخرى مهمة متعلقة بالتصميم والشكل الملموس من قبل المستخدم، كتحديد عدد الكلمات على موقع تويتر، الذي يصب في مصلحة الأسلوب الشعبيّ المعتمد على الكلمات القليلة الرنانة. وأخيرًا، على الرغم من خدمة مواقع التواصل الاجتماعيّ الفكر الشعبيّ أو المتطرف، فإنه لا سبب وجيه للاعتقاد بأن شركات التواصل الاجتماعيّ تسعى عن قصد إلى تعزيز الشعبيّة، لاسيما تمثيل شركات التواصل الاجتماعيّ النظرة النيوليبرالية التي يعارضها كثير من الشعبيّين، بالإضافة إلى أن التقارب بين الشعبيّة والفضاء الإلكترونيّ الجديد يسير في الاتجاهين؛ لأن تلك المواقع تقيّد من زيادة المشاهدات ماديًا، وتلك الشبكات تزيد من فرص الانتشار للخطابات الشعبيّة Hopster, (2020, p.1-10).

المبحث الثاني

الفضاء الإلكتروني والانتخابات الفيدرالية الألمانية عام 2017

الحملات الانتخابية الألمانية والفضاء الإلكتروني قبيل وأثناء 2017:

تطرقت بعض الدراسات لبحث نشاط الأحزاب والحركات السياسيّة في ألمانيا، وتحديدًا حركة بيجيدا وحزب البديل من أجل ألمانيا والاتحاد الديمقراطيّ المسيحيّ، والاتحاد الاشتراكيّ المسيحيّ، والحزب الديمقراطيّ الحر قبل انتخابات عام 2017، بدءًا من ديسمبر عام 2014 ولمدة عامين، وذلك من خلال تحليل المواقع الرسميّة، ومواقع ساسة تلك الأحزاب على شبكة التواصل الاجتماعيّ فيسبوك. وتبين وجود تقارب كبير في الجمهور المستهدف والموضوعات بين حركة بيجيدا وحزب البديل من أجل ألمانيا؛ مما أكد توصيف بعض العلماء لحزب البديل بالشعبيّ، وأنه ليس حزبًا يمينيًا وسطيًا كما يدعي، وعلى العكس قلل الحزبان الرئيسان في ألمانيا الاشتراكيّ المسيحيّ والديمقراطيّ المسيحيّ من تلك الموضوعات الشعبيّة الطابع، على الرغم من الاهتمام النسبيّ القليل مقارنة بالتيار الشعبيّ من قبل الاتحاد الاشتراكيّ المسيحيّ. (Stier, Posch, & al, 2017, p.1-18)

وتزيد وسائل التواصل الاجتماعيّ من دعم الأحزاب اليمينيّة المتطرفة والشعبيّة، ويبدو أن هيكل شبكات التواصل الاجتماعيّ مناسب لتوصيل رسائل اليمين المتطرف الشعبيّ، سواء فيسبوك، أم تويتر أكثر من البرامج الحوارية السياسيّة. وظهر أن الاستخدام المتكرر لوسائل التواصل الاجتماعيّ بوصفها أداة

للأخبار الجارية، زاد من احتمال التصويت لصالح حزب (البديل من أجل ألمانيا)، ويقلل من نسب الأحزاب الأخرى ذات الاتجاه المتقارب مع حزب البديل من أجل ألمانيا أمثال الحزب الوطني الديمقراطي. (Schumann, Boer & al, 2019, p.1-39)

وليس بجديد أن حزب (البديل من أجل ألمانيا) نشأ داخل الفضاء الإلكترونيّ تحديداً موقع فيسبوك، وقد استخدم في اتصاله السياسيّ عددًا من المواقع للتواصل الاجتماعيّ منها تويتر، ومتعارف إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ من قبل الأحزاب الشعبويّة اليمينيّة؛ لتخطي حراسة الإعلام التقليديّ. واستخدم حزب البديل شبكات التواصل الاجتماعيّ قبل الانتخابات الفيدرالية الألمانية عام 2017، واستطاع أن يمثل أكثر هاشتاغ سياسيّ متداول، وكان أكبر الأحزاب في نسب المتابعين. وحُلّل الهاشتاج على تويتر قبل فترة الانتخابات وفي أثنائها، وتبين وجود حالة استقطاب واختطاف للهاشتاج "hashjacking" أي استخدام الشخص أو المجموعة الهاشتاج المختص بالآخر للترويج لمنتجه أو أجندته، وظهر ذلك في ألمانيا باستخدام هاشتاغ الحزب السياسيّ #AfD من قبل مجموعتين: معارض ومؤيد للحزب، ومن جانب آخر يستخدم مؤيدو حزب البديل هاشتاغ #CSU؛ مما يعكس وجود استقطاب سياسيّ بين حزب البديل من أجل ألمانيا والأحزاب الأخرى، لكن مؤيدي الحزب الديمقراطيّ الحر لا يستخدمون تلك الاستراتيجية كثيرًا في حين تزيد احتمالية الاستخدام من قبل مؤيدي حزب البديل من أجل ألمانيا لاستراتيجية اختطاف الهاشتاج عن طريق الظهور في هشتاج للأحزاب المنافسة أو المعارضة للحزب نفسه؛ لإعادة تغريدها واستقطاب الهاشتاج. (Darius & Stepany, 2019, P. 298 – 307)

وأنتجت كثافة التعرض لوسائل الإعلام البديل ذي الصلة بالشعبويّة في حالة ألمانيا خاصة زيادة في التصويت لحزب البديل من أجل ألمانيا وارتفاع المواقف الشعبويّة. وأشارت النتائج إلى أن ما يقرب من ثلث مستخدمي الإنترنت الألمان يتعرضون بانتظام لمنفذ واحد على الأقل للإعلام البديل، بجانب دور المعلومات السياسيّة على شبكات التواصل الاجتماعيّ في زيادة التعرض، فلم تخلق وسائل التواصل الاجتماعيّ قناة اتصال بين الناخبين والساسة الشعبويين فقط، بل تمهد الطريق لوسائل الإعلام البديلة التي تدعم الرسالة الشعبويّة. ولا يشترط أن يتعرض مستخدمو الإعلام البديل الشعبويّ العارضون بالضرورة لمعلومات ذات طابع شعبيّ بقصد؛ فقد مكنت شبكات التواصل الاجتماعيّ بالمصادفة من التعرض لمحتوى مماثل عن طريق المحيط الافتراضيّ للفرد؛ مما يوصل الرسالة الشعبويّة لقطاع آخر جديد، ويساعد على زيادة قواعد الناخبين المحتملة للأحزاب الشعبويّة والإسهام في الاستقطاب المجتمعيّ الشعبويّ. واتضح

أن المستخدمين لتلك الوسائل البديلة بشكل مكثف أكثر عرضة للتصويت لحزب البديل من أجل ألمانيا، ولوحظ أن مستخدمي الإعلام البديل الشعبي عادة ما يتجهون للصحف ذات الجودة العالية، للحصول على المعلومات السياسيّة بينما يحصل على الأخبار السياسيّة من وسائل التواصل الاجتماعيّ ذات التعرض العارض للإعلام البديل الشعبيّ. (Müller & Schulz, 2021, p.2- 32)

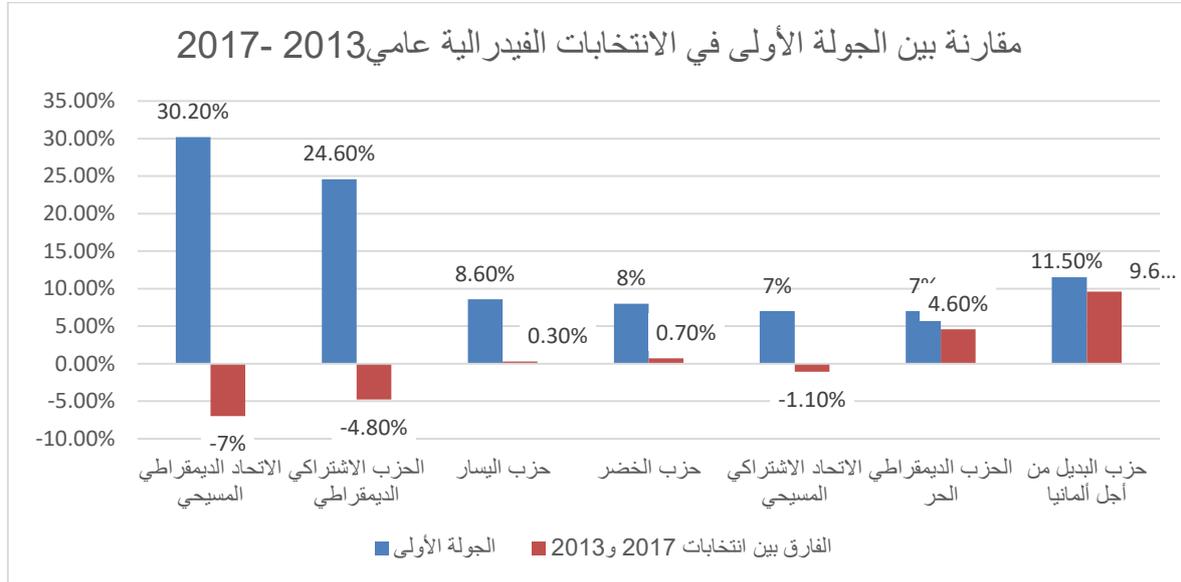
مقارنة بين الانتخابات الفيدرالية عامي 2013 - 2017:

فحصت إحدى الدراسات الملصقات الانتخابية الإلكترونية والتقليدية للانتخابات الفيدرالية عامي 2013 - 2017، وأظهرت سلبية أكثر في الرسالة النصية والبصرية في الملصقات الإلكترونية خاصة في انتخابات عام 2013 وقلت في عام 2017 بينما تشير مضافات حزب البديل إلى خصمهم السياسي. واستخدمت الأحزاب السياسية الملصقات التقليدية للإعلام والتعبئة وإقناع عامة الناخبين بينما الملصقات الإلكترونية لتعزيز الرابطة بين الحزب والأتباع. وزاد التمثيل البصري في كلا الملصقات التقليدية والإلكترونية عام 2017 بجانب التخصيص النصي في كلا النوعان . واستخدمت الأحزاب السياسية الصغيرة اسم الزعيم أكثر من الأحزاب الرئيسة بينما الأيديولوجية عكستها الأحزاب الرئيسة أكثر من الأحزاب الصغيرة في الملصقات الإلكترونية، مثل استخدام العلم الوطني من قبل الاتحاد الديمقراطي المسيحي والاجتماعي المسيحي. (Steffan&Venema, 2020, p. 370 – 388)

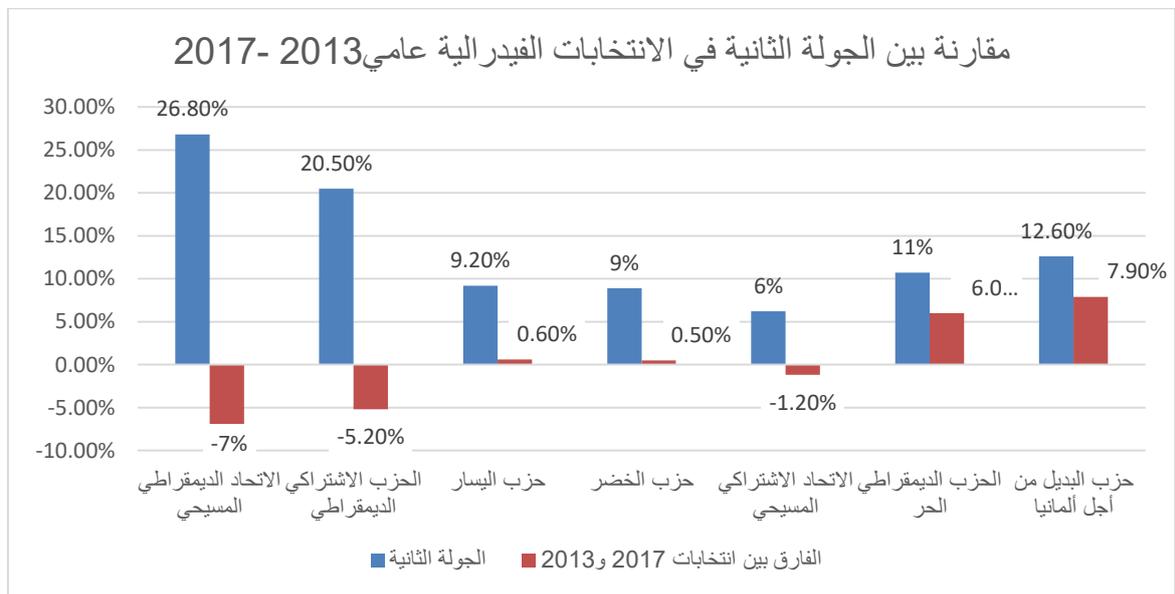
ويعكس تحليل منشورات البديل من أجل ألمانيا من مارس 2013 إلى سبتمبر 2017 تحولاً في القضايا الرئيسية حيث ركز على التشكيك في الاندماج الأوروبي واليورو في الانتخابات الفيدرالية عام 2013 ثم انطلقت لقضية الإسلام على مدار عامي 2016 و2017، فتحول من حزب القضية الواحدة في 2013 إلى حزب يميني راديكالي شعبي يناقش كل الموضوعات اليمينية الراديكالية الشعبية المشتركة: الهجرة وأوروبا والإسلام. (Arzheimer & Berning, 2019, p.1-8)

تصور الأشكال التالية تطور حزب (البديل من أجل ألمانيا)، من حزب جديد اقترب من نسبة عتبة دخول البرلمان عام 2013 - وهو عام نشأته - إلى حزب حاصل على المركز الثالث بأربعة وتسعين مقعداً مرة واحدة، بينما انخفضت أعداد مقاعد أحزاب رئيسة، كالاتحاد الديمقراطي المسيحي، والحزب الديمقراطي الاشتراكي، ويلحظ نجاح حزب البديل في زيادة نسبته بين الجولتين، بينما قلت نسبتا الحزبين الرئيسين السابق ذكرهما في الجولة الثانية. كما يلحظ ارتفاع نسب حزب البديل في ولايات ألمانيا الشرقية

السابقة، وهذا ما هو متعارف عليه بالنسبة للتصويت لليمين المتطرف، إلا أنه أيضًا استطاع زيادة نسبه في ولايات ألمانيا الغربية السابقة.



الشكل 1: مقارنة بين نسب التصويت للأحزاب الألمانية في الانتخابات الفيدرالية في الجولة الأولى لعامي 2013 و 2017⁽⁵⁾



الشكل 2: مقارنة بين نسب التصويت للأحزاب الألمانية في الانتخابات الفيدرالية في الجولة الثانية لعامي 2013 و 2017⁽⁶⁾

(5) هذا الشكل من إعداد الباحثة .

(6) هذا الشكل من إعداد الباحثة .

شبكات التواصل الاجتماعي والأحزاب الألمانية قبيل وأثناء 2017:

استطاع حزب (البديل من أجل ألمانيا) التفوق إلكترونياً عن نظرائه من الأحزاب السياسية السائدة والرئيسية عن طريق استراتيجيته الإلكترونية، التي شملت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوصفه بديلاً إعلامياً بعيداً عن الصورة السلبية الممثلة له عبر قنوات الإعلام التقليدي وبنشاط إلكتروني مكثف للحزب، بالإضافة إلى التلاعب الإلكتروني بصفحات مزيفة تزيد من جاذبية الموضوعات، ونشرها، وتخلق ترندات. أظهرت تحليلات موقعي فيسبوك وتويتر لسبعة أحزاب رئيسة في ألمانيا، منها: حزب (البديل من أجل ألمانيا) والديمقراطي المسيحي، والحزب الاشتراكي الديمقراطي، وحزب الخضر، وذلك في الفترة الممتدة بين يناير 2015 إلى مايو 2018، بالنسبة لموقع فيسبوك، ويوليو 2017 ولمدة عام بالنسبة لتويتر نشاط كثيف لاستخدام حزب البديل. (Serrano, Shahrezaye & al, 2019, p.1-12)

الجدول 1: عدد المنشورات والتعليقات والمشاركة للأحزاب السياسية الألمانية على فيسبوك⁽⁷⁾

إحصائيات لاستخدام الأحزاب الألمانية لموقع فيسبوك بين يناير 2015 إلى مايو 2018			
اسم الحزب	المنشورات	التعليقات	المشاركات
البديل من أجل ألمانيا	2,363	994,191	2,891,377
الاتحاد الديمقراطي المسيحي	1,690	272,155	153,131
الاتحاد الاشتراكي المسيحي	2,162	406,804	634,153
حزب الخضر	1,127	142,473	411,073
حزب اليسار	1,367	140,489	437,920
الحزب الديمقراطي الحر	2,211	118,277	192,974
الحزب الاشتراكي الديمقراطي	1,992	247,095	421,025

واتضح كما هو موضح في الجدول السابق امتلاك حزب (البديل من أجل ألمانيا) أكثر عدد من المعجبين، وما يعادل ضعف صفحات حزبي الاتحاد الديمقراطي المسيحي والحزب الاشتراكي الديمقراطي على صفحته الرسمية على فيسبوك، وزاد هذا العدد إلى الضعف بعد أزمة اللاجئين عام 2015 في مدة عام، أي من مائة وأربعين ألفاً إلى مائتين وستين ألفاً. كما ثبت أنه أكثر الأحزاب نشاطاً إلكترونياً؛ إذ نشر 2363 منشوراً على فيسبوك، وحصل على أعلى عدد من التعليقات، بواقع 420 تعليماً في المتوسط على كل منشور، بينما يحصل الاتحاد الديمقراطي المسيحي على مائة وستين. أما عن نسب مشاركة منشورات

(7) هذا الجدول من إعداد الباحثة .

الحزب، فحصل على أكثر من مجموع مشاركات الأحزاب الأخرى. وأخيرًا، شملت طبيعة المنشورات وشكلها موضوعات استفزازية وجدلية من خلال رسالة تجمع بين نص قصير وصورة مع التحفيز على مشاركة المنشورات، وذلك يزيد من تفاعل المستخدمين. (Serrano, Shahrezaye & al, 2019, p.1-12)

وكان للحساب الرسمي لحزب (البديل من أجل ألمانيا) على موقع تويتر أقل عدد متابعين بعكس ما على فيسبوك، على الرغم من استحواده على أكثر من 50% من الحوار السياسي على تويتر يوم الانتخابات الفيدرالية عام 2017، بجانب كونه أكثر الأحزاب في عدد الإشارات، وفاق عدد إعادة التغريد لتغريدات حزب البديل مجموع إعادة التغريد للأحزاب الأخرى كلها. وإجمالًا، يعدّ حزب البديل من أجل ألمانيا هو الحزب السياسي الألماني الذي انتشر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدم هذه الوسائل بوصفها أساسًا له لا في وقت الانتخابات فقط. وأظهرت نتائج التحليل أن خطابات حزب (البديل من أجل ألمانيا) على وسائل التواصل الاجتماعي تركز على قضايا كالهجرة، بعكس القضايا الاقتصادية على الرغم من وجودها في البرنامج الانتخابي للحزب، وبذلك استطاع الحزب عرض قضايا كانت مستبعدة من العرض السياسي (Serrano, Opcit, P. 1-12) وربما كان ذلك بسبب التاريخ النازي والتخوف من الشعبوية والراديكالية.

عكست نتائج تحليل الهاشتاج المختص باليمين المتطرف - بما فيه (حزب البديل من أجل ألمانيا) - رفضًا شديدًا لميركل وعداء لطالبي اللجوء، والإسلام، وإجرام المهاجرين، والانتهاكات بالرقابة، ويتم الهجوم على الأفكار كلها والمعتقدات المخالفة لما عندهم. ويستخدم حزب (البديل من أجل ألمانيا) وحركة الهوية تويتر بشكل أكثر فاعلية، حتى إن حزب البديل يخاطب الفئات العمرية والأيديولوجيات السياسية من محافظة إلى يمينية من خلال الحسابات الرسمية المختلفة. وأوضحت الدراسة أن المتابعين لحزب (البديل من أجل ألمانيا) على موقع تويتر أشد راديكالية من مجموعات البرلمان، وأن الحزب يركز على الأخبار السياسية ويغتنم أية فرصة لنقد الحكومة والسياسات. (Pommer, 2018, P. 40-45)

من جانب آخر، حللت إحدى الدراسات موقع يوتيوب، لاسيما القنوات الخاصة بالتيار اليميني المتطرف، كحزب البديل من أجل ألمانيا، والحزب الوطني الديمقراطي، وأظهرت النتائج التركيز على أزمة اللاجئين والمشكلات المرتبطة بها، بجانب نظريات المؤامرة المعادية للسامية عند بعض قنوات اليمين المتطرف، وزاد الجمهور الألماني اليميني المتطرف على يوتيوب بعد حين، وقد يكون ذلك نتيجة الأحداث العنيفة التي وقعت خلال ليلة رأس السنة الجديدة في كولونيا عام 2016/2015 أو زيادة قوة حزب البديل،

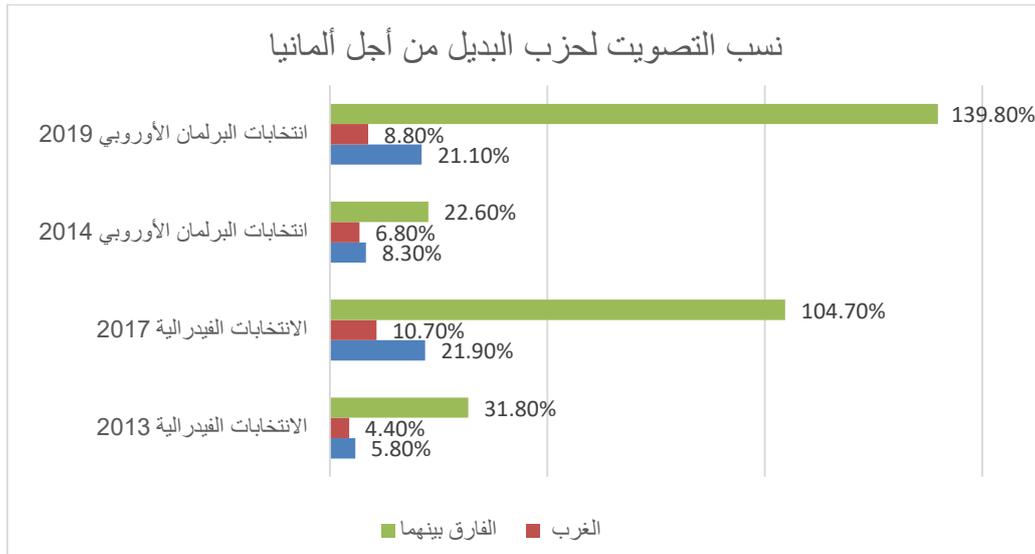
لكن تقنيًا يزداد عدد مقاطع الفيديو المنشورة في الشهر؛ مما يزيد من المعلقين وكثافتهم، ويوفر بديلاً متنوعاً، ويخفف تسلط الإعلام التقليدي خالفاً مساحة للقضايا الجدلية. واتضح وجود فرق بين اليمين المتطرف الجديد المتمثل في حزب البديل من أجل ألمانيا، واليمين المتطرف القديم الحزب الوطني الديمقراطي، في تركيز الأول على العدو الداخلي وضرورة الإطاحة بحكومة ميركل، بينما يركز الثاني على العدو الخارجي، ويتقابلان في أزمة اللاجئين. (Rauchfleisch, & Kaiser, 2020, p. 373-396)

الانقسام بين شرق وغرب ألمانيا:

نجح حزب البديل من أجل ألمانيا إذن، فكان أول حزب يميني متطرف في البرلمان الألماني بعد الحرب العالمية الثانية، وازدادت نسب التصويت له في الشرق عنها في الغرب؛ فكانت نسبة تأييده 21.9% في الشرق، بينما كانت 10.7% في الغرب، في انتخابات عام 2017، ويفسر ذلك - إلى جانب كره الشرق للهجرة وسياسات الحكومة تجاه اللاجئين والمهاجرين والأوضاع الاقتصادية - شعور الألماني الشرقي أن الحكومة الفيدرالية تهمشه، وأنه من مواطني الدرجة الثانية، ساعد هذا كله على نجاح حزب البديل في الشرق أكثر إلا أنه استطاع الانتشار في ولايات ألمانيا الاتحادية جميعاً مع التطورات الكلية في الواقع الألماني المتعلقة بالليبرالية الاقتصادية وزيادة الهجرة، ومشكلات الشرعية السياسيّة. ويمكن إجمال نقاط الاختلاف بين الشرق والغرب في الجوانب الاقتصادية، ورفض الهجرة لاسيما مع تاريخ شرقي من التجانس الثقافي؛ فرفض أهله الجيران من المسلمين واللاجئين، وغيرهم من الأجانب بجانب سخط الشرق من ممارسة النظام للديمقراطية وانخفاض تمثيل الشرقيين في البرلمانات والمجال العسكري والمشروعات الاقتصادية، والإعلام، والبحث (Weisskircher, 2020, p.614 -622).

لا يخفى على أحد تاريخ ألمانيا المتباين بين شرقها وغربها منذ نهاية الحرب العالمية الثاني، إلى أن توحدت عام 1989، إلا أنه بعد أكثر من ثلاثين عاماً لازال هناك تفاوت ملحوظ بين الشرق والغرب، فظل شرق ألمانيا على الصعيد الاقتصادي أقل بنحو 30% من الغرب في جميع مؤشرات الاقتصاد الكلي، منذ عام 1996، بجانب ارتفاع البطالة في الشرق إلى ضعف نسبتها في الغرب، إضافة إلى انخفاض نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الشرق إلى الثلث عام 2009. وقد يكون مثل هذا الانقسام الاقتصادي المستمر قد أسهم في زيادة الشعور بالاستياء الاقتصادي والإحباط عند الألمان في الشرق. (Winograd, 2021, p. 91-105)

يرجع ذلك الانقسام أيضًا إلى إرث النظام الشيوعي في الشرق، الذي سهل تقبل الألمان هناك البرنامج اليميني المتطرف لحزب البديل من أجل ألمانيا خاصة، وأحزاب اليمين المتطرف عامة، أكثر مما كان في الغرب؛ إذ كان الحزب الشيوعي في ألمانيا الشرقية يرى الشعب كتلة متجانسة من العرق الألماني الأبيض، وافتخر بالمساواة الاجتماعية بين أبنائه، ولم يقبل التعددية الثقافية وطالبي اللجوء القادمين من العالم العربي، ونتجت عن عوامل عدة، - سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية وتاريخية - فجوة بين الشرق والغرب في التصويت لصالح حزب (البديل من أجل ألمانيا)، الذي تركز خطابه على اللاجئين ومعاداة الأجانب، ولام النخب السياسية لتسهيلها وصول الأجانب المسلمين من الشرق الأوسط، واتهمهم بأنهم هم سبب من أسباب الأوضاع الاقتصادية السيئة. يفسر هذا صعود البديل لاسيما في الشرق؛ لتوافق عرضه مع سخط المواطنين من سياسات الباب المفتوح أمام المسلمين واللاجئين وفشل النخب السياسية في التعامل مع قضية الهجرة تحديدًا، مع تقديم الحزب نفسه بوصفه حزبًا ليبراليًا لا حزبًا يمينيًا متطرفًا. (Winograd, 2021, p. 91-105)



الشكل 3: نسب التصويت بين شرق وغرب ألمانيا لحزب البديل في الانتخابات الفيدرالية والبرلمان الأوروبي (Weisskircher, 2020, p. 614- 622)

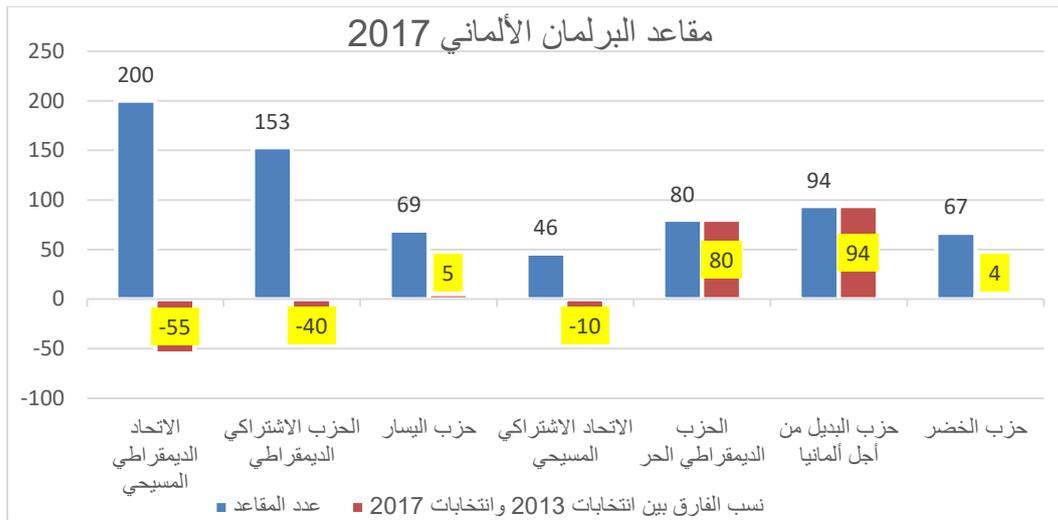
الانتخابات الفيدرالية عام 2017:

تمحورت الانتخابات العامة عام 2017 حول أزمة اللاجئين عام 2015، وسياسات دمج اللاجئين داخل المجتمع الألماني؛ إذ كان 49% من الشعب الألماني يرى أن قضية إدماج اللاجئين كبرى أزمت ألمانيا، بجانب انجذاب المواطن المتخوف من الهجرة، الذي يراها تهديدًا لألمانيا ومثل ناخبي حزب البديل أربعة مرات ونصف أكثر من الناخبين المتخوفين عن ناخبي الأحزاب الأخرى، وكذلك شكلت الاتجاهات

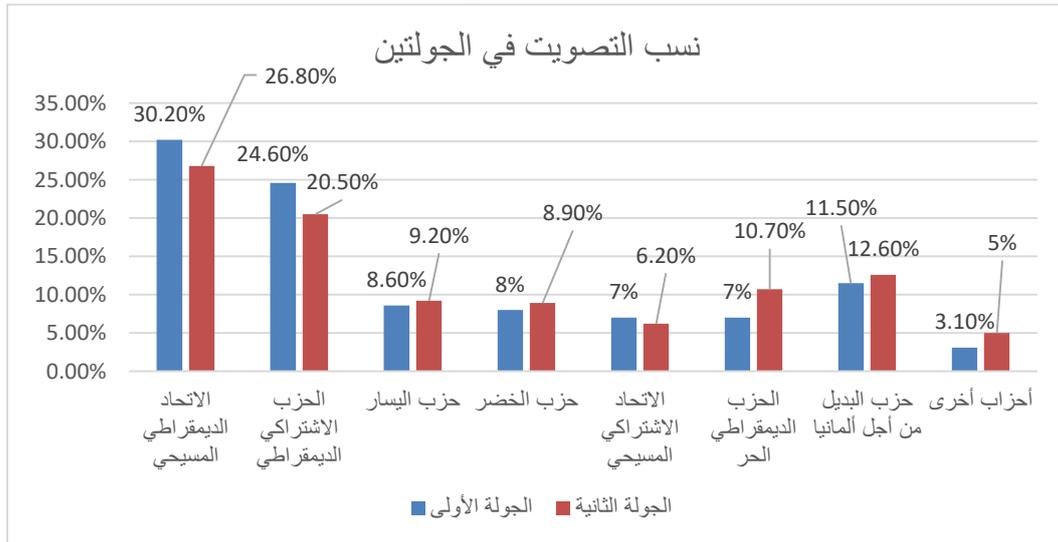
نحو سياسات محددة تأثيراً أكبر من العوامل الديموجرافية؛ فبالإضافة إلى قضية الهجرة واللاجئين هناك الاتحاد الأوروبي، لكن بعض العوامل - كالنوع الاجتماعي والتعليم - يعدّ مؤثراً، فقد أظهرت النتائج أن الرجال وذوي الشهادات الجامعية أكثر انجذاباً لحزب البديل والتحول في المزاج الانتخابي عن الأحزاب السائدة. (Rauchfleisch, & Kaiser, 2020, p. 373-396).

وأظهرت الدراسات أن ملصقات حزب البديل من أجل ألمانيا تمحورت حول صراع رئيسي بين الألمان والمهاجرين. وتم تأطير المهاجرين في الغالب كالمهدد للمعتقدات الثقافية والدينية الألمانية، وذكرت ذلك في كلمات كـ "burka" أو "نقاب" و"الإسلام وعدم انتمائه للمطبخ الألماني" بجانب الصور المرئية التي تتعارض مع العقيدة الإسلامية. وأثار البديل من أجل ألمانيا الخوف والكراهية تجاه "الآخر الغريب"، وعلاقته بالقومية "Courage to stand up for Germany" أو الوقوف لألمانيا أمام تهديد الآخر. واستخدم عبارات عدة منها ضرورة تحديد دولة الرفاهية، مما يعكس رفضهم منح ذات الخدمات للآخر. (Reitz, 2019, p. 1- 56)

استطاع حزب البديل من أجل ألمانيا زيادة نسب التصويت له في الانتخابات الوطنية عام 2017، بزيادة 7.9%؛ إذ حصل على أصوات 5.9 مليون مواطن، أي ما يعادل 12.6% بعد 3.8 مليون صوت عام 2013، وبتلك النتيجة احتل المركز الثالث بين الأحزاب في البرلمان الألماني عام 2017، وأفضل نتيجة لحزب سياسي في البرلمان منذ عام 1949. وقد عدّ حزب البديل عن كونه حزب القضية الواحدة، وهي الاتحاد الأوروبي لقضايا أخرى كالهجرة واللاجئين. وأرجعت إحدى الدراسات عوامل التحول في المزاج الانتخابي عن الأحزاب السائدة، كالحزب المسيحي الديمقراطي والاشتراكي المسيحي لصالح حزب البديل من أجل ألمانيا إلى عوامل فردية متعلقة بديموجرافية الأفراد وعامل قدرة الحزب لجذب ناخبي الأحزاب الرئيسية. (Wurthman, Marschall & Manavopoulos, 2020, p.1-13)



الشكل 4: توزيع مقاعد البرلمان الألماني وفق نتائج الانتخابات الفيدرالية عام 2017 (8) (Federal Returning Officer, 2017)



الشكل 5: نسب التصويت في الانتخابات الفيدرالية عام 2017 (9) (Federal Returning Officer, 2017)

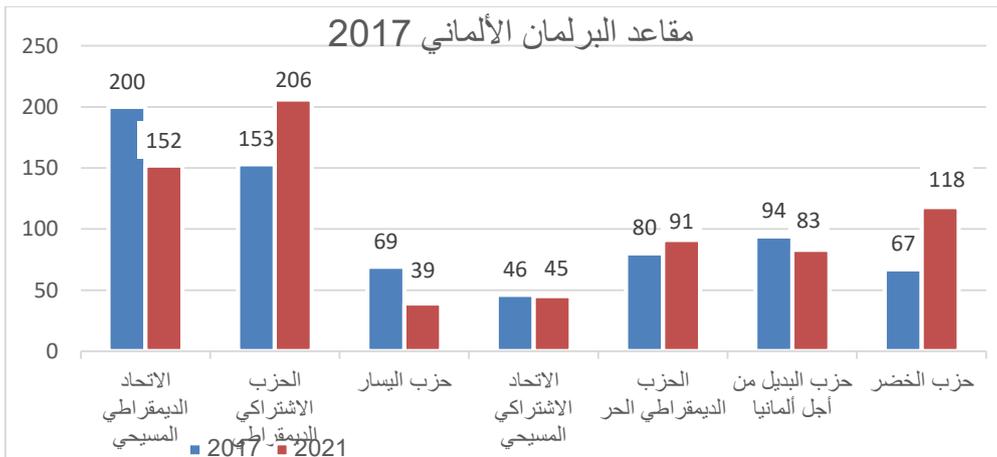
الانتخابات الفيدرالية عام 2021:

شهد حزب البديل من أجل ألمانيا في الانتخابات الفيدرالية الألمانية لعام 2021، تراجعاً ملحوظاً، حيث حصل على 10.3% من الأصوات مقارنة بـ 12.6% في انتخابات 2017. يعكس هذا التراجع تحولاً في أولويات الناخبين الألمان مع ظهور قضايا أخرى على الساحة السياسية والعالمية حيث إن قضية الهجرة، التي كانت موضوعاً رئيسياً في الحملات الانتخابية السابقة، تراجعت أمام المخاوف الأخرى مثل جائحة COVID-19. في انتخابات عام 2017، استفاد حزب البديل من أجل ألمانيا من أزمة الهجرة

(8) هذا الشكل من إعداد الباحثة .

(9) هذا الشكل من إعداد الباحثة.

واللاجئين، وجذب الناخبين الذين شعروا بالتهديد من تدفق المهاجرين. ومع ذلك، بحلول عام 2021، تضاءلت أهمية هذه القضية، وحلت محلها مخاوف بشأن إدارة الصحة العامة والكوارث الطبيعية. يعد أحد أهم العوامل الرئيسية التي ساهمت في تراجع حزب البديل من أجل ألمانيا في عام 2021 هو تغير الأولويات للناخبين. بالإضافة إلى ذلك، أدت سياسات الهجرة واللجوء الأكثر صرامة للحكومة الألمانية إلى انخفاض كبير في عدد المهاجرين الذين يصلون إلى ألمانيا مقارنة بعام 2015؛ مما قلل من تأثير البديل بورقة الهجرة. إضافة لذلك، اتجه حزب البديل من أجل ألمانيا إلى تخفيف حدة خطابه المناهض للمهاجرين في انتخابات 2021 مقارنة بعام 2017. على سبيل المثال، ركزت حملة الحزب بشكل أكبر على الترويج للهوية الثقافية الألمانية بدلاً من مهاجمة المهاجرين بشكل مباشر بجانب استمراره في استخدامها بحجة أن المهاجرين من الشرق الأوسط فشلوا في الاندماج في المجتمع الألماني، مما يهدد التماسك الاجتماعي. وربط حزب البديل من أجل ألمانيا الهجرة سابقاً بارتفاع تكاليف الرعاية الاجتماعية، مدعيًا أن المهاجرين يعتمدون على المساعدة الحكومية التي يمولها دافعو الضرائب الألمان. ومع ذلك، في عام 2021، فقدت هذه القضية أيضًا زخمها حيث تحول اهتمام الجمهور إلى مسائل أخرى، مثل إدارة الأزمة الصحية. ومع ذلك، كان لهذه الرسائل تأثير أقل في عام 2021 بسبب تغير مخاوف الناخبين. وعلى الرغم من تراجع الحزب إلا أنه لا يزال قوة سياسية كبيرة في ألمانيا خاصة في الولايات الشرقية. ومن المهم ملاحظة كيف يمكن للأحداث الخارجية، مثل الوباء والكوارث الطبيعية، إعادة تشكيل المشهد السياسي وتغيير النتائج الانتخابية. (قاسم، 2024، ص 205-231)



الشكل 6: مقارنة بين مقاعد البرلمان في الانتخابات الفيدرالية عامي 2017 و2021 (Federal Returning Officer, 2021)

(10) هذا الشكل من إعداد الباحثة.

شبكات التواصل الاجتماعي والأحزاب الألمانية أثناء 2021:

شهدت الانتخابات الفيدرالية الألمانية لعام 2021 تحولاً في المشهد السياسي، في حين انخفض دعم حزب البديل من أجل ألمانيا بشكل طفيف مقارنة بانتخابات عام 2017، إلا أنه لا يزال قادرًا على تأمين قاعدة ناخبين كبيرة خاصة في ألمانيا الشرقية. استخدم حزب البديل، المعروف بخطابه الشعبوي، المنصات الرقمية بشكل فعال لحشد الدعم ونشر رسالته. يمكن أن يبرر نجاح حزب البديل في انتخابات 2021 جزئيًا إلى استخدامه الماهر للفضاء الإلكتروني في الحملات الانتخابية، وقدرة الحزب على استغلال القضايا الجديدة، مثل استجابة الحكومة COVID-19، من خلال وجوده القوي على الإنترنت. كما وضع حزب البديل نفسه كحزب منافس، مستفيدًا من استياء الجمهور من إجراءات حكومة ميركل الوبائية. سمحت هذه الاستراتيجية لحزب البديل من أجل ألمانيا بالاستفادة من مكانة انتخابية جديدة، مما جذب الناخبين الذين شعروا بالإحباط. وقد وفر المجال الرقمي لحزب البديل منصة لتضخيم رسالته المناهضة للمؤسسة، وبالتالي ترسيخ مكانته كرائد للقضايا الشعبوية في الساحة السياسية الألمانية. انعكس تأثير الفضاء الإلكتروني على سلوك الناخبين خلال انتخابات عام 2021 في الطريقة التي تمكن بها حزب البديل من استغلال القضايا الحالية والناشئة لصالحه. لم يعزز خطاب الحزب عبر الإنترنت موقفه المناهض للمهاجرين والاتحاد الأوروبي فحسب، بل سمح له بالاستفادة من مختلف الانقسامات حول القضايا، وهذا ما يميز الأحزاب الشعبوية قدرتها على التنقل في الفضاء الإلكتروني والتواصل مع الناخبين المحبطين. (Hansen & Olsen, 2024. P. 643- 667)

أظهرت بعض الدراسات ثلاث فئات رئيسية من المخاطر الانتخابية في الحملات الانتخابية الإلكترونية وتحديداً في الانتخابات الفيدرالية الألمانية 2021 حيث ركزت الحملات الانتخابية على الجانب الإلكتروني مع انتشار جائحة COVID-19، وهم: نشر المحتوى غير القانوني، مثل خطاب الكراهية أو التشهير أو التحريض على العنف، أو التأثير السلبي على الحقوق الانتخابية، حيث تنتشر حملات التضليل ادعاءات كاذبة حول المرشحين أو التزوير الانتخابي أو المعلومات المضللة التي تعد الانتشار المتعمد للمعلومات الكاذبة للتلاعب بالرأي العام أو سلوك التصويت وجميعهم يؤثر على نزاهة الانتخابات. (Kübler & al, 2021. P. 4036 – 4044)

وتعكس الإحصاءات لفيسبوك أثناء الانتخابات 6.72% من المنشورات المتعلقة بالانتخابات بها مشكلة سواء احتمال انتهاك 4.05% للقانون الألماني، و46.65% ينتهكون الحقوق الانتخابية. ومثلت

93.24% من المنشورات ذات المشكلات تعتبر معلومات مضللة. بينما عكست نسب تويتر، نسبة 5.63% تم الإبلاغ عنها باعتبارها لتغريدات ذات مشكلة حيث و51.61% منهم ينتهكون الحقوق الانتخابية، و100% من التغريدات الإشكالية معلومات مضللة. وصنفت الدراسة المعلومات المضللة إلى أربعة أنواع رئيسية، الأولى هي التصيد، الذي يتضمن نشر محتوى مسيء أو تحريضي لإثارة أو تعطيل المحادثات، والذي مثل 47.30% من منشورات فيسبوك و57.68% من تغريدات تويتر. والثانية، شكلت الشائعات، ومثلت 31.08% من منشورات فيسبوك و29.03% من تغريدات تويتر. والثالثة مثلت نظريات المؤامرة، وهي روايات ليس لها أساس واقعي غالبًا ما تتطوي على مؤامرات سرية، 13.51% من و14.52% من التغريدات. وأخيرًا، شكل المحتوى الملقق، أو القصص الكاذبة تمامًا المصممة للخداع، و4.05% من المنشورات على فيسبوك و4.84% من التغريدات. (Kübler & al, 2021. P. 4036 – 4044)

إجمالاً، لقد لعب الفضاء الإلكتروني دور في الانتخابات الفيدرالية سواء 2017 أو 2021 وسيكمل في انتخابات فبراير 2025 المقبلة، خاصة الوسائل الأكثر حداثة للتواصل الاجتماعي مثل TikTok، من قبل مختلف الأحزاب. فقد كشفت الدراسة حول استراتيجيات استخدام الفضاء الإلكتروني لحزب البديل من أجل ألمانيا لجذب الناخبين الشباب من خلال الرسائل الشعبوية حيث ركز الحزب على الأمن والخطاب المناهض للمؤسسة وسياسات الهوية، بجانب استخدام اللغة العاطفية، والتي لاقت فعالية في الأصغر سنًا. وتمكن حزب البديل من أجل ألمانيا من إنشاء علامة تجارية مرئية قوية والحفاظ على صورتهم كحزب من الشعب، ضد النخب والتهديدات الخارجية، وخلق هذا الاتجاه الذي يتضمن نظريات المؤامرة وإثارة الخوف تبسيط للقضايا المعقدة وجذب مخاوف وتطلعات الناخبين الشباب. مع اقتراب موعد الانتخابات، من الواضح أن استراتيجية TikTok لحزب البديل من أجل ألمانيا يمكن أن تلعب دورًا محوريًا في تشكيل النتيجة الانتخابية، وربما تجذب الناخبين لأول مرة وترسخ مكانتهم كقوة سياسية رئيسية. ومن الأفضل للأحزاب الأخرى أن تستخدم ذات المنصات الرقمية للتنافس بشكل فعال. -100 p. Classen & al, 2024. (122)

الخاتمة

استهدفت هذه الدراسة التعرف إلى أي مدى نجحت تيارات اليمين المتطرف في استخدام تقنيات وآليات الفضاء الإلكتروني بما أدى إلى تناميها، متفوقًا بذلك على الأحزاب والتيارات السياسيّة الأخرى، في الانتخابات الفيدرالية الألمانية. في إطار التساؤل الرئيس للدراسة، وما انبثق عنه من أسئلة فرعية. ظهر حزب البديل من أجل ألمانيا كنموذج نوعي لليمين المتطرف؛ فقد استطاع الوصول للبرلمان الألماني في وقت وجيز، وهذا ما لم يستطع أي من نظرائه السابقين فعله. وهنا يمكن النظر لدور الفضاء الإلكتروني الذي نشأ الحزب داخله، ثم بنى المقرات الحزبية له ولكن الجدير بالذكر أن الحزب نشأ بعد عهد التطور التقني؛ ونتيجة لتطوره وظهور مواقع التواصل الاجتماعيّ بخصائصها المميزة - من سهولة إنشاء المحتوى ومشاركته وترابط أعضائه الاجتماعيّ، وإمكان المحادثات، والتفاعل عن طريق التعليقات، وعدم الاقتصار على التواصل من أعلى إلى أسفل.

ومما سبق يمكن تصور البيئة التقنية التي ظهر فيها حزب (البديل من أجل ألمانيا)، والتي استغلها باستراتيجيات إلكترونية قوية، فلم يقتصر على نشر أيديولوجيته وبرنامجه، بل حرص على تأطير منافسيه بشكل سلبيّ من خلال استراتيجية اختطاف الهاشاج وتكثيف العرض عبر الشبكات الاجتماعيّة المختلفة، سواء أكان موقع فيسبوك أم تويتر أم يوتيوب. وعكست الجداول المذكورة بالدراسة، تفوق حزب البديل من أجل ألمانيا في عدد المنشورات والتعليقات والمشاركات الإلكترونية، وذلك مقارنة بالأحزاب الرئيسة حيث فاقت أعداد المشاركات أكثر من ضعفين أول حزب ألماني، يستخدم الفضاء الإلكتروني في الحملات الانتخابية وهو الحزب الاشتراكي الديمقراطي وما يقرب من ضعفين الاتحاد الاشتراكي المسيحي.

وأظهرت الدراسة شعبية حزب البديل من أجل ألمانيا - لاسيما في صورته الحالية؛ إذ إنه يحمل سمات اليمين الشعبويّ، من القوميّة المتطرفة، والسلطوية في إقرار الأمن، والشعبويّة في رفضه للنخب الحاكمة، وأخيرًا، استخدم اللغة المبسطة المثيرة للعواطف، والجمل القصيرة، وتميزت ملصقاته بالعداء للمهاجرين وخاصة الإسلام والمسلمين سواء من خلال النص أو الصورة.

والجدير بالذكر أن هذا الأسلوب الشعبويّ يتفق مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعيّ التي تهتم بكل ما يزيد نسبة انتشار الحزب وبالطبع: كل ما يخلق جدلاً..، وكل ما كان موجزًا كما في تحديد تويتر لعدد الكلمات، لكن هذا لا يعني أن مواقع التواصل الاجتماعيّ تساند اليمين المتطرف الشعبويّ بل وفرت قنوات تواصل مفتوحة للجميع، بعيدًا عن حراسة البوابة للإعلام التقليديّ وخصائصها، مما زاد من نسب

انتشار الخطاب الشعبويّ عامة، وظهر ذلك جليًا من خلال نسب متابعي حزب البديل وعدد منشوراته على مواقع التواصل الاجتماعي.

واستغل حزب البديل أزمة اللاجئين في الحملات الانتخابية، لاسيما الحملات الإلكترونية خاصة 2017، التي نبهت الدراسات إلى تسليطه الضوء على أزمة اللاجئين والهجرة وعلاقتها بالاقتصاد والثقافة، لكن لا يمكن الجزم باستغلاله لتلك القضية؛ لأن حزب البديل في النهاية يحمل أيديولوجية قومية متطرفة متعصبة لوطن ألمانيّ، يتحدث الألمانية، ويتشارك أبناؤه الثقافة الألمانية، دون لاجئين أو مهاجرين أو مسلمين.

أخيرًا، لماذا تفوق حزب البديل على الأحزاب الرئيسية في استخدامه للفضاء الإلكتروني؟ يمكن رد ذلك لسببين:

الأول: أن حزب البديل استخدم استراتيجيات كثيرة في الفضاء الإلكترونيّ، مثل اختطاف الهاشتاج وأفقد الفضاء الإلكترونيّ خاصية الشخصية Filter Bubble.

والثاني: كثافة استخدامه من دون الأحزاب الأخرى التي استخدمت الإنترنت بكثافة أقل، بتركيز - بعض الشيء - على طرق تقليدية في المعلومات الانتخابية، وأكبر دلائل نجاح حزب البديل الإلكترونيّ كونه أكثر الأحزاب ذكرًا على تويتر يوم الانتخابات الفيدرالية عام 2017.

ونختتم الدراسة بعد عرض دور الفضاء الإلكترونيّ، لا يمكن إنكار تأثير الفضاء الإلكترونيّ في السياسة والإعلام. فلم تعد النخب أو الناشطون السياسيّون المتحكمين الرئيسيين في اللعبة السياسيّة. ولا يمكن الاستمرار في الممارسات السياسيّة بالطرق التقليدية وحدها دون الفضاء الإلكترونيّ. وإن كان اليمين المتطرف فصيلًا سياسيًا استخدم الإنترنت بديلاً عن الإعلام التقليديّ الذي يهمله، فلا ننفي قدم الأفكار اليمينيّة المتطرفة، ويجب عدم تعميم أفكار اليمين المتطرف على الحالات كلها حتى إن تشابهت؛ فلاتزال كل حالة تتفرد بنفسها. أما عن الفضاء الإلكترونيّ فهو نتاج تطور تقني مستمر، فما عُرض في المبحث الأول قابل للتغيير والإضافة عبر السنين بتطور التقنية. لكن مفهوم الفضاء الإلكترونيّ - بوصفه إعلامًا بديلاً ودوره في خلق مساحات للديمقراطية والتأثير في الرأي العام - لا يمكن إنكار توسعها مع ازدياد التطور يوميًا بعد يوم.

وقد شكلت الانتخابات الفيدرالية عام 2021 في ألمانيا تحولًا كبيرًا في المشهد السياسي، لاسيما بالنسبة لحزب البديل من أجل ألمانيا، الذي شهد انخفاضًا ملحوظًا في الدعم مقارنة بانتخابات عام 2017.

يمكن أن يُعزى هذا الانخفاض تحول أولويات الناخبين، مع وجود قضايا مثل إدارة COVID-19 والصحة العامة التي لها الأسبقية على الهجرة، والتي كانت في السابق موضوعاً رئيسياً لحزب البديل من أجل ألمانيا إلا أنه لا يزال يمثل قوة سياسية كبيرة خاصة في شرق ألمانيا، بسبب استخدامه الفعال للمنصات الرقمية للتفاعل مع الناخبين مع وجود قضايا مهمة تتعلق بانتشار المعلومات المضللة وخطاب الكراهية وأشكال أخرى. ويتوقع زيادة دور الفضاء الإلكتروني بينما تستعد ألمانيا للانتخابات الفيدرالية الألمانية القادمة فبراير 2025، بما في ذلك المنصات الأحدث مثل TikTok، مما يتطلب نهجاً استراتيجياً من جميع الأحزاب السياسية للمشاركة بفعالية مع الناخبين وضمان نزاهة العملية الديمقراطية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

• الكتب:

1. حسنين شفيق. (2015). الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية- التسريبات.. التجسس.. الإرهاب الإلكتروني. مصر: دار فكر وفن.
2. رفعت الضبع. (2019). الإعلام الجديد. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
3. سامح عبد الجواد، محمد فتحي عبد الهادي (2018). وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي. القاهرة: الهيئة العامة للكتاب.
4. عادل عبد الصادق. (2017). الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية دراسة في النظرية والتطبيق. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
5. عادل عبد الصادق (2015). الفضاء الإلكتروني وموجات التغيير في العالم العربي. مجلة الديمقراطية: مؤسسة الأهرام. 15 (57)، ص 88-96.
6. لؤي عبد المجيد. (2019). ما الفضاء الإلكتروني. القاهرة: الهيئة العامة للكتاب.
7. محمد رفعت (2018). الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. الطبعة الأولى. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

• المقالات والدوريات:

1. رايح زغوني. (2014). الإسلاموفوبيا وصعود اليمين المتطرف في أوروبا: مقارنة سوسيوقافية. المستقبل العربي. (421).
2. عبد العزيز على حسن. (2016). العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر". مجلة الجامعة الأردنية. 43 (1).

3. مروان قبلان. (2018). صعود اليمين المتطرف في ألمانيا: أسبابه، تياراته، ومستقبله. مجلة البيان السعودية. المركز العربي للدراسات الإنسانية بالقاهرة. (15).
 4. مصطفى كمال محمد. (2017). اليمين المتطرف في أوروبا: ليس صعوداً فردياً! مجلة الديمقراطية. 17(65).
 5. وليد قاسم. (2024). تأثير الهجرة الدولية على صعود أحزاب اليمين الراديكالي: دراسة حالة ألمانيا. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة. 25 (3).
- الرسائل العلمية:

1. أحمد أبو زيد (2013). الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية - دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك أوباما 2008. رسالة ماجستير. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مصر. ص 29-32.
2. إنجي عباس أبو العز (2016). دور الإعلام الجديد في التأثير على سلوك الجمهور المصري في إطار نظرية دوامة الصمت". رسالة دكتوراه. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر. ص 102-117.
3. زينب مجدي على. (2016). تأثير الأزمة المالية العالمية على صعود أحزاب اليمين المتطرف في دول الاتحاد الأوروبي (2009-2014). رسالة ماجستير. كلية اقتصاد وعلوم سياسية، جامعة القاهرة. مصر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

• **Books:**

1. Braunthal, G.(2009). *Right wing Extremism in Contemporary Germany*. New York: Palgrave Macmillan.
2. Kallis, A. (2018). The Radical Right & Islamophobia. Rydgren, J. *The Oxford handbook of the radical right* (p. 76 - 93). New York City: Oxford University Press.
3. Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. USA: Cambridge University Press.
4. Mudde, C. (2019). *The Far Right Today*. Cambridge, UK: Polity Press.
5. Vasilopoulou, S. (2017). European Integration and the radical right. Mudde, C. *The Populist Radical Right* (181- 195). New York: Routledge.

• **Periodicals:**

1. Arzheimer, K. & Berning, C. (2019). How the Alternative for Germany (AFD) and their voters veered to the radical right, 2013- 2017. *Electoral Studies*, 60. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261379418305158?via%3Dihub>
2. Awan, I. (2017). Cyber-extremism: Isis and the power of social media. *Social Science and Public Policy*, 54(2), Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12115-017-0114-0>
3. Bar-on, T. (2016). *Where have all the fascists gone?* New York, USA: Routledge. ISBN 978-0-7546-7154-1. p. 21- 32.
4. Classen, K., Kollmer, A., Schlage, M., Schöpflin, A., Winkler, J., & Witterspan, H. (2024). Right-wing populist communication of the party AfD on TikTok: To what extent does the AfD use TikTok as part of its communication to win over young voters? In A. Godulla, C. Buller, V. Freudl, I. Merz, J. Twittenhoff, J. Winkler, L. Zapke (Eds.), *The Dynamics of*

- Digital Influence: Communication Trends in Business, Politics and Activism (pp. 100-122). Retrieved from <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-94713-2>
5. Costello, M., Hawdon, J., Ratliff, T., & Grantham, T. (2016). Who views online extremism? Individual attributes leading to exposure. *Computers in Human Behavior*, 63, Doi: 10.1016/j.chb.2016.05.033.
 6. Hopster, J. (2020). Mutual Affordances: the dynamics between social media and populism. *Media, Culture & Society*. doi.org/10.1177/0163443720957889.
 7. Kübler, J., Sekwenz, M.-T., Rachinger, F., König, A., Gsenger, R., Pírková, E.,... Ferro, C. (2021). *The 2021 German Federal Election on Social Media. An Analysis of Systemic Electoral Risks Created by Twitter and Facebook Based on the Proposed EU Digital Services Act*. Wien: Sustainable Computing Lab.
 8. Mellander, E. (2020). *What Constitutes right-wing extremism?- An analysis of three European Political Parties*. (Master's Thesis). Retrieved from <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/63391>
 9. Michael A. Hansen & Jonathan Olsen (2024) The Alternative for Germany (AfD) as Populist Issue Entrepreneur: Explaining the Party and its Voters in the 2021 German Federal Election, *German Politics*, 33:4, 643-667, DOI: 10.1080/09644008.2022.2087871
 10. Mitra, A. (2001). Marginal Voices in Cyberspace. *New Media & Society*, 3.
 11. Müller, P., & Schulz, A. (2021). Alternative media for a populist audience? Exploring political and media use predictors of exposure to Breitbart, Sputnik, and Co. *Information, Communication and Society*.
 12. Raof, J., Zaman, H.B., Ahmad, A., & Al-Qaraghuli, A. (2013). Using social network systems as a tool for political change. *International Journal of Physical Sciences*, 8, 1143-1148.
 13. Raof, J., Zaman, H.B., Ahmad, A., & Al-Qaraghuli, A. (2013). Using social network systems as a tool for political change. *International Journal of Physical Sciences*, 8, 1143-1148.
 14. Rauchfleisch, A., & Kaiser, J. (2020). The German Far-right on YouTube: An Analysis of User Overlap and User Comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64 .
 15. Schroeder, R. (2018). *Social Theory after the Internet*. London: UCL Press. P.60-71.
 16. Schumann, S., Boer, D., Hanke, K., & Liu, J. (2019). Social Media Use and Support for Populist Radical Right Parties: Assessing Exposure and Selection Effects in a Two-wave Panel Study. *Information, Communication and Society*.
 17. Severin, W. & Tankard, J. (2010). *Communication Theories- Origins, Methods, and use in the Mass Media*. International 5th Edition: Pearson.
 18. Steffan, D., & Venema, N. (2020). New medium, old strategies? Comparing online and traditional campaign posters for German Bundestag elections, 2013–2017. *European Journal of Communication*, 35. (Steffan, & Venema,2020 , p. 370 – 388)
 19. Stier, S., Posch, L., Bleier, A. & Strohmaier, M. (2017). When populists become popular: comparing Facebook use by the right-wing movement Pegida and German political parties, *Information, Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328519.
 20. The OCCI Research Report (2019). *Hate speech and Radicalization Online*. London.

21. Weimann, G & Masri, N. (2020). The virus of hate: Far right terrorism in cyberspace. Israel: *International Institute for Counter-Terrorism*. Retrieved from <https://www.ict.org.il/images/Dark%20Hate.pdf>
 22. Weisskircher, M. (2020). The Strength of Far-Right AfD in Eastern Germany: The East-West Divide and the Multiple Causes behind 'Populism.' *The Political Quarterly*, 91(3), <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12859>.
 23. Winograd, S. (2021). The Radicalization of the Far-Right in Germany and Regional Disparities in Support. *The Dartmouth Undergraduate Journal of Politics, Economics, and World Affairs*. 1(3). P
 24. Wurthman, L. Marschall, S., Triga, V & Manavopoulos, V. (2020). Many losers – One winner? An examination of vote switching to the AfD in the 2017 German federal election using VAA data. *Party Politics*.
 25. Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R.(2020). Political Effects of the Internet and social media. Forthcoming, *Annual Review of Economics*. DOI/10.1146/annurev-economics-081919-050239, Retrieved from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3439957>
- **Theses:**
1. Bell, M. (2021). *Terrorism and social media: Extremist groups and College Student Recruitment*. (Doctoral Dissertation). Retrieved from Walden Dissertation and Doctoral Studies. 11158. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/11158>
 2. Glasmeier, R. (2016). *Pegida: Fearful patriots or right-wing radicals?*. (Master's Thesis). Retrieved from [Ruth K. Glasmeier_M60-IR_PEGIDA, fearful patriots or right-wing radicals.pdf \(unit.no\)](https://www.researchgate.net/publication/311111111/Pegida_fearful_patriots_or_right-wing_radicals.pdf)
 3. Medellin, G.(1998). *The rise of the extreme right in France and Germany and the problem of immigration*. (Master's Thesis). Retrieved from https://research.library.mun.ca/789/1/Medellin_Gabriela.pdf
 4. Pommer, A. (2018). *Alternative realities on social media: Twitter and the German Right-Wing*. (Master thesis). Charles University, Faculty of Social Sciences, Institute of Political Science.
 5. Reitz, A. (2019). *Political Campaign Strategies of the party Alternative for Germany: A qualitative Study of Posters for the 2017 Federal Election*. (Master Degree): Jonkoping University. Sweden Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1323039/FULLTEXT01.pdf>
 6. Shatilov, V. (2017). *From the Margins to the Mainstream: Rise of Right-Wing Parties in Modern Germany*. Senior Theses. Retrieved from https://fordham.bepress.com/international_senior/5
- **Others:**
1. Darius, P. & Stepany, F. (2019, November). "Hashjacking" the Debate: Polarisation Strategies of Germany's Political Far-Right on Twitter. Social Informatics 11th International SocInfo, Doha, Qatar.
 2. Serrano, J.C., Shahrezaye, M., Papakyriakopoulos, O., Hegelich, S. (2019) "The Rise of Germany's AfD: A Social Media Analysis" 10th International Conference on Social Media

and Society, 214-223. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/334155685>

• **Websites:**

1. *Federal Returning Officer*. (2021). Bundestag election 2021. Retrieved from https://www.bundeswahlleiterin.de/en/bundestagswahlen/2021/ergebnisse/bund-99.html?utm_source=chatgpt.com
2. *Federal Returning Officer*. (2017). Bundestag election 2017. Retrieved from <https://www.bundeswahlleiter.de/en/bundestagswahlen/2017/ergebnisse/bund-99.html>
3. Macmillan dictionary. Last access on 2/9/2021. Available at: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/cyberspace>