مستخدموا الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي ؛ قراءة في الأرقام والمؤشرات

للدكتورة رحيمة الطيب عيساني

أستاذ مساعد بكليـــة الاتـــصال،

جامعة الشارقة

ملخص الدراسة

تبحث هذه الدّراسة في حجم استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، وأغراضه وتأثيراته الاجتماعية في بلداننا العربية، من خلال الأرقام المتواترة عن الدّراسات والبحوث والتقارير العلمية لأعداد ونسب مستخدمي هذه الشبكات، ومؤشراتها ودلالتها العلمية والمعرفية في مجال الإعلام والاتصال. فقد أكدت التقارير، البحوث، والدراسات المتلاحقة على أنه ومنذ انتشار الاستخدام العالمي لهذه الشبكات فإن مستخدميها في منطقة الشرق الأوسط والبلدان العربية يتزايد كل سنة بالملايين، وأن أشكال الاستخدام يغلب عليها الأغراض التواصلية والترفيهية.

وفي هذا الصدد ذكرت شبكة"CNN" الأمريكية (13 أكتوبر2012)، أنه بالتزامن مع إطلاق موقع التواصل الاجتماعي"فيس بوك" أسهمه للاكتتاب العام استغلالا لإقبال المستثمرين على شراء حصة فى شركة يصل عدد مستخدمي موقعها إلى مليار شخص، منهم 43 مليون شخص فى الشرق الأوسط وفقا للبوابة العربية للأخبار التقنية.

وأوضحت الشبكة أن الشرق الأوسط كان يتسم بثقافة الهاتف حيث كانت شعوب المنطقة تستخدم الهاتف بشكل تقليدى بدلا من استخدام الإنترنت، لكن الربيع العربى غير كل ذلك فوسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت هى الوسيلة لنشر رسالة الثوار الشباب من تونس إلى مصر ومن البحرين إلى سوريا.ونوهت الشبكة إلى أنه مع بداية الربيع العربى ازدادت قوة العالم الافتراضى"الإنترنت" وأصبح شباب المنطقة قادرين على إيصال أصواتهم عبر الإنترنت.

الكلمات الدالة :

الإعلام الجديد، الإعلام الاجتماعي، الانترنت، أدوات التواصل الاجتماعى، الشبكات الاجتماعية، الفايس بوك، تويتر، يوتيوب، الاستخدامات والاشباعات.

مقدمة

برزت الانترنت كأهم أداة من أدوات الإعلام الجديد في رسم المعالم الكبرى للتغيرات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء، ووفرت المرونة الكبيرة في استخدامها وسهولة الولوج إليها، وتصفح بعض محتوياتها مجانا مجالا خصبا لحرية الحصول على المعلومة وتبادلها، ومنذ ظهورها وهي تتشكل تباعا مخرجة أنواعا من التطبيقات والرسائل الإلكترونية التي كونت عناوين لعدد من أشكال الاتصال الفردي والجماعي والجماهيري، تجازوت معظمها الرقابة والعراقيل التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وأبرزت دور الفرد كمرسل للرسالة ومتفاعل معها بعد أن كان وظل لسنوات مستقبلا فقط، وأوجدت طرقا أخرى للتفاعل والتواصل الاجتماعي وبناء العلا قات الاجتماعية(وإن كانت افتراضية).

وأدى هذا التحول في شكل ومضامين الاتصال ترسيخ ظاهرة الإعلام الجديد، الذي تغيرت فيه معايير العملية الاعلامية والاتصالية على حد سواء، وأطاحت أشكاله وتداعياته بالعديد من المفاهيم والمسلمات في المجال، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تعطي أبعادا مغايرة للإعلام والاتصال وسيلة ومحتوى، فقد أضحى المنتج الإعلامي أكثر ثراء وتعددا في أدواته وأوعيته، وأصبحت الأدوات التواصلية والاتصالية أكثر قربا وسلاسة، وأقدر على توصيل الآراء والاتجاهات والأفكار بالشكل الذي جعل ويجعل المتلقي منخرطا في مجتمعات افتراضية، فتحت أمامه فرصة لإقامة العلاقات الاجتماعية المرنة وغير المقيدة بالإطار المكاني والزماني، ونهما للمعلومات والأخبار بشكل غير مسبوق، و لم يقتصر تأثير الانترنت ومن ثم الإعلام الجديد على المحتوى والمتلقي فقط، بل امتد ليشمل جميع أطراف وعناصر العملية الاتصالية والإعلامية، وظهرت ممارسات جديدة تعلي من دور الجمهور الذي كان ومازال مهمشا في الاتصال الجماهيري التقليدي، وتضاءلت سيطرة المرسل والمؤسسة الإعلامية التقليدية والأعراف والتقاليد الاجتماعية الواقعية على العمل الإعلامي والسلوك الاتصالي، بعد أن أصبح بوسع كل من يستطيع استخدام الانترنت أو أي أداة أخرى من أدوات الإعلام الجديد أن يصبح إعلاميا بالشكل الذي يرغب فيه، واجتماعيا بالأسلوب والوسيلة التي يريدها.

ولعل أهم تطبيقات الانترنت التي ترسخ هذا المفهوم للإعلام والاتصال في بيئة "الإعلام الجديد" ما اصطلح على تسميته بـــ"أدوات التواصل الاجتماعي"، أو "الشبكات الاجتماعية"، فقد تحولت إلى المنصة الأوسع للمستخدمين لأشكال الإعلام، الاتصال والتواصل الاجتماعيين، تدلل على ذلك الأرقام والنسب الضخمة التي تكشف وكشفت عنها الدّراسات المتواترة في المجال خاصة في السنوات الثلاثة الأخيرة.

فقد أكد تقرير صدر عن موقع "نيلسين أونلاين" أن (70%) من مستخدمى الأنترنيت يستخدمون الشبكات الاجتماعية، أي ما يعادل أكثر من ثلثى مستخدمى الإنترنت في العالم. وأن استخدام الشبكات والمدونات تستحوذ على حوالي(10%) من الوقت المستغرق في تصفح شبكة الإنترنت. وأن استخدام الشبكات الاجتماعية قد زاد بمقدار مرتين مقارنة بالأقسام الأربعة الأخرى الأكثر استخداماً وهى : برامج الكمبيوتر الشخصى، والبحث في شبكة الإنترنيت، والبوابات والبريد الإلكتروني.

وقال جون بوربانك "John Burbank" المدير التنفيذي للموقع : "أصبحت الشبكات الاجتماعية جزءا رئيسا من التجربة العالمية على شبكة الإنترنت".وأضاف التقرير أن "فيس بوك "Facebook"، الذي يعتبر حالياً أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شعبية، يزوره شهريًا ثلاثة من كل عشرة أشخاص يتصفحون شبكة الإنترنت. وأن دقيقة واحدة من كل إحدى عشرة دقيقة تستغرق في تصفح الإنترنت عل نطاق العالم، تكون إما في مواقع المدونات أو الشبكات الاجتماعية[1].

وقد ظهرت كأحد المحتويات المختلفة على شبكة الانترنت، لذلك توجز"موسوعة ويكيبيديا الحرة" توصيفها بأنها : "مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات لمستخدميها ؛ المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الالكتروني، الفيديو، التدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات"، ومن الواضح أن الشبكات الاجتماعية بهذا المحتوى، ومن خلال الأرقام والإحصائيات التي سنسوقها لاحقا قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، فقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشئ موقعه الخاص عليها بسهولة ويسر، والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات.

أولا: إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية

جاء في الاصدار الخامس لتقرير" الإعلام الاجتماعي العربي" الصادر عن كلية دبي الإدارة الحكومية شهر جوان 2013، أن عدد مستخدمي شبكة التواصل فيسبوك في

[1]. www. Nielsen_online.com

الوطن العربي قد قارب الـــ(55 مليون) مستخدم، أما تويتر فقد وصلوا إلى(3.7 مليون) مستخدم نشط، وذلك حتى شهر ماي 2013[1]، (Dubai2013, p13).

وذكرت شبكة"CNN" الأمريكية يوم السبت 13 أكتوبر2012، أنه بالتزامن مع إطلاق موقع التواصل الاجتماعى"فيس بوك" أسهمه للاكتتاب العام استغلالا لإقبال المستثمرين على شراء حصة فى شركة يصل عدد مستخدمى موقعها إلى مليار شخص، منهم 43 مليون شخص فى الشرق الأوسط وفقا للبوابة العربية للأخبار التقنية.

وأوضحت الشبكة أن الشرق الأوسط كان يتسم بثقافة الهاتف حيث كانت شعوب المنطقة تستخدم الهاتف بشكل تقليدى بدلا من استخدام الإنترنت، لكن الربيع العربى غير كل ذلك فوسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت هى الوسيلة لنشر رسالة الثوار الشباب من تونس إلى مصر ومن البحرين إلى سوريا. ونوهت الشبكة إلى أنه مع بداية الربيع العربى ازدادت قوة العالم الافتراضى"الإنترنت" وأصبح شباب المنطقة قادرين على إيصال أصواتهم عبر الإنترنت.

وأظهر المسح الذي أجرته كلية دبى للإدارة الحكومية أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية قد ارتفع حيث إن عدد مستخدمى فيس بوك فى العالم العربى زاد بنسبة هائلة تقدر بـــ(68%) العام2011، وأن الشباب من سن 15 إلى 29 عاما يشكلون نسبة (70%) تقريبا من مستخدمى الـــ"فيس بوك"، ويمثل مستخدمو الموقع فى مصر أكبر الدول العربية تعدادا للسكان نسبة(26%) من إجمالى المستخدمين فى المنطقة.

وأشار إلى أنه فيما يتعلق بتويتر فإن البحرين والكويت تتصدران استخدامه، لكن عدد السكان المستخدمين له لا يزال صغيرا نسبيا حيث يتجاوز عدد المستخدمين بالكاد نسبة (3%)، إلا أنه برغم ذلك فإن مسار استخدام الإنترنت فى العالم يتغير، حيث شهدت المنطقة زيادة حادة فى استخدام الإنترنت منذ عام 2000 بنسبة تتخطى (200 %)، فيما يتعدى بكثير نسبة الاستخدام فى آسيا وأمريكا الشمالية.

في حين وصل عدد مستخدمي تويتر خلال الربع الأول من 2011 إلى 1.1 مليون مستخدم عربي أرسلوا خلال هذه الفترة 7.22 مليون رساله أغلبها بخصوص الأحداث في الدول العربيه، ووصلوا إلى أكثر من 1.3 مليون مستخدم نشط، مع نهاية شهر مارس هذا العام. وأنتجوا حوالي 172 مليون تغريدة.

---

[1] صدر تحت عنوان: "Transforming Education in the Arab World: Breaking Barriers in the Age of Social Learning"تحولات التعليم في العالم العربي : كسر الحواجز في عصر التعلّم الاجتماعي".شهر جوان 2013.

وأرجع التقرير نسبة النمو الكبيرة هذه بسبب الاحتجاجات الشعبية في عدد من الدول العربية. فعلى سبيل المثال أضافت مصر وحدها أكثر من 4 مليون مستخدم منذ مطلع عام 2011. ففي شهر نيسان 2011 كان قد وصل الى 7.27 مليون مستخدم لشبكة الفيسبوك.

وأشار التقرير إلى أن الامارات وقطر والكويت والبحرين ولبنان هم الدّول الخمس العربية الأعلى من حيث نسبة مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالنسبة لعدد سكانها. وكانت أبرز رؤوس الموضوعات استخداما بين مستخدمي شبكه تويتر في العالم العربي كلمات مثل مصر-و25 يناير وليبيا ومظاهرة. وشكلت- النساء- بحسب التقرير ثلث مستخدمي الشبكات الاجتماعيه في الدول العربيه[1].

إن هذه الأرقام وغيرها تدلل على كثير من المؤشرات التي وجب الوقوف عندها أهمها:

- طريقة تفاعل المستخدمين في الوطن العربي مع الوسائط الاتصالية الجديدة، ممثلة أكثر في الشبكات الاجتماعية.
- نوعية الاشباعات التي يحققونها،
- وانعكاسات ذلك على عمليات التواصل الاجتماعي والثقافي.

المداخل النظرية للدراسة :

ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل ووسائط الاتصال الحديثة على نموذجين مسيرين:

الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تمثل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البُنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها. وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية

[1]. Arab Social Media Report, Facbook Usage Factors and Analysis, January 2011, p(4)

قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البُنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشُّكل. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له[1] (العياضي، 2009، ص18).

وإن النمو الهائل في استخدام الانترنت وتطبيقاتها، وتحولها إلى مساحة اتصالية وإعلامية كبيرة جدا، تجمع أشكالا متعددة للاتصال والتواصل الاجتماعيين ، جعل كثيرا من المهتمين بمدخل "الاستخدامات والإشباعات" يتحولون من طرح تساؤل "كيف يستخدم الأفراد الانترنت"، إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط – وقد أكد Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتحديد دوافع الاستخدام.وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر مثلا لإشباع ما يلي :

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.

ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

ويعدّ المدخل، اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية،تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في

---

[1] نصر الدين العياضي: "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي؛ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7 9 أبريل 2009

العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين : الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلاً أو مستقبلاً. وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.

وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الدوافع التالية لاستخدام الانترنت وبعض تطبيقاتها[1]:

1. كبديل عن الاتصال الشخصي.
2. الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.
3. تعلم السلوكيات المناسبة.
4. كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.
5. المساندة المتبادلة مع الآخرين.
6. التعلم الذاتي.
7. التسلية والأمان والصحبة.

وهو المدخل النظري الذي ستستجلي من خلاله دراستنا هذه مؤشرا الأرقام والإحصاءات والنسب لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي خاصة خلال السنوات الثلاثة الأخيرة.

---

[1]. Rosengren , k, E& ,Windahl ,S " ,(1972) .Mass Media Consum-tions as a Functional Alternative "In McQueil)Ed (Sociology of Mass Communications UK, Penguin), pp(135-165).

ثانيا : شبكة الانترنيت ؛ المستخدمون والاستخدامات

إن العالم الثقافي والفكري والحضاري الذي صنعته شبكة الانترنيت اليوم يتجاوز المفردات البسيطة التي ينبئ عنها نقل المعلومات عبره إلى حيث بدأ المجتمع كليا يتغير، فأصبح مجتمعا انترنيتيا اتصاله يقوم على الشبكة بدون حضور مادي أو لقاء حسي بل نبضات كهربائية تنتقل بين الجانبين، بل إن فهم التراث نفسه تغير عبر هذه المعطيات الجديدة ، إنه عالم جديد ومغاير كليا للعالم قبل الانترنيت. وهي ثورة ثقافية وليست مجرد ثورة تقنية، تخطت كل الأعراف في عملية الاستحواذ على المتلقي(المستهلك).

وقد وفرت الانترنيت منذ نشأتها وخلال مسيرة التطوير والتحديث على بنيتها التحتية؛ إمكانات كبيرة على كافة المستويات أهمها :

1. تسهيل الحصول على المعلومات وهي لا تزال طرية من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقرة على شاشة الكمبيوتر ينتقل القارئ من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ أي موضوع يشاء بأي لغة يفهم دون مصادرة أو قيود

2. تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الحكام المستبدين أو رجال المال المحتكرين لملكية وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغيير، وقد كان احتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.

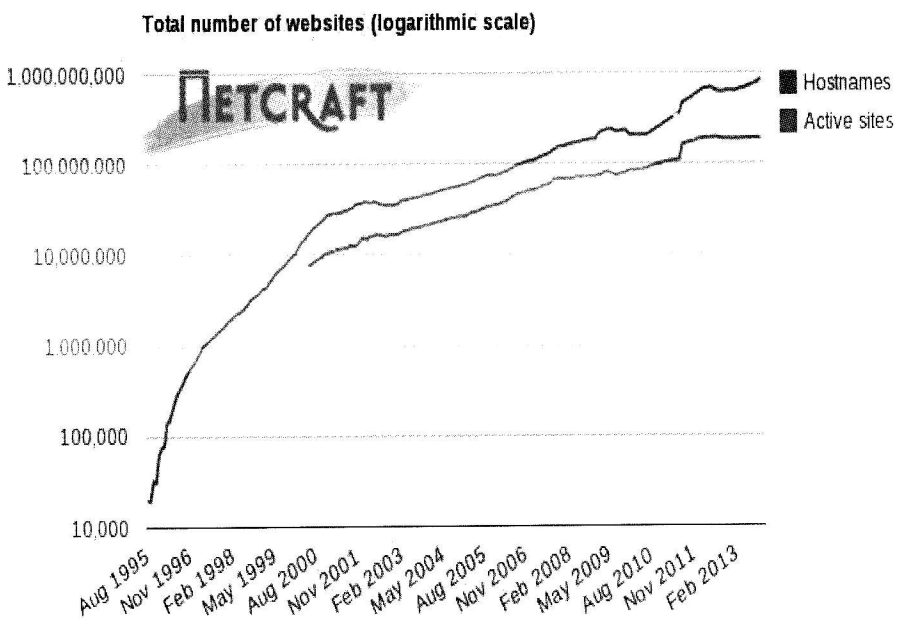
3. التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل دون تدخل موجه من أباطرة الإعلام الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم على حساب المرسل الأصلي ورسالته بل يقدمون الرسالة بصورة تخدم نقيض ما أراد مرسلها

4. رخص ثمن الاتصالات بل ومجانيتها في أغلب الأحوال مما يجعلها متاحة للجميع ولا مجال لاحتكارها من طرف الحكومات القمعية أو الشركات الاحتكارية ومن فوائد رخص ثمن الاتصالات إشراك عامة الناس في المعلومات، وتلك هي الخطوة الأولى لاتخاذ الموقف السياسي الرشيد.

5. وإن التطور الذي عرفته شبكة الانترنيت جلب إليها أنظار الكثير من الباحثين والمختصين من شتى المجالات، فكان تعدد التعريفات هو السمة التي طبعت مختلف دراساتهم. وتعني الشبكة نظاما لنقل البيانات (Data communication system) يعمل على ربط نظم الحواسيب الآلية في مواقع ومناطق مختلفة، وقد تكون بسيطة التكوين والتركيبة بحيث تضم على الأقل حاسبين فقط، يربط بينها خيط سلكي، كما قد تكون معقدة مثلما هو الحال بالنسبة للانترنت التي تمتد عبر مختلف أقطاب العالم وتضم خيطا غير متجانس من التكنولوجيا وأنظمة التشغيل.

وتبدي القراءة العلمية لكثير من البحوث والدّراسات والتقارير حول الانترنيت واستخداماتها في العالم أنها أصبحت الوسيلة الاتصالية الأكثر حضورا والأوسع انتشارا، والأكثر اعتمادا في شتى المجالات الاتصالية ؛ انطلاقا من تحقيق الحاجة إلى معرفة آخر الأخبار والوقائع والأحداث، والاطلاع على المعلومات والمعارف والأفكار، وانتهاء بإشباع حاجات الاتصال والتواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والمجتمعات.

فقد ذكرت الاحصائيات المعتمدة التي صدرت بداية شهر ديسمبر 2013 أن شبكة الانترنيت قد احتوت على مايقارب المليار موقع الكتروني (يشمل جميع المواقع سواءً الفعالة أو تلك التي لا زالت مجرد اسم نطاق و لم تنطلق بعد، أما عدد المواقع الفعلية التي تحتوي على محتوى معرفي أو خدمة مفيدة فهو 861 مليون موقع)، مقابل 785مليون في شهر نوفمبر، و767 مليون شهر أكتوبر من العام نفسه،ويشير إلى أن العالم يتجه بشكل كبير إلى شبكة الوب لبناء مجتمعات افتراضية متعددة[1]، (موقع الكتروني، 2013).



شكل(1) : تزايد عدد المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت بين1995 - 2013

[1]December 2013 Web Server Survey"
http://news.netcraft.com/archives/category/web server survey/

أما عدد المستخدمين ؛ فآخر الاحصائيات المتوفرة ما صدر عن " Internet world stats" نهاية شهر جوان 2012، حيث وصل عدد المستخدمين للانترنيت- حسب الموقع-حوالي 2,4 مليار مستخدم، منهم 90 مليون في الشرق الأوسط، وهو رقم كبير مقارنة بعدد سكان العالم الذي يزيد عن السبع مليارات بقليل[1]، وإذا ما استثنينا الأطفال والأميين إلكترونيا فهذا يعني أن أكثر من ربع سكان العالم يستخدمون الانترنيت، وأنها تغلغل بشكل كبير جدا في حياتنا ويتزايد اعتمادنا عليها في تسيير أمورنا كل يوم.

تمثلها النسب المئوية الآتية :

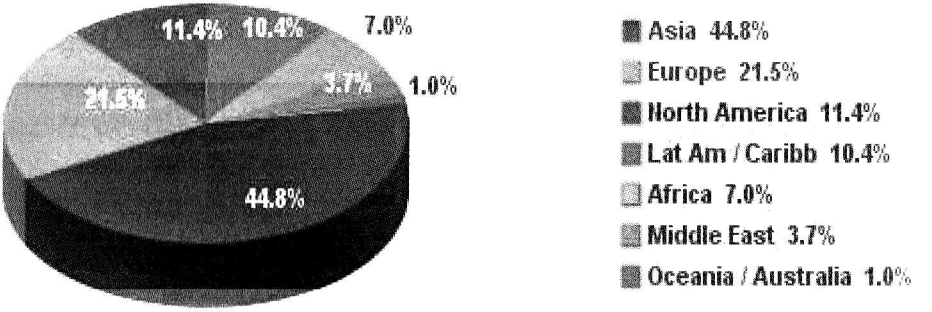
WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS June 30, 2012						
World Regions	Population (2012 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2012	Users % of Table
Africa	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6 %	3,606.7 %	7.0 %
Asia	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5 %	841.9 %	44.8 %
Europe	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2 %	393.4 %	21.5 %
Middle East	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2 %	2,639.9 %	3.7 %
North America	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6 %	153.3 %	11.4 %
Latin America / Caribbean	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9 %	1,310.8 %	10.6 %

1. www.bingdom.com.2012\01\17

Oceania / Australia	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6 %	218.7 %	1.0 %
WORLD TOTAL	7,017,846,922	360,985,492	2,405,518,376	34.3 %	566.4 %	100.0 %

www.internetworldstats.com. Copyright 2001 - 2013, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Internet Users in the World
Distribution by World Regions - 2012 Q2

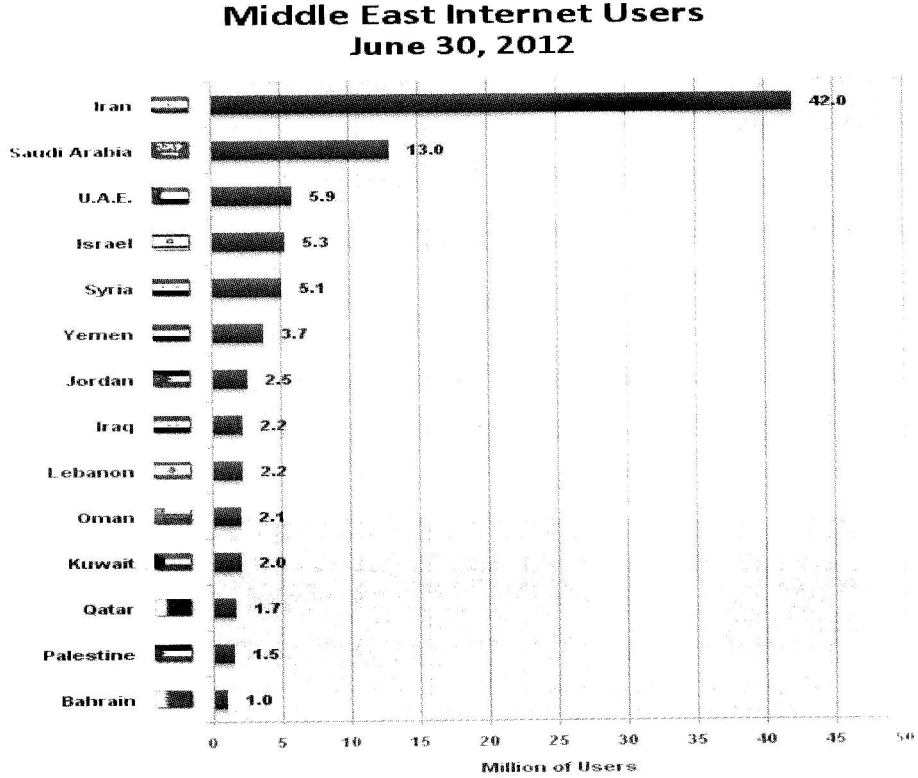


Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Basis: 2,405,518,376 Internet users on June 30, 2012
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

وقد أشارت الاحصائيات المتقدمة إلى أن عدد المشتركين والمستخدمين للإنترنت في أنحاء العالم قد وصل، نهاية عام 1998م حوالي 151 مليون مستخدم، بزيادة قدرها (51%) مقارنة بأعداد عام 1997م، وارتفع العدد في الوطن العربي، من 340 ألف بداية عام 1998م إلى 700 ألف نهاية العام وبنسبة نمو قدرها(106%) وهي من النسب المرتفعة على المستوى العالم. وأظهرت دراسة مسحية أجرتها مجلة إنترنت العالم العربي، أن عدد المشتركين بالإنترنت ومستخدميها بلغوا مع نهاية عام 1998م ربع مليون مشترك، وثلاثة أرباع المليون مستخدم مستفيد من خدماتها، في اثنى عشر قطرا عربيا مشاركا بالخدمة.

وكشف تقرير لمكتب إحصائيات الإنترنت العالمي حول استخدام الانترنت أن الشرق الأوسط قد شهد ارتفاعا دراماتيكيا قدره (18,25%) في عدد مستخدمي الإنترنت بين عامي 2000 و2010.ويعني هذا الارتفاع في عدد مستخدمي الإنترنت زيادة نسبة الدخول إلى الانترنت بنسبة قدرها 29.8%، وكذلك وصول عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط إلى 63.2 مليون مستخدما.

وترافقت زيادة عدد المشتركين مع انخفاض ملموس في تكاليف الاشتراك وزيادة في سرعة الاستخدام، وتحسين الخدمات وتطبيقاتها على نطاق أوسع ويبدو من المستحيل الاستناد إلى أرقام إحصائية دقيقة وموثوق بها، بشأن عدد المستخدمين الفعليين للإنترنت في العالم والوطن العربي بسبب اختلاف مفهوم المشترك عن مفهوم المستخدم فإذا كان الشخص مشتركا بالإنترنت من منزله، يمكن أن يشاركه واحد أو أكثر من أفراد أسرته في عملية الاستخدام من المنزل، وهكذا بالنسبة للمؤسسات والدوائر العامة ومقاهي الإنترنت، كما قد تغيب الأرقام الحقيقية، عندما يوجد أكثر من مزود لخدمة الاتصال بالإنترنت في القطر الواحد.



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats5.htm
Approximately 90,000,455 Internet users in the Middle East as of 2012Q2
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

وشهد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم نموا كبيرا خلال عام 2012م.. فقد تضاعف عدد المستخدمين بنسبة 566% مقارنة بما كان عليه في ديسمبر(كانون الأول) 2010م، فبلغ 2.4 مليار مستخدم تقريبا في يونيو(حزيران) 2012م. وعلى المستوى العربي، تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت 72 مليون مستخدم في عام 2012م، مقارنة بـــ70 مليون مستخدم في العام السابق.

وتوقع مؤشر شبكات سيسكو المرئية لحركة بيانات الاتصالات المتنقلة[1]، أن تنمو حركة الإنترنت العالمية بواقع ثلاثة أضعاف بين عامي 2012 و2017، وأن تبقى منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا المنطقة الأسرع نموًا من حيث حركة استخدام الإنترنت بين عامي

[1] الوكالة العربية العالمية للأنباء، 8 حزيران 2013 /http://www.aitnews.com

2012-2017 (نمو بواقع 5 أضعاف، ومعدل نمو سنوي مركب 38% خلال الفترة التي تشملها التوقعات)، مع الإشارة إلى أن منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا كانت أيضًا الأسرع نموًا في العام الماضي(نمو بواقع 10 أضعاف، ومعدل نمو سنوي مركب بلغت نسبته 57% للفترة التي تشملها التوقعات بين عامي 2011 و2016) في هذه الفئة.

ووفقًا للتوقعات الخاصة بالشرق الأوسط وأفريقيا أيضًا، ستنمو حركة استخدام الإنترنت بواقع خمسة (5) أضعاف بين عامي 2012 و2017. وستساوي حركة الإنترنت في عام 2017 ما يعادل 10 مليارات أسطوانة فيديو رقمية (DVD) في السنة، أو 866 مليون أسطوانة في الشهر، أو مليون أسطوانة في الساعة الواحدة. هذا وقد نمت حركة استخدام المستهلكين للإنترنت بنسبة (83%) في عام 2012، ونمت حركة استخدام الأعمال التجارية للإنترنت بنسبة (63%) في عام 2012. وفي عام 2017، سيتم نقل ما يعادل حجم كافة الأفلام التي تم تصويرها في العالم عبر شبكات الإنترنت في الشرق الأوسط وأفريقيا كل ساعتين.

وبحسب مؤشر شبكات سيسكو المرئية شكّل نقل البيانات عبر الأجهزة المحمولة (10%) من حركة استخدام المستهلكين للإنترنت في عام 2012، وسيشكل (31%) من حركة استخدام المستهلكين للإنترنت في عام 2017 في حين بلغت نسبة نقل البيانات عبر الأجهزة المحمولة (5%) من حركة استخدام الأعمال التجارية للإنترنت في عام 2012، وستبلغ(14%) من حركة استخدام الأعمال للإنترنت في عام 2017.

كما نمت حركة الإنترنت الإستهلاكية الثابتة بنسبة (80%)، وشكلت ما نسبته (53%) من إجمالي حركة الإنترنت في عام 2012، ومن المتوقع أن تنخفض هذه النسبة إلى (48%) في عام 2017. في حين نمت حركة تشغيل الفيديو من الإنترنت على التلفزيون بواقع 3 أضعاف في عام 2012، بالإضافة إلى نمو متوسط سرعة النطاق العريض بنسبة (20%) من عام 2011 إلى 2012، من 3.1 إلى 3.7 ميجابايت في الثانية.يُذكر أن خدمة الواي فاي الثابتة كانت قد شكلت (54%) من إجمالي حركة الإنترنت في عام 2012، وستبقى النسبة على ما هي عليه عام 2017.

كما توقع مؤشر شبكات سيسكو المرئية أنه وبحلول عام 2017، سيبلغ عدد مستخدمي الإنترنت حوالي 3.6 مليار شخصًا، أي أكثر من (48%) من عدد سكان العالم المتوقع (7.6 مليار). مشيرًا إلى أنه في عام 2012، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 2.3 مليار شخصًا، أي حوالي(32%)من عدد سكان العالم (7.2 مليار دولار)، وسيشهد عدد الأجهزة/الإتصالات بالإنترنت عالميًا زيادة هائلة، فبحلول عام 2017، سيبلغ عدد الإتصالات

بشبكة الإنترنت العالمية أكثر من 19 مليارًا (أجهزة شخصية ثابتة/محمولة، الاتصالات "من جهاز إلى جهاز" (M2M)، واتصالات أخرى)، ما يحقق ارتفاعًا من نحو 12 مليار اتصال في عام 2012.

أما عن زيادة سرعة شبكات الاتصالات الثابتة عريضة النطاق عالميًا، سينمو متوسط سرعة الاتصالات الثابتة عريضة النطاق الترددي بواقع 3.5 أضعاف بين عامي 2012 و2017، من 11.3 إلى 39 ميجابايت في الثانية. بعد أن نما متوسط سرعة اتصالات النطاق العريض الثابتة بنسبة (30%) من عام 2011 إلى عام 2012، من 8.7 إلى 11.3 ميجابايت في الثانية. وتوقع المؤشر أن يزيد حجم الإستخدام العالمي لخدمات الفيديو/التطبيقات، حيث سيُنتج مستخدمو الشبكة العالمية 3 تريليونات دقيقة فيديو على الانترنت في الشهر، وهو ما يعادل 6 ملايين سنة من الفيديو في الشهر، أو 1.2 مليون دقيقة فيديو في كل ثانية أو أكثر من عامين من الفيديو في كل ثانية، وعلى الصعيد العالمي سيرتفع عدد مستخدمي خدمة الفيديو على الانترنت من 1 مليار في عام 2012 إلى ما يقرب من 2 مليار شخصًا (باستثناء خدمات الهاتف المحمول فقط) بحلول عام 2017.

أما عن توقعات حركة الإنترنت حسب المناطق والدول، فسوف تنتج منطقة آسيا والمحيط الهادئ حركة الانترنت الأكثر ازدحامًا بحلول عام 2017 (43.4 إكسابايت في الشهر)، لتحافظ بذلك على تفوقها من العام الماضي. وستبقى منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا المنطقة ذات حركة الإنترنت الأسرع نموًا بين عامي 2012 و2017.وإن البلدين اللذين سيحققان أعلى المعدلات لحركة الإنترت بحلول عام 2017 هما الولايات المتحدة (37 إكسابايت شهريا) والصين (18 إكسابايت شهريًا) في ما يتعلق بحركة الإنترنت الأسرع نموًا على مستوى البلاد، ستحقق الهند أعلى معدل نمو لحركة الإنترنت مع نمو سنوي مركب بنسبة(44%) بين عامي 2012 و2017. وستليها أندونيسيا في المرتبة الثانية (معدل نمو سنوي مركب قدره (42%) وجنوب أفريقيا في المرتبة الثالثة (معدل نمو سنوي مركب قدره (31%) خلال الفترة التي تشملها التوقعات.

وتؤشر كل هذه الأرقام والنسب على الآتي :

1. تزايد استخدام الانترنت وتطبيقاتها كل يوم، وبنسب مضاعفة تجعل منها الوسيلة الاتصالية الأكثر حضورا والأوسع انتشارا، والأكثر اعتمادا في شتى المجالات الاتصالية ؛ انطلاقا من تحقيق الحاجة إلى معرفة آخر الأخبار والوقائع والأحداث، والاطلاع على المعلومات

والمعارف والأفكار، وانتهاء بإشباع حاجات الاتصال والتواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والمجتمعات.

2. لم يعد استخدام الانترنت أمرا اختياريا في المجمل، بل أصبح واقعا فرضته التطورات التي شهدها ويشهدها العالم في مجال التكنولوجيات والوسائط الاتصالية، البرمجيات، والتحولات السياسية والثقافية في كل المجتمعات والثقافات، وإن الخبرة والتسهيلات الجديدة التي وفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

3. إن شبكة الانترنت قد حطمت في زمن قصير جدا وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين، فقد احتاج المذياع إلى (83 سنة) حتى أصبح لديه (50) مليون مشترك، بينما احتاج التلفاز إلى (51 سنة)، في حين أن شبكة الانترنيت لم تحتج سوى بضع سنوات إن لم نقل أربع لتتخطي الحواجز.

وإذا كانت هذه النظرة قد انطلقت مع التلفزيون إلا أنها اليوم أكثر انطباقا على الانترنت بوصفها الوسيلة الأكثر استخداما، والأكثر تأثيرا في الأفراد والمجتمعات والأفكار والممارسات، من خلال ما تحمله من مميزات وخصائص، وما تحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي في جميع التخصصات والعلوم.

4. إن التطور المتسارع الذي عرفته الانترنت ومازالت تعرفه يوميا، منذ نشأتها وحد الساعة خاصة على مستوى التطبيقات والبرامج الكمبيوترية، وتوسيع دائرة أدوات ووسائل الولوج إليها، يجعل منها ثورة جديدة في مجال الإعلام والاتصال تضاهي ثورة اختراع الطباعة بداية النصف الثاني من القرن الخامس عشر (1455م)، لتؤسس بذلك لنظام معلوماتي عالمي جديد يعمل بشكل متطور جدا على حفظ المعلومات، صناعتها، واستدعائها من طرف المستخدم متى شاء.

5. إن شبكة الإنترنت قد أحدثت ثورة في مجال الاتصالات، لم يكن يتوقعها حتى الذين قاموا بتصميمها وإنشائها، فلم يبق مجال من مجالات الحياة إلا وأثرت فيه، فتغيرت بذلك طريقة عيش الإنسان، في عمله، دراسته وكذلك طريقة تفاعله مع غيره واتصاله بهم، فخدماتها المتعددة جعلتها تلقى إقبالا كبيرا لدى كل شرائح المجتمع، ولا سيما خدمات الاتصال كالبريد الالكتروني والمحادثة الإلكترونية والتواصل عبر مواقع الشبكة الاجتماعية.

6. إن الأرقام المتعاظمة لأعداد المستخدمين للانترنت مؤشر واضح على قلب موازين المفاهيم الزمانية والمكانية للإعلام والاتصال ونظرياتهما، والتي أصبحت بحاجة إلى إعادة

صياغتها وفق الحوامل الجديدة للانترنت وأدوات ووسائط الإعلام الجديد بصفة عامة، كما ستجبرنا على إعادة النظر في رؤى وأفكار "التلقي"، ومفاهيم "المتلقي السلبي" و"المتلقي النشط"، و"الجمهور" و"لجماهير"، و"الوسيلة" و"الرسالة"، وغيرها من المفاهيم التقليدية للإعلام والاتصال الجماهيري.

7. تعكس القراءة التحليلية لأرقام ونسب استخدام الانترنت في العالم والبلدان العربية خاصة، أنها الأكثر والأوسع استخداما، لأن المشتركين سواء أكانوا أفرادا أو جماعات افتراضية قائمة على الروابط الايديولوجية والفكرية والسياسية، "يمارسون نوعا جديدا من "الحراك الإلكتروني" عبر الانترنت، ولأنها تتيح لهم أشكالا من "الظهور الإعلامي" غير متوفرة في الإعلام التقليدي من خلال المدونات ومنتديات الحوار ومواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع النشر الذاتي(كاليوتيوب مثلا)، فهي تحتضن خطابات لا تخضع بالضرورة للمنظومة القانونية السائدة في المجتمع"[1] (الحمامي، 2010، ص216).

8. أتاحت المواقع الإجتماعية لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الإجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو اليوتيوب. ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الإجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم، ممن يرتادون شبكات التواصل الإجتماعي، دوراً هاما في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

ثالثا: الشبكات الاجتماعية البيئة الاتصالية الجديدة

تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها:مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب web2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء

[1] الصادق الحمامي : الميديا الجديدة ؛ الابستمولوجيا والاشكالات والسياقات، سلسلة المنشورات الجامعية، تونس، 2010.

تعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية، وتصنّف ضمن مواقع الويب 0.2، لأنها تعتمد على مستخدميها بالدرجة الأولى في تشغيلها وتغذية محتوياتها.

وترجع بدايات انطلاق الوسائط الاجتماعية وظهور أدوات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، إلى أوائل القرن الحادي والعشرين الميلادي، عندما ظهر موقع لينكد إن (Linked In)[1] في عام 2003، وماي سبيس (My Space)[2] في عام 2003، وفيسبوك (Facebook)[3] في عام 2004، ويوتيوب (Youtube)[4] في عام 2005، وتويتر (Twitter)[5] في عام 2006، والعديد من المدونات قبل ذلك بكثير، ومن الشبكات الأخرى بعد ذلك.

على أن الأكثر استخداما فيها هي (مرتبة حسب نسب عدد المستخدمين مثلما تؤشر عليه آخر الاحصائيات في المجال) :

---

[1] موقع اجتماعي إلكتروني وبلغات متعددة خاص بالأعمال التجارية والمهنية، تأسس عام 2002 وأطلق في 2003. وفي يناير 2011 بدأت الشركة المالكة للموقع بطرح عام أولي وتداول أسهمها في مايو منه، تحت عنوان"LNKD" في بورصة نيويورك. ومع نهاية 2011 نشر الموقع تقارير لأكثر من 135 مليون مستخدم مسجل في أكثر من 200 دولة.

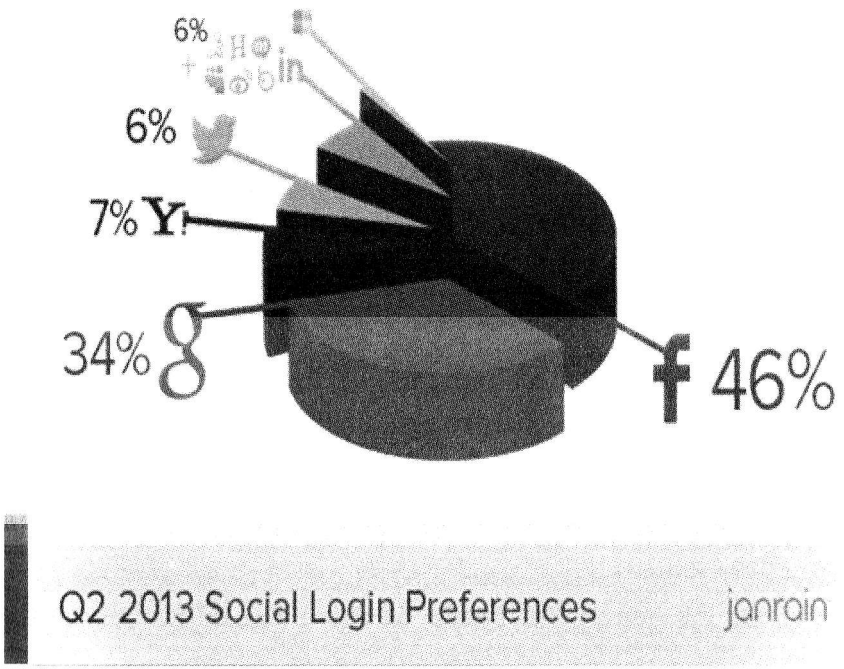
[2] شبكة اجتماعية إلكترونية أطلقت عام 2003 في الولايات المتحدة الامريكية، وتم بيعها لشركة أخبار في 2005، وخلال 2005-2008 كانت أكثر شبكة اجتماعية من حيث عدد المتصفحين، لكنها تراجعت بعد صعود جوجل وفيسبوك وتويتر.

[3] يعد"الفيس بوك" اليوم أشهر شبكةاجتماعية وأكثرها استخداما في العالم، أنشأها مارك زوكربيرج " Mark Zucherberg"، وهو طالب بجامعة هارفارد الأمريكية، مع زميلين له في غرفة السكن، في شكل مدونة يوم28أكتوبر2003، وللإقبال الكبير عليه تحول إلى موقع تواصل اجتماعي ابتداء من4فبراير 2004،تحت مسمى"The Facebook.com"، وكانت عضوية الموقع قاصرة على طلبة هارفارد كوليدج وهي أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال شهر فقط من اتاحته سجل به أكثر من نصف الطلبة، وفي شهر مارس فتح الفايس بوك صفحاته لطلبة جامعات ستانفورد وكولومبيا وبيل، ومنها إلى كل جامعات بوسطن، وفي جوان2004 تم نقله إلى مدينة بالو آلتون في ولاية كالوفورنيا، وقامت الشركة التي اشترته باسقاط كلمة"The".

[4] تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة(باي بال "PayPal") عام(2005) في ولاية(كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام(2006) بشراء الموقع مقابل(1،65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب(2،0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.

[5] أخذ"تويتر" اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى(140) حرفاً للرسالة الواحدة".ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة(RSS) عبر الرسائل النصية(SMS).

تظهر النتائج على أن الفيسبوك لا يزال هو الأكثر شعبية بالنسبة لمستخدمي الشبكات الجدد، إذ سجل فيه ما نسبته (46%)خلال الربع الثاني من هذا العام، وبالتالي يبرز هذا الأمر مكانة الفيسبوك باعتباره الشبكة الاجتماعية الأشهر والأكبر عالميا خصوصا مع تخطي عدد مستخدميه رقم المليار مستخدم. بينما تأتي شبكة جوجل (Google+)كخيار ثاني أمام المستخدمين، والتي زادت حصتها فيما يخص تسجيل الدخول إلى الشبكات الاجتماعية إلى نسبة(34%-، في حين لم يحقق تويتر إلا نسبة (6%)فقط[1].



شكل(2) : يوضح الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما في العالم حسب إحصائيات (2013).

[1]Social Login Trends Across the Web for Q2 2013
http://janrain.com/blog/social-login-trends-across-the-web-for-q2-2013/

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يتجمّع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور...الخ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكّن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكّنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

وتسمى هذه المواقع بأدوات التواصل الاجتماعي لكونها تصبح أدوات لدى استخدامها وتوظيفها من قبل الأفراد أو المنظمات (المؤسسات) للتواصل والتفاعل مع الآخرين، كما يطلق عليها أحيانا بالإعلام الاجتماعي (Social Media) باعتبارها وسيلة متطورة من وسائل الإعلام وإيصال المعلومات، تجمع بين ميزتي المعلومات والتطور التكنولوجي لدى استخدامها لوظائف إعلامية تجاه الجمهور بمختلف أنواعه.

وتتميز هذه المواقع بالتوسع السريع في خدماتها، وتزايد أعداد المشتركين فيها، ونمو حجم تبادل المعلومات والبيانات والرسائل والمواد من خلالها بشكل مطرد، مما أوجد قنوات للتعاطي المباشر والفوري مع جمهورها في تطور يغيّر من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسائل الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال.

ويشير تقرير الأمم المتحدة للحكومات الإلكترونية في العالم لعام 2012إلى أن الحكومات في العالم توجهت للتحول في تقديم خدماتها للمواطنين من منظور المزود للخدمة أو المورد لها، إلى التركيز بشكل أكبر على متطلبات المستهلك واحتياجاته وطبيعة استخدام المواطن للخدمات، وهذا ما دفع هذه الحكومات إلى أن تقوم بالترويج والتسويق لدخول واستخدام الخدمات الإلكترونية الحكومية مجانا، وتوفير التسهيلات التقنية لهذا الدخول، كالدخول المجاني للإنترنيت من أي مكان WiFi أو وضع منصات في الأماكن العامة لتقديم الخدمات الحكومية الإلكترونية، إضافة إلى الاستفادة من قنوات التواصل الاجتماعي للتسويق لهذه الخدمات الإلكترونية لجمهور المواطنين وتشجيعهم على استخدامها بشكل أكبر وتعليمهم كيفية هذا الاستخدام. لذا فإن (19%) من دول العالم تقوم بتوفير خاصية الدخول الشخصي للخدمة، بحيث يمكن للمواطن الدخول بحساب

واحد (قد يكون حساب فيسبوك مثلا) للحصول بشكل أسرع وأسهل على جميع الخدمات الحكومية[1]. (New York, 2012, p 4).

وقد قطعت الولايات المتحدة الأمريكية خطوات مهمة ومتقدمة في استخدام أدوات التواصل الاجتماعي نحو تعزيز الاندماج الاجتماعي وزيادة الخدمات الإلكترونية. فما يقرب من ثلث مشتركي الإنترنت في الولايات المتحدة يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للحصول على الخدمات الحكومية. وتبني الحكومة الأمريكية لهذه الوسائل يستهدف الوصول إلى الأقليات والأفراد من ذوي الدخل المحدود والنساء والفئات الأخرى من الطبقات الفقيرة، والتي عادة لا تتمكن من الحصول على الخدمات الإلكترونية.

وفي كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبولندا والمملكة المتحدة وكوريا، يقوم كل 4 مواطنين من أصل 10 باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يصلون إلى أكثر من الثلث في دول الإتحاد الاوروبي. وعلى الصعيد العالمي، فإن (40%)من الدول الأعضاء في الأمم المتحدة تنشر بيانات لها بشكل دوري في حساباتها الرسمية على فيسبوك وتويتر، وبواقع 78 دولة من أصل 193 دولة عضو.

ويرى كل من : "ماثيور فريزر" و"سوميترا دوتا" أن كثيراً من متصفحي الإنترنت لا يرتادون هذه المواقع الاجتماعية لغرض التسلية وإنشاء الصداقات فقط، وإنما هناك دوافع رئيسية وراء هذا الإقبال الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي دوافع مهنية واجتماعية، تقسم مستخدمي هذه الشبكات إلى فئتين واسعتين: [2] (موقع الكتروني، 2008).

"فالمهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل: لينكد إن (Linked In)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناءً على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية. من جانب آخر، معظم المراهقين الذي يجمعون الأصدقاء على موقع ماي سبيس، لايسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الاجتماعية، وإحساس غريزي غير عقلاني لعقد روابط اجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك. في بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيوداً على حرية التعبير السياسي، أصبحت مواقع مثل: فيس بوك مجتمعات مدنية

---

[1], New York.2012, p 4United Nations: E-Government Survey 2012 , E-Government for the People.

[2] ماثيور فريزر وسوميترا دوتا :"ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الأوسط، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت: قوة الروابط الضعيفة". موقع الإقتصادية الإلكترونية، الثلاثاء 01 ديسمبر (2008)، العدد (5530). متاح.(On Line) http://www.aleqt.com/2008/12/01/article_169885.html

)افتراضية(، يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات اجتماعية أفقية. باختصار يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال".

على أن نتائج عدد من الدّراسات التي تناولت دوافع الاستخدام للشبكات الاجتماعية، تؤكد أن غالبيتهم يبحثون عن علاقات وصداقات جديدة، مما يرجح لديهم السبب الاجتماعي على المهني، ويفسر هذا الاتجاه كون معظمهم شباباً مراهقاً، بدأوا حياتهم العامة مع الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، مع ملاحظة أن هؤلاء المستخدمين)الشباب المراهق(يشكلون في منطقة الشرق الأوسط لوحدها نسبة الثلث من السكان تقريباً. وفي هذا الصدد كشفت دراسة نشرتها شركة "NM Incite" مؤخرًا، عن وجود نسبة تقارب (32%) من المستخدمين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية بين 18 إلى 24 سنة، يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

وأشارت دراسة الشركة المتخصصة في استشارات شبكات التواصل الاجتماعي، والتابعة لشركة "Nielsen" العالمية، إلى أن المستخدمين الذين أجريت عليهم الدراسة، يقضون وقتهم على شبكات التواصل أكثر من أي موقع إلكتروني آخر، حيث إنهم يقضون ما نسبته (20%) من الوقت الكلي لهم على الإنترنت، عبر الحاسبات الشخصية، ونسبة (30%) عبر الأجهزة المحمولة.

وأضافت الدراسة أن الوقت الكلي الذي يقضيه مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية عبر الحاسبات الشخصية والأجهزة المحمولة زاد بنسبة(37%) ؛ ليصل عدد الدقائق التي قضوها في تموز (يوليو) الماضي إلى 121 مليار دقيقة، مقارنة بـــ88 مليار في تموز(يوليو)2011. وأكدت الدراسة أن تزايد عدد الأجهزة المحمولة، وتوافر الاتصال، وسهولة الوصول إلى الإنترنت مؤخرًا، ساهم في إثراء النمو المستمر للإعلام الاجتماعي.

وأضافت أنه، وعلى الرغم من سيطرة الحاسبات الشخصية كأكثر الأجهزة استخدامًا للوصول إلى شبكات التواصل، ازدادت نسبة الوقت الذي يقضيه المستخدمون عبر الأجهزة المحمولة، لتصل إلى (63 %) في 2012 ، مقارنة بنفس الفترة من العام 2011.وبحسب الدراسة لا تزال شبكة التواصل الاجتماعي"فيسبوك" أكثر المواقع زيارة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يزورها عبر الحاسبات الشخصية 152.2 ملايين زائر، و78.4 ملايين مستخدم عبر تطبيقات الأجهزة المحمولة، أما عبر نسخة الويب من الموقع فيزورها 74.3 ملايين زائر، وأكدت الدراسة أن نسبة (17%) من الوقت الذي يقضيه مستخدمو الحاسبات الشخصية في أمريكا، يقضونها على فيسبوك.

كما لا يزال موقع التدوين المصغر"تويتر"، إلى جانب فيسبوك، من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شيوعاً، على الرغم من ظهور الكثير من المواقع التي توفر خدمات التواصل، ونوهت الدراسة بأن م وقع "Pinterest" كان من أكثر الشبكات نجاحاً في عام 2012. ووفقًا للدراسة فإن ما يقارب ربع مستخدمي الإعلام الاجتماعي الذين ينتمون إلى الفئة العمرية بين 18 إلى 24 سنة، يتفاعلون مع ما يجري على شبكات التواصل، إعجاباً أو عدم إعجاب، بينما هم يشاهدون التلفاز. وأن أكثر من نصف المستخدمين بين 25 إلى 34 سنة، يستخدمون شبكات التواصل أثناء العمل في المكتب.

وظهر تويتر، وفقًا للدراسة، كأحد أهم العوامل المحركة للتفاعل اجتماعيًا مع التلفاز وما يقدمه، فخلال حزيران)يونيو(2012، غرّد ثلث مستخدمي تويتر النشطين حول محتوى له علاقة بما يعرض على التلفاز، مقارنة بنسبة (27%) خلال بداية السنة.

وأشارت الدراسة إلى رواج استخدام الأجهزة المحمولة أثناء مشاهدة التلفاز، حيث يستخدم (41%)من مالكي الحاسبات اللوحية، و(38%) من مالكي الهواتف الذكية، أجهزة أثناء الجلوس أمام شاشة التلفاز.

وأثبتت دراسة حديثة أجرتها مجموعة "بيو" المتخصصة في الأبحاث أن المراهقين البالغين، علي حد السواء، يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية مثل"فيسبوك" و"ماي سبيس" للبقاء على اتصال بالأصدقاء القدامى أكثر من تكوين صداقات جديدة. ووجدت أن عدد المستخدمين البالغين الذين لديهم حسابات شخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية قد تضاعف أربع مرات منذ 2005 ، حيث ارتفع من (8 %) حينها إلى (35%) اليوم. فكلّما قلّ عمر المستخدمين البالغين زاد احتمال استخدامهم لتلك الشبكات الاجتماعية، فحوالي (75%) من عدد المستخدمين البالغين على شبكة الإنترنت الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى24 سنة لديهم حسابات شخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك مقابل (57%) للذين تتراوح أعمارهم من 25 إلى 34 سنة و(7%) فقط لمن تصل أعمارهم إلى 65 سنة أو أكثر[1]. (موقع الكتروني، 2011).

ويلفت تقرير في هذا المجال إلى أن حوالي (40%) فقط من المراهقين على شبكة الإنترنت يستخدمون الشبكات الاجتماعية لتكوين صداقات جديدة، بينما يقوم (89%) منهم

---

[1] موقع الإمارات اليوم، (المصدر: رويترز)، دراسة:" فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل"، في 17 يونيو 2011. متاح(On Line).
http://www.emaratalyoum.com/life/four-sides/2011 06 17 1.403971

باستخدامها للتواصل مع الأصدقاء القدامى، فيما يقوم (57%) منهم بعمل خطط مع الأصدقاء الحاليين.ومن الأسباب الأخرى لاستخدام الشبكات الاجتماعية، والتي ساقها المشاركون في الاستطلاع، التنسيق مع المستخدمين الآخرين في تنظيم حدث ما، أو مناصرة قضية ما، أو الترويج لأنفسهم أو لأعمالهم، بالإضافة إلى عقد صفقات أعمال جديدة.

ويشير المحللون إلى أنه عندما يستخدم البالغون الشبكات الاجتماعية لأغراض شخصية أو مهنية فإنهم غالباً ما يقومون بعمل حسابات متعددة على مواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة. وكانت الإصدارات السابقة من هذه الدّراسة قد أظهرت أن الإعلام الاجتماعي في بداياته قد أتاح لمجتمع كبير وناشط من مستخدمي الانترنت فرصة إنتاج وتشاطر المحتويات مع الآخرين. وأدى تطور هذا الأسلوب من التواصل إلى تحوله من مجرد أداة إعلامية نصّية للتواصل إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية شاملة. فيما بعد قامت تلك الأداة بتوفير المزيد من الإمكانيات والفرص للمستهلكين للتأثير في الآخرين وقراراتهم.

ولذلك يستند المتحمسون للشبكات الاجتماعية إلى هذه الإمكانيات والخدامات التي تقدمها لروّادها ومستخدميها، وما أتاحته من فضاءات جديدة في عالم التواصل الاجتماعي، وتكوين العلاقات الاجتماعية؛ وتوسيع نطاقها، وتوفير فرص التعلم المفتوح، والاطّلاع على ما يدور في أطراف الكرة الأرضية الأربعة، والمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي والاتصالي واختياره وبثّه. فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريد المشاركة معهم في اهتماماتهم، وتبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها، إضافة إلى :

✓ يتوافر في هذه المواقع الاجتماعية، ومن خلال المشاركين فيها، كمّ كبير من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية، التي تهم الطلبة بشكل أساسي.

✓ يضاف إلى ذلك أن التعليم عبر الإنترنت اتخذ طابعاً حيوياً وتفاعلياً، قياساً بالتعليم الكلاسيكي الذي يخيم عليه الجمود والرتابة. فالدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم يتمثل أساساً في إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم، بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور، وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب، مما يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جداً داخل أسوار المدارس، في ظل تكدس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

✓ إتاحة المجال للأفراد للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة.

✓ تتيح الشبكات الاجتماعية الإمكانية مستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوافر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها.

✓ تساعد متصفحيها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات متعددة، بتبادل الأخبار والمعلومات. ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل الملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

✓ يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعه، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر) فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلاً، و لم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

✓ إن هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراداً دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلباً على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأي أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدمها الفعل الذي سيؤديه، فإما أن يكون فعلاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله، أو فعلاً سيئاً يضر بالفاعل ومن حوله.

رابعا : فايس بوك وتويتر الأكثر حضورا في المنطقة العربية

أعلن "فيس بوك" تجاوز عدد مستخدميه حاجز 1.15 مليار مستخدم نشط شهريًا، وذلك على هامش إعلان موقع التواصل الاجتماعي عن أرباحه خلال الربع الثاني من 2013.وكان مارك زوكيربرج Mark Zucherbergمؤسس الفيس بوك قد كتب في صفحته الشخصية يوم 4 أكتوبر 2012، "This Morning, There are more Than One billion People Using Facebook actively each month"، أن عدد المتفاعلين في الشبكة وصل إلى **الرقم مليار في الشهر**، وأنه : "يشعر بالفخر بكل هؤلاء الموجودين على الشبكة وأنه سيذل قصارى

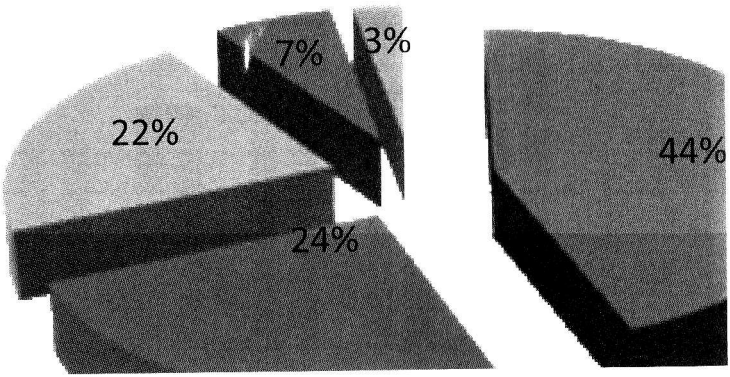
جهده مع باقي فريق العمل لتقديم افضل صورة للشبكات الاجتماعية من خلال الفيس بوك هذا الرقم يعني أن أكثر من ثلث مستخدمي الانترنيت مشتركون في الفيسبوك، ويعني أيضاً أن(11%)من سكان العالم موجودين في الفيسبوك".

أما في المنطقة العربية ووفقاً لآخر الإحصائيات التي نشرها موقع"GO-Gulf.com" بداية شهر جوان2013، فإن(88٪) من إجمالي مستخدمي الانترنت في الشرق الأوسط لديهم حساب واحد على الأقل في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر الشبكات الاجتماعية انتشاراً هي : "فيس بوك"، حيث بلغ عدد مستخدميه في المنطقة 58 مليون مستخدم تقريبا، ويتلوه "تويتر" وبلغ عدد مستخدميه 6.5 مليون مستخدم، ثم "لينكد إن" بـــ 5.8 مليون مستخدم.

يتوزع المستخدمون بشكل غير متساو في منطقة الشرق الأوسط، حيث تحتل المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة الصدارة في منطقة دول الخليج بنسبة تبلغ (80٪) تقريبا. وفي المقابل، فإن 1 من كل 4 مستخدمين للفيس بوك في الشرق الأوسط هم من مصر[1]، وأن أشهر الشبكات في المنطقة هي : (موقع الكتروني، 4 جوان 2013).

[1] **Social Media Usage in Middle East – Statistics and Trends [Infographic]**http://www.go-gulf.com/blog/social-media-middle-east/

الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية



شكل(3) : يوضح أشهر الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية حسب احصائيات موقع"-GO Gulf.com"

أما الدول العربية التي سجلت أعلى نسب استخدام للشبكات الاجتماعية؛ فيس بوك، لينكد ان، وتويتر فهي بالترتيب : الامارات العربية المتحدة، الكويت، الاردن، لبنان، قطر، البحرين، السعودية، سلطنة عمان، ومصر كما يوضحه الشكل الآتي:

شكل(4): توزيع مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الشرق الاوسط حسب مواقع التواصل الاجتماعي

وكان الإصدار الخامس لتقرير" الإعلام الاجتماعى العربي" للربع الأول من2013، قد ذكر أن عدد مستخدمى شبكة التواصل فيسبوك في الوطن العربي قد قاربت الـ(55 مليون) مستخدم، أما تويتر فقد وصلوا إلى(3.7 مليون) مستخدم نشط، وذلك حتى شهر ماي 2013[1]، (Dubai2013, p13,). وأظهر التقرير أن دولة الإمارات تواصل تفوقها على كافة البلدان العربية من حيث حجم انتشار "فيسبوك" بين السكان بنسبة 41%، بينما تستحوذ مصر على قرابة 25% من مستخدمى الفيسبوك العرب، في حين تحظى المملكة العربية السعودية بأكثر من نصف المستخدمين العرب النشطين عبر تويتر. ومع ذلك، شهدت معظم دول مجلس التعاون الخليجي، وللمرة الأولى حسب التقرير، انخفاضاً في استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية خلال عام 2013.

أما الإصدار الرابع من تقرير" الإعلام الاجتماعى العربي"، فكان قد ذكر أن عدد مستخدمى "فيس بوك" في العالم العربي قد وصل إلى (45.2 مليون) مستخدم في يونيو 2012 بزيادة قدرها (50%) عن عام 2011، ويأتي نحو (50%) من مستخدمي"فيس بوك" من مصر

[1] صدر تحت عنوان:"تحولات التعليم في العالم العربي: كسر الحواجز في عصر التعلّم الاجتماعي"، مرجع سابق.

ودول مجلس التعاون الخليجي. وكشفت دراسة- في الصدد- أن السوق السعودية الأسرع نموا في مجال الإعلام الرقمي في عام 2012م، حيث بلغ عدد مستخدمي"فيس بوك" النشطين 6 ملايين؛ وبلغ عدد المستخدمين النشطين لـ"تويتر" 3 ملايين مستخدم يرسلون 50 مليون تغريدة في الشهر. كما شهدت المنطقة انغماس المواطن العربي بشكل غير مسبوق، في النقاشات السياسية في وسائل الإعلام الجديدة.

كما أن الإصدار الثالث من تقرير "الإعلام الاجتماعي" فقد أشار إلى أن عدد المشتركين العرب في موقع "فيسبوك"، قد بلغ حوالي 36 مليون مستخدم نهاية نوفمبر 2011م، بزيادة 15 مليون مستخدم منذ يناير من العام نفسه فقد وصل عددهم بداية سنة 2011 إلى 21 مليون مستخدم، بزيادة بلغت (68%) بين الفترتين، وهذا العدد من المشتركين يمثل (10%) من إجمالي السكان العرب.

وتصدرت دول الخليج العربي باستثناء سلطنة عمان قائمة أعلى خمس دول عربية من حيث نسبة المشتركين في موقع فيسبوك، وذلك بالمقارنة مع عدد السكان فيها، وتأتي دولة الإمارات العربية المتحدة في مقدمتها بنسبة (29%) من السكان وبواقع 2,7 مليون مستخدم. فيما تصدرت مصر قائمة الدول العربية من حيث عدد مستخدمي فيسبوك، حيث ارتفع العدد من 5 ملايين في عام 2010 إلى حوالي 9 ملايين مع نهاية 2011م، وبنسبة (26%) من إجمالي المستخدمين في العالم العربي، وقد يعزى ذلك إلى أحداث الربيع العربي خلال هذه الفترة هناك[1]. (November, 2011, p2.Dubai).

وأضاف التقرير أن : الاحصائيات تشير إلى أن عدد مستخدمي الفايس بوك في العالم العربي حتى شهر إبريل 2012 قد بلغ حوالي 43مليون مستخدم، مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي. وبيّن أن الإمارات تستمر في صدارة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي فيسبوك من عدد السكان، تليها الأردن ولبنان والكويت وتونس، بينما تستمر مصر في الصدارة من حيث عدد مستخدمي فيسبوك بربع العدد الإجمالي المستخدمين في المنطقة العربية.

أما موقع تويتر، فقد بلغ عدد مستخدميه حول العالم في نهاية فبراير 2012 حوالي 500 مليون مستخدم، وتصدر سكان البحرين والكويت قائمة الأكثر استخداما لتويتر بين الدول العربية(وقيس ذلك بعدد المستخدمين مقسوما على عدد السكان) بنسبة انتشار (3,43%)

[1] المصدر نفسه، ص 12.

و(3,37%) على التوالي تلتها قطر، والإمارات والسعودية.وتتصدر مصر قائمة عدد مستخدمي موقع تويتر في المنطقة العربية كذلك بحوالي129 ألف مستخدم، وساهمت كل من الكويت والسعودية ومصر والإمارات والبحرين بحوالي (70%) من التغريدات خلال سبتمبر 2011.

وسجلت كل من الكويت والسعودية والبحرين ومصر والإمارات على موقع تويتر أعلى تداول في المنطقة العربية خلال شهر سبتمبر 2011م. كما بلغت مساهمة ما يقارب من 652 ألف مستخدم نشط على موقع تويتر في العالم العربي بحوالي 37 مليون تغريدة مع نهاية سبتمبر 2011م[1]. (Dubai ,2011, p18,19).

وتؤشر كل هذه الأرقام والإحصاءات على التالي :

1. إن الشبكات الاجتماعية قد أصبحت الحاضر الأبرز في الحياة الإنترنيتية والاجتماعية لدى قطاعات كبيرة جدا من المجتمعات الرقمية، خاصة الشباب منهم، وهذا ما تؤكده كثيرا من الدراسات والاحصاءات المتلاحقة عن مجتمع الإنترنيت خاصة في الثلاث سنوات الأخيرة من عمر هذه التكنولوجيا.

2. تظهر نتائج الدّراسات التي أجريت في بعض الدول العربية أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى ؛ التواصل وجهاً لوجه، أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف. وأن تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسوق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم.

3. تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسوق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم.

4. هناك دور مؤثر يلعبه بعض المستخدمين الناشطين والفاعلين للإنترنت والذين هم على اتصال مستمر مع عدد كبير من الأصدقاء على الشبكة وذلك بمعدل 345 صديقاً ومتابعاً، مع العلم أن متوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الناشط هو 65 صديقاً ومتابعاً.ويظهر تأثير هؤلاء في كونهم قادرين على تقديم التوصيات التي من الممكن أن تؤدي إلى تغيير آراء المستخدمين الآخرين حول أي من مواضيع الساعة أو الشركات أو الخدمات وغيرها.

---

[1] Dubai School of Government: Arab Social Media Report, vol 1, No 3, November, 2011, p18,19.

5. أتاحت الشبكات الاجتماعية لمجتمع كبير وناشط من مستخدمي الإنترنتيت، فرصة إنتاج وتشاطر المحتويات مع الآخرين. وأدى تطور هذا الأسلوب من التواصل إلى تحوله من مجرد أداة إعلامية نصية للتواصل إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية شاملة. ووفّر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

6. إن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية أسهم في التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظير والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعّالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية. صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير، وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة، يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير، والإعلام إنما هو أداة من مجموعة أدوات. ويقول ميشيل فوكو إن الثورة الإيرانية انتشرت بشريط الكاسيت، ولم يقل إن شريط الكاسيت "الذي كان في حينه إعلاما بديلاً" هو الذي صنع الثورة ! لذلك إن هذه الإرادة بدون وسائل الإعلام الجديد قد لا تساوي شيئاً، والعكس صحيح! فما جرى هو نتاج عوامل تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييرا بأسلوب لم يعهده عالمنا العربي من قبل، وغيّر أنماط حياتهم، مضفياً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل.

7. لم يرفع الفكر العربي المعاصر معرفيا من شأن فكرة الاتصال، ليظهر علينا الاتصال الرقمي مع بداية الألفية دون سلاح معرفي نحتمي به. ولا تكمن قيمة الاتصال في ما في الفكرة من قيمة علمية أو سياسية أي ما في الإنتاج الفكري من صحة أو خطأ بل في التسويق لها، حسب المفهوم الحديث للمعرفة لتداول مضامينها ليترك الحكم للمجتمع وحده وهل به المناعة الثقافية الكافية "لغربلة" المضامين قبل الحكم على الوعاء. أن الحكم القيمي على الأفكار هو حكم قيمي على التقنية أيضا التي لا يجب أن نحد من انتشارها وإلا ستنمو سوقا سوداء لأفكار متطرفة، وإرهابية. وتاريخيا لا يمكن أن نتجاهل أن الحكم القيمي ذو الخلفية الدينية أو السياسية أو الثقافية هو الذي كان وراء إقصاء أكثر من فكرة داخل المجتمعات العربية باسم الدين أو الهوية أو معاداة الاستعمار أو الإمبريالية[1].

[1] جمال الزرن : "أنسنة" أوالثقافي في تكنولوجيات الاتصال والفضاء العام، مدونة مقعد وراء التلفزيون.

8. إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

9. يمكن أن نفسر الأرقام والاحصاءات -سابقة الذكر- حول استخدام الشبكات الاجتماعية في البلدان العربية بما تطرحه نظرية ثراء وسائل الإعلام" Media Richness Theory" التي تدرس معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة،وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال فى اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التى توفر رجع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسين هما[1]:

1. **الفرض الأول** : أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

2. **الفرض الثاني** : هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

وبرزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وايديولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

---

[1] أولجا جوديس بيلي، وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م ، ص71.

خامسا : الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي، الاستخدامات والإشباعات

تظهر نتائج الدّراسات التي أجريت في بعض الدول العربية أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى ؛ التواصل وجهاً لوجه، أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف. فقد أشارت الدّراسة التي أجرتها "يونيڤيرسال ما كان" وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية، إلى أن هناك اتصال بين كل فرد في المنطقة مع حوالي 38 شخصاً عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشكم منتظم.

ولفتت نتائج الدراسة إلى تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسوق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم.

وبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر"كليبات الفيديو" عبر الشبكة الالكترونية واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدوَّنات، فإن عدداً متزايداً من المستخدمين الناشطين للإنترنت في المنطقة، بلغ متوسطه (60%) قد فتح صفحة شخصية على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية خلال الشهور الست الماضية.

وأظهرت الدّراسة أن أكثر من نصف المستخدمين الناشطين للإنترنت في المنطقة (يستخدمون الشبكة بمعدل كل يوم أو يومين) يمتلكون أجهزة كمبيوتر محمولة تتصل بالإنترنت عبر حزمة النطاق العريض. ويقوم حوالي(90%) من أولئك بالتواصل الشبكي من منازلهم بالمقارنة مع (20 %) يستعملون خدمات الإنترنت عبر أجهزة الموبايل المحمولة.

كما كشفت عن دور مؤثر يلعبه بعض المستخدمين الناشطين والفاعلين للإنترنت والذين هم على اتصال مستمر مع عدد كبير من الأصدقاء على الشبكة وذلك بمعدل 345 صديقاً ومتابعاً مع العلم بأن متوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الناشط هو 65 صديقاً ومتابعاً. ويظهر تأثير هؤلاء في كونهم قادرون على تقديم التوصيات التي من الممكن أن تؤدي إلى تغيير آراء المستخدمين الآخرين حول أي من مواضيع الساعة أو الشركات أو الخدمات وغيرها[1].

وقد أوضحت الدّراسة أهمية شبكات الإعلام الاجتماعي في خلق مجموعات اجتماعية رقمية مؤلفة من أصدقاء يتشاطرون نفس الاهتمامات أو الاحتياجات. وكانت الإصدارات

---

[1] www.**universalmccann**.es

السّابقة من هذه الدراسة قد أظهرت أن الإعلام الاجتماعي في بداياته أتاح لمجتمع كبير وناشط من مستخدمي الانترنت فرصة إنتاج وتشاطر المحتويات مع الآخرين. وأدى تطور هذا الأسلوب من التواصل إلى تحوله من مجرد أداة إعلامية نصية للتواصل إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية شاملة، وفي ما بعد قامت تلك الأداة بتوفير المزيد من الإمكانيات والفرص للمستهلكين للتأثير في الآخرين وقراراتهم.

وبين تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية سابق الذكر: أن منصات الإعلام الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" تواصل لعب دور هام في تعزيز إشراك الشباب في المجتمع في ظل التغييرات التاريخية التي يمر بها العالم العربي اليوم.وقال فادي سالم؛ مدير برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية وأحد كتاب التقرير: "نشأ اليوم مجتمع مدني عربي افتراضي فعّال بعد التأثير البالغ للإعلام الاجتماعي أثناء الحراك المدني في العالم العربي،ومع نمو واضح لاستخدام اللغة العربية والتحول المتواصل في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية إلى الشؤون المجتمعية والسياسية منذ 2011، نرجح أن تستمر هذه المنصات بلعب دور هام في الحراك السياسي والمجتمعي في المستقبل القريب.

وأضاف"لقد ارتفعت نسبة مستخدمي فيسبوك من سكان العالم العربي أجمع من 4 في المائة منذ عامين إلى حوالي 12 في المائة اليوم، (70%) منهم من شريحة الشباب، الأمر الذي يشير إلى تبني قطاعات متنامية من المجتمع العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي بهدف إحداث تغيير في مجتمعاتهم."

ووفقاً للتقرير يواصل الحراك الشعبي العربي تصدره للنقاشات على موقع "تويتر" في الدول العربية. فعلى سبيل المثال، كانت كل من"البحرين" و"سوريا" الواصفات الأكثر استخداماً عبر المنطقة العربية في مارس2012. وأن أكثر من 1.3مليونمستخدمنشطعلى موقع "تويتر" في العالم العربي، أنتجوا حوالي 172مليون تغريدة مع نهاية مارس هذا العام.

وكشف التقرير أيضاً عن استمرار صدارة دول الخليج من حيث نسبة المستخدمين من عدد السكان، حيث تتصدر الكويت مستخدمي تويتر كنسبة من السكان تليها البحرين، في حين تحتل قطر والإمارات والسعودية المراتب التالية. كما تتصدر السعودية القائمة من حيث عدد مستخدمي تويتر النشطين بحوالي 393ألفمستخدمنشط، في حين صدرت حوالي(88%) من التغريدات في مارس 2012 من الكويت والسعودية ومصر والإمارات والبحرين.

ومن ناحية أخرى يستمر التباين الواضح بين عدد مستخدمي الإعلام الاجتماعي العربي من النساء مع نسبتهن حول العالم اللواتي يشكلن ما يقرب من النصف، فقد ازدادت نسبة المستخدمين من النساء العربيات بشكل طفيف من(32%) مع نهاية العام 2010 إلى(34%) فقط في الربع الأول من العام.2012

وقالت رشا مرتضى؛ الباحثة المشاركة في برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية والمعدة الرئيسية للتقرير : "على الرغم من مشاركتهن الفاعلة في التحولات المجتمعية والسياسة في العالم العربي، إلا أن استخدام النساء العربيات لوسائل الإعلام الاجتماعي يبقى منخفضاً مقارنةً مع الرجال. وتعود الفجوة الملحوظة في استخدام النساء العربيات لوسائل الإعلام الاجتماعي مقارنةً مع الرجال ومع المعدل العالمي، بشكل رئيسي للقيود المجتمعية والثقافية التي تواجه النساء على أرض الواقع والتي تحول دون إشراكهن بشكل كامل، ووفقاً لاستبيان أجريناه مؤخراً."

وبينت نتائج البحث أن المستخدمين العرب رجالاً ونساءً ينظرون بشكل متزايد إلى وسائل الإعلام الاجتماعي كأدوات فعالة لتميكن المرأة، وذلك على الرغم من الفجوة "الافتراضية" الملحوظة فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي، وذلك حسب الإصدار الأخير من التقرير، الذي أجري بالتعاون مع برنامج النوع الاجتماعي والسياساتالعامة، وأجرى دراسة إقليمية استهدفت الرجال والنساء لتحديد آرائهم حول استخدام النساء العربيات لوسائل الإعلام الاجتماعي كوسيلة لتمكين المرأة العربية مدنياً وسياسياً واقتصادياً.

وفي دراسة لموقع"بيت.كوم" صدرت سنة (2011) أظهرت أن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجأون إلى الشبكة الإلكترونية للدردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها الموقع وهو أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، أن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الإجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن(67%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الإنترنت في التواصل الإجتماعي، بينما ذكر (36%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الإجتماعي، مثل (فيس بوك) و(تويتر) وغيرها.

وأضافت : إن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (36%) من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الإنترنت تحميل (البودكاست) وتحظى بنسبة (47%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (42%)، والألعاب الإلكترونية (40%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (37%)، وتحميل الصور بنسبة (32%)، كما بينت الدراسة إن (43%)، قالوا إنهم يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (63%)، مقابل (16%) قالوا إن تلك المواقع "محجوبة" في أماكن عملهم[1]. (موقع إلكتروني،2011).

وأشارت دراسة أجرتها شركة"كاسبرسكي لاب"، صدرت شهر ديسمبر 2012، إلى أن البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو هي أكثر الخدمات شعبية على الإنترنت، وأن مستخدمي الإنترنت في الإمارات في الغالب يستخدمون مختلف خدمات الإنترنت في التواصل والترفيه عن أنفسهم. وأشارت الدارسة إلى أن من بين أكثر هذه الخدمات شعبية، هي البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو عبر الإنترنت– بنسب متساوية من المستخدمين (85%)، (83%) و(82%) على التوالي. وإذا كان المعدل العالمي المتوسط للنشاط الخاص بالبريد الإلكتروني هو نفسه بالنسبة للإمارات (86%)، فإن معدل الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو عبر الإنترنت في العالم أقل بنحو (10 نقاط) عن المعدل نفسه للإمارات.

وتأتي في المرتبة التالية مجموعة من النشاطات الأكثر انتشارًا تتضمن تحميل البرامج المجانية بنسبة (68%)، والتواصل عبر برامج المحادثة بالصوت والصورة مثل سكايب بنسبة (62%)، سماع الموسيقى أو برامج الإذاعة المسموعة من الويب بنسبة(60%). والجدير بالذكر أن شعبية خدمات التواصل بالصوت والصورة بين مستخدمي الإنترنت في الإمارات أعلى من نظيرها عالميًا –حيث يشكل الفارق نحو 30 نقطة، بحسب الدراسة.

---

[1] موقع (CNN) العربية : "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة"، في 02 تشرين الأول(أكتوبر)،2011. متاح.(On Line)
http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html

إضافة إلى ذلك، أفادت الدراسة بأن حوالي نصف مستخدمي الإنترنت في الإمارات مولعون بالتواصل عبر برامج المراسلة الفورية وبنسبة (56%)، أو ممارسة الألعاب الإلكترونية بنسبة (50%). ونسبة متقاربة من المستخدمين يلجأون إلى الإنترنت لسماع الموسيقى، ومشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو. ويتوافق هذا المعدل مع المتوسط العالمي لممارسة هذه النشاطات.

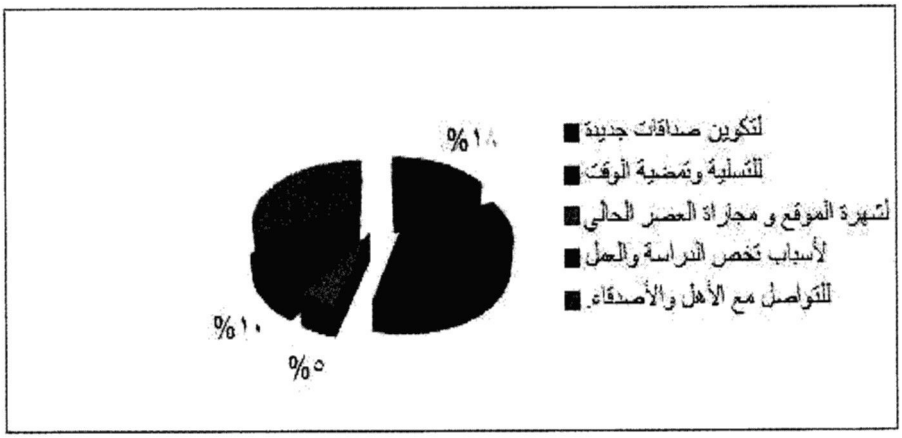
كما أشارت الدراسة إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت الإماراتيين ممن يلجأون إلى الويب لإجراء التعاملات المصرفية أدنى من المؤشر العالمي. إلا أن عدد المستخدمين الذين يتسوقون أو يقومون بالتعاملات المالية عبر الإنترنت يتزايد بانتظام. ويقوم حاليًا أكثر من (46%) من المستخدمين الإماراتيين بالتسوق عبر الإنترنت يوميًا ونحو(45%) يستخدمون أنظمة الصيرفة الإلكترونية بنشاط. وفقًا للدراسة، ويستفيد مستخدمو الإمارات من جميع الإمكانيات التي تتيحها لهم شبكة الإنترنت، حيث ذكرت نسبة كبيرة من المستخدمين أنهم لا يتخيلون أنفسهم دون استخدام الإنترنت بشكل يومي.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة أجريت من قبل منظمة O+K Research لصالح "كاسبرسكي لاب". وقد شارك في الدراسة أكثر من 11 ألف مستخدم ممن تزيد أعمارهم عن 16 عاما، يقيمون في الأمريكيتين، أوروبا، الشرق الأوسط، آسيا وأفريقيا، بحسب الشركة.

وتوصلت دراسة"المواقع الإجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي" التي أجريت على عينة من طالبات جامعة الأمير سلطان بالمملكة العربية السعودية[1] ؛ إلى أن(86%) من طالبات الجامعة عينة الدراسة يستخدمن المواقع الإجتماعية، (40%) منهن مشتركات بالشبكة الاجتماعية فايسبوك ((شكل 1)).

شكل(5): استخدام طالبات جامعة الأمير سلطان للمواقع الاجتماعية

وتستخدم الطالبات عينة الدراسة الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى للتسلية وتمضية الوقت(36%) حيث تقضي المستخدمات ساعات متنقلات بين صفحات الأصدقاء تشاهدن ملفات الصور وتقرأن بعض المقالات التي تنشر فيها، ثم للتواصل مع الأهل والأصدقاء(31%)، حيث أفسح الفايسبوك لهن المجال ليتواصلن من خلاله بالأهل والأقارب وزملاء العمل والدراسة والأصدقاء ويتبادلن معهم أخبارهن ومعلوماتهن، وثالث الدوافع المعتبرة نسبيا لتكوين الصداقات الجديدة(18%). وكان متوسط عدد الساعات التي تقضيها الطالبات في تصفح الموقع بين الساعة والثلاث ساعات.



شكل(6) : دوافع طالبات جامعة الأمير سلطان للاشتراك في المواقع الاجتماعية

إن هذه النتائج وغيرها تظهر بوضوح مدى الاستخدام الواسع للشبكات الاجتماعية في بلداننا العربية ؛ وأنها أصبحت النوافذ التي يطل منها المشترك على العالم الخارجي ويمارس من خلالها العديد من الأنشطة التي تساعده على التفاعل والتواصل بالآخرين القريبين منهم أو البعيدين، وتفتح له أبواباً تمكنه من إطلاق إبداعاته ومشاريعه المستقبلية للنجاح وتحقيق الذات.

فالشبكات الاجتماعية تتيح وأتاحت للمستخدمين العديد من الخدمات أهمها[1]:

1. الملفات الشخصية : وهي صفحة خاصة بكل مشترك تحتوي على معلومات أساسية عنه مثل(العمر، مكان الميلاد، أبرز الهوايات)، ومن خلال زيارة هذه الصفحة يمكن مشاهدة نشاطات الشخص وأيضا التعرف على قائمة أصدقائه.

2. الأصدقاء : هم الأشخاص الذين يقوم المستخدم بالتعرف عليهم وإضافهم لقائمته لغرض معين.

3. المجموعات : وهي عبارة عن تجمعات لعدد من الأشخاص تحت مسميات محددة تنشأ لأغراض معينة، بحيث يكون لأعضائها الإهتمامات نفسها، توفر هذه المجموعات منتدى لحوار مصغر بين أعضاء المجموعة الواحدة.

ويستطيع منظميها تنسيق اجتماعات عن طريق الأحداث Events، كما أنهم يستطيعون دعوة أعضاء أخرين للإنضمام لمجموعتهم.

4. كما يوجد العديد من الخدمات الأخرى مثل ألبومات الصور والرسائل الفورية التي تكتب على جدار الأعضاء والصفحات الإعلانية التي تستخدم تجاريا لعرض المنتجات والفعاليات.

ورغم كل ما قيل عن الشّبكات الاجتماعية وخدماتها وتزايد الاعتماد عليها إلى درجة الادمان عند بعض المشتركين، إلا أن المناهضين لأشكال التواصل الاجتماعي الجديدة عبر الوسائط الاتصالية الحديثة والشبكات الاجتماعية يتوجسون خيفة من هذا الانغماس في التواصل الافتراضي الذي قد يفتح المجال لمزيد من :

1. تنتهك الخصوصيات ؛ الشخصية أو الاعتبارية من الحقوق المحفوظة، والتي يعتبر الاعتداء عليها جرماً يستحق صاحبه العقاب والتجريم. وانتهاك الخصوصية يتم بعدة طرق،

---

[1] 29- أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلية دراسات المعلومات، عدد 8، ماي 2010م، ص(11-16).

أكثرها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد، أو الاعتبارية للمواقع والشركات. وفي هذا المجال تشير الدراسات إلى أن من أهم المخاطر التي تهدد الخصوصية في الشبكات الاجتماعية الآتي:

✓ تسرب البيانات الشخصية : فنتيجةً لشعور مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالألفة والثقة مع من يتشاركون معهم، فإنهم قد يتشاركون بأكثر ممّا يجب، سواء في الأمور الشخصية أو ما يتعلق بأماكن عملهم، وما يخص شؤونهم المالية والتغييرات الحاصلة في مؤسساتهم. ممّا يتسبب في مشاكل كثيرة بدءاً من الإحراج الاجتماعي، وانتهاءً بالملاحقة القانونية. فبمجرد أن تكتب في حائطك على «فيس بوك » أنك سوف تقضي أسبوع إجازتك في تركيا، فأنت حتماً بلا وعي منك تعرض منزلك للسرقة.

✓ انتحال الشخصيات : فقد جرى تخريب حسابات العديد من الشخصيات البارزة والمرموقة، ذوي المكانة الدينية أو السياسية، على حد سواء، والذين لهم آلاف من الأتباع على الشبكات الاجتماعية.

كما قام آلاف من منتحلي الشخصيات الشهيرة بجمع مئات، بل آلاف من الأتباع على "تويتر" وإلحاق الحرج بالشخصيات التي انتحلوا صفتها. مما يتسبب بتشويه سمعة الضحية والإضرار به. والقاسم المشترك بين كل هذه التهديدات هو ثقة المستخدمين العمياء في التطبيقات الاجتماعية. تماماً مثل البريد الإلكتروني عندما أصبح شائعاً، أو برامج المحادثة المتوافرة لدى الجميع، فالناس تثق بالروابط والصور والفيديوهات فقط لأنها من الأصدقاء.

2. تقلل من "آدمية البشر"، كما تقول عالمة الاجتماع " شيري تركل"، الأستاذة في معهد "ماساتشوستس" للتكنولوجيا إن : "السلوك الذي أصبح نمطياً قد لا يزال يعبر عن المشاكل التي جعلتنا في السابق نراها على أنها مرضية .»

وفي تفسيرها لقولها السابق، ترى "شيري تركل" بأن الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتوهون في واقع افتراضي، ليس له صلة بحياتهم الحقيقية مما يقلل من آدميتهم، وتقول : «إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا .»

3. تؤثر على سلوك المراهقين: ففي دراسة حديثة أجراها العالم الأمريكي »لارى روزين » أستاذ علم النفس بجامعة كاليفورنيا على 1000 مراهق، ومراقبة 300 آخرين لمدة 15 دقيقة ممن يستخدمون الفايس بوك، أكدت نتائجها أن الإفراط فى استخدام الموقع يسبب اضطرابات نفسية ؛ وبخاصة لدى فئة المراهقين، ورصدت الدراسة وجود:

✓ اضطرابات نفسية، وميول عدوانية،

✓ ومشاكل فى النوم، وقلق، واكتئاب عند المراهقين الذين لديهم حضور قوى على الشبكات الاجتماعية، ومدمنى ألعاب الفيديو والإنترنت .

✓ التغيب عن المدرسة، وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي.

✓ ضعف القدرة على التركيز.

✓ ازدياد الأنانية عند المراهقين.

4. الإدمان؛ إدمان استخدام الشبكات الاجتماعية، فقد أشار الدكتور نزار بن حسين الصالح، أستاذ علم النفس في جامعة الملك سعود، والأمين العام للمركز الوطني لأبحاث الشباب، إلى أن دلائل إدمان الأشخاص على الشبكات الاجتماعية تبرز أكثر في :

✓ الكثير من الناس يتحققون فور استيقاظهم من المواقع الاجتماعية ؛ من خلال أجهزة هواتفهم الذكية أو أجهزة الكمبيوترات لديهم، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية يقضي مستخدمو الإنترنت ما يزيد على (22%)، من وقتهم على موقع الشبكات الاجتماعية.

✓ ودليل الإدمان الثاني، يتركز في "فقدان القدرة على النوم"، وهناك فرق بين البقاء حتى ساعة متأخرة لإنهاء مهمة، أو عمل ضروري، وبين الجلوس إلى الشبكة الاجتماعية للاستمرار في الدردشة طول الليل، أو إلى وقت متأخر منه، وإذا كان هذ الشكل الجديد من التواصل مع الآخرين هو وسيلة يمكن الاستفادة منها لزيادة شبكة التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية المتسارعة والمكتظة بالمهام والأعمال، فإن السماح لها بأن تؤثر على وقت الراحة الذي نحن بحاجة إليه، له عواقبه السلبية على مستويات الطاقة والإنتاجية لدينا، ومن هنا فإن البقاء حتى وقت متأخر، أو إجبار النفس على البقاء مستيقظاً طوال الليل للتواصل الاجتماعي على الإنترنت يؤثر على المزاج، ويجعل الشخص سريع الغضب، وكي تعرف أنك في مشكلة أم لا اسأل نفسك (هل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي"غير الواقعي " يجعلك مستيقظاً طوال الليل) ؟

وتؤكد الدراسات النفسية أن أكثر الأفراد تعرضًا لخطر الإصابة بمرض إدمان الإنترنت، هم الأفراد الذين يُعانون من العُزْلة الاجتماعية، والفشل في إقامة عَلاقات إنسانية طبيعية مع الآخرين، والذين يُعَانون من مخاوفَ غامضة، أو قلة احترام الذات، الذين يخافون من أن يكونوا عُرْضَة للاستهزاء، أو السخرية من قِبَل الآخرين، هؤلاء هم أكثر الناس تعرضًا للإصابة بهذا المرض ؛ وذلك لأن العالم الإلكتروني قدَّم لهم مجالاً واسعًا لتفريغ مخاوفهم وقلقهم، وإقامة عَلاقات غامضة مع الآخرين، تخلق لهم نوعًا من الأُلْفة المزيَّفة، فيصبح هذا العالم الجديد الملاذَ الآمِن لهم، من خشونة وقسوة عالم الحقيقة.

5. ضياع الوقت : ويظهر ضياع الوقت بارزاً كدليل ثالث على وقوع الشخص في إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، فإذا كنت تستهلك الكثير من الوقت أثناء الجلوس أمام الكمبيوتر جراء استخدامك لهذه الشبكات، فذلك يعني أنك مدمن على وسائل التواصل الاجتماعي، ذلك أن إنفاقك لأكثر من ساعة على مواقع التواصل الاجتماعي لغير حاجة، أو إذا لم تعرف كم من الوقت مر منذ استخدامك شبكة التواصل الاجتماعي، فإن ذلك يصبح مشكلة.

وينبّه الدكتور الصالح لهذه النقطة بقوله : «إذا كان استخدامك لشبكات التواصل الاجتماع ي ينسيك الذهاب لأخذ أطفالك من المدرسة، أو نسيان بعض المواعيد، فإن ذلك يؤثر سلباً على حياتك، لهذا لابد لك من مصارحة نفسك (هل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي »غير الواقعي » يؤثر على تذكرك للالتزامات العائلية أو العملية) ؟

6. فقدان العلاقات الاجتماعية : حيث إن شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك أو التويتر، هي وسائل تواصل اجتماعي للتقارب العائلي وبناء الصداقات، لكن عندما ترفض خططاً للخروج مع الناس في الحياة الحقيقية وتفضل قضاء بعض الوقت على الشبكة الاجتماعية، فإن هذا السلوك يشير إلى وجود مشكلة تواصل اجتماعي لديك. فإن تخصيص معظم وقتك لاستخدام الإنترنت، لدرجة أنك تتجاوز الوقت الذي تقضيه مع الناس في الحياة الواقعية يجعل الناس من حولك يشعرون بالإهمال والألم، وعلاقاتك مع الأشخاص الذين من حولك تتعرض للفشل وتشعر بالعزلة، لذا اسأل نفسك هذا السؤال (هل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي »غير الواقعي » يطغى على التواصل الاجتماعي في الحياة الواقعية مع الآخرين)؟وفي هذه الحال فإن إدمان استخدام هذه الشبكات سوف يؤثر، بما لا يدع مجالاً للشك، على السلوك الاجتماعي، وربما ينعكس على الحياة العائلية والعملية، من خلال الفشل في الحياة الاجتماعية والعزلة عن المجتمع، وسلبية الإنتاج لدى الشخص، والشعور السلبي، بالإضافة إلى فقدان الثقة بالنفس.

7. انتشار ظاهرة الأشكال التعبيرية الهجينة للغة العربية : فقد لوحظ انتشار ظاهرة الكتابة والتعبير بطريقة هجينة وممجوجة للغة العربية بين فئة الشباب خاصة يستخدمونها في جميع إتصالاتهم ؛ رسائل الجوال، المحادثات عبر الإنترنيت والشبكات الإجتماعية. فهي ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها إلا مستخدموها. وإن الإستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، فمثلا أصبحت كلمة "محمد" تكتب "mo7amad"، وكلمة أخبار تكتب "a7'bar"ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يزيد الهوة بين الأجال السابقة والأجيال الناشئة.

خاتمة:

وعوداً على بدء نقول : لا شك أن الشبكات الاجتماعية تعد واحدة من أهم الظواهر التكنولوجية في القرن الواحد والعشرين، إذا تزايد عدد مستخدميها في السنوات الثلاث الأخيرة وأصبحوا يعدون بالملايير، ف"فايس بوك " أصبح منذ أكتوبر 2012 ثالث دولة في عدد السكان بعد الصين والولايات المتحدة.

وقد أسهم الانتشار الواسع للحواسيب المحمولة وهواتف الجيل الثالث إلى زيادة تعلق ومتابعة المستخدمين لها. كما أن ريتم الحياة الحديثة السريع قد أسهم في انتشارها، فالجميع يتبادل الرسائل والمحادثات، ويشارك بالصور ومقاطع الفيديو من خلال هذه الشبكات، نظراً لانشغاله عن الحياة الاجتماعية الواقعية.

وإذ كنا قد استعرضنا كل هذه الأرقام، ومجمل الأفكار والاتجاهات حولها. فإننا بالمقابل نؤيد تماماً من ينظر إلى الشبكات الاجتماعية على أنها "ثورة البيانات الاجتماعية" ؛وهي" النفط الجديد"، وأن هناك ثلاثة اتجاهات رئيسية ستشكل محور الإستراتيجيات الرقمية في علاقتها بالمستخدمين(المستهلكين)في المستقبل :

1. **الأول** : هو أن شبكة الإنترنت أعيد بناؤها حول الناس، كونهم كائنات اجتماعية بطبيعتها، وتسعى للبقاء على قيد الحياة من خلال التفاعل مع بعضها البعض، أعيد بناء شبكة الإنترنت حول الناس، وليس المحتوى. هذا موضوع لم يعد قابلاً للنقاش، فإنه أمر يحدث بالفعل وستكون االتغيرات جذرية، وفي هذه الحال وجب العمل من أجل أن تكون التغيرات بأقل الخسائر ؛ اجتماعياً وثقافياً ومهنياً وقيمياً.

2. **والثاني** : إن كمية المعلومات التي يتم توليدها أو إنتاجها والوصول إليها من قبل عدد كبير من الناس تتزايد بشكل كبير، وكذلك التي يمكن الوصول إليها، ولكن قدرة العقل للحصول على المعلومات لا تزال هي نفسها. نتيجة لذلك سوف تضطر الشبكات الاجتماعية نفسها إلى الاعتماد أكثر على أصدقائها لمساعدتها في استقصاء المعاني والمعلومات من كافة البيانات، وبالتالي التصفية والترشيح لضمان استمرارية المستخدم في استهلاك منتجاتها، والارتباط بها لتلبية احتاجياته ورغباته على كل المستويات.

3. **والثالث** : إن تطور تكنولوجيا الهاتف النقال والأجهزة اللوحية المحمولة سيؤدي إلى انتشار المعلومات في كل مكان، وفي أي وقت، وأنه، ومن خلال التكنولوجيات المتنقلة المتاحة حالياً، يمكن للناس الحصول على معلومات وفيرة في كل المجالات الحيوية للمجتمعات المعاصرة. لذلك ينبغي على الأفراد والجماعات والمجتمعات الاستفادة من هذه الاتجاهات من

خلال خلق تجارب أفضل للتعامل مع وسائل الإعلام الجديد بصفة عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.

وحينما نسرد الرؤى والطرحات التي تقف مع أو ضد استخدام الشبكات الاجتماعية والانترنيت في التواصل الاجتماعي لا نريد بذلك فتح الباب أو غلقه أمام المستخدم والمتلقي بل نقول ببساطة: إن تصفح الانترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية ستكون مفيدة بشكل أكبر إذا تم استخدامها بشكل سليم من أجل التواصل مع الأصدقاء وتطوير بعض المهارات للوصول إلى أرقى النتائج، فهي قد تتحول إلى عدو يضيّع المشترك ويهدم المجتمعات إذا أسأنا استخدامها. وهي كالبندقية التي هي أداة ليست سيئة ولا تقتل الناس، لأن الناس هم من يقتلون بعضهم البعضهم.

ونختم بما تَوَصَّل إليه فريقٌ بحثي أمريكي من جامعة "يونغ بريغهام" الذي يقول فيه: إنَّ قضاءَ وقت سعيد مع الأهل والأصدقاء، يُقلِّل من خطر الموت المبكر بنسبة 50%،وإن العَلاقات الاجتماعية القوية مفيدة للصحة ؛ مثل : التوقف عن التدخين ؛ حيث إن ضعف العَلاقات الاجتماعية يُوازي تدخين 15 سيجارة في اليوم، وإن تراجع الحياة الاجتماعية يُعادل معاناة إدمان الخمر، فأهميةُ العَلاقات الاجتماعية تكمن في أنها تزيد في صحة الإنسان أفضل من اللقاحات التي تمنع الإصابة بالمرض ؛ ذلك أن الإنسان خُلق كي يعيش مع غيره، وأن عزلته عن الناس تُسبِّب له أمراضًا نفسية وصحية.

قائمة المراجع والمصادر

(أ) كتب :

1. Arab Social Media Report, Facbook Usage Factors and Analysis, January 2011)

2. Dubai School of Government: Arab Social Media Report, vol 1, No 3, November 2011.

3. Rosengren ,k,E& ,Windahl ,S " ,(1972) .Mass Media Consum-tions as a Functional Alternative ,"In McQueil)Ed (Sociology of Mass Communications UK, Penguin), pp(135-165).

4. Transforming Education in the Arab World: Breaking Barriers in the Age of Social Learning"

كسر الحواجز في عصر التعلّم الاجتماعي".شهر جوان 2013.. "تحولات التعليم في العالم العربي

5. United Nations: E-Government Survey 2012 , E-Government for the People, New York .2012

6. أماني الشاوي (مشرفا)، بنان علي دخيل، مشاعل البشر: المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، جامعة الأمير سلطان، كلية البنات، قسم علوم الحاسب والمعلومات.

7. أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، عدد 8، ماي 2010م،

8. أولجا جوديس بيلي، وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م.

9. جمال الزرن: "أنسنة" أو الثقافي في تكنولوجيات الاتصال والفضاء العام، مدونة مقعد وراء التلفزيون.

10. حسني عوض : أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب(دراسة ميدانية)، 2011.

11. الصادق الحمامي: الميديا الجديدة؛ الابستمولوجيا والاشكالات والسياقات، سلسلة المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2010.

12. ماثيور فريزر وسوميترا دوتا:"ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الأوسط، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت: قوة الروابط الضعيفة". موقع الإقتصادية الإلكترونية، الاثنين 01 ديسمبر (2008)، العدد (5530). متاح.(On Line)

13. نصر الدين العياضي: "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي؛ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 أبريل 2009.

(ب) مواقع الكترونية:

1. http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html
2. http://www.aleqt.com/2008/12/01/article_169885.html
3. http://www.emaratalyoum.com/life/four-sides/2011-06-17-1.403971
4. http://www.go-gulf.com/blog/social-media-middle-east
5. http://www.jamelzran.jeeran.com
6. www. Nielsen_online.com
7. www.bingdom.com.2012\01\17
8. http://www.aitnews.com
9. www.Internetworlsatats.com\december.31.2011
10. www.theage.com.au
11. www.universalmccann.es