

دعاية الذئب المحارب الصينية تحشد المهبين على تويتر

بكين تستغل الديمقراطية الغربية في الصراع العالمي من أجل النفوذ

تدرك قيادات الحزب الشيوعي الصيني أن الصراع من أجل النفوذ لم يعد قائماً على قواعد عسكرية وسياسية فقط بل هو أكثر نعومة وحذّة في آن واحد، ما دفعها إلى نقل معركتها إلى مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يظهر جلياً في حملة دعائية "الذئب المحارب" التي تمارسها الصين للترويج لنفسها ولصناعة الرأي العام عبر تويتر، إذ تستغل الديمقراطية الغربية وانفتاح الفضاء الافتراضي لتكوين جيش من المهبين والمجدين.

بروكسل - فتح الحزب الشيوعي الحاكم في الصين جبهة جديدة في حرب الطويلة والطموحة لتشكيل الرأي العام العالمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الغربية على غرار تويتر الذي حوله قياديون ودبلوماسيون إلى بوق للترويج للحكومة وصل إلى الملايين من الجماهير في مختلف أنحاء العالم، ما منح بكين ميزة أحادية الجانب في الكفاح العالمي من أجل النفوذ بالنظر إلى حظها لهذه المنصات محلياً مما يقطع سبل الوصول إلى الجمهور الصيني. وكان ليو شياو مينغ، الذي استقال مؤخراً من منصب سفير الصين لدى المملكة المتحدة، أحد أنجح جنود الحزب في ساحة المعركة المتطورة على الإنترنت. وانضم إلى تويتر في أكتوبر 2019، حيث تدفق العشرات من الدبلوماسيين الصينيين على تويتر وفيسبوك، وكلاهما محظور في الصين. ومنذ ذلك الحين، رفع ليو مكانته العامة ببراعة، واكتسب أكثر من 119 ألف متابع حيث حوّل نفسه إلى نموذج لدبلوماسية الصين الجديدة الحادة "المحارب الذئب"، وهو مصطلح مستعار من عنوان فيلم صيني حقق أرباحاً عالية. وقال ليو، وهو الممثل الخاص للصين لشؤون شبه الجزيرة الكورية في تغريدة في فبراير "كما أراها، هناك من يطلق عليهم اسم محاربي الذئب لأن هناك ذئاباً في العالم وانت بحاجة إلى محاربي لصدها".

وقال تيموثي غراهام المحاضر البارز في جامعة كوينزلاند للتقنية الذي يدرس الشبكات الاجتماعية "ليينا تحول قاري زلزالي بطيء ولكن كبير في السر. ويمكن أن يكون له تأثير هائل بمرور الوقت". وحدد موقع تويتر وغيره شبكات مؤيدة للصين من قبل. لكن التحقيق الذي أجرته وكالة أسوشيتد برس ومعهد أكسفورد للإنترنت يضيف إلى الأدلة على أن رغبة بكين في توجيه الرأي العام سوف تمتد إلى ما هو أبعد من حدودها وما وراء المصالح الاستراتيجية الأساسية، مثل تايوان وهونغ كونغ وشينجيانغ.

ولم يكن من الممكن تحديد ما إذا كانت الحسابات تحت رعاية الحكومة الصينية. وأخبر موقع تويتر وكالة أسوشيتد برس أنه عاقب العديد من الحسابات بسبب التلاعب، لكنه رفض تقديم تفاصيل حول انتهاكات النظام الأساسي الاجتماعي التي ربما كانت تمارس. وقالت إدارة تويتر إنها تحقق في ما إذا كان النشاط عملياً إعلامياً تابعاً للدولة؟ وأكدت وزارة الخارجية الصينية أنها لا تستخدم الخداع على وسائل التواصل الاجتماعي. وقالت الوزارة في بيان "لا يوجد ما يسمى بالدعاية المضلّة، ولا تصدير نموذج لتوجيهات الرأي العام عبر الإنترنت. ونأمل أن تتخلى الأطراف المعنية عن موقفها التمييزي، وتتخذ نهجاً سلمياً وموضوعياً وعقلانياً بروح الانفتاح والشمول".

ساحة المعركة الأيديولوجية

يعمل تويتر وفيسبوك كمكبرات صوت عالمية هائلة من جانب واحد للحزب الشيوعي الحاكم في الصين، مما يساعد على تضخيم الرسائل التي وضعتها السلطات المركزية على نطاق واسع. اليوم، ينشط ما لا يقل عن 270 دبلوماسياً صينياً في 126 دولة على تويتر وفيسبوك. ويسيطرون، جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام الحكومية الصينية، على 449 حساباً على تويتر وفيسبوك، والتي نشرت ما يقرب من 950 ألف مرة بين يونيو وفبراير. وحصدت هذه الرسائل أكثر من 350 مليون إعجاب وتم الرد عليها ومشاركتها أكثر من 27 مليون مرة، وفقاً لتحليل معهد أكسفورد للإنترنت ووكالة أسوشيتد برس. وانضم ثلاثة أرباع الدبلوماسيين الصينيين على تويتر إلى المنصة خلال العامين الماضيين. ويأتي الانتقال إلى وسائل التواصل الاجتماعي الغربية في الوقت الذي تشن فيه الصين حرباً على النفوذ على الإنترنت، والتي وصفها الرئيس شي جين بينغ بأنها "ساحة المعركة الرئيسية" للرأي العام. وقال في 2013، بعد فترة وجيزة من توليه السلطة "في ساحة المعركة على



وسائل التواصل الاجتماعي جبهة صراع

الألا تتبنى الشركات ذات الصلة معايير مزدوجة". وكانت الحسابات الدبلوماسية الصينية في يولندا وباكستان والهند وجنوب أفريقيا، بالإضافة إلى وزارة الخارجية الصينية والمحدثين باسمها، من بين أكبر المستخدمين من هذه المشاركة الجماعية المركزة. وشكلت هذه الجوقة المصنّعة جزءاً كبيراً من التفاعلات التي سجلها العديد من الدبلوماسيين الصينيين على تويتر. وجاء أكثر من 60 في المئة من إعادة تغريد السفارات الصينية في أنغولا واليونان من يونيو 2020 حتى يناير 2021 من حسابات تم تعليقها. ونجح المتشدان هوا تشون بنغ وتشاوا ليجانغ في تسجيل أكثر من 20 ألف إعادة تغريد من حسابات ضربها موقع تويتر.

أنظمة التعليق على الإنترنت

داخل الصين تم إضفاء الطابع المؤسسي على التلاعب بالخطاب عبر الإنترنت. ويبقى أن نرى مدى عدوانية ونجاح تطبيق نموذج توجيه الرأي العام على وسائل التواصل الاجتماعي الغربية، والذي تأسس على قيم مدنية مختلفة للغاية، مثل الشفافية والأصالة وتبادل الأفكار الحر. وتتجاوز أنظمة الحزب لتشكيل الرأي العام على الإنترنت الرقابة. وتتضمن وثائق الميزانية الخاصة بإدارات الدعاية الصينية والفضاء الإلكتروني إشارات إلى الجيوش الإلكترونية، وفرق المعلقين المدربين عبر الإنترنت المكلفين بالحفاظ على الحداثة عبر الإنترنت بما يتماشى مع مصالح الحزب الحاكم. ويعدّ تقديم الصين على وسائل التواصل الاجتماعي الغربية جزءاً من بنية تحتية أوسع نطاقاً للتأثير على الشكل الذي تصنع بواسطته هوليوود الأفلام، وما ينشره الناشرون الغربيون، وما تنقله وسائل الإعلام الخارجية الناطقة بالصينية إلى الشتات الصيني الواسع.

وقالت أن ماري برادي الأستاذة بجامعة كانتربري في نيوزيلندا، إن الناس قد لا يدركون حتى أن المعلومات التي يتلقونها كانت من تاطير الحزب الشيوعي الحاكم في الصين. وتابعت "إن نظام الدعاية واسع، وقد دمج وسائل التواصل الاجتماعي الغربية. لقد ساعد في إعادة تشكيل التصورات عن الصين. وقد لا يخلق صورة إيجابية فريدة للصين، لكنه يخلق اليأس من إمكانية فعل أي شيء حيال ما تفعله الصين ديمقراطياتنا".

كانت تنتشر حول شينجيانغ، حيث تتهم الصين بارتكاب الإبادة الجماعية بسبب قمعها الوحشي والمنهجي لأقلية الإيغور المسلمين. ووفقاً لوكالة أنباء شينخوا، فإن المشكلة الحقيقية في شينجيانغ ليست حقوق الإنسان، ولكن إرهاب الإيغور. وقالت شينخوا إن بكين جلبت الاستقرار والتنمية الاقتصادية إلى منطقتها الغربية المضطربة، واختلقت وكالات المخابرات الأمريكية والباحثون العنصريون والشهود الكاذبون، المعلومات التي تشير إلى خلاف ذلك. والتقطت وسائل الإعلام الحكومية الصينية الأخرى القصة، وضخمتها وزارة الخارجية الصينية في مؤتمر صحافي، وانتشرت عبر تويتر عبر وزارة الخارجية والدبلوماسيين الصينيين في الولايات المتحدة والهند وجيبوتي وكندا والمجر والنمسا وتنازانيا وكازاخستان والأردن وليبيريا وغرينادا ونيجيريا ولبنان وترينيداد وتوباغو وقطر والمملكة المتحدة.

هذه هي آلة دعائية للحزب الشيوعي الحاكم العالمية: يث الدبلوماسيون الصينيون الرسائل التي وضعتها وسائل الإعلام الحكومية الرئيسية ووزارة الخارجية في جميع أنحاء العالم، ويعيدون تجميع المحتوى على تويتر، حيث تضخمه شبكات وهمية والحسابات المشبوهة لتشكيل الخطاب العام لصالح الحزب الشيوعي الحاكم. وقالت سفارة الصين في المملكة المتحدة في بيان لوكالة أسوشيتد برس "نحن ندرك المخاوف بشأن بعض قواعد تويتر. إذا كانت إعادة تغريدات السفارة الصينية مخالفة لقواعد وسائل التواصل الاجتماعي، فيجب ألا تكون هذه القواعد أكثر قابلية للتطبيق على إعادة تغريد المنشآت والتشهير والمعلومات الكاذبة ضد الصين؛ نأمل

في هونغ كونغ، أن المصققات الشفافية تحدث فرقا: فقد كان إعجاب مستخدمين تويتر بعد أقل من التغريدات من منافذ الأخبار الصينية وتقلص مشاركتها بعد أغسطس 2020، عندما بدأت المنصة في تمييزها على أنها وسائل تابعة للدولة وتوقفت عن تضخيم محتواها.

وقال ديفيد بانوروسكي مدير مشروع تشاينا ميديا "نحن بحاجة إلى المصققات"، على الرغم من أنه حذر من أنهم يخاطرون برسم جميع وسائل الإعلام الصينية بنفس الفرشاة الواسعة، بما في ذلك منافذ تمكنت من الحفاظ على درجة من الاستقلالية. وأضاف معلقاً "يتعلق هذا كله باستمالة السر. إن رواية قصة الصين يعني أنه يتعين علينا أن نحكي قصة الصين ولا أحد غيرنا. هذا يحدث باللغات البرتغالية والإسبانية والفرنسية. إنها حقا خطة عالمية".

في أوائل فبراير نشرت وكالة الأنباء الصينية الرسمية شينخوا "فحصاً للحقائق" من 24 "كذبة" قالت إن القوات المناهضة للصين في الغرب

أدرجت الصين، مثل الدول الأخرى، قيمة وسائل التواصل الاجتماعي في تضخيم رسائلها وتعزيز قبضتها على السلطة. لكن الوصول غير المقيد إلى وسائل التواصل الاجتماعي الغربية منح بكين ميزة أحادية الجانب في الكفاح العالمي من أجل النفوذ. وحظرت الصين تويتر وفيسبوك، ويتحكم بكين في البدائل المحلية مثل الوصول إلى الجمهور الصيني. وهذا ما يخلق تحدياً كبيراً للديمقراطيات الغربية. وقال جاكوب وليس، كبير المحللين في مركز السياسة الإلكترونية الدولي التابع لمعهد السياسة الاستراتيجية الأسترالي "ليس لدينا نفس القدرة على التأثير على الجماهير الدولية بالنظر إلى أن الصين قد عزلت الإنترنت. وهذا ما يخلق ميزة كبيرة غير متكافئة".

ورغم مستويات نشاط الحكومة الصينية العالي، فقد فشل تويتر وفيسبوك في تصنيف محتوى الدولة باستمرار. وفي محاولة لمساعدة المستخدمين، بدأ تويتر العام الماضي في تصنيف الحسابات التي تخص "مسؤولين حكوميين رئيسيين" ووسائل إعلام تابعة للدولة. لكن تويتر قام بتسمية 14 في المئة فقط من الحسابات الدبلوماسية الصينية على المنصة وقفل حتى في الإبلاغ عن العشرات من الملفات الشخصية التي تم التحقق منها.

ووجد مشروع تشاينا ميديا، وهو مجموعة بحثية

الإنترنت، يرتبط ما إذا كان بإمكاننا الصمود والفوز ارتباطاً مباشراً بأمن بلدنا الأيديولوجي والسياسي". وفي سبتمبر 2019، مع تدفق الدبلوماسيين الصينيين على تويتر، ألقى شي خطاباً آخر، حث فيه كوادر الحزب على تعزيز "روح القتالية".

وأعاد شي تشكيل حوكمة الإنترنت في الصين، وشدّد الضوابط وربط وسائل الإعلام الصينية بشكل أكثر إحكاماً بالحزب، لضمان أن تحب وسائل الإعلام الحزب وتحميه وتخدمه، كما قال في خطاب القاءه في 2016.

وأضفي الطابع الرسمي على هذه العلاقة الحميمة في عام 2018، عندما عزز الحزب سيطرته الإدارية على المناقذ المطبوعة والإذاعية والسينمائية والتلفزيونية الرئيسية تحت كيان يديره قسم الدعاية المركزية.

ووجد مشروع تشاينا ميديا، وهو مجموعة بحثية

ووجد مشروع تشاينا ميديا، وهو مجموعة بحثية