

اجتهادات تراجع السوشيال ميديا !

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في الدعاية الانتخابية منذ مطلع العقد الماضي. وأدى هذا الدور إلى تراجع دور أشكال الدعاية الانتخابية التقليدية بدرجات متفاوتة، مقارنة بمواقع التواصل خاصة فيس بوك وتويتر.

الحاصل الآن أن التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي يحمل معه جديدًا آخر في مجال الدعاية الانتخابية، كما في مجالات متزايدة. استخدام هذه التقنيات في الانتخابات يزداد، على نحو يثير سؤالاً عن أثره في دور مواقع التواصل، وهل يتراجع كما حدث لأشكال الدعاية الانتخابية التقليدية. يعتقد بعض خبراء الدعاية الانتخابية أن أداة الاستفهام المناسبة هنا هي متى، وليست هل. فالسؤال، كما يرونه، ينصب على الوقت الذي سيحدث فيه هذا التحول الجديد، وتصبح تقنيات الذكاء الاصطناعي هي الأكثر تأثيرًا في الناخبين، لأن حدوثه أكيد في تصورهم. ولكن تقديراتهم بشأن هذا الوقت تختلف. كما يرى بعضهم أن التطور المتوقع لن يكون في صورة إعادة إنتاج ما حدث قبل أكثر من عقد، وأن مواقع التواصل الاجتماعي ستبقى ضرورية حال وصول تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى أعلى مستويات تأثيرها، بخلاف أشكال الدعاية الانتخابية التقليدية. فكما نُقل كثير من أشكال الدعاية هذه من الواقع إلى فضاء الإنترنت في مواقع التواصل، ستبقى هذه المواقع ضرورية لعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي في الدعاية الانتخابية إلى أجلٍ يصعب توقعه.

ومثلما أثار تصدر مواقع التواصل ساحة هذه الدعاية جدالا حول إساءة استخدامها مع ، بدأ اللجوء إلى تقنيات الذكاء Fake News انتشار ما أطلق عليها أخبار زائفة الاصطناعي يثير مخاوف متفاوتة من طمس الخط الفاصل بين الحقيقة والخيال. وفي الولايات المتحدة يطالب بعض قادة الحزب الديمقراطي وأعضائه الآن بتقييد استخدام هذه التقنيات في حملة انتخابات 2024، بعد أن بث الجمهوريون إعلانًا يتضمن مقاطع فيديو وصورًا أنشأوها بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتُظهر أمريكا في عهد بايدن بطريقة يرونها مُضللة ومُخيفة.

ويستند هذا المطلب إلى ضرورة مواكبة النظام القانوني للتطور السريع في مجال الذكاء الاصطناعي لتنظيم استخدامه في الحملات الانتخابية، وحماية الناخبين من الخداع والتلاعب.

