

# محفظة مواد تدريبية حول الرقابة على الانتخابات من منظور الفساد السياسي

الرقابة على نشاط وسائل التواصل الرقمي خلال الانتخابات

نسخة المدرب

آذار 2021



## 1. حالة (أ): حالة من خارج السياق الفلسطيني

### أ. عرض الحالة<sup>1</sup>

عقب الانتخابات الرئاسية الأمريكية العام 2016، ظهرت تقارير تؤكد وجود تدخلات روسية رسمية سرية في الانتخابات، من خلال استعمال وسائل التواصل الرقمي ضد مرشحة الحزب الديمقراطي هيلاري كلنتون، ولصالح مرشح الحزب الجمهوري دونالد ترامب، بما مكنه من الفوز في الانتخابات؛ حيث أشار تقرير إلى أن "روسيا ركزت على استهداف الناخبين المحافظين على نحو خاص من خلال نشر مشاركات تتعلق بالهجرة والأصول العرقية وحق امتلاك سلاح"، مشجعة إياهم على دعم حملة ترامب. "كما رصد التقرير جهوداً تهدف إلى الحد من القوة التصويتية للمواطنين الأمريكيين من أصول أفريقية من ذوي الميول اليسارية عن طريق ترويح حملة مغلوبة تتعلق بالعملية الانتخابية"، من خلال نشرها مواد "تهدف إلى إحداث حالة من الارتباك والتشتيت وتثبيط الهمة من التصويت في النهاية". وقد أقرت بتلك التدخلات منصتان للتواصل الرقمي على الأقل ("فيسبوك" و"تويتز").

عقب أحد التقارير على تلك التدخلات بالقول: "انتقلت وسائل التواصل الاجتماعي من كونها بنية تحتية طبيعية لمشاركة الأحران الجماعية وتنسيق الأنشطة المدنية إلى كونها أداة حسابية لتحقيق سيطرة اجتماعية، يتلاعب بها مستشارون سياسيون يتسمون بالدهاء يستعين بهم الساسة في الأنظمة الديمقراطية والديكتاتورية على حد سواء".

### ب. الأسئلة والنقاش

إرشادات للمدرب:

- يعرض المدرب الحالة (القصة) أعلاه على شاشة العرض.
- يطرح المدرب السؤال التالي على المتدربين: ما هي المشكلة أو الأسئلة التي تثيرها هذه الحالة؟
- يحاول المدرب مساعدة المتدربين على طرح أسئلة من قبيل ما يلي:
  - برأيك، هل توظيف وسائل التواصل الرقمي في الحملة الانتخابية بهذا الشكل من شأنه أن يؤثر على إرادة الناخبين؟ كيف؟
  - برأيك، هل يتوقف استخدام وسائل التواصل الرقمي، بشكل غير مشروع، على صورة استعمال حسابات وهمية؟
  - على فرض كان استخدام وسائل التواصل الرقمي من خلال دفع أصحاب الحسابات الحقيقية على توجيه نشاطهم لصالح مرشح و/أو ضده، من قبل روسيا أو من طرف

<sup>1</sup> تستند فكرة هذه الحالة على أحداث حقيقية حصلت في الواقع، انظر: بي بي سي (BBC) عربي، "روسيا 'استغلت مواقع التواصل الاجتماعي' للتأثير في الانتخابات الأمريكية"، بي بي سي (BBC) عربي (17 كانون الأول/ديسمبر 2018)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 16 آذار/مارس 2020، <https://bbc.in/2QoqNqS>.  
وقد صدرت تقارير حديثة تحذر من تكرار الأمر في الانتخابات المزمع عقدها هذا العام، انظر: موقع CNN بالعربية، "كبير مسؤولي أمن الانتخابات: روسيا اتخذت خطوات لمساعدة ترامب في الفوز برئاسيات 2020"، موقع CNN بالعربية (21 شباط/فبراير 2020)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 16 آذار/مارس 2020، <https://cnn.it/39TCzRI>.

<sup>2</sup> هذه أسئلة متوقع طرحها من قبل المتدربين، وفي حال لم يفعلوا، يقوم المدرب بطرحها لتحفيز النقاش.

- حملة ترامب ذاتها من الداخل، مقابل مكافآت مالية؛ فهل في ذلك ما يخل بنزاهة الانتخابات؟ ولماذا؟
- هل تتعارض الرقابة على نشاط وسائل التواصل الرقمي خلال الانتخابات مع حرية التعبير عن الرأي لأصحاب تلك الحسابات النشطة؟
  - كيف بالإمكان التمييز بين النشاط العادي لوسائل التواصل الرقمي والحملات المنظمة أو الوهمية؟
  - ما الجهة/الجهات المختصة بالرقابة على نشاط وسائل التواصل الرقمي خلال الانتخابات؟ وما شكل الجزاءات التي قد تفرضها؟
  - تعرض جميع الأسئلة في مكان بارز (مثل كتابتها على اللوح أو عرضها على الشاشة).
  - بعد ذلك يطرح المدرب الأسئلة الآتية:
  - ما هي إجاباتكم الأولية عن هذه الأسئلة؟
  - هل هنالك أسئلة تحتاجون المزيد من المعلومات/المعرفة حولها، للإجابة عنها؟
  - يطرح المدرب الأسئلة التالية، على فرض قيام كل سيناريو من السيناريوهين التاليين:
  - السيناريو الأول: كان استخدام وسائل التواصل الرقمي بالآلية المشار إليها في القصة من طرف جهة وطنية دون وجود تدخل خارجي؛ فهل تبقى الإشكالية قائمة؟
  - السيناريو الثاني: قابل تدخل روسيا لصالح ترامب تدخل دولة أخرى لصالح كلينتون؛ فهل يبقى الإشكال قائماً؟ أم بالإمكان القول إنه كان هنالك نوع من تكافؤ الفرص بينهما؟
  - ملاحظة عامة: لا يقوم المدرب بإعطاء إجابات عن الأسئلة، بل يهدف إلى التعرف على معارف وتوجهات المتدربين الأولية.

## 2. الإطاران المفاهيمي والقانوني<sup>3</sup>

### أ. خلفية

مع التطور في تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال الإلكترونية، شهدت تجارب انتخابية عدة، مؤخراً، دوراً مؤثراً لوسائل التواصل الرقمي (ما درجت تسميتها "وسائل التواصل الاجتماعي")؛ حيث جرى توظيفها في الدعاية الانتخابية بطرق مشروعة وأخرى غير مشروعة. وهناك من حلل نتائج الانتخابات الرئاسية والبرلمانية في تونس، خلال العام 2019، بأن عزاء التغيرات فيها -مقارنة بالانتخابات السابقة- إلى اعتماد الناخبين على وسائل التواصل الرقمي بشكل أكبر من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وبالأخص فئة الشباب.<sup>4</sup>

يكون استخدام تلك الوسائل مشروعاً في الترويج للبرنامج الانتخابي للمرشح خلال فترة الدعاية الانتخابية الرسمية وبالتحديد بمحددات تلك الدعاية. أما الاستخدام غير المشروع، فهناك صورتان

<sup>3</sup> تُقرأ مقدمة المحفظة باعتبارها جزءاً من الإطارين المفاهيمي والقانوني.

<sup>4</sup> سليمان شعباني، "الانتخابات التونسية: كيف هزم الإعلام الرقمي وسائل الإعلام التقليدية؟"، الجزيرة نت (2 كانون الأول/ديسمبر 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 2 شباط/فبراير 2020، متوفر عبر الرابط: <https://bit.ly/2HbeBob>

بارزتان: الأولى، إنشاء حسابات وهمية بأعداد كثيرة وتوظيفها لصالح أي من المرشحين أو ضده؛ والثانية، توجيه أصحاب حسابات حقيقية لصالح أي من المرشحين أو ضده، من خلال "مشغلين" يدفعونهم لذلك مقابل المال، أو بفعل تأثيرهم عليهم، من خلال "مضمون انفعالي يستند إلى اقتصاد الانتباه والذكاء العاطفي"<sup>5</sup>؛ وهو ما "يحدو بالناس إلى الاقتراع استناداً إلى المواقف بدلاً من تقييم كفاءة البرامج السياسية"<sup>6</sup>.

يتفاقم هذا الإشكال في ضوء اعتبارين أساسيين: الأول، قيام بعض شركات شبكات التواصل الرقمي بإتاحة بيانات المشتركين لشركات دعائية وعلاقات عامة كبرى، بشكل غير قانوني.<sup>7</sup> والثاني، صعوبة رقابة وضبط المخالفات التي تجري عبر تلك الشبكات، بحكم عدم سيطرة الدولة عليها. بما ينتج عنه أن "يفلت أحد مجالات الاتصالات من عملية الرصد لمعرفة مدى امتثاله لقواعد الانتخابات ومعايير الحقيقة والنزاهة"<sup>8</sup>. وقد دفع ذلك بعض الدول الأوروبية إلى طلب المساعدة من شركات شبكات التواصل الرقمي؛ حيث قامت شركة Facebook خلال انتخابات برلمان الاتحاد الأوروبي العام 2019 بتكليف فريق متخصصين منها "بتشخيص دقيق للمخاطر" التي يمكن أن تهدد إجراء الانتخابات.<sup>9</sup> وعليه، "يكمن التحدي الذي تواجهه جميع الديمقراطيات اليوم في ضمان حرية التعبير للمدونين وغيرهم من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية، وفي الوقت نفسه مكافحة محاولات جهات محلية أو دولية بشكل متزايد استغلال هذه الوسائل للتلاعب بنتائج العملية الانتخابية"<sup>10</sup>.

قلة هي التشريعات التي عنيت بتنظيم الدعاية الانتخابية عبر شبكات التواصل الرقمي؛ ففي الوقت الذي يخلو فيه القانون الانتخابي الفلسطيني (غالباً لقدمه) ونظيره اللبناني (رغم حداثة) من أي إشارة لشبكات التواصل الرقمي، نجد النظام القانوني التونسي -على مستوى تشريعات بمرتبة متدنية- قد تطرق إليها بشكل مباشر؛ فساوى في الأحكام بينها ووسائل الإعلام التقليدية. وفيما

<sup>5</sup> اليونسكو، حكومة جمهورية إثيوبيا الديمقراطية الاتحادية ومفوضية الاتحاد الأفريقي، **الإعلام من أجل الديمقراطية: الصحافة والانتخابات في زمن التضليل الإعلامي**، اليوم العالمي لحرية الصحافة 3 أيار/مايو 2019: المؤتمر العالمي، أديس أبابا، إثيوبيا، 1-3 أيار/مايو 2019 (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، حكومة جمهورية إثيوبيا الديمقراطية الاتحادية ومفوضية الاتحاد الأفريقي، أيار/مايو 2019)، 3-4، <https://bit.ly/2tRABSf>

<sup>6</sup> المرجع نفسه.

<sup>7</sup> تعتبر شركة "كامبريدج أناليتيكا" من أبرز الشركات التي تعمل على جمع البيانات من خلال وسائل التواصل الرقمي وتحليلها لاستخدامها في تقديم خدمات للسياسيين أفراداً ونظماً. انظر حول هذه الشركة ونشاطها غير الشرعي في عدد من الدول: الجزيرة نت، "كامبريدج أناليتيكا: شركة توظف بيانات الجمهور لخدمة اليمين الغربي"، الجزيرة نت (21 آذار/مارس 2018)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 21 آب/أغسطس 2020، متوفر عبر الرابط: <https://bit.ly/2E5flbr>

<sup>8</sup> اليونسكو، حكومة جمهورية إثيوبيا ومفوضية الاتحاد الأفريقي، **الإعلام من أجل الديمقراطية**، 5.

<sup>9</sup> انظر: الصادق الحمامي، "فيسبوك وانتخابات 2019: هل حان وقت نقاشنا؟"، هل الديمقراطية التونسية عاجزة عن حماية نفسها؟"، **الترا تونس** (10 آب/أغسطس 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 18 آذار/مارس 2020، متوفر عبر الرابط: <https://bit.ly/2SgII9F>. وفي سياق متصل: يورونيوز (Euronews)، وروترز، "فيسبوك يشدد قواعد الإعلانات السياسية قبل انتخابات البرلمان الأوروبي"، **يورونيوز (Euronews)** (29 آذار/مارس 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 18 آذار/مارس 2020، متوفر عبر الرابط: <https://bit.ly/2vwKpIt>

<sup>10</sup> فرانك ماكلوخين، **إرساء الأسس لانتخابات مستقبلية في سوريا**، ورقة نقاش الرقم 1/2018 للمؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، تحرير مركز التوثيق السوري الأوروبي (SEDC)، ترجمة مريم فرح (ستوكهولم؛ بيروت: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات؛ لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2018)، 40.

قصر أحد تلك التشريعات مدلول تلك الشبكات على التابعة منها لوسائل الإعلام التقليدية تلك؛<sup>11</sup> هنالك تشريع آخر خصها بأحكام مباشرة؛ ففرض عليها احترام مبادئ الحملات الانتخابية، وأنشط الإدارة الانتخابية متابعة نشاطها، وفرض على المترشحين تسليم الإدارة الانتخابية قائمة بالشبكات التابعة لها قبل الحملة الانتخابية. كما أنشط بها التصدي للمخالفات التي ترتكب من وسائل التواصل الرقمي "والسعي إلى إزالتها بالتنسيق مع الجهات المعنية".<sup>12</sup>

إن عدم تنظيم القانون الانتخابي للمسائل المتصلة بإساءة استخدام وسائل التواصل الرقمي لا يعني، بالضرورة، فراغاً كلياً في النظام القانوني الوطني تجاه تلك المسألة؛ ففي فلسطين -على سبيل المثال- بالإمكان تكييف بعض تلك الانتهاكات كجرائم إلكترونية وفقاً للقانون الخاص بذلك.<sup>13</sup> ولكن ذلك لا يغني عن الحاجة إلى تنظيم قانوني خاص باستخدام وسائل التواصل الرقمي بشكل غير مشروع في العملية الانتخابية.

## ب. تعريفات أساسية

- وسائل التواصل الرقمي: المواقع والتطبيقات الإلكترونية التي تتيح مجاناً لأي شخص إنشاء حسابه الخاص عليها، والتواصل مع الآخرين من خلال نظام إلكتروني اجتماعي والتسمية الدارجة لها هي "وسائل التواصل الاجتماعي". ولها أمثلة عدة أبرزها: Facebook, Twitter, Instagram. وهي لا تشمل الصحف والمنشورات الأخرى التي تخضع لهيئات تحرير.
- حسابات وهمية: حسابات غير خاصة بأشخاص حقيقيين، وإنما يجري تشغيلها من قبل أشخاص أو جهات، إما بشكل فردي أو بالربط الأوتوماتيكي بينها.

<sup>11</sup> انظر الفصول (1، 8، 13) من "قرار مشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري مؤرخ في 21 أوت 2019 [21 آب/أغسطس 2019] يتعلق بضبط القواعد الخاصة بتغطية الحملة الانتخابية الرئاسية والتشريعية بوسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها"، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 162، عدد 68 (23 آب/أغسطس 2019)، 2696-2700.

<sup>12</sup> انظر الفصول (4، 23، 31) من "قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 22 لسنة 2019 مؤرخ في 22 أوت 2019 يتعلق بضبط قواعد تنظيم الحملة الانتخابية وحملة الاستفتاء وإجراءاتها". الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 162، عدد 68 (23 آب/أغسطس 2019)، 2701-2706.

<sup>13</sup> دولة فلسطين، "قرار بقانون رقم (10) لسنة 2018م بشأن الجرائم الإلكترونية"، الوقائع الفلسطينية، عدد ممتاز 16 (3 أيار/مايو 2018)، 24-8؛ فإضافة إلى حظره "التدخل التعسفي أو غير القانوني في خصوصيات أي شخص أو في شؤون أسرته أو بيته أو مراسلاته" (مادة 1/22)، جرم هذا القانون:

- "كل من دخل عمداً دون وجه حق بأي وسيلة موقعاً إلكترونياً أو نظاماً أو شبكة إلكترونية أو وسيلة تكنولوجيا معلومات أو جزءاً منها أو تجاوز الدخول المصرح به، أو استمر في التواجد بها بعد علمه بذلك، [...] (مادة 1/4). ويغلب العقوبة "إذا ترتب على الدخول إلغاء بيانات أو معلومات إلكترونية مخزنة في النظام المعلوماتي [...] أو نقلها أو التقاطها أو نسخها أو نشرها أو إعادة نشرها أو إلحاق ضرراً بالمستخدمين أو المستفيدين [...] (مادة 4/4).
- "كل من التقط ما هو مرسل عن طريق الشبكة أو إحدى وسائل تكنولوجيا المعلومات أو سجله أو اعترضه أو تنصت عمداً دون وجه حق" (مادة 7).
- "كل من ينتفع دون وجه حق بخدمات الاتصال عن طريق إحدى وسائل تكنولوجيا المعلومات أو ما في حكمها" (مادة 1/9).
- "كل من استخدم الشبكة الإلكترونية أو إحدى وسائل تكنولوجيا المعلومات في الوصول، دون وجه حق، إلى أرقام أو بيانات وسيلة التعامل الإلكترونية أو التلاعب فيها" (مادة 1/12).
- "كل من زور وسيلة تعامل إلكترونية بأي وسيلة كانت" (مادة 2/12).

### ت. أسئلة يطرحها المراقب على نفسه

- هل بدأ وجود حملات منظمة ومكثفة، عبر أيّ من شبكات التواصل الرقمي، تستهدف أحد المرشحين بدعمه أو التنفير من انتخابه؟
- كيف بدأ تفاعل جمهور المواطنين مع تلك الحملات؟ هل ساهموا فيها أم حاولوا التصدي لها أم تجاهلواها؟
- هل استنكر المرشحون الآخرون تلك الحملات؟
- هل تعاملت لجنة الانتخابات المركزية مع تلك الحملات، بشكل مسبق أو بعد حدوثها، لتوعية جمهور الناخبين بضرورة توخي الدقة في بناء تصوراتهم حول الناخبين وإمكانية التأثير عليهم من حسابات وهمية أو مشغلة؟

### 3. نشاطات تعليمية

#### أ. طرح الأسئلة

أسئلة تساعد على الفهم والاستيعاب:

- ما هي الصور المشروعة لاستخدام وسائل التواصل الرقمي في الدعاية الانتخابية؟
  - ما هي الصور غير المشروعة لاستخدام وسائل التواصل الرقمي في الدعاية الانتخابية؟
  - هل ينظم القانون استخدام وسائل التواصل الرقمي في الدعاية الانتخابية؟
  - ما أبرز إشكالات الرقابة على استخدام وسائل التواصل الرقمي في الدعاية الانتخابية؟
- أسئلة تربط موضوع الجزء بالأجزاء الأخرى في المحظفة:
- ما علاقة مصادر التمويل الانتخابي وإفناقه بنشاط وسائل التواصل الرقمي خلال الانتخابات؟
  - ما مدى إمكانية تطبيق المعايير الخاصة بالتغطية الإعلامية للانتخابات (المشار لها في هذه المحظفة) على نشاط شبكات التواصل خلال الانتخابات؟
  - في حال وجود حسابات تواصل اجتماعي تابعة لأي من المؤسسات الملزمة بالحياد، فهل بإمكانها الترويج بشكل مشروع لأي من المرشحين؟

#### ب. التفكير في أمثلة

يطلب من المتدربين تقديم أمثلة واقعية على صور غير مشروعة أخرى لاستخدام وسائل التواصل الرقمي في الدعاية الانتخابية.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> مثال للمساعدة: شهدت مصر صيف 2020 إجراء انتخابات للغرفة الثانية في البرلمان (بعد غيابها دستورياً وواقعياً لنحو ست سنوات، وعودتها باسم جديد: "مجلس الشيوخ"). وفي ضوء ما فرضته جائحة كورونا من تقييد للحركة، اعتمدت الدعاية الانتخابية للمرشحين (أفراداً وأحزاباً) بشكل مكثف على وسائل التواصل الرقمي. وقد شاب الدعاية الانتخابية لعدد من المرشحين أخطاء لغوية ومعرفية تصدت لها وسائل التواصل الرقمي بالسخرية الشديدة؛ فهل تعتبر السخرية في هذا السياق شكلاً من أشكال الاستخدام غير المشروع لوسائل التواصل الرقمي بما أنتج عنه الإضرار بأصحاب تلك الدعايات؟ شاهد بالخصوص: الجزيرة مباشر، "دعايات مرشحي انتخابات مجلس

### ت. طرح قضايا جدلية

مثال: في الليلة السابقة ليوم الاقتراع للانتخابات البرلمانية والرئاسية في دولة ما، قامت صفحة تواصل اجتماعي مشهورة معنية أساساً بشؤون الطقس، ولها مئات الآلاف من المتابعين، بنشر توقعات لطقس اليوم التالي مفادها انخفاض شديد في درجات الحرارة وسقوط للأمطار مع احتمالية لتشكل السيول. وفي الواقع، شهد طقس ذلك اليوم تساقطاً خفيفاً للأمطار ولم تتشكل أي سيول. وقد كان إقبال الناخبين على التصويت بنسبة منخفضة؛ فأثارت أطراف عدة الجدل حول مسؤولية تلك الصفحة عن تنفير جمهور الناخبين من الإدلاء بأصواتهم، بتحريض من معارض سياسي كبير مقيم في الخارج لهذه الصفحة، بهدف الطعن في شرعية نتائج الانتخابات التي لم يتمكن من الترشح فيها، لملاحقته جزائياً بحكم قضائي غيابي. وفي المقابل، نشرت الصفحة توضيحاً نفت بموجبه عن نفسها تلك الادعاءات وأشارت إلى أنها لا تعلم بالغيب، وما نشرته تلك الليلة كانت مجرد توقعات للطقس؛ فما رأيك؟

#### إرشادات للمدرب:

1. يقسم المتدربون إلى مجموعات مكونة من أربعة أفراد، بحيث يتم اتباع نظام المناظرات، ويطلب من اثنين منهم اتخاذ موقف يدافع عن الصفحة، ويطلب من المتدربين الآخرين أن يتخذوا موقفاً مخالفاً، مستعينين بالمادة النظرية التي طرحت من قبل المدرب وأية مبررات أخرى ذات علاقة.
2. بعد عرض كل زوج لموقفه، يطلب من المجموعة محاولة الوصول إلى إجماع حول موقف موحد، دون ضرورة تحقق الإجماع.
3. تعرض كل مجموعة موقفها على جميع المتدربين، ويتبع ذلك نقاش جماعي.

### ث. طرح حالات أو وقائع قصيرة

مثال: في الليلة السابقة ليوم الاقتراع للانتخابات البرلمانية في إحدى الدول، نشطت حسابات على شبكات التواصل الرقمي، بنشر صور توجه الناخبين لألية الاقتراع بشكل مظل؛ إذ كانت الصورة عبارة عن تجسيد للبطاقة الانتخابية الرسمية، أدرجت فيها أسماء القوائم الانتخابية مع عبارة "لا تضع أكثر من إشارة × واحدة كما هو موضح في المثال الظاهر في الصورة". وبالفعل كانت الصورة تحوي إشارة × بمحاذاة اسم إحدى القوائم المرشحة للانتخابات فعلياً.

- س.1: هل تتوقع أن تدفع تلك الصورة بعض الناخبين من عامة المواطنين إلى التصويت لتلك القائمة بسبب "جهلهم"؟
- س.2: هل بالإمكان مساءلة تلك القائمة عن نشاط تلك الحسابات باعتبار أنها المستفيدة الوحيدة من ذلك، وبالتالي قد تكون اختلقت حسابات وهمية أو دفعت مناصريها إلى تداول تلك الصورة؟ في حال الإجابة بـ "نعم"، ضمن أي إطار ستتم المساءلة؟

### ج. عرض ونقاش مقاطع فيديو

مقطع الفيديو	رابط مختصر للفيديو	مدة الفيديو (د)
مشهد درامي من مسلسل "كلبش"، الجزء الثالث، 2019. <sup>15</sup>	<a href="https://bit.ly/3iSSOE4">https://bit.ly/3iSSOE4</a>	2:21
تقرير حول استخدام شبكات التواصل الإعلامي في الانتخابات البرلمانية، لبنان (آذار 2018).	<a href="https://bit.ly/2whcH3y">https://bit.ly/2whcH3y</a>	2:46

### ح. إعادة نقاش الحالة (أ) مرّة أخرى

تطرح الحالة (أ) مرّة أخرى للنقاش، ويشجع المدربون على التأمل بالتغيير الحادث في آرائهم (معرفتهم واعتقاداتهم)، إن حدث.

### 4. حالة (ب): حالة من السياق الفلسطيني

#### أ. عرض الحالة<sup>16</sup>

خلال الانتخابات التشريعية القادمة في فلسطين، قامت جهة معادية لحركة حماس بإصااق يافطات على مقر المجلس التشريعي في غزة وأماكن أخرى (من بينها مكاتب للحركة) تحمل النص التالي "انتخب حماس لتطبيق حكم الشريعة في فلسطين"، وأسفله صور أيد مقطوعة وامرأة تُرجم بالحجارة. سرعان ما تنبعت حماس لهذه اليافطات وقامت بإزالتها، إلا أن حسابات عدة عبر مواقع تواصل اجتماعي أخذت بتداول تلك الصور مستهجنة إقدام حماس على وضع تلك اليافطات ومحدرة من انتخاب قائمتها. وفي الوقت ذاته، قامت حسابات أخرى وهمية تحمل عناوين توشر على تبعيتها لحماس بترويج تلك الصور، على اعتبار أنها تعبر عن موقف حماس الرسمي.

#### ب. الأسئلة والنقاش

إرشادات للمدرب:

- يعرض المدرب القصة أعلاه على شاشة العرض.
- تعرض الحالة للنقاش، ويشجع المدرب المتدربين على تحليل الحالة باستخدام المعرفة المكتسبة في هذه الجلسة حول حرية التعبير عن الرأي، والرقابة على وسائل التواصل الرقمي.
- يطرح المدرب جملة من الأسئلة ذات العلاقة، مثل:

<sup>15</sup> الرابط المشار له يحيل لحلقة كاملة (الحلقة 26)، فيما المقطع المطلوب هو ما بين الدقائق 9:22 - 11:44.  
<sup>16</sup> قصة مفترضة مبنية على قصة واقعية مشابهة تعرض لها حزب الخضر في ألمانيا، انظر: دافيد ايهل، "جدوى حرب فيسبوك على الأخبار المضللة قبيل انتخابات أوروبا"، دويتشه فيله (DW) (13 أيار/مايو 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 18 آذار/مارس 2020، متوفر عبر الرابط: <https://p.dw.com/p/3IIr7>.

- هل برأيك من شأن نشاط حسابات الفيسبوك تلك أن يؤثر على توجهات الناخبين بتنفيذهم من انتخاب قائمة حماس؟
- برأيك، كيف ستتعامل حماس مع نشاط تلك الحسابات؟
- هل لدى لجنة الانتخابات المركزية أو أي من جهات الدولة إمكانية للتعامل مع تلك الحسابات؟
- هل هناك خرق للقانون باعتبار المجلس التشريعي مرفقاً عاماً، ولا يجوز استخدام مبادئه لإلصاق اليفاطات الخاصة بالدعاية الانتخابية لقائمة معينة؟
- ماذا عن مضمون العبارة الملصقة كجزء من دعاية حركة حماس، دون الصورة المرفقة بها؟
- هل يعتبر استخدام حركة حماس لسلطة الدين خلال دعايتها الانتخابية -إن كان ذلك قد حصل فعلاً من بعض مناصري الحركة- فساداً سياسياً؟
- يشجع المدرب المتدربين على طرح الأسئلة ويرحب بها، ولا يكتفي بالأسئلة المذكورة أعلاه.

## 5. قائمة المصادر

- إيهل، دافيد. 13 أيار/مايو 2019. "جدوى حرب فيسبوك على الأخبار المضللة قبيل انتخابات أوروبا". دويتشه فيله (DW). تاريخ الوصول 18 آذار/مارس 2020. <https://p.dw.com/p/3IIr7>.
- بي بي سي (BBC) عربي. 17 كانون الأول/ديسمبر 2018. "روسيا 'استغلت مواقع التواصل الاجتماعي' للتأثير في الانتخابات الأمريكية". بي بي سي (BBC) عربي. تاريخ الوصول 16 آذار/مارس 2020. <https://bbc.in/2QoqNqS>.
- الجزيرة مباشر. 4 آب/أغسطس 2020. "دعايات مرشحي انتخابات مجلس الشيوخ في مصر تثير السخرية". يوتيوب. الجزيرة مباشر. تاريخ الوصول 21 آب/أغسطس 2020. <https://bit.ly/32b150G>.
- الجزيرة نت. 21 آذار/مارس 2018. "كاميريدج أناليتيكا: شركة توظف بيانات الجمهور لخدمة اليمين الغربي". الجزيرة نت. تاريخ الوصول 21 آب/أغسطس 2020. <https://bit.ly/2E5fIbr>.
- الجمهورية التونسية. "قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 22 لسنة 2019 مؤرخ في 22 أوت 2019 يتعلق بضبط قواعد تنظيم الحملة الانتخابية وحملة الاستفتاء وإجراءاتها". الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 162، عدد 68 (23 آب/أغسطس 2019)، 2701-2706.
- الجمهورية التونسية. "قرار مشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري مؤرخ في 21 أوت 2019 يتعلق بضبط القواعد الخاصة بتغطية الحملة الانتخابية الرئاسية والتشريعية بوسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها". الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 162، عدد 68 (23 آب/أغسطس 2019)، 2696-2700.
- الحمامي، الصادق. 10 آب/أغسطس 2019. "فيسبوك وانتخابات 2019: هل حان وقت دق ناقوس الخطر؟، هل الديمقراطية التونسية عاجزة عن حماية نفسها؟" الترا تونس. تاريخ الوصول 18 آذار/مارس 2020. <https://bit.ly/2SgII9F>.
- دولة فلسطين. "قرار بقانون رقم (10) لسنة 2018م بشأن الجرائم الإلكترونية". الوقائع الفلسطينية، عدد ممتاز 16 (3 أيار/مايو 2018)، 8-24.
- شعباني، سليمان. 2 كانون الأول/ديسمبر 2019. "الانتخابات التونسية: كيف هزم الإعلام الرقمي وسائل الإعلام التقليدية؟" الجزيرة نت. تاريخ الوصول 2 شباط/فبراير 2020. <https://bit.ly/2HbeBob>.
- ماكلوخين، فرانك. 2018. إرساء الأسس لانتخابات مستقبلية في سوريا. ورقة نقاش الرقم 1/2018 للمؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات. تحرير مركز التوثيق السوري الأوروبي (SEDC). ترجمة مريم فرح. ستوكهولم؛ بيروت: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات؛ لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.
- موقع CNN بالعربية. 21 شباط/فبراير 2020. "كبير مسؤولي أمن الانتخابات: روسيا اتخذت خطوات لمساعدة ترامب في الفوز برئاسيات 2020". موقع CNN بالعربية. تاريخ الوصول 16 آذار/مارس 2020. <https://cnn.it/39TCzRI>.
- يورونيوز (Euronews) ورويترز. 29 آذار/مارس 2019. "فيسبوك يشدد قواعد الإعلانات السياسية قبل انتخابات البرلمان الأوروبي". يورونيوز (Euronews). تاريخ الوصول 18 آذار/مارس 2020. <https://bit.ly/2vwKplt>.
- اليونسكو، حكومة جمهورية إثيوبيا الديمقراطية الاتحادية، ومفوضية الاتحاد الأفريقي. أيار/مايو 2019. الإعلام من أجل الديمقراطية: الصحافة والانتخابات في زمن التضليل الإعلامي. اليوم العالمي لحرية الصحافة 3 أيار/مايو 2019: المؤتمر العالمي، أديس أبابا، إثيوبيا، 1-3 أيار/مايو 2019، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، حكومة جمهورية إثيوبيا الديمقراطية الاتحادية ومفوضية الاتحاد الأفريقي. <https://bit.ly/2tRABSf>.

