



تشكيل الوسم لقضايا الرأي العام المتداولة بين إمكانية التمثيل وخطر التضليل  
قراءة نقدية في آليات عمل تويتر من منظور دوامة الصمت  
**Hashtag formation of Teanding public opinion issues between  
representation possibility and misinformation risk .  
a critical reading in twitter s working mechanisms from the perspective of  
spiral of silence theory.**

الباحث . رقاد عبد المنعم

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، (الجزائر)، الايميل : [abdelmounaim.reggaz.etu@univ-mosta.dz](mailto:abdelmounaim.reggaz.etu@univ-mosta.dz)

تاريخ النشر: 2021/12/30

تاريخ قبول النشر: 2021/11/04

تاريخ الإستملا: 2021/09/01

**ملخص:** تهدف هذه الورقة البحثية إلى تقصي ونقد أدوار تويتر في بيئة الرأي العام ، من خلال فحص آليات إبرازها للقضايا المتداولة وإمكانية تمثيل أو تضليل الوسم لرأي الأغلبية بالاعتماد على الطرح النظري لدوامة الصمت كأحد أهم المرجعيات في هذا السياق ، توصل الباحث إلى الجدوى العلمية لعدد من افتراضات الباحثة الألمانية إليزابيث نيومان لتفسير تشكيل قضايا الرأي المتداولة في بيئة تويتر وإمكانية تحولها إلى قضايا مهيمنة على بيئة الرأي المتاحة لمستخدميه وفق آليات مضبوطة وخوارزميات موجهة.

**الكلمات المفتاحية:** تويتر ، الرأي العام الرقمي ؛ الهاش تاغ ؛ تضليل الرأي العام ؛ دوامة الصمت.

**Abstract:** this research paper aims to investigate and critique the twitter roles in the public opinion environment , by examining their mechanisms for highlighting popular issues and the Hash tag possibility for representing or misleading the popular opinion , relying on the spiral of silence theoretical proposition as one of the most important references in this context we reached the scientific feasibility of some Neumann's hypotheses to explain the public opinion issues formation in the Twitter environment and the possibility of it becoming dominant in the users available environment by precise mechanisms and vectored algorithms

**Keywords:** Twitter; digital public opinion ; Hash tag ; public opinion misleading ; spiral of silence .

رقاد عبد المنعم

## 1. مقدمة:

تشير الأبحاث الإعلامية إلى أن وسائط الميديا الجديدة تؤثر بشكل كبير في بيئة الرأي العام لكن وفي ظل حداثة هذه الوسائط وغياب نظرية علمية تفسر آليات هذا التأثير ومداه اعتمدت أغلب الدراسات الحديثة على المخزون النظري الذي قام على دراسة وسائل الاتصال الجماهيري ويعيد الرأي العام أحد أهم وأعقد الاشكاليات البحثية التي شغلت المختصين واستحوذت على اهتمامهم لعقود في ظل سيطرة وسائط اتصالية مختلفة ووفق مقاربات ومناهج بحثية متعددة ، ولم تفقد إشكالية البحث في الرأي العام مشروعيتها في الوقت الراهن بل زادت هذه المشروعية في ظل تعدد الوسائط ونقص السند المعرفي لتفسير آليات تشكل الإجماع حول القضايا العامة ، وهو ما دفعنا لمحاولة فحص آليات تشكيل الرأي العام في بيئة مختلفة تسيطر عليها الوسائط الرقمية للإعلام ، ولعل أحد أهم هذه الوسائط شبكة تويتر التي تبني مناخ للرأي العام تناقش فيه قضايا على أنها قضايا أغلبية ، وتوسم بالمتداولة وتضمحل أخرى على أنها أقل شعبية ورواجا أو غير متداولة ، هذه الآلية التي يمكن أن تمتد إلى الرأي العام الواقعي لتهيمن بالتالي على بيئة الرأي المتاحة للأفراد وفق الطرح النظري لدوامة الصمت

هذه النظرية نجدها مقارنة مناسبة لتفسير آليات تشكيل تويتر لقضايا الرأي العام خاصة في ضوء ميزة المتداول التي يتميز بها كخاصية فريدة وبملاحظة دورها في بروز الوسم أو "الهاش تاق" حسب الترجمة الحرفية للكلمة الانجليزية و آليات تضليل أوتزييف رأي الأغلبية على تويتر عبره ، وعليه نسعى لتقصي هذه علاقة إبراز تويتر للوسم بالهيمنة على بيئة الرأي عبر خاصية المتداول وفرضها على المستخدمين كمرادف لرأي الأغلبية ، منطلقين من التساؤل الاشكالي التالي: كيف يمكن تفسير تشكيل تويتر للقضايا المتداولة

**لدى الرأي العام بالاعتماد على نظرية دوامة الصمت ؟**

ويتفرع عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو الرأي العام الرقمي ؟

- ما القدرة التفسيرية لنظرية دوامة الصمت في بيئة تويتر؟

- كيف يشكل الوسم قضايا الرأي العام المتداولة ؟

ولإجابة على جملة التساؤلات وفق قالب منهجي ندرج المحاور الآتية :

- ماهية الرأي العام .

- توظيف دوامة الصمت لتفسير تشكيل توتر لقضايا للرأي العام.

- تشكيل الوسم لقضايا لرأي العام المتداولة ، نماذج تطبيقية .

2. ماهية الرأي العام :

2.1 كرونولوجيا مفهوم الرأي العام:

ترجع نشأة مفهوم الرأي العام إلى الثورة الفرنسية حين استخدمه السياسيون الفرنسيون للتعبير عن اتجاهات وآراء ومصالح كبار التجار خلال مرحلة ما بعد الثورة ، ثم تبلور المفهوم بشكل أكبر بعد الحربين العالميتين ، ورغم شعبية مفهوم الرأي العام فإنه على غرار مفاهيم العلوم الاجتماعية لم يتم الاتفاق على تعريف جامع له (political-encyclopedia.org، 2021) فاستخدم مفهوم الرأي العام لتسمية ظواهر متنوعة وموضوعات مختلفة إذ لا يوجد استقرار ولا تفاهم حول معايير تطبيق المصطلح والملاحظ أن هناك سداحة نظرية تحيط بالمفهوم (blanchet, 2011, p. 24)

يعرف الرأي العام بأنه خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد لدى غالبية فئات الشعب تجاه موضوع أو قضية قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية ، كما قد تكون محلية أو وطنية أو دولية ويثور حولها الجدل ، ولهذا لإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع المرتبطة به (كافي، 2014، صفحة 21) ، ويلعب المصطلحان المتعارضان الكلام والصمت دورا مهما في عملية تكوين الرأي العام ومناخ الرأي وكذا على الاستعداد للتحدث أو الميل إلى الصمت ضمنه ، ومصطلح التحدث لا يعني فقط الاتصال الشفهي ولكن يفيد أيضا العرض العام للمواقف من خلال السلوك والرموز (mai، 2016، صفحة 5) كما يعد مصطلح مناخ الرأي محوريا لفهم الرأي السائد إذ يميل الأفراد حسب نيومان لتقييم مدى اتفاق وجهة نظرهم مع مناخ الرأي إما عبر التصور المباشر للبيئة أو بواسطة وسائل الإعلام . (Butenschön, 2013, p. 18)

2.2 مفهوم الرأي العام الرقمي :

يمثل الرأي العام الرقمي محصلة التفاعل بين وجهات نظر الجماعات الناشطة على الخط عبر مختلف منصات التواصل ، حيال قضية أو حدث يمس مصلحة حيوية أو أكثر من مصالح هذه الجماعات وتشير

الدراسات إلى كثرة مساحات التعبير عن الرأي في فضاء الانترنت حيث تشمل الشبكات الاجتماعية ومساحات التعليق عن المحتوى، والمنتديات الحوارية، ومواقع تشارك الفيديوها، والمدونات ومواقع التدوين المصغر وغيرها.

ويتسم الرأي العام الرقمي بمجموعة من الخصائص التي لا بد للباحثين من مراعاتها لعل أهمها : أنه يتسم بالتحول السريع ، و بمدى واسع من التأييد والمعارضة في نفس الوقت كما يتسم بدرجة عالية من الحساسية للأحداث المختلفة ، ولخصت دراسة Moses Shumow & Paul Mihailidis سماته في كونه : "معلن، وناقد، وعميق، ويتسع للجميع خلال تفعيل المواطنة التشاركية القائمة على الحوار الافتراضي" (عزت، 2016، صفحة 262)، ويعتبر بعض الخبراء التعبير عن الرأي في فضاء الانترنت سلاحا ذو حدين فمن ناحية يمكن أن يحصد صاحب الرأي تصفيقا مستمرا وبروزا إيجابيا في هذه البيئة ومن ناحية أخرى يمكن أن يطلق المستخدمون العنان لعاصفة من السخط عليه ، (mai، 2016، صفحة 5) ودفعه بالتالي نحو الصمت أو العزلة .

ويمكن تعريف الرأي العام الرقمي إجرائيا بأنه محصلة تفاعل مستخدم وسائط الاتصال الرقمية التي تتخذ الانترنت كحامل لها حول قضية أو موضوع أو شخصية عامة ، تثير النقاش وتستحوذ على الاهتمام في بيئة الرأي المتاحة لهم .

وتجدر الإشارة إلى تعدد تسميات الرأي العام المرتبط بالانترنت كحامل رئيسي تبعا لتعدد الترجمات وتنوع الخلفيات المعرفية فنجد على سبيل المثال لا الحصر مفاهيم كالرأي العام الافتراضي ، والرأي العام الالكتروني ...

### 3. توظيف دوامة الصمت لتفسير تشكيل تويتير لقضايا لرأي العام المتداول :

#### 1.3 محتوى نظرية دوامة الصمت :

يعود أصل نظرية دوامة الصمت إلى مراقبة الحملة الانتخابية للبرلمان الألماني "البوندستاغ" سنة 1965 حيث تم إجراء مسح للمجتمع الألماني حول نية التصويت ، ووفقا لنتائج المسح كان هناك "تأرجح اللحظة الأخيرة" أي حدوث تغيير غير متوقع في نية التصويت وبدأ في ضوء هذه الملاحظات تشكل ما عرف لاحقا بدوامة الصمت (mai, 2016, p. 4) التي تعد من أكثر نظريات الإعلام ارتباطا بتفسير تشكل الرأي

العام في المجتمع ، حيث صاغتها وطورتها الباحثة الألمانية إليزابيث نويل نيومان Elisabeth Noelle Neumann سنة 1974 ، وبنيت الباحثة التي تحصلت على الدكتوراه في الولايات المتحدة الأمريكية نظريتها على دراسات متعمقة في الفلسفة والتاريخ والصحافة .

تقوم النظرية بالأساس على فرض فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء واتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فإن معظم الأفراد سيتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام ، بالتالي يتشكل الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام ، وأن الرغبة في الحديث حول القضايا تتأثر بشكل كبير بإدراك مناخ الرأي فإذا كان مناخ الرأي يسير عكس الرأي الشخصي ، يميل الفرد للصمت بحثا عن التوافق الاجتماعي وخوفا من العزلة الاجتماعية ، وتؤكد نيومان على قوة وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حيث يؤدي انحياز هذه الوسائل إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه ، أما الأفراد المعارضون لهذا الموقف المدعوم إعلاميا فإنهم يتخذون موقف الصمت ، تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة أو خوفا من العزلة الاجتماعية فالأفراد يتخلون عن ما يرونه ويتمسكون بما تراه الجماعة فوسائل الاعلام تعزز وجهة النظر السائدة والمهيمنة على بيئة الرأي وتقمع تعددية الآراء. (بوغازي، 2018، صفحة 81)

#### – دوامة الصمت في البيئة الرقمية :

يمكن تعريف البيئة الرقمية بأنها مساحة الرأي المتاحة لمستخدمي وسائط الانترنت للاتصال والتفاعل حول الشأن العام والخروج بالإجماع في حال توفر شروط التعبير الحر و الديمقراطية . وإمكانية التلاعب بآراء الجماهير ومشاعرهم الذي اكتشفه في الأساس العاملون في مجال الإعلانات التجارية يستغلها حاليا بصورة أشد عدائية جيل جديد من أنصار المذهب الميكيافيلي في الإعلام ، فالجمع بين أساليب لا تكاد تنفك تزداد تعقيدا لجمع عينات الرأي العام والاستخدام المطرد للحواسيب بغية تحليل الشعب وتقسيمه تبعا لفئات "الرسم البياني النفسي" التي تحدد حساسية الأفراد الانتقائية لإغراءات مفصلة ، قد زادت إلى حد بعيد من سطوة الرسائل الالكترونية الدعائية التي خلفت واقعا جديدا قاسيا يستغل الديمقراطية (جور، 2009، صفحة 26)

يعتقد عدد من الباحثين المهتمين بدوامه الصمت أن الانترنت وفرت طرقا جديدة للتواصل والنقاش وتحديد مناخ الرأي حيث اختبرت فروض النظرية في المواقع الاخبارية وغرف الدردشة والشبكات التواصل والمنتديات وغيرها (Zhang, 2015, p. 10) التي يتم فيها مواجهة الآراء الفردية حول مختلف القضايا والتعبير عن المواقف والاتجاهات النابعة من البيئة الاجتماعية أو وسائل الاعلام بسهولة (Zerback, 2017, p. 4) فعلى سبيل المثال بينت دراسة أجراها يون وبارك (yun and park) حول تأثير عدم الكشف عن الهوية على التعبير العلني في منتديات الانترنت أن المستخدمين الذين ينظرون إلى رأيهم على أنه يمثل أقلية أقل استعدادا لنشر الرسائل عبر المنتدى ، (Zhang, 2015, صفحة 12) وأظهرت دراسات أخرى قامت بفحص دور تعليقات المستخدمين للانترنت على بيئة الرأي العام أنها يمكن أن تؤثر على تصورات من يقرؤها وتقييمهم للمحتوى ، خاصة عندما يكون تكرار التعليقات مرتفعا (Zerback, 2017, صفحة 5) كما اختبر الباحثون بيئة مواقع الشبكات الاجتماعية Social Networking Sites SNS ووجدوا أن دوامة الصمت تعمل ضمنها ، لأنها تشمل كلا من نظام الاسم الفعلي ونظام الاسم المجهول ومعظم التفاعلات تعتمد كلياً أو جزئياً على العلاقات الراسخة في العالم الحقيقي .

أما الباحثين " جيرهارت وزانغ Gearhart and Zhang " فاختبرا سنة 2014 دوامة الصمت على فيسبوك وتبين من خلال بحثهما أنه كلما زاد توافق رأي الفرد مع رأي المستخدمين زاد احتمال التعبير العلني ، وأن الميل للتعليق على القضية محل النقاش مرتبط بمدى الطابع الودي للتعليقات السابقة ، كما وجدوا الرقابة الذاتية وإدراك أهمية القضية من شأنه أن يغير رغبة الناس في التعبير (Zhang, 2015, صفحة 13) بالتالي تعد قراءة التعليقات نوعاً من استطلاع مناخ الرأي ، واختلفت نتائج الدراسات حول سريان فروض دوامة الصمت على بيئة الانترنت بتعدد وسائطها وهذا ما يستوجب التركيز على خصائص كل موقع على حدى واختبار الفروض ضمنه بحذر .

### 2.3 سريان فروض دوامة الصمت على بيئة تويتر :

تشير العديد من الأبحاث إلى وجود تأثير واضح لوسائل التواصل الاجتماعي في خلق تيارات للرأي الاجتماعي والسياسي ، وربما يكون أول تأكيد دولي لدورها وأهميتها خلال حملة باراك أوباما الانتخابية كما اعتمد دونالد ترامب على موقع تويتر لحشد الرأي العام وتوجيهه في حملته الانتخابية، و شهدت أوروبا

اتجاهات سياسية مماثلة نحو الوسائط الرقمية للتأثير على الرأي العام ، ويستخدم تويتر بشكل خاص من طرف رجال السياسة وصناع القرار كوسيلة تفاعلية ومنصة لتوجيه وتنظيم الحركات الجماعية ، و المشاركة في الشؤون العامة. (Gonzalez, 2019, p. 3) بالتالي يعد تويتر بيئة رقمية للتعبير عن الرأي حيال القضايا المتداولة .

ففي دراسة أجراها " لي و كيم Lee and kim 2014" لاختبار دوامة الصمت على تويتر في قضيتين مثيرتين للجدل في كوريا الجنوبية ، تبين أن الصحفيين الذين وجدوا تفاوتاً كبيراً بين آرائهم وآراء المستخدمين العاديين كانوا أقل رغبة في التعبير العلني في تويتر ، كما توصلت الدراسة إلى أن دوامة الصمت تعمل مع المستخدمين الذين يتفاعلون بأسمائهم الفعلية (zhang, 2015، صفحة 13)، تأسيساً على هذه الملاحظات يمكن محاولة إعمال التفكير النظري في فروض دوامة الصمت على النحو التالي :

- الخوف من العزلة : وفقاً لنويل نيومان فإن الدافع الأكثر أهمية للرأي العام هو الطبيعة الاجتماعية للإنسان التي تجعل الفرد يخشى العزلة في حال تعارض آرائه مع الرأي السائد وخسارة الرابطة الاجتماعية نتيجة لذلك يراقب الناس محيطهم باستمرار لرصد تحول مناخ الرأي وتحقيق التوافق الاجتماعي (Butenschön, 2013، صفحة 20) ويبدو أن هذه الرابطة الاجتماعية لا يمكن فهمها إلا على نحوين : إما باعتبارها سلطة تتعالى على الأفراد وتقيدهم وتخضعهم ، وإما باعتبارها نابعة من اتفاق بين الأفراد ، ويتم تثبيتها إما عن طريق موقع ذي سمات دينية واضحة بهذا القدر أو ذاك وإما عن طريق اتفاق تؤكد صيغ قانونية وفي الحالتين يتعلق الأمر بكون الإنسان كائن عاقل قادر على التفكير في وضعه (بنمخلوف، 2006، صفحة 97) ويمكن للوسم كحاضنة لنقاش مشترك أن يخلق رابطة اجتماعية جديدة ، خاصة الذي يظهر على أنه متداول في بيئة الفرد المستخدم لتويتر وأن يفعل فرض الخوف من العزلة ، فشعور المستخدمين الذين يجدون آراءهم تتماشى مع الوسم المتداول بالانتماء إلى رأي الأغلبية يجعلهم أكثر رغبة في التعبير العلني عن آرائهم، رغم أن هذه الأغلبية قد تكون مزيفة أحيانا ، بينما يدفع غير المتوافقين مع الوسم المتداول إلى الصمت خوفاً من اضطهاد الجماعة الافتراضية المتفاعلة معه و من ممارستها الديكتاتورية التي نجد سياسات الإبلاغ والتنمر أهمها فضلاً عن ديكتاتورية إدارة الموقع وأهم تجلياتها تجميد الحساب أو إلغاء التغريدات على غرار ما حصل مع الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب الذي يعتبر إدارة تويتر مؤثراً قوياً على الرأي العام الأمريكي .



- قمع تعددية الآراء : كشفت دراسة صينية أجراها الباحثان : " شيونج و ليو xiang an liu أن الرأي العام على تويتر غالبا ما يتطور وينتهي بسرعة ، كما تتحول المستويات بسرعة إلى حالة منظمة يظل فيها رأي واحد هو المسيطر حيث يكون هذا الإجماع غالبا مدفوعا بتأييد مجموعات أكبر ، تميل إلى أن يكون لها تأثير أكبر ، وكشفت الدراسة أنه عندما يظهر الرأي المهيمن فإنه لا يميل إلى تحقيق توافق كامل للآراء في الواقع ، وقال شيونج أنه عندما يواجه مستخدمو تويتر الذين لديهم آراء الأقلية المعارضة الرأي المهيمن فإنهم لا يغيرون آراءهم ، لكن يلتزمون الصمت (Xiong, 2014, p. 3)

- تشكيل خوارزميات تويتر لدوامة للصمت : تعمل خوارزميات تويتر على إظهار التحديثات التي تنشرها الحسابات التي يتفاعل معها المستخدم أكثر من غيرها ، و بقيت هذه الخوارزميات منذ عام 2006 بدون تطوير حتى 2014 ، عندما بدأت المنصة بتقديم اقتراحات بمتابعة حسابات معينة أو الاطلاع على تغريدات متداولة على نطاق واسع وأضافت خلال السنوات التالية خوارزميات جديدة مثل : "في حال لم تشاهدها في حينها in case you missed it" و " بينما كنت منشغلا while you wear away" لتمكين المستخدمين من الاطلاع على التغريدات التي لم يتمكن من مشاهدتها ، وفي سبتمبر 2018 أعلن تويتر أن مستخدميه يمكنهم التحكم فيما يشاهدونه من خلال اختيار إما رؤية أحدث التغريدات أو الأكثر تداولاً ، ما يمنح المستخدم فرصة أكبر للتحكم في نوع المتابعة التي يفضلها والخوارزميات التي يستخدمها تويتر حاليا تشمل:

"Top tweets . Trends for you.Happening now.ICYMI."

في مطلع 2019 أعلنت شركة تويتر أنها بصدد مشروع لتطوير أنماط عمل خوارزمياتها بالتعاون مع جامعة كاليفورنيا بيركلي ، وهناك شكوك حول الكيفية التي تدار بها الوسوم خاصة المرتبطة بالقضايا السياسية مثل ما حدث في مصر مع وسم "# كفاية - ياسيسي" الذي أطلقه الممثل محمد علي ثم اختفى من بيئة تويتر بعد يومين من اطلاقه دون مبرر واضح رغم بلوغه المليون ونصف المليون تغريدة . (السيد، 2020، صفحة 108)

كما يمكن التفكير في المتغيرات التي تزيد من قوة تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام حسب نيومان وسحبها على بيئة تويتر على النحو التالي :



- التسيير اللإرادي للمتلقى والتأثير الشامل عليه :

تراقب خوارزميات الانترنت المنتشرة في منصات التواصل الاجتماعي سلوك المستخدمين وتعرف عنهم خصائص مفصلة ، لتؤسس بذلك بنية تحتية لمجتمع استبدادي ، (السيد، 2020، صفحة 101) يتفق هذا الطرح مع افتراضات نيومان القائلة أن وسائل الإعلام تسيطر على بيئة المعلومات المتاحة للفرد وتحصره من كل النواحي ما ينتج تأثيرات شاملة يصعب على الفرد الخروج عنها حيث تشكل تصوره للواقع ، ففي عصر الوسائط الرقمية لا تزال شبكات التواصل تشكل جزءا من الواقع الإعلامي وتؤثر على بيئة الرأي وفقا لعدد من المختصين ،ويمكن بالتالي فحص متغير التسيير اللإرادي للفرد في بيئة تويتر الذي يحاصر مستخدميه يوميا بكم من التغريدات التي تستحوذ على بيئة المعلومة المتاحة لهم وفق آليات مضبوطة بما يخدم السياسات العامة للموقع وكذى أهداف المعلنين ووفق خوارزميات مخصصة تفرض المحتوى الأنسب من منظور المرسل على أنه الرأي المتداول أو السائد ، وهذه الأساليب كفيلة بصعود لولي لرأي من جملة آراء متوفرة وفرضه على المخيال الجمعي لمستخدمي تويتر ، كما يجد المتتبع لموقع تويتر أنه يعتمد خوارزميات محددة يمكنها تقزيم وسوم وتغريدات الحسابات العادية مقابل بروز أكبر واستمرارية أطول لوسوم الحسابات الموثقة والمدفوعة ، فنجد على سبيل المثال أن سرعة انتشار تدوينة الحساب الموثق وهو غالبا نوع من الحسابات يحمل أيقونة تحقق زرقاء مخصص للشخصيات العامة وكذى للأفراد والهيئات المسيطرة اجتماعيا والمتفوقة اقتصاديا واختفاء وسوم شعبية لاختلافها مع سياسات تويتر أو بداعي عدم استمراريتها في بيئة الرأي ،وهو ما تفتن له بعض الفاعلين ورواد شبكة تويتر حيث عملوا على كسر المنطق الخوارزمي للشبكة وفرض انتشار واستمرارية تغريداتهم بإرفاق رقم يمثل يوم النشر وعبارات مثل مستمرون للتأكيد على استمرارية الوسم في بيئة الرأي بشكل يوحي برغبة المستخدم النشط في الخلاص من التسيير للإرادي لتويتر عليه وفق طرح دوامة الصمت ، بالتالي فهذا المتغير لايزال قابلا للبحث والتقصي في فضاء تويتر .

- التأثير الكمي من خلال التكرار:

تتيح شبكة الانترنت للمستخدمين بعض الطرق المتتوية لتكرار المحتويات كاستخدام الروبوتات أو السيرفرات ، حيث رصدت عدة دراسات منها دراسة أسامة بن ساعد الحيا في المملكة العربية السعودية كيفية قيام شخص واحد بإدارة كم كبير من الحسابات الوهمية باستخدام ربات bot وذلك بالاعتماد على أحد المواقع الشهيرة التي تتيح إدارة حسابات متعددة في نفس الوقت وتغذيتها بالتغريدات عبر سيرفرات مجهزة مسبقا ، (الحيا، 2013، صفحة 13) فتراكم المحتوى من خلال تكرار الوبس أو التغريدة و مشاركتها أو إعادة التغريد بها يعد وسيلة لصعودها في بيئة تويتر، وهو ما يمثل أسلوبا تعبيريا حرا من جهة ومضللا في حال التلاعب بالحسابات والآراء الفردية ضمنها ، بما أن الوبس الذي يحظى بتكرار مرتفع يمكنه الصعود بقوة في بيئة الرأي ليوصف بالمتداول ويحاصر المستخدمين في كل مكان ويظهر لهم حتى دون طلب منهم فقط لأنه تكرر لدى عدد كبير من المستخدمين المتشابهين في الخصائص وفقا للمعطيات المجمعة عبر خوارزميات تويتر ، لذلك يكتسي التكرار أهمية بالغة لدى هؤلاء المستخدمين ويمكن أن ينعكس على تصورهم للأهمية النسبية للقضية والموضوع المتداول من خلال الوبس وهو ما يمثل خطرا على رأي الأغلبية المتفاعلة والخطاب السائد على تويتر ، قد يزيد احتمالية تزييف الرأي السائد ، كما يمكن لسياسات الموقع التأثير على عدد الوبسوم و التغريدات واحتمالية انتشارها في الزمان والمكان وفق ضوابطها الخاصة إذ نجد أن موقع تويتر يعمل بشكل خاص على تكرار المضامين المدفوعة أكثر ويتيح إظهارها أعلى نتائج البحث وفي حالات أخرى دفع وسوم مليونية للاختفاء لأنها لا تتماشى مع سياساته التحريرية .

- التجانس والهيمنة الإعلامية:

يعتقد الكثير من الباحثين خاصة اتباع المدرسة الثقافية وتحليل الخطاب أن الميديا تعمل على إحداث التجانس في المجال العمومي لكونها تنتج وتعيد إنتاج التمثلات المهيمنة ، وتحددت النظرة للمجال العمومي في ضوء اتساع الاستخدام الاجتماعي للانترنت ، إذ ساد اعتقاد أن هذه الأخيرة أحدثت انقلابا في المعمار الأوليغارشي للمجال العمومي التقليدي ، (nlayadi.com) فالانترنت تمثل موضوعا مثاليا للخطابات الطوباوية التي تعتبرها وسيلة لتجديد المجال العام المؤسس للحدث لأنها تعزز الاتصال الانساني وتخلق قنوات جديدة للمشاركة السياسية وحرية التعبير والأنشطة المرتبطة بالمواطنة بشكل عام ، وفي هذا الاتجاه لا يتردد المتفائلون عن الحديث عن الديمقراطية الالكترونية ، في المقابل يؤكد الباحثون على أن دور التكنولوجيا في

تعزيز الحياة السياسية يظل مرتبطا بجملة من الشروط ، (الحمامي، 2012، صفحة 42) فالإنترنت أو الوسيط الخوارزمي الجديد الذي يتشابك تحت أصابعنا ونظراتنا المتقاطعة ليس فاعلا منسجما وإنما هو تجميع مفرط التعقيد لكثرة الفاعلين الإنسانيين وغير الإنسانيين من كل الأنواع ، تجميع في تحول مستمر وسريع ، إنه وسيط فوقي يمزج في ذاته عددا كبيرا من الوسائط التي يتطلب كل واحد منها تحليلا خاصا ضمن سياق اجتماعي - تاريخي خاص . (فيال، 2018، صفحة 14)

واجهت الانترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي اتهامات كثيرة باستخدام خوارزميات تؤدي إلى فرض وصاية توجيهية على المستخدمين بغرض التأثير على قراراتهم خاصة تلك المتعلقة بالشأن السياسي فعلى سبيل المثال اتهمت صحيفة الايكونوميست البريطانية في عدة مقالات نشرت سنة 2017 شبكات التواصل بفرض سطوتها على القرارات الانتخابية للمجتمع البريطاني بما يشكل تهديدا للديمقراطية (السيد، 2020، صفحة 101) فمواقع التواصل الاجتماعي التي تسوق لنفسها على أنها وسائط تشجع الديمقراطية والنقاش الحر تخضع لديمقراطية السوق ، فهي في الواقع مواقع تجارية تريد إبقاء المستخدم أطول وقت ممكن على صفحاتها لتزيد عدد المعلنين وبالتالي تحقق الربح ، وكأي شركة تجارية أخرى تنطبق على هذه المواقع قوانين البلدان التي تعمل فيها ، وعدم التزامها بهذه القوانين قد يفقدها التواجد في هذه البلدان وبما أن قوانين الدول تحكمها سياسات وعلاقات ومصالح ، وان صرحت مواقع التواصل الاجتماعي بموضوعيتها وعدم انحياز سياساتها ، فهي خاضعة لضغوط القوى المهيمنة اجتماعيا ، ويمكن على سبيل المثال لتغريدة من دونالد ترامب أو قرار للاتحاد الأوروبي أن يغيرا كل القوانين المتعلقة بالمحتوى على تويتر هذه الشركة التي قد تتغاضى عن محتوى أو تكافح آخر حتى تحافظ على مبيعاتها وأسعار أسهمها (يوسف، 2019)

حتى أن موقع تويتر ذاته في بند القوانين والسياسات يصرح باحتجاز المحتوى وفقا لقوانين البلدان كما يلي : " إذا تسلمنا طلبا صالحا ويقع ضمن النطاق الصحيح خلال جهدنا المتواصل لتوفير خدماتنا للأفراد في أي مكان فقد يكون من الضروري احتجاز الدخول إلى محتوى معين في بلد معين من وقت لآخر ، وستقتصر عمليات الاحتجاز هذه على الدائرة القضائية المختصة التي أصدرت الطلب القانوني الصالح أو حيث وجد أن المحتوى ينتهك القانون المحلي ، تتوفر لدينا سياسات إشعار للمحتوى المحتجز وبمجرد تلقي

طلبات باحتجاز أحد المحتويات نقوم بإخطار المستخدمين المتأثرين بذلك فوراً إلا إذا وجد ما يمنعنا مثل تلقي أمر محكمة محتوم بعدم الإخطار " (twitter.com، 2021)

فوفقاً لهذا البند الصريح يتضح أن تويتر كهيئة للتعبير عن الرأي ليس حراً من كل الالتزامات فهذه البيئة الرقمية لا تزال تخضع للسيطرة والتحكم وفق ما يخدم مصالح وتوجهات الطبقة المهيمنة اجتماعياً أما في سياق الهيمنة الاقتصادية على بيئة تويتر نجد في معرض المصطلحات ضمن سياسات موقع تويتر التصريح التالي : تعرض الموضوعات المروجة " الموضوعات الرائجة من حيث الوقت والسياق " التي يروجها المعلنون أعلى قائمة الموضوعات المتداولة على تويتر وتحمل علامة " مروج " بشكل واضح (تويتر، 2021) فالطبقات المهيمنة لا تزال تفرض منطقتها في فضاء تويتر عبر الحسابات المدفوعة والإعلانات والتمويل فهذه الآلية وغيرها تجسد الهيمنة الاقتصادية على تويتر بشكل يقترب من آليات الهيمنة على الإعلام التقليدي الذي قامت عليه نظرية دوامة الصمت وبالتالي يبقى فرض الهيمنة قابلاً للمزيد من التحقق العلمي .

#### 4. تشكيل الـوسم لقضايا الرأي العام ، نماذج تطبيقية:

#### 1.4 آليات تمثيل وتضليل الـوسم لقضايا الرأي العام المتداولة :

تبنى طبيعة عمل تويتر على أسلوب الهاش تاق Hash tag لطرح الموضوعات في بيئة الرأي ليطم النقاش حولها، إذ يقوم المستخدمون بنشر تغريداتهم وتضمينها اسم الهاش تاق " الـوسم المرغوب " حيث يبدأ التفاعل بينهم حول هذا الموضوع المطروح ، (الحيا، 2013، صفحة 4) والهاش تاق كلمة إنجليزية تفيد ترجمتها العربية ما معناه تصنيف أو وسام وهي في تويتر تلك العلامة# التي يتم وضعها قبل الكلمة أو العبارة من أجل تصنيف التغريدة وجعلها تظهر عند البحث ، كما ورد تعريف الـوسم في خانة مصطلحات موقع تويتر بالعربية على أنه أي كلمة أو عبارة مسبوقة بالرمز # (twitter.com، 2021)

ويمكن تعريف الـوسم " الهاش تاق " إجرائياً بأنه كلمة أو عبارة حاضنة لحملة من المضامين المصنفة من طرف المستخدمين بإضافة رمز # قبلها مباشرة لتسهيل النشر والمشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي . أما الـوسم المتداول فنقصد به " الهاش تاق " الأكثر شيوعاً بين مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعية في فترة معينة ، والذي يبرز على حساب عدد هائل من الـوسوم ، لانتشاره بين المستخدمين أو لفرضه وفق

آليات مضبوطة وخوارزميات موجهة ، ويظهر بشكل خاص في الصفحة الرئيسية لموقع تويتر كدلالة على ما يستحوذ على اهتمام جمهور المستخدمين .

يؤكد بعض المختصين قوة وتأثير الهاش تاق في بيئة الرأي والقضايا المتداولة في المجتمعات الحديثة (باداود، 2017) حيث تظهر للمستخدم عند الضغط على الوسم تغريدات أخرى تتضمن نفس الوسم (twitter.com، 2021) وانتقل الهاش تاغ من رمز إلى أيقونة منذ أن بدأ استخدامه لأول مرة على موقع تويتر بطريقة عفوية في تغريدة لخبير التقنية كريس ماسينا Chris Messina سنة 2007 حيث سأل عن رأي الناس في استخدامه للتواصل بين المجموعات وأصبح هذا الرمز بعد ذلك علامة عالمية للتواصل والتعبير عن المواقف والآراء في مختلف منصات التواصل الاجتماعي ، وتبنى موقع تويتر فكرة الوسم سنة 2009 ليتمكن مستخدموه من التواصل بصورة أسهل ، وشجع نجاحه منصات التواصل الاجتماعي المختلفة على اتاحة الهاش تاق لمستخدميها (aljazeera.net، 2017) و بما أن التفاعلات على تويتر أو منصة التدوينات الصغيرة سريعة وغير منظمة ، اجتذبت قوة تنسيق علامات التصنيف هذه اهتمام عدد كبير من الأكاديميين و خبراء المحتوى ، حيث يمكن أن تعمل أيضا على أنها علامة محادثة مشتركة يتعين على كل مستخدم تضمينها للاشتراك في المناقشة. (Gigletto, 2017, p. 3)

ويشير مصطلح المتداول حسب معرض المصطلحات الخاص بموقع تويتر إلى موضوع أو وسم يتم تحديده عبر خوارزمية ما ليكون من بين الموضوعات الأكثر شيوعا (تويتر، 2021) بالتالي للهاش تاق قدرة على تمثيل القضايا المهمة لدى الرأي العام في حالات كثيرة حيث يعد بيئة مشتركة لطرح الموضوعات للنقاش العام ،وبدت الحاجة لإشهار هذه الآراء عبر الهاش تاق بعدة طرق مشروعة ، إذ تشارك في نشرها حسابات لأسماء وشخصيات ذات مستوى عالي من المتابعة ، كما تخصص بعض الأفراد في إشهار الهاش تاق من أجل إبراز القضايا الجديدة والنشطة في بيئة الرأي العام على منصات التواصل الرقمية ، لتصبح ذات القضايا التي تشغل الرأي العام في البيئة الاجتماعية ، وتجسد هذا التطابق في حالات كثيرة أين امتد الوسم إلى الميدان وتجسد في احتجاجات ومظاهرات جماهيرية ، بل مثل التعبير المختصر للهاش تاق عنوان بعض اللافتات ضمن بعض الاحتجاجات والأشكال التعبيرية الميدانية ، كما يمكن للهاش تاق تضليل للرأي العام على تويتر عبر الآليات التالية :

- الحسابات الوهمية : تعد الحسابات الوهمية على تويتر قضية مقلقة على المستوى العالمي إذ يسعى الموقع إلى إيقافها بشكل مستمر ، وتين دراسة أجراها معهد ستيفنز للتكنولوجيا بعنوان اكتشاف التحايل في تويتر وجود ثلاث أنواع من التحايل وهي التحايل من أجل الحصول على المال ، والتحايل من خلال التغريدات الإعلانية spam عبر الهاش تاق وكذى التحايل من خلال التصيد عبر الرسائل الخاصة ، وفي دراسة أخرى بعنوان : من الذي يغرد في تويتر والتي دعمتها شركة تويتر بشكل رسمي وقامت على نصف مليون حساب نجد أن المغردين في تويتر ثلاث أصناف : فقد يكون المغرد إنسان ، أو روبوت ويغرد عبر حسابات تديرها روبوتات و سيرفات ، أو يكون المغرد خليط بينهما حيث يمكن لمصدر الوسم أن يكون روبوت معتمد على انسان أو العكس، (الحيا، 2013، صفحة 5) فهذه الآليات يمكنها تزييف رأي أغلبية مستخدمي تويتر وتضليله، أو اصطناع أغلبية مزيفة مبنية على الحسابات الوهمية وتغليها على الأغلبية الفعلية .

#### 2.4 التفكير المنهجي في دراسة علاقة الوسم بالرأي العام من خلال نماذج تطبيقية :

- الدراسة الأولى : حول تأثير الوسم خلال احتجاجات هونغ كونغ :

أعلن موقع تويتر في 2019 عن حذف آلاف الحسابات التي أسهمت في نشر معلومات مضللة مرتبطة باحتجاجات هونغ كونغ ، على اعتبار أن هذه الحسابات كانت مدعومة من طرف إحدى الدول كما نشر تويتر قائمة بالحسابات التي حذفها، وهو ما منح المراقبين فرصة للتحقق بشكل أكبر في نشاطها المشبوه .

عمل بعض المختصين من فريق شبكة الجزيرة الإعلامية القطرية بالتعاون مع أحد المشاركين في ورشات bell ingcat على القيام بعملية تحقق من بقية المحتوى الخاص بالاحتجاجات في هونغ كونغ للكشف عن أي مؤشرات تدل على سلوك موجه على منصة تويتر، وبدأت عملية التحقق من البحث عن الوسم الخاصة بالاحتجاجات عبر عملية بحث بسيطة باستخدام عبارات "الشغب في هونغ كونغ hong kong riots " أظهرت عددا كبيرا من التغريدات بعضها يشمل عدة وسوم.

هدف التحقيق التركيز لى الحسابات الداعمة للرواية الصينية وهي شبيهة بتلك الحسابات الآلية التي حذفها تويتر ، واستخدم خلال البحث عبارات من قبيل " shame on hong kong police

government / " وتوصلت نتائج البحث إلى عبارات مشابهة ولكن دون أن تشمل على " الشرطة " و"الحكومة " بهدف استثناء الوسوم التي تندد بموقف الحكومة والقوات الأمنية .  
بحث فريق التحقيق أيضا عن الوسوم التي تنتقد المتظاهرين وتشوه موقفهم وكان ضمنها عبارات مثل : "صراصير هونغ كونغ hong kong raches " و" زعران هونغ كونغ hong kong mobs " وهي أوصاف تنتشر في تغريدات لحسابات مؤيدة للصين ، فمن خلال الاطلاع على هذه العبارات وغيرها تمكن فريق البحث من معرفة التغريدات الأحداث حول هونغ كونغ والتي حصلت على تفاعل كبير بالإعجاب وإعادة التغريد ، وتم تصفية نتائج ظهور العبارات حسب التفاعل معها بإضافة "min\_likes:500" وأ "min\_retweets:500" للحصول على التغريدات التي حازت على الأقل على 500 إعجاب أو إعادة تغريد.

وجد الفريق بعد ذلك تفاعل حساب موثق مع هذه التغريدات يعود لشخص يشغل منصب رئيس تحرير صحيفة " ذاغلوبال تايمز " وهي إحدى الوسائل الإعلامية الممولة من الحكومة الصينية ، ثم استعرض التحقيق إعادة التغريد والإعجاب على التغريدة لمعرفة قائمة الحسابات التي ساهمت في الترويج لها وباستخدام برامج خاصة تم جمع الحسابات في قائمة واحدة وإجراء عملية التحليل التقليدية للمحتوى الذي كان ينشر ضمنها واتضح أن الحسابات لها موقف معارض للمحتجين في هونغ كونغ .  
تظهر دراسة الحالة هذه إمكانية الجمع بين الأساليب التقليدية والأساليب التقنية المؤتمتة في التحقيقات التي تسعى إلى كشف التضليل عبر الهاش تاق والحسابات المزيفة ، كما تؤكد عن أهمية استمرار البحث حول أنماط النشاط الرقمي المشبوهة. (وايلد، 2020، صفحة 120.135)

#### - الدراسة الثانية : حول تأثير الوباء خلال حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية :

هدفت هذه الدراسة التي أعدها الباحثة أسماء حسين ملكاوي وآخرون بعنوان حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على تويتر :دراسة في تحليل الشبكات الاجتماعية، إلى استكشاف الجوانب المختلفة لحملة المقاطعة على تويتر استعرضت الدراسة في البداية نشأة الوباء " #مقاطعة المنتجات الفرنسية " الذي يعود ظهوره الأول باللغة العربية إلى 22 سبتمبر 2012 حيث كان يشمل تدوينة واحدة ، وتكرر ظهوره في السنة الموالية وتضمن 68 تدوينة ، وفي 2014 ظهر الوباء مجددا بواقع تغريدتين ، بينما في مطلع العام 2015 بدأت



حملة رقمية عدت الأقوى في ذلك الوقت بعد رسم مجلة شارلي إيبدو الفرنسية رسومات مسيئة لنبي المسلمين شارك فيها مئات المستخدمين لموقع تويتر رافقها احتجاجات ميدانية في أغلب الدول العربية ، وفي 2016 ظهرت حملة ببضع تدوينات على خلفية إجبار فرنسا محلات "بيع الحلال" على بيع لحم الخنزير والمشروبات الكحولية ، ولم يشهد العامان 2017 و 2018 أية حملات على تويتر ، وفي 2019 ظهرت تدوينات قليلة ليوم واحد تدعو إلى مقاطعة المنتجات الفرنسية ربطها أصحابها بموافقة مجلس الشيوخ الفرنسي على قرار يمنع الأمهات المسلمات من ارتداء الحجاب ، عاد الوبس للظهور في الجزائر في ماي 2020 مصاحبا لوبس "#مقاطعة القنوات الفرنسية" ليوم واحد ، ثم في مصر بعد اتهام شركة "اورونج" بحذف الحسابات الاسلامية ، وفي سبتمبر 2020 ظهرت أول تدويينة تحمل وسم "#مقاطعة المنتجات الفرنسية" بعد إعادة نشر مجلة "شارلي إيبدو" الرسوم المسيئة لنبي الاسلام ، ورفض فرنسا إدانة المجلة وانتقادها ، واشتدت الحملة خلال سبتمبر وأكتوبر إلى أن تصدرت وسومها قائمة الأعلى تداولاً في كثير من الدول العربية ، واتفق المقاطعون على إطلاق وسوم يومية يحمل كل منها رقما يمثل يوم التغريد ، فكان يوم 28 أكتوبر أول يوم واستخدم فيه وسم "#مقاطعة المنتجات الفرنسية 1" ليصل الوبس إلى "#مقاطعة المنتجات الفرنسية 123" وتصدر الوبس الأعلى تداولاً على تويتر خلال هذه الفترة

استخدمت الدراسة منهج تحليل الشبكات الاجتماعية كمنطلق لمقاربة المشكلة البحثية والإجابة على التساؤلات الآتية :

ما خصائص الشبكة الاجتماعية التي تشكلت على موقع تويتر حول مقاطعة المنتجات الفرنسية ؟ وما أسباب استمرار تصدر وسم الحملة اليومي قائمة الأعلى تداولاً ؟ ثم ما المضامين التي تداولها المشاركون في حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية ؟ ، وللإجابة على السؤال الأول وظفت الباحثة برنامج NodeXI لجمع وتحليل البيانات وتصوير شبكة حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية وتحديد نوعها والوسوم الأعلى تداولاً ضمنها، ثم اختارت الباحثة عينة عشوائية من 1000 تدويينة ليتم تحليلها باستخدام برنامج MAXQDA الخاص بتحليل البيانات الكيفية حيث تم ترميز العينة المختارة لغاية إجراء تحليل المضمون والتحليل الموضوعاتي إلى أن تحقق الإشباع النظري بتوقف ظهور بيانات جديدة أثناء تحليل البيانات ، وتم تصنيف الموضوعات المركزية

التي ظهرت وفق مراحل الترميز الستة التي وضعتها فيرجينيا براون Virginia braun وفكتوريا كالارك Victoria clarke .

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها : ظهور شبكة تجمع بين الحشود المترابطة والشبكات الاجتماعية ، دون ظهور استقطاب واضح ، وتبين أنها حملة دينية المحتوى اقتصادية الوسيلة سياسية الغاية أما أبرز موضوعاتها فهي استدعاء التاريخ الاستعماري الفرنسي وجميع محاولات استفزاز المسلمين واستجماع مكان القوة لدى المقاطعين وعلى رأسها وحدة الأمة ومحبة الرسول محمد □ . (ملاكوي، 2021، صفحة 13) يتضح من خلال دراسة الحالة هذه إمكانية الجمع بين العدة المنهجية التقليدية والبرامج الرقمية الخاصة بتحليل الشبكات الاجتماعية وفق الضرورة العلمية وحسب الأهداف المسطرة للخروج بنتائج ذات قيمة حول ظواهر الشبكات الاجتماعية وضمنها الهاش تاق .

#### 5. استنتاجات :

نخلص من خلال معالجة موضوع تشكيل وسم المتداول لقضايا الرأي العام بين التمثيل والتضليل التي تم مقارنتها وفق منظور الباحثة نيومان ونظريتها دوامة الصمت، وبعد استعراض ماهية الرأي العام وتطورات مفهومه وصولا إلى الرأي العام في البيئة الرقمية ، وشرح محتوى نظرية دوامة الصمت ومحاولة تكييف فروضها مع آليات عمل موقع تويتر ، ومن خلال استحضار نموذجين لدراسات بحثت علاقة الوسم على تويتر بالرأي العام المتداول إلى الاستنتاجات التالية :

- تعد نظرية دوامة الصمت مدخلا مناسباً لفهم آليات تشكيل الرأي العام الرقمي وبينت هذه المحاولة البحثية إمكانية اختبار أغلب فروضها في بيئة الانترنت ووسائطها.
- يشكل الهاش تاق بيئة مشتركة للنقاش العام حول القضايا المتداولة قادرة على تشكيل إجماع حول قضايا الرأي في حال توفر شروط التفاعل الحر.
- يمثل التمويل والحسابات الموثقة أهم تجليات الهيمنة الاقتصادية على بيئة الرأي الرقمية ، في حين تعد سياسة الحظر وتوظيف الخوارزميات أبرز تجليات الديكتاتورية الرقمية للموقع ، وسياسة الابلاغ المتاحة للمستخدمين أبرز تجليات لديكتاتورية الجماعة ضمن هذه البيئة .

- تعد قراءة تعليقات المستخدمين نوعا من استطلاع بيئة الرأي حول القضايا محل النقاش المشترك يمكنها التأثير على تعليق المستخدم ورأيه الفردي ضمنه ، خاصة في حال قراءة تعليقات مستخدمين معروفين في البيئة الاجتماعية وبالتالي يمكن لخوارزمية التعليقات التي تظهر تعليقات المستخدمين المتشابهين أن تخلق خطابا مهيمنًا في التعليقات لا يعبر عن الرأي الفعلي .
- يمكن للهاش تاق أو الوسم أن يمثل قضايا الرأي العام الفعلي في حالات تمكن المستخدمين الناشطين على تويتر من تقويض أدوار الخوارزميات و الحسابات الموثقة ووسائل التضليل الرقمي المختلفة، وأكدت الدراسات نجاح بعض القضايا المتداولة بشكل كبير على تويتر في شكل هاش تاق في الوصول إلى البيئة الاجتماعية الفعلية للأفراد بالتعبير العلي والميداني في عدة دول .
- إن إمكانيات تويتر كفضاء حر للتعبير عن الرأي محدودة بمعايير قانونية واقتصادية واجتماعية تختلف باختلاف دولة الانتشار .
- يمكن تضليل الهاش تاق للرأي العام وتزييف رأي الأغلبية عبر اصطناع الحسابات الوهمية لجماعات افتراضية وأغلبية مزيفة، أو عبر الحملات المدفوعة والحسابات الموثقة ، وكذى عبر تدخل سياسات تويتر وما يرتبط بها من جماعات ضاغطة وفي حالات كثيرة أخرى عبر تطبيقات عديدة متخصصة في التضليل الرقمي .
- يمكن فهم تشكل الرأي المتداول عبر الهاش تاق من خلال تحليل أساليب لاتصال الخوارزمي الذي تتبعه شبكات التواصل عامة و تويتر خاصة .
- ان الخصائص الفائقة والمعقدة لانتشار الهاش تاق تستوجب توظيف تطبيقات خاصة بتحليل الشبكات الاجتماعية إلى جانب الاستفادة من العدة المنهجية التقليدية كتحليل محتوى والتحليل السيميولوجي بما أنه حامل لمضامين اتصالية بالأساس .

## 6. خاتمة:

يمكن في ختام هذه الورقة البحثية التأكيد على ضرورة الاستفادة من العدة النظرية لبحوث الاتصال الجماهيري كسند رصين في بحوث الوسائط الرقمية والرأي العام المرتبط بها ، وتبين من خلال معالجة موضوع تشكيل الوسم للرأي العام المتداول قدرة نظرية دوامة الصمت على تفسير جانب من تفاعلات بيئة الرأي الرقمية في امتدادها إلى البيئة الاجتماعية للمستخدمين ، لكن القصور النظري لبعض الجوانب التفسيرية

لنظريات الإعلام لا يعني بالضرورة دحضها والاستغناء عن طرحها ، فإذا قامت كل منها على دراسة النشاط الاتصالي لحقبة زمنية أو وسيلة بعينها ، فالانترنت التي تعد وسيلة الوسائل قد تقتضي كل النظريات الإعلامية السابقة لفهم بعض جوانب التفاعل فيها ، ومنه فتفسير تشكل الرأي العام في علاقته بتويتر لا يمثل سوى محاولة لتسليط الضوء على القدرة التفسيرية لنظريات الإعلام المفسرة للرأي العام ودوامه الصمت تحديدا ، دون أن تغني عن الدعوة للاستفادة من التراكم المعرفي لعلوم الاتصال والاجتماع والسياسة ، وكذى الدعوة للتنظير حول الاتصال الرقمي والرأي العام المرتبط به ، وهو ما يقتضي التجديد المنهجي في ضوء ما تتيحه التقنية من أدوات مساعدة على غرار تحليل الشبكات الاجتماعية والاستطلاعات الرقمية وغيرها من منظور التكامل المنهجي .

## 7. قائمة المراجع:

### المراجع العربية :

- باداود ، إبراهيم الهاشني والتحكم في الرأي العام <https://www.alarabiya.net> ، تاريخ التصفح 2021/08/15.
- بوغازي ، فيحة ، (2018)، صحافة المواطن والرأي العام ، دراسة من منظور دوامة الصمت ، أطروحة دكتوراه ، الجزائر : جامعة الجزائر 3.
- بنمخولف ، علي ،(2006)، الرابطة الاجتماعية ، حوارات فلسفية ، المملكة المغربية ، الفنك .
- تويتر ، معرض المصطلحات ، <https://help.twitter.com/ar/resources/glossary> ، 2021/08/16.
- الجزيرة ، ماذا تعرف عن الهاشني ؟ ، <https://www.aljazeera.net> ، تاريخ التصفح 2021/0/16 .
- جور ، آل ، (2009) ، هجوم على العقل ، ترجمة نشوى ماهر كرم ، الإمارات العربية المتحدة : العبيكان ، كلمة .
- الحمامي ، الصادق ،(2012)، الميديا الجديدة الاستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات ، تونس : المنشورات الجامعية بمنوبة .
- السيد ، فاطمة الزهراء ، (2020)، الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي ، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية ، قطر ، مركز الجزيرة للدراسات.
- عزت ، محمد مصطفى ، (2016)، الاتجاهات البحثية الحديثة في راسات الرأي العام ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان العدد السادس .
- فيال ، ستيفان ، (2018) الكينونة والشاشة كيف يغير الرقمي الإدراك ، ترجمة ادريس كثير ، البحرين: هيئة البحرين للثقافة والآثار .
- كافي ، مصطفى يوسف ، (2014)، الرأي العام ونظريات الاتصال ، الأردن : دار الحامد .
- لعياضي ، نصر الدين ، المجال العمومي والميديا ، محاولة تفكيك علاقة ملتبسة ، <https://nlayadi.com> تاريخ التصفح 2021/08/22.

- المحيا ، أسامة بن ساعد ، (2013)، الحسابات الوهمية وإغراق الهاش تاق عبر تويتر ، دراسة تحليلية في التأطير وصناعة الرأي ، المملكة العربية السعودية : المكتبة العربية .
- ملكاوي ، أسماء حسين ، وآخرون ، (2021)، حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على تويتر ، دراسة في تحليل الشبكات الاجتماعية مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والاعلامية ، العدد 10، قطر : مركز الجزيرة للدراسات.
- الموسوعة السياسية ، <https://political-encyclopedia.org> تاريخ التصفح 2021/08/22.
- وايلد ، جوهانا ، تشارلوت ، غودارت ، (2020)، الوصول إلى أدلة على وجود نشاطات لحسابات آلية على تويتر خلال احتجاجات هونغ كونغ ، دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي ، قطر : معهد الجزيرة للإعلام .
- يوسف ، محمد ، (2019)، سياسة تويتر في حظر التغريدات ..إزدواجية معايير؟ ، <https://institute.aljazeera.net> تاريخ التصفح 2021/08/21 .

## المراجع الأجنبية :

- Blanchet . alexandre . L'opinion publique dans la science politique du XXe siècle de l'opinion publique a l'opinion profane . mémoire presente comme exigence partielle en science politique. Canad : université Québec A Montréal.
- Butenschön . svenja. (2013).Die Entstehung der Schweigespirale in sozialen Netzwerkseiten .deutsh: leuphana universitat luneberg.
- Gigletto . Fabio .and Lee .yeen .A Hashtag worth a thousand words united kingdom .social media and society . issue 01 . vol 03.2017.
- Gonzalez . Vincent .and al . twitter and public opinion . a critical view for an educational outlook. revista española de pedagogía . issue 274. Vol 77.2019.
- Mai . Minh . (2016).Die theorie schwigespirale im social media zeitalter. Deutsh : freie universitat berlin.
- rules-and-policies .tweet-withheld-by-country <https://help.twitter.com/> 16/08/2021.
- Xiong .fei and yun .liu .opinion formation on social media .an empirical approach. Chaos an interdisciplinary journal of nonlinear science.vol 24.2014.
- Zerback . thomas . and fawzi. Nayla. Can online exemplars trigger a spiral of silelnce ? examining the effect of exemplar opinions on perception of public opinion and speaking out .germany . new media and society issue 7 vol 19 .2017
- Zhang . yiwei. (2015). the Spiral of Silence in Virtual Space: Examining How Expert Participation ,Digital Media Form, and Opinion Congruency Relate to Opinion Expression. United states: LSU Digital Commons