

استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في رسم توجهاتهم السياسية

الباحثة | وداد ناجي الحنون | لبنان
ماجستير في الإعلام | جامعة بيروت العربية

أولاً: المقدمة

الاعلام الاجتماعي (Social Media) هو اعلام قائم على التفاعل بين مستخدميه من خلال تقنيات الاتصال المتطورة والمواقع على شبكة الانترنت التي تتيح لهم التواصل في بيئة مجتمع افتراضي.

وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها يهدف الى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين⁽¹⁾، بالإضافة الى خدمات تبادل المحتوى مثل: يوتيوب (YouTube)، فليكر (Flickr) فيسبوك (Facebook)، تويتر (Twitter) وتيك توك (TikTok).

فمواقع التواصل الاجتماعي تتطور بسرعة، حتى أن عدد المستخدمين خصوصاً في صفوف الشباب يزداد بسرعة فائقة. ويكتشف مستخدمو الانترنت عالماً جديداً حيث قوتهم أكبر وكذلك حريتهم الفردية⁽²⁾. فقد كسرت القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار وتطورت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم. وأصبحت من أهم وسائل الاعلام التي تشكل جزءاً مهماً من حياة الشباب ما دفعهم إلى الاقبال على هذه المواقع نتيجة لتقصير المؤسسات الرسمية في استيعاب حاجياتهم وتلبية طموحاتهم⁽³⁾.

ولعل نجاح المواقع الاجتماعية يرجع إلى ربط الحدث بالصوت والصورة معاً، كما اتخذ الشباب لغة

خاصة به في نقل الأخبار وتطورات الأحداث بعيدة عن القوالب الصحفية والإعلامية وهو ما جذب الجميع⁽⁴⁾.

واستقطبت هذه المواقع الكثير من الباحثين المختصين بالآثار السياسية والاجتماعية والثقافية المترتبة على انتشار هذه الشبكات في مجتمعات وأنظمة سياسية تحاول تحطيم الكثير من القيود المتركمة بغية الوصول الى الديمقراطية والحرية الفكرية⁽⁵⁾.

أ- أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من خلال الاعتبارات الآتية:

- 1- تناول دور موقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لا سيما من الفئة الشباب في لبنان.
- 2- قلة الدراسات الاعلامية عامة والعربية خاصة التي تناولت هذا الموضوع حسب علم الباحثة.
- 3- الفائدة العلمية التي ستحقق من وراء هذه الدراسة.

ب- أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التأكد من مدى انتشار استخدام موقع التواصل الاجتماعي بين الشباب.
- 2- التعرف على دوافع الشباب الجامعي اللبناني لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- ابراز الموضوعات المتابعة من قبل الشباب.
- 4- التعرف على كيفية تفاعل الشباب مع القضايا المجتمعية المثارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ج- إشكالية الدراسة

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي، أداة لتبادل الأفكار والآراء، وتكوين العلاقات الاجتماعية والصدقات بالإضافة إلى تداول المواضيع والقضايا المتنوعة والأخبار بمختلف الأشكال سواء مكتوبة أو مسموعة أو مرئية. وتطورت بشكل كبير استخدامات وسائل الاعلام الجديدة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتخطت مجالات استخداماتها من الاتصال والتواصل وتمضية وقت الفراغ، إلى الحصول على آخر الاخبار السياسية وتكوين مواقف وآراء إيجابية أو سلبية تجاه القضايا المجتمعية. من هنا تطرح الاشكالية التي تتناولها الدراسة حول دور وسائل التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا المطروحة في المجتمع، ما قد يشكل تغييراً في حاجات بعض الشباب تجاوزت التوق إلى الاتصال نحو التوق للمشاركة السياسية وتكوين رأي عام حول القضايا المجتمعية.

د- تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس مؤداه: ما هي طبيعة استخدامات الشباب في لبنان لموقع التواصل الاجتماعي ” وما هي الإشباعات المتحققة؟ إلى أي مدى تأثر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الفكر السياسي للشباب وتحدد توجهاتهم؟

هـ- الدراسات السابقة

1- (M. Neelmalar & P. Chitra (2009) ، بعنوان اعلام جديد ومجتمع: دراسة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الهندي⁽⁶⁾.

هدفت الدراسة الى تحديد وتقييم القضايا المتعلقة باستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثير الناتج عن التفاعلات الاجتماعية والسلوك الاجتماعي على وجه العموم.

2- أسامة غازي المدني (2009)⁽⁷⁾، بعنوان ”استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون

السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها (دراسة ميدانية)“.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي يمكن أن تلعبه المدونات كوسيلة إعلامية يحتاج إليها المجتمع لتحقيق الديمقراطية وحرية التعبير باعتبارها وسيلة شعبية بين عدد كبير من الأفراد المجتمع.

3- لمياء حمدان (2012 / 2013)⁽⁸⁾، بعنوان ”دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية - (دراسة مسحية وصفية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود)“.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الجامعي السعودي، من خلال الوقوف على أنماط استخدامهم لهذه الوسائل، ودوافع تعرضهم لها فيما يتعلق بتشكيل ثقافتهم السياسية.

وكشفت الدراسة إلى أن موقع «تويتر Twitter» يأتي في مقدمة المواقع والخدمات الإلكترونية من حيث أهمية وكثافة الاستخدام في الحصول على المعلومات السياسية، تليه «مواقع الصحف الإلكترونية»، ثم «منتديات الإنترنت».

4- (Cyrille Frank 2013)، بعنوان ”الشبكات الاجتماعية في عام 2013: بانوراما، الاستخدامات، وجهات النظر والاتجاهات والممارسات“⁽⁹⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر رواجاً بين المستخدمين، وكذلك الأكثر استخداماً بين الفرنسيين. واستخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي.

وأظهرت الدراسة أن فيسبوك ويوتيوب وتويتر هي المواقع المهيمنة على الترتيب الأعلى والأكثر استخداماً من بين وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت الدراسة أن فيسبوك يحتل الموقع الأكثر زيادة من حيث عدد المستخدمين يليه سكايروك، تويتر، لينكد ان. والانات هم الأكثر استخداماً لموقع ”فيسبوك“، و63% من المسجلين على فيسبوك يزورون صفحاتهم كل الايام، بينما الذكور هم الأكثر

استخداما لموقع تويتر بنسبة %55.

5- أحمد يونس محمد حمودة (2013)⁽¹⁰⁾، بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية".

هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية وذلك من خلال الشباب الفلسطيني في شتى أرجاء الوطن.

وبينت الدراسة ان الحصول على الاخبار من أكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يليها التواصل مع الاخرين ثم قضاء وقت الفراغ يتبعها المعرفة في التخصص ثم تكوين صداقات جديدة واخيرا البحث العلمي.

6- (2015 - Michael Barthel Elisa Shearer and)، بعنوان "كيف يستخدم الأمريكيون "تويتر" للحصول على الأخبار؟"⁽¹¹⁾.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام "تويتر" كمنصة للأخبار بين أوساط الأميركيين، ومتابعات وكالات الأنباء، وكشف التغريدات الاخبارية التي ينشرونها عبر تويتر، بالإضافة الى الحسابات الخاصة بالوسائل الاعلامية التي يتابعها الاميركيون عبر موقع تويتر.

7- المركز العربيّ للأبحاث ودراسة السياسات (2015)⁽¹²⁾، "نتائج استطلاع المؤشر العربيّ".

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على اتجاهات الرّأي العامّ العربيّ نحو مجموعةٍ من الموضوعات: الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، بما في ذلك اتجاهات الرّأي العامّ نحو قضايا الديمقراطية، والمشاركة السياسية والمدنية. وشملت هذه الدراسة استطلاع ميداني لـ 18311 مستجيباً أجريت معهم مقابلات شخصية وجاهية ضمن عيناتٍ ممثلة لـ 12 بلداً عربياً.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة، يتبين لنا أنّها ركّزت على محاور عديدة أبرزها، التركيز على مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لها. ومحور تناول دور هذه المواقع والأكثرها رواجاً بين المستخدمين.

ومن حيث الإجراءات المنهجية، يُلاحظ أنّ هذه الدراسات استخدمت أداة الاستبانة، فكانت القاسم المشترك بين تلك الدراسات، وكان المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي هو الغالب في استخدامه في الدراسات السابقة.

وساعدت الدراسات السابقة الباحثة التركيز على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" بالتحديد نتيجة قلة الدراسات التي تناولت هذا الموقع للتعرف على مدى انتشاره بين صفوف الشباب في لبنان ومجالات استخدامه والاشباكات المتحققة وفي إضافة أبعاد جديدة للدراسة الحالية وأبرزها اعتماد دراسة مقارنة بالإضافة إلى تناول محاور كالتعمق في أسباب ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة ان كان المستخدم متلقي ايجابي أم سلبي وأبرز متابعاته واشباكاتة. كذلك ساعدت نتائج الدراسات السابقة في اجراء مقارنة لمعرفة مدى توافقها او اختلافها مع الدراسة الحالية.

و- منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تركز على الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والإهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقة المتبادلة بين هذه العناصر.

وهذا يسمح للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في آن واحد. ويمثّل جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات، ومعلومات، وأوصاف عن الظاهرة، أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي: التعريف والتطور

أ- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

الواقع إن الشبكات الاجتماعية على الويب في تعريفها البسيط هي "مواقع أسسها أفراد وتبنتها فيما بعد شركات كبرى، تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الويب والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة. وبرؤية اجتماعية خالصة فإن الشبكات الاجتماعية على الويب هي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة ايقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة"⁽¹³⁾.

ويعرف اندرياس كابلان وميشيل هاينلن (Andreas Kaplan and Michael Haenlein) الاعلام الاجتماعي بالقول: "هو مجموعة في الانترنت تجمعها ايدولوجية معينة تستخدم تطبيقات الويب التي تسمح بخلق حوارات وتبادل المحتوى فيما بينها".

كما يعرف محمد صاحب سلطان الإعلام الاجتماعي، بأنه "استخدام المواقع ذات الصبغة الاجتماعية والتشاركية في الإنترنت بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"⁽¹⁴⁾.

وعرف علم «التحكم الآلي» (la cybernetique)، "هذه المواقع بالشبكة التي تعالج من خلال تحليل شامل للعناصر في وجود تفاعلها، وهو استجابة للعديد من مجالات النشاطات في المجتمع المعاصر"⁽¹⁵⁾.

ويطلق بعض الباحثين على هذه المواقع أيضاً «مواقع التشبيك الاجتماعي» حيث يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون

الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم⁽¹⁶⁾.

ب- تطور مواقع التواصل الاجتماعي:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت وتزايد عددها وعدد مستخدميها على شبكة الويب ثورة جديدة في الاتصال الانساني، اذ أتاحت ربما للمرة الأولى في التاريخ البشري التواصل اللحظي والتفاعلي بين الناس⁽¹⁷⁾. ويعود تاريخ إنشاء الشبكات الاجتماعية على شبكة الويب الى 17 تشرين الثاني 1995 مع ظهور شبكة زملاء الدراسة المعروفة باسم (Classmates.com) والتي أسسها «راندي كونرادز» (Randy Conrads)، ولا زالت قائمة حتى اليوم، ويبلغ عدد أعضائها نحو 50 مليون مستخدم في الولايات المتحدة وكندا، ينتمون الى نحو 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانه حتى الجامعة. وفي العالم 1997 أسس «اندرو فنريتش» (Andrew Fenrich) في نيويورك موقع (SixDegrees.com) واعتبر انذاك رائد المواقع الالكترونية ليقدم خدمات الروابط المباشرة بين المشتركين⁽¹⁸⁾. وتضمنت تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. الا أن تلك المواقع لم تدر ربحاً لمالكها وتم اغلاق بعضها⁽¹⁹⁾.

وشهدت فترة أواخر التسعينات نقلة نوعية على صعيد مواقع التواصل الاجتماعية، فمع شيوع استخدام الانترنت كقناة تواصل، وتوفرها عند شريحة اجتماعية واسعة ومتقنة وقادرة على التفاعل والتأقلم مع ما تقدمه من خدمات معلوماتية يفتح أمام المتصفحين سبل تواصل وتفاعل تتخطى الحدود الواقعية لتشبك أفراد المجتمع ضمن وسائط متعددة بصرية وسمعية ومكتوبة في الفضاء الإلكتروني⁽²⁰⁾.

ومع بداية العام 2000 نما التفاعل بين الشبكة بشكل كبير ليصبح ظاهرة تميز الشبكة. الأمر الذي ولد جيلاً جديداً من المواقع الالكترونية... وقد غدت مواقع مثل «بيبو» (Bebo) و«فريندستر» (Friendster) ذات التوجه الاجتماعي أو ما يسمى ظاهرة «التشبيك الاجتماعي»⁽²¹⁾ وهذه المواقع تستخدم فيها مجموعة من الأدوات التي تجعلها سهلة الاستخدام ما يتيح إمكانية استخدامها لأرسال

نصوص وصور فوتوغرافية وموسيقى ومقاطع فيديو صورت ذاتياً⁽²²⁾. وكان لدخول هذه الأدوات أكبر الأثر في نجاح فنانون والترويج لأعمالهم، فتمكن الكثيرون من أن يصبحوا نجومًا في الغناء عبر هذا الموقع.

وقد حدثت النقلة النوعية في الشبكات الاجتماعية عام 2005 بظهور موقع ماي سبيس (Myspace) الأميركي الشهير الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، كما ظهر في نفس العام الموقع الأشهر حالياً فيسبوك (Facebook) والذي تفوق على نظيره عن طريق فتح المجال أمام المستخدمين والمطورين لتكوين التطبيقات الجديدة للموقع⁽²³⁾، مما أدى إلى زيادة أعداد المستخدمين وتجاوز هذا العدد حاجز 608 مليون مستخدم على مستوى العالم عام 2010، مليار 230 مليون عام 2013، إلى أن وصل في نهاية العام 2015 حوالي مليار ونصف مستخدم.. ليصل العام 2023 إلى 2.895 مليار مستخدم نشط شهرياً.

وبالمقابل يبلغ عدد مستخدمي واتساب النشطين شهرياً 2.00 مليار عام 2023، والذين قد يمتلكون حسابات على منصات أخرى تابعة للعائلة. في حين يصل عدد مستخدمي إنستغرام المستقلين إلى أكثر من 1.07 مليار مستخدم نشط شهرياً، والذين قد يمتلكون حسابات على منصات أخرى تابعة للعائلة⁽²⁴⁾.

وفي 21 آذار 2006 ظهرت الثورة الأبرز في عالم مواقع التواصل الإجتماعية، وذلك مع اطلاق شركة Odeo الأميركية رسمياً للمستخدمين موقعاً للتواصل الاجتماعي حيث يقدم التدوينات المصغرة باسم "تويتر"⁽²⁵⁾ (Twitter)، ليشكل لغاية يومنا هذا، بعد "فيسبوك" (Facebook)، من أشهر الشبكات الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي.

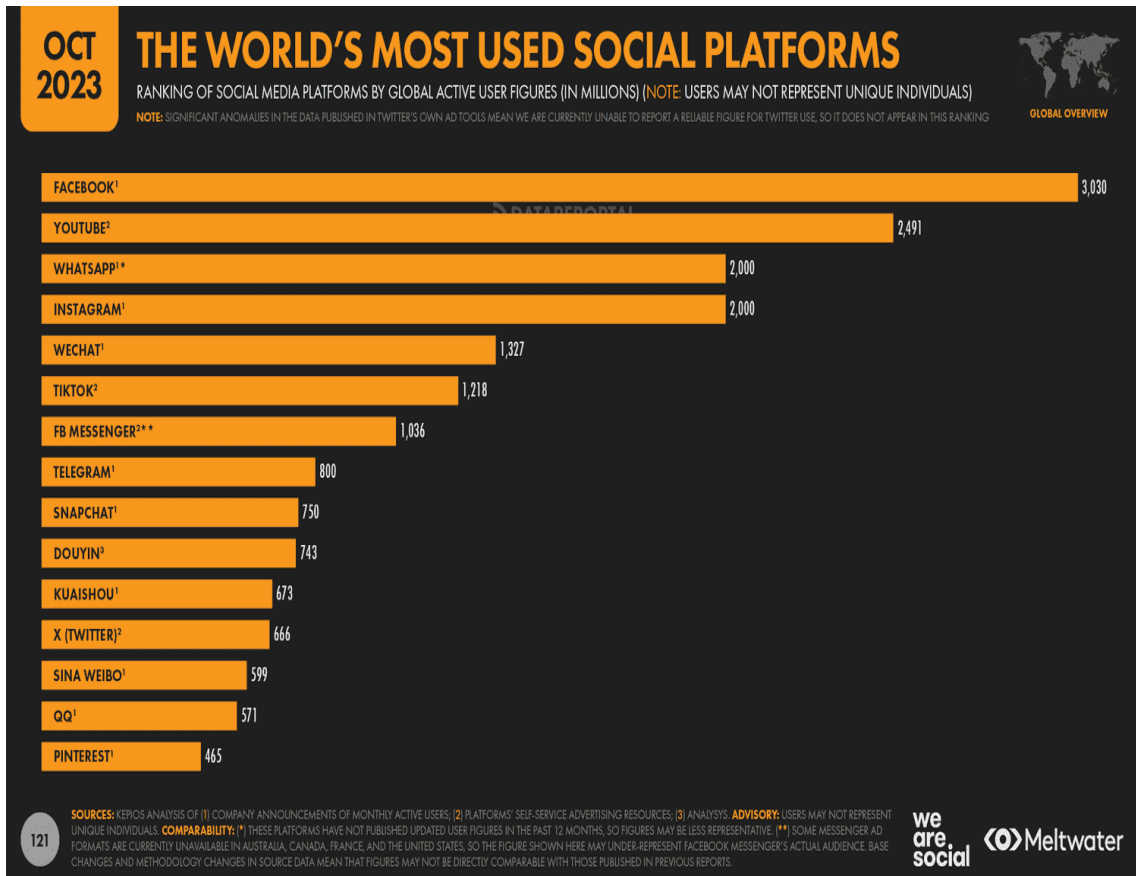
وأظهرت دراسة حديثة (عام 2023) أن ما يقرب من 5 مليارات شخص، أي ما يزيد على 60% من سكان العالم، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي. ويمثل ذلك زيادة بنسبة 3.7% مقارنة بالعام 2022، وفقاً لحسابات شركة الاستشارات الرقمية "كيببوس" في تقريرها الربع سنوي الأخير⁽²⁶⁾.

وبات عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية يناهز عدد مستخدمي الإنترنت البالغ 5.19 مليارات شخص والذي يشكل 64.5% من سكان العالم⁽²⁷⁾.

وأظهرت البيانات الإحصائية التي صدرت العام 2023، إن فيسبوك هي أكبر منصة لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى العالم مع 2.958 مليار مستخدم نشط شهرياً. وتليها منصة يوتيوب بـ 2.514 مليار مستخدم، ويشترك WhatsApp و Instagram في عدد متساوٍ من المستخدمين النشطين. يتراوح عدد مستخدمي Instagram حول 2 مليار. وتعتبر شركة Meta هي أكبر شركة وسائط اجتماعية تمتلك ثلاث منصات رئيسية.

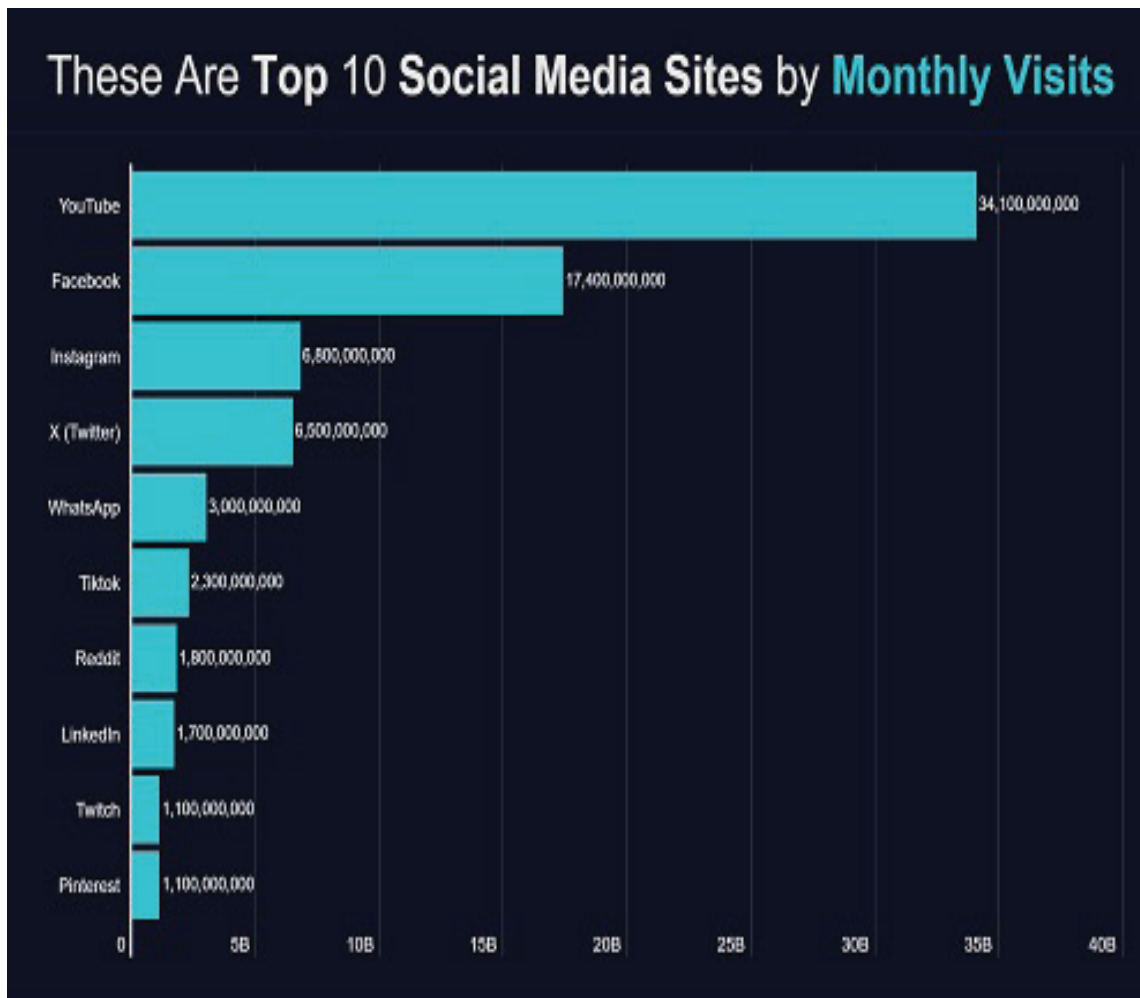
وأظهرت دراسة حديثة ان 93% من مستخدمي الانترنت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام⁽²⁹⁾.

ويظهر الجدول التالي بالتفصيل شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً في العام 2023⁽²⁸⁾.



وبالمقابل شهد TikTok نمواً سريعاً لـ 141% في 2021، وصل إلى المركز السادس في قائمة أفضل مواقع استخدام الوسائط الاجتماعية.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي البديل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط، وهي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر... وهذا يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير⁽³⁰⁾.



وحقيقة أخرى مثيرة للاهتمام حول وسائل التواصل الاجتماعي (عام 2023) هي أن YouTube هو منصة التواصل الاجتماعي المفضلة لـ 95% من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و 17

عاماً. يأتي TikTok في المرتبة الثانية في 67%، و Instagram هو الثالث مع 62%. الفيسبوك يستخدم فقط من قبل 32% من المراهقين مقارنة بنسبة 71% في عام 2015⁽³¹⁾.

ج- انتشار مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم:

1- على الصعيد الدولي:

اعتباراً من تشرين الأول/أكتوبر 2022، هناك ما يقرب من 4.74 مليار مستخدم نشط لوسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم⁽³¹⁾. وثمة تفاوت كبير بين مناطق العالم، إذ يستخدم شخص واحد فقط من كل 11 شخصاً في شرق أفريقيا ووسطها وسائل التواصل الاجتماعي.

أما في الهند، التي أصبحت رسمياً هذا العام أكبر بلد في العالم من ناحية عدد السكان، فالنسبة تلامس واحداً من كل 3 أشخاص⁽³²⁾.

وفقاً لـ Statista، يعتمد الرقم على نتيجة عام 2020 لأكثر من 3.6 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم. من المتوقع أن ينمو إلى ما يقرب من 6 مليارات مستخدم نشط لوسائل التواصل الاجتماعي في عام 2027⁽³³⁾.

ووفقاً لأحدث البيانات التي صدرت العام 2023، فإن الدولة التي تمتلك أكبر عدد من مستخدمي فيسبوك هي الهند بأكثر من 340 مليون مستخدم نشط، تليها الولايات المتحدة (200 مليون)، إندونيسيا (140 مليون)، البرازيل (130 مليون)، والمكسيك (98 مليون). وتتراوح عدد المستخدمين في الدول الأخرى بين 27 مليون مستخدم في بيرو و38 مليون مستخدم في المملكة المتحدة وتركيا.

2- على الصعيد العربي:

خمس دول عربية في المراكز العشرة الأولى من حيث استخدام الشبكات الاجتماعية. تتمتع الإمارات والبحرين وقطر بأعلى مستويات التبني في العالم، وفقاً للنتائج التي نشرتها منصة داتا ريبورتال. وهذا

يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي تنتشر بشكل كبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مع معدل تبني أعلى بكثير عبر العديد من المنصات مقارنة بالدول الأخرى.

وتصدرت الإمارات المركز الأول بعدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مقابل عدد السكان ليصل حوالي 10 ملايين مستخدم لتصل النسبة لـ 105.5%. وبالإضافة إلى الإمارات، دخلت 4 دول عربية في المراكز العشرة الأولى لقائمة استخدام الشبكات الاجتماعية، وهي البحرين وقطر ولبنان وسلطنة عُمان.

إليك ترتيب الدول الأعلى باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مقابل عدد السكان⁽³⁴⁾.



ملاحظة: تعتمد الأرقام على مدى وصول الإعلانات على المنصة الأكثر استخداماً في كل دولة.
* قد تتجاوز النسبة الـ 100% بسبب الحسابات المكررة والوهمية بين بيانات التعداد السكاني وإحصاء المقيمين بالفعل.
آخر تحديث: يناير 2023.

المصدر: kepios.com و datareportal.com

ثالثاً: أنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير أنماط العلاقات الاجتماعية وبناء رؤية للعالم أكثر شمولية⁽³⁶⁾. وقد أثبتت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في وعي الانسان وتصرفاته، ولعل السبب الاول في ذلك يعود الى التفاعل مع الآخرين، والاطلاع السريع على الأحداث العالمية⁽³⁷⁾. ولا يوجد هناك تعبير مناسب لوصف علاقة الأفراد بمواقع التواصل الاجتماعي، اذ ترتبط هذه وسائل مع الأنشطة المختلفة المتمثلة بالتواصل، التصفح، القراءة، الكتابة والترفيه..⁽³⁸⁾.

للتعرف على أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا بدّ من التطرق بداية الى انتشار مستخدميه حول العالم ومن ثم التحدث عن الاستخدامات العامة لها واستخدامات الشباب بشكل خاص باعتبارهم الفئة الأكثر نشاطاً في تبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

أ- الاستخدامات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي:

أظهرت العديد من الدراسات التي أجريت حول أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تتخذ منحى أكثر شمولية وفقاً لاهتمامات المستخدمين ويمكن تقسيمها كالآتي:

1- التواصل والتفاعل:

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة تحقيق الاتصال والتفاعل بين الاصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات، فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وأتاحت شبكات التواصل المجال واسعاً أمام الانسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين⁽³⁹⁾. إن ملايين المستخدمين حول العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات على نحو متزامن والتي يتم نشرها علناً وتكون اما سياسية، اجتماعية، ثقافية واقتصادية..⁽⁴⁰⁾. ففي دراسة اعدتها الشركة العالمية «يونيفرسال ماكان» (Universal McCann) المتخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية في تشرين الثاني 2010 أعتبرت «أننا نعتمد أكثر فأكثر على

التواصل الإلكتروني. 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 الإلكترونية وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم، وبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر كليبات الفيديو عبر الشبكة الإلكترونية واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدونات. فإن عدداً متزايداً من المستخدمين الناشطين للإنترنت في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بلغ متوسطه 60% قد فتح صفحة شخصية على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية“.

ويقول «بول قطريب» المدير العام الاقليمي لشركة «يونيفرسال ماكان» في المنطقة إن «الإعلام الاجتماعي يواصل تغيير طريقة تواصلنا مع الآخرين ويؤثر بشكل أساسي في أفكارنا ومشاعرنا ومواقفنا وسلوكياتنا، وتبقى أهمية شبكات الاعلام الاجتماعي في تأسيس مجموعات اجتماعية رقمية مؤلفة من أصدقاء يتشاطرون نفس الاهتمامات أو الاحتياجات»⁽⁴¹⁾.

وتسأل خبيرة الاعلام الاجتماعي «سوزان رايس لينكولن» (Suzanne Rice Lincoln) في مقالة لها عن الاعلام الاجتماعي منشورة في نيسان 2010: “هل يمكننا في الحقيقة تجاهل الإعلام الاجتماعي الناشئ في دهاليز شبكة الانترنت، في الحقيقة فإن الاعلام الاجتماعي ظهر على الساحة من حيث لا ندري، لكن القول ان تلك عاصفة عابرة لا يعدو كونه رأياً متهوراً، فبعد دراسة الموضوع من الزاوية كافة، اعتقد أن الانترنت الاجتماعي ليست وحدها التي ستبقى هنا لكنها أيضاً ستعمل على تغيير الطريقة التي يتواصل بها كل فرد منا، وستؤثر في أسلوب أداء عمله وعلى نوع عيشه في النهاية”⁽⁴²⁾.

وبدراسة أولية لاتجاهات مستخدمي الانترنت في أشهر المواقع الانكليزية يظهر أن استخدام الانترنت لأغراض التواصل والبحث عن المعلومة والتجارة الإلكترونية تتقدم غيرها من الأغراض من أشهر عشرة مواقع بالإنكليزية على الانترنت. أما المواقع العربية فتكشف عن أهم ما يرغب المتصفحون العرب الإطلاع عليه وهو السياسة.

وبالتالي فقد أوجدت الانترنت أنماطاً لا للتواصل والعمل والتجارة فحسب انما نمط جديد للحياة يفرض تحدياته على الأنماط التقليدية التي ألفها الناس من قبل في كل شي، وأهم ذلك امكانية الوصول الى بحر لا يعرف شواطئه من المعلومات. وليس ذلك منحسباً وحده على امكانية الوصول، إنما يتممها أمران: سرعة هذا الوصول الى المعلومة، ومساحة التفاعل المتاحة بين المستخدمين ومواقعها. كل هذا قلص حقيقة مساحة «الترف» أو «التسلية» على الشبكة في كثير من بقع العالم، وغلب التواصل غير المكلف بين الناس في بيئة الانترنت وفضاءها الافتراضي(43).

وكذلك استطاعت الشبكات الاجتماعية، ايجاد حراك وتفاعل اجتماعي بين الناس بعضهم ببعض، واستطاعت ان تكون الصوت القوي والأجراً في التعبير عن الرأي وذلك لمساحة الحرية التي تتمتع بها(44). وتتيح الشبكات الاجتماعية حرية التجمع للمستخدمين في هذا العالم الافتراضي الشبكي وتعتبر من الوظيفة الرقمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات(45).

من هنا أدت ثورة الاتصالات والاعلام الاجتماعي إلى تغيير نظرة الشعوب إلى حكامها، فحاجز الخوف الذي سقط مع تطور الأحداث المنقولة من قطر إلى قطر لم يكن وحده العنصر الحاسم في تشكيل الوعي الجديد، بل أن الرغبة الجامحة في التغيير(46).

2- المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية:

”لقد غيرت مواقع التواصل الاجتماعي الطريقة التي نحصل بها على معلومات سواء كصحفيين أو كمتلقين للأخبار فأحدثت ثورة في مفهوم حرية التعبير بطرق عديدة. وبفضلها يمكن لأي شخص أن يكون ناشراً أو مديعاً ويكون وصوله إلى جمهور عالمي محتملاً. وأصبح كل مستخدم لمواقع التواصل في أي مكان ماهراً في التعبير عن نفسه وكتابة ما يريد“ (47).

”ويشهد العالم لأول مرة في تاريخ التواصل الاجتماعي شكلاً جديداً من الإعلام هو «الإعلام الشعبي» أو «صحافة الشعب»“(48)، ”النشر الالكتروني الفردي أو الشخصي، «الصحافة التشاركية»، صحافة المواطن وغيرها من التسميات التي تتعدد في مصطلحاتها وتتفق في مفاهيمها لتشير الى التقنيات

التي تتيح للمستخدم القدرة على المشاركة أو صناعة المضامين الاعلامية بمختلف أشكالها ونشرها عبر مختلف الوسائل الاعلامية. فإن الجيل الثاني للإنترنت يتيح للأفراد امكانية القيام بالكتابة والنشر الالكتروني بشكل مستقل على صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك القيام ببيت تسجيلات فيديو سمعية وبصرية⁽⁴⁹⁾... ونوع جديد من الصحافيين هو «المواطن الصحفي» بحيث تحول عضو الشبكة الاجتماعية الى مراسل صحفي ينقل الاحداث التي يراها بصرف النظر عن مكان وجوده على شكل أخبار عاجلة مرفقة بالصور⁽⁵⁰⁾. فهو ميدان إعلامي جديد بعيد عن الاحتكار التقليدي للدولة لوسائل الاعلام الرسمية⁽⁵¹⁾، حيث تنقل وسائل الإعلام التقليدية الاخبار بصورة عمودية الى عامة الناس فإنه في الشبكات الاجتماعية تنتشر تلك الأخبار بصورة أفقية، وبذلك أحدثت هذه الخاصية الجديدة تأثيراً عميقاً على الطريقة التي يتواصل الناس من خلالها مع بعضهم البعض فإن المواطنين العاديين أصبحوا ناشرين وموزعين يكتبون وينتجون أفلام فيديو، ويحققون في مسائل حساسة ويعلقون على موضوعات سياسية واجتماعية وغيرها في بيئات مقيدة لحركة وسائل الاعلام، ولا تعزز تطبيقات الجيل الثاني من الانترنت التعبير المستقل فحسب بل وأيضاً حرية الاجتماع، فهي تساعد في المحادثات والاجتماعات والتفاعلات بين الافراد بغض النظر عن الموقع المادي الموجودين فيه.

ولجأت مؤسسات إعلامية بارزة باستعمال هذا النوع المغاير من الصحافة طمعاً لكسب المزيد من القراء المتصفحين لمواقعها الاخبارية الالكترونية ومن أبرزها شبكة (CNN) التي أوجدت على موقعها وصفحاتها على شبكات التواصل قسماً خاصاً (I Report) وشبكة (MSNBC) الاخبارية أوجدت أيضاً قسم (News vine) وعبر هذه الأقسام فصح المجال للصحفيين الهواة أو المواطنين للمساهمة الفعالة في نقل الأخبار والتعليقات وطرح الافكار وتبادل المعلومات.

وفي العالم العربي لجأت بعض من وسائل الإعلام التقليدية الى تبني قضية التفاعلية عبر موقعها وصفحاتها على شبكات التواصل اذ خصصت قناة العربية خدمة «أنا أرى» الخاصة باستقبال الملفات المصورة من المواطنين. وبدأت الخدمة في شباط عام 2011 بهدف تغطية الأحداث في مصر لعرضها على قناة العربية والعربية.نت. وذكرت القناة أن الجمهور أرسل أكثر من 1400 مقطع

فيديو عن أحداث مصر خلال اليوم الأول من تدشين الخدمة. كما قامت قناة الجزيرة بإنشاء رابط على موقعها الإلكتروني بعنوان «المواطن الصحفي» لتلقي الصور والملفات من المشاهدين لمتابعة أحداث الثورة السورية واليمنية وكافة أخبار الثورات والأحداث الأخرى. ولاحقاً تبعتها وسائل تقليدية أخرى، بحيث استت اقسام متابعة وتواصل مع المستخدمين من الناس لنقل المضمون الإعلامي من آراء ونقاشات والتفاعل مع متجزراتها، ونشر الكثير من اسهاماتهم الاخبارية وبالرغم من ذلك فانه ما يزال نشاطها محدوداً وبحاجة لمزيد من التفعيل⁽⁵²⁾.

وهناك من اعترض بشدة على مفهوم "صحافة المواطن" بالقول إن أفراد الجمهور ودون أي تدريب يمكنه القيام بدور الصحفي فهذا أمر مثير للجدل⁽⁵³⁾!

ب- استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

يشكل جيل الشباب الأكثر اقبالاً على استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، فقد أصبح له اهتماماته وانشغالاته المرتبطة بهذه المواقع. وأصبح كل فرد من أفراد هذا الجيل مراسلاً صحفياً من خلال تصويره ونقله للأحداث التي يشاهدها ثم ييئها على مواقع التواصل الاجتماعي. وأسهم التطور في جعل الشباب والجيل الجديد مالكين منابر إعلامية بحيث استطاعوا التحرر من قيود الملكية الخاصة للفتوات الاعلامية بحيث يستطيع أي شاب امتلاك موقع الكتروني وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي ويشاهدها آلاف الناس⁽⁵⁴⁾. ناهيك عن أدوات النشر عبر الشبكة السهلة الاستعمال والاجهزة المحمولة رخيصة الثمن التي مكنت الشباب من أن يخلقوا فضاءات إعلامية خاصة بهم، وبالتالي فلم يعودوا مجرد مستهلكين سلبيين للنتائج الاعلامية الرائجة وهذا ما يفسر شعبية مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁵⁵⁾.

وتظهر أنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال الصفحات الخاصة بهم، ويمكن تقسيمها كالاتي:

1- الحركات السياسية والاحتجاجية:

تشكل الشبكات الاجتماعية مصدراً للمعلومات ومنتدى للمناقشة السياسية بين المستخدمين خاصة الشباب و«ملجأ للتعبير» من أجل التغيير⁽⁵⁶⁾. وسهلت مواقع التواصل الاجتماعي «تدفق وتداول الأخبار بين الأجيال الشابة على نحو عفوي لدرجة أصبح الشبان في غنى عن النخب الفكرية والأدبية والسياسية وعن بذل الجهود في طبع المنشورات وتوزيعها كما كان يحدث في التحركات الثورية في السابق. كما ساهمت هذه المواقع في الحاق الشباب العربي بحركة العصر الحديث وفي بعث العزيمة والحماس في قلوب مئات الآلاف منهم»⁽⁵⁷⁾.

وتشير دراسة إلى أن انعدام الثقة في وسائل الإعلام الوطنية التقليدية، دفع جزء من الشباب التونسيين اللجوء إلى الإنترنت للحصول على معلومات عن السياسة. فحوالي 58% من الشباب بين 18 و29 سنة يستخدمون الإنترنت للحصول على معلومات. ويسمي 36.9% وما فوق من التونسيين الإنترنت بالفيسبوك وتويتر نظراً لشعبية هذين الموقعين بين صفوف المستخدمين، و25.9% بالصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية كأشكال وسائل الإعلام الأكثر شيوعاً⁽⁵⁸⁾.

2- التفاعل الاجتماعي والثقافي:

«يقضي العديد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً جداً في التفاعل مع بعضهم البعض على مواقع التواصل الاجتماعي، وعبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى. ومن الممكن أن تكون المواقع الاجتماعية الشهيرة أداة للتطور الاجتماعي ضرورية للشباب للإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لمجتمع اليوم»⁽⁵⁹⁾.

3- الترفيه والتسلية:

تشير العديد من الدراسات التي أجريت على الشباب إلى أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية وقضاء وقت الفراغ⁽⁶⁰⁾.

4- الحصول على المعلومات:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي خزاناً كبيراً للمعلومات خاصة للشباب البالغة أعمارهم من 18-24، فهم يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي على الصحف الورقية، وباتت هذه المواقع الوسيلة الأساسية للحصول على الأخبار وتبادلها من مختلف أنحاء العالم بعض النظر إذا كانت هذه الأخبار سياسية او اجتماعية او خاصة (61)، وتخزينها وعرض الصور وشرائط الفيديو (62).

5- التحوار والمشاركة:

“ساهمت الانترنت في اشباع الحاجات الفردية عن طريق التحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع وجود شبكات يستطيع الفرد الانضمام اليها وتتكون من (شبكات اقليمية، شبكات مراكز أعمال، شبكات الكليات، شبكات المدارس..) وغيرها” (63). وعمد الشباب الى انشاء مدونات خاصة لكتابة مذكراتهم أو آرائهم وإتاحة الفرصة للجميع للإطلاع أو التعليق على هذه الأفكار ومشاكلهم الشخصية ومشاعرهم المكتوبة، وبفضل المدونات أصبح بإمكان العديد من الفئات المهمشة التعبير عن آرائها، كما أن انتشارها بين الشباب يعزز من ثقافة الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر (64).

رابعاً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع السياسي

إن تطوير شبكة الإنترنت بما في ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي غير بشدة طريقة الحياة السياسية وساعد في بناء قوة ديمقراطية في المجتمع (65)، ويمكن تصنيف دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحداث السياسية في ثلاث اسهامات أساسية، هي:

أ- المساهمة في التعبئة السياسية وتغيير نمط الاحتجاجات:

شكلت الزيادة الكبير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الماضية أداة للتعبئة الاجتماعية والسياسية (66)، وما ساعد في هذا النمو هو اعتبار الإعلام الاجتماعي بمثابة الإعلام

التحريري الذي أدى إلى كسر قيود الدولة التي كانت تسيطر على تدفق الصور والمعلومات والآراء⁽⁶⁷⁾، من خلال الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي سواء من حيث تبادل المعلومات وتنسيق الأعمال المشتركة بين المستخدمين⁽⁶⁸⁾، فقد قدمت امكانات هائلة للتعبيرات الايديولوجية السياسية وتواصل الافراد والمجموعات من خلالها⁽⁶⁹⁾، وتصب وسائل التواصل الاجتماعي في اطار الحرية السياسية التي يعرفها «جون ستيورات ميل» هي حق الفرد الناضج في أن يفكر ويعمل كما يشاء ما دام لا يضر الآخرين بذلك، ويتميز هذا الاعلام باكتساب الجمهور لاتجاهات سياسية متعددة⁽⁷⁰⁾. وهنا لا بدّ من الإشارة الى مدى أهمية الفضاء الالكتروني، وأثره في بروز الحركات الاجتماعية الجديدة ورأس المال الاجتماعي المساند للديمقراطية وفي تحسين الحراك السياسي عبر بروز فاعلين جدد في المجال العام من جهة وإعادة تشكيل الرأي العام المحلي والعالمي من جهة ثانية⁽⁷¹⁾.

الأمر الذي ساهم في دفع مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين إلى تشكيل مجموعات تستجيب لضرورات تنظيمية واجتماعية وسياسية⁽⁷²⁾، “ولعبت مؤخرًا دوراً قيادياً في الحركات الاجتماعية لتغيير الأنظمة العربية وجمع الحشود حول نفس الرؤى ونفس الأهداف. وكانت أداة مثالية للشباب للتواصل وتنظيم نشاطاتهم وإحداث التغيير، وقد سمحت للناس أن يحرروا أنفسهم من الأنظمة الشمولية والديكتاتورية ويعبروا عن ارادتهم وخصوصاً المشاركة في سياسة بلدهم”⁽⁷³⁾.

وتحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواقع للتواصل السياسي مما يدل على أن الشباب أصبح لهم خطاباً سياسياً، وقد نجحوا في تعبئة فئات واسعة من الشعوب للقيام بثورات ضد حكاهم وأنظمتهم. وهذا ما شهدناه في الدول العربية التي شهدت ثورات. وقد ساهمت في رفع مستوى الوعي الثقافي والسياسي عند الشباب وأصبح هناك ثقافة شبابية جديدة متفاعلة مع وسائل الاتصال بالغة التقنية. لذلك من الضروري أن تستغل التأثيرات القادمة عبر الانترنت لزيادة وعي فئة الشباب وتشجيع المواهب لديهم وغرس القيم الديمقراطية والوعي الثقافي والسياسي لان سرعة نقل الخبر بالصورة أصبح يشد كل جيل الشباب⁽⁷⁴⁾. وقد شكلت مواقع التواصل الاجتماعي محفزاً للتعبير داخل نفوس الناس والاستعداد له من خلال النقل السريع وغير المقنن للمعلومات لحظة بلحظة والتغطيات المكثفة، فكلها عوامل ساعدت في تحريك الشارع خاصة وأن معظم وسائل الاعلام التقليدية لم تسهم في نقل الصورة

الحقيقة الكاملة لكونها الإعلام الرسمي الناطق بلسانها وهو ما أفقدها جزءاً من مصداقيتها⁽⁷⁵⁾.

ومن جهة أخرى وفرت مواقع التواصل الاجتماعي لحركات الاصلاح والتغيير امكانيات جديدة في مجال النضال السياسي لم تكن موجودة من قبل أهمها:

1- الاستجابة للأحداث السياسية في سرعة قياسية من خلال تحرير رسالة تعبئة واستتفار وارسالها الى العناوين الالكترونية لآلاف الناس في لحظة واحدة أو نشرها على مواقع الكترونية معينة ليطلع عليها الآلاف فيستجيبون للنداء.

2- تغيير مفهوم التظاهر والاحتجاج بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، فلم يعد بالضرورة ذلك الحشد البشري المادي وانما اصبحت الرسائل الاحتجاجية او التأيدية التي ترد عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد.

3- حولت مواقع التواصل الاجتماعي التظاهرات وحملات التأييد من نشاط محلي الى ظاهرة عالمية حيث تتوارد الرسائل من جميع أرجاء العالم لتأييد موقف سياسي معين أو الاحتجاج على الآخر⁽⁷⁶⁾.

وهذه الصيغة الجديدة للاحتجاج والتظاهر ثمرة من ثمرات مواقع التواصل الاجتماعي وتعبير على الامكانيات السياسية التي يوفرها، وقد أطلق عليها بعض الباحثين تسميات مثل: «الديمقراطية الالكترونية»، «المجتمع المدني العالمي الالكتروني»، «صحافة المواطن»، «الثورات 2.0» نسبة إلى الجيل الثاني من المواقع الالكترونية أي (ويب 2.0) أو «ثورة الفيسبوك»⁽⁷⁷⁾.

ب- المساهمة في تنظيم الاحتجاجات:

بعدما استخدم الشعب التونسي «فيسبوك» و«يوتيوب» للإطاحة بنظام الرئيس السابق زين العابدين بن علي، استوحت جماعات معارضة المصرية هذه الفكرة وقامت باستخدام فيسبوك وتويتر ويوتيوب للمساعدة في تنظيم احتجاجات في 25 كانون الثاني 2011 والاطاحة بنظام الرئيس السابق حسني

مبارك. وقال أكثر من 70 ألف شخص على الفيسبوك، أنهم سيشاركون في تلك الاحتجاجات، أما على تويتر فقد بدأ النشطاء المصريون ثم الناس في جميع أنحاء العالم باستخدام هاشتاغ (#Jan25) للمساعدة في نشر المعلومات حول الاحتجاجات⁽⁷⁸⁾. بالإضافة إلى الدور الفعال لموقع «يوتيوب» في نشر الأفلام لنقل الأحداث وحس الجماهير على المشاركة. وضمن هذا السياق لم يعد من الممكن لبلد كمصر قوامها 80 مليون نسمة أن تنفصل عن الشبكة المعلوماتية. وقد فشلت محاولات الحكومة المصرية الأولية في منع الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك وتويتر تماماً مثلما حدث سابقاً في تونس والفضل يعود إلى الالتفاف على الرقابة التي يستخدمها «الناشطون الرقميون» لذا لجأت الحكومة المصرية إلى قطع معظم خدمات الهاتف النقال بغية اجهاض الجهود المبذولة لتنظيم احتجاجات وتظاهرات لكنها أبقت على مزود انترنت وحيد وهو ما أعطى الناشطين شريان حياة⁽⁷⁹⁾.

وشكلت انطلاق «الثورة الشعبية» في مصر، حافزاً لفريق من الشباب الليبيين للتحضير لإعلان ثورة في بلادهم. وأنشأ هذا الفريق حساباً على «تويتر» لنشر الاخبار والمعلومات حول الأحداث في ليبيا. وأخذوا يكتبون بحرية وبدون أي تدقيق أو «فلتر» بل كانت اسهاماتهم تذهب إلى المواطن أو القارئ مباشرة⁽⁸⁰⁾.

وفي لبنان، قام نشطاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتداول هاشتاغ «طلعت ريحتكم» خاصة على موقع «تويتر» احتجاجاً على أزمة النفايات المستفحلة والتي لم تجد الحكومة لها حلاً. ليحتل بذلك هاشتاغ «طلعت ريحتكم» مركزاً متقدماً في لائحة الهاشتاغات الأكثر تداولاً على مستوى العالم إذ ظهر في أكثر من 60 ألف تغريدة⁽⁸¹⁾. وفي 17 تشرين الأول/أكتوبر 2019 أندلعت شرارة ثورة سميت «ثورة واتساب»، بعد أن أعلنت الحكومة اللبنانية عزمها فرض رسم مالي على الاتصالات المجانية عبر تطبيقات المراسلة الإلكترونية مثل واتساب. فجّر ذلك غضب اللبنانيين، كانوا بدؤوا قبل أسابيع تلمس مؤشرات أزمة اقتصادية حادة، فنزلوا إلى الشوارع تعبيراً عن رفضهم القرار، مرددين شعار «الشعب يريد إسقاط النظام». وبالرغم من تراجع الحكومة برئاسة سعد الحريري عن فرض الرسم المالي، لكن الاحتجاجات الشعبية استمرت. وفي 18 تشرين الأول/أكتوبر 2019، أغلقت المدارس والجامعات والمصارف والمؤسسات العامة أبوابها. و20 تشرين الأول/أكتوبر 2019، بلغ الحراك الشعبي ذروته

مع تظاهر مئات الآلاف في كل أنحاء البلاد. فضجت مواقع التواصل الاجتماعي بعشرات التغريدات تنديدا بما حدث، ليحتل بذلك هاشتاغ "الشعب يريد إسقاط النظام" مركزا متقدما في لائحة الهاشتاغات الأكثر تداولاً على مستوى لبنان والعالم⁽⁸²⁾.

وبعد تناول هذه الاسهامات الثلاثة لمواقع التواصل الاجتماعي، يمكن بالقول إن هذه المواقع خاصة "فيسبوك" و"تويتر" و"يوتيوب" قد طرحت على الحكومات العربية واللبنانية تحدياً كبيراً وغير مسبوق، وهو تحدي تطوير إعلامها وتخليصه من اغلال الرقابة التي تطوقه، واكسابه المزيد من المصادقية والموضوعية واخضاعه الى قانون الاحترافية والمهنية الحقة لان ثمة آخر أجيال وسائل الاعلام المعاصرة في عصر الانترنت، وهو ما يفرض إعادة حسابات الانظمة في مواجهة هذه الوسيلة التي فتحت نافذة لإعلامها، يصعب على الحكومات السيطرة على تدفق الضوء منها⁽⁸³⁾. ومن البديهي أن الحكومات التي كانت تهيمن في الماضي على تدفق المعلومات من خلال سيطرتها على وسائل الإعلام الاخبارية أو ممارسة الرقابة عليها لن تتمكن من حجب الوصول إلى شبكة الإنترنت⁽⁸⁴⁾.

"فوجود المدونين المواطنين وقدرتهم على التواصل من استخدام المنصات الرقمية مثل «فيسبوك» و«تويتر» والتبادل الاجتماعي وتعزيز الاتصال والعلاقة بين الجهات الفاعلة كل ذلك مجتمعاً شكل سلاح رئيسي في الحركات الاجتماعية"⁽⁸⁵⁾. وبالتالي يمكن القول أن الفاعلين الجدد هم فعلاً من الشرائح الشبابية الأكثر "تعويماً" شكلت حركة مميزة للثورات الشعبية⁽⁸⁶⁾.

يُستنتج من خلال ما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد الوسيلة الأبرز في تكوين الحركات الاحتجاجية وهذا ما يؤيده بعض الباحثين في هذا المجال. فالدكتور غيل بابيينه (Gilles Babinet) يعتبر أنه ربما من المبالغ فيه أن تنسب ولادة حركات الاحتجاج حصراً إلى الشبكات الاجتماعية. لكن لا يمكن إنكار أنها لعبت دوراً رئيسياً في تشكيلها وتضخيمها⁽⁸⁷⁾. كلامه يتوافق مع رأي الدكتور عبد الرزاق الدليمي الذي قال ان شبكات التواصل الاجتماعي ليست سبب ما يحصل في الدول العربية لكنها تلعب دوراً مهماً. لا سيما وأن أياً من الأحداث التي تشهدها هذه الدول ناتج عن التكنولوجيا. وما أدى إلى ظهور الحركات الاعتراضية هو بطالة الشباب وعدم رضاهم عن حكاهم وارتفاع

اسعار الغذاء وعوامل أخرى. لكن لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً لا يزال من المبكر القيام بتقييم نهائي له⁽⁸⁸⁾. ويتفق مع الدكتور الدليمي الدكتور ابراهيم خصاوته الذي يؤكد أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية عديدة في هذه المجتمعات أسهمت بتفجر الثورات فيها. غير أنه كان يصعب نجاح هذه الثورات لولا الحشد الملايين الذي قام به الإعلام الاجتماعي خلال فترات قصيرة لمناصرة المحتجين ودعمهم ومساندتهم⁽⁸⁹⁾.

خاتمة:

أضحت موقع تواصل اجتماعي منبراً لكثير من المستخدمين الشباب للتعبير عن آرائهم بكل حرية دون أي قيد ومساعدتهم على تشكيل رأي عام الشبابي حول القضايا المجتمعية والسياسية. وبالتالي هي أكثر الوسائل الإعلامية التي يستخدم السياسيون والقادة في العالم للتواصل مع جماهيرهم لا سيما من فئة الشباب المنضمين إلى الموقع عبر اطلاق تغريدات حول قضايا عامة والرد على اسئلتهم ضمن هذا الفضاء الواسع، بالإضافة إلى ان الوسائل الإعلامية المحلية والعربية والدولية من خلال البرامج والأخبار العاجلة التي تبثها باتت تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع لنشر أخبارها وللاطلاع على آراء المستخدمين حول مواضيع تثار ضمن هذه البرامج والتي أصبح جمهورها في الاستديو من فئة الشباب والبعض منها يلجأ الى إقامة حوارات ومناظرات سياسية (Debate) يشكل الشباب عمادها الرئيسي. وذلك في ظاهرة جديدة ليكون المستخدم ليس متلق سلبي، ولكن فعال دائماً ضمن العملية الإعلامية.

هوامش:

(1)- ايمان أبو خليل، الاعلام الجديد ووسائل الاتصال الحديثة، مؤتمر الجنوب الثاني الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 58.

(2)- مي العبدلله، الرهانات الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد 13، دار النهضة العربية، بيروت، نيسان، 2015، ص: 5.

(3)- صباح يونس، أثر الاعلام الحديث في تغيير اهتمامات وسلوكياتهم، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص ص: -566 565.

(4)- عبد الرزاق محمد الدليمي، الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الثالث، دار النهضة العربية، بيروت، ايلول، 2011، ص: 47.

(5)- فاضل محمد البدراني، الاخلاقيات والاعلام، الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص: 94.

(6)-M. Neelmalar & P. Chitra, New Media and society: A study on the impact of social networking sites on indian youth, Anna university Chennai, India 2009.

(7)- أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية، جامعة أم القرى، السعودية، 2009، <http://uqu.edu.sa/page/ar/158193>

(8)- لمياء حمدان، دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية - دراسة مسحية وصفية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، 2013.

(9)-Cyrille Frank, Les réseaux sociaux en 2013 : panorama, usages, perspectives, tendances, bonnes pratiques d'animation, 2013, <http://eduscol.education.fr/numerique/>

actualites/veille-education-numerique/janvier-2014/les-reseaux-sociaux-en-2013

(10)- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا الاجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، 2013.

(11)- I Elisa Shearer and Michael Barthel , How do Americans use Twitter for news? USA, 19 August 2015, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/19/how-do-americans-use-twitter-for-news/>.

(12)- نتائج استطلاع المؤشر العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 21 كانون الأول 2015، <http://www.dohainstitute.org/content/727ce38a-9c8c-4de2-9c51-45c44bc-c0a88?platform=hootsuite>.

(13)- حسين محمد نصر، من المطبعة الى الفيسبوك مدخل في الاتصال الجماهيري، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2016، ص: 265.

(14)- محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص ص: 353-354.

(15)-Fatma ben Saad- Dusseaut, La consommation des reseaux numeriques en Tunisie: un usage sociocultural dans un pays en mutation, les medias font-ils les revolutions? Regardes critiques sur les soulèvements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, P: 185.

(16)- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص: 100.

(17)- حسين محمد نصر، مرجع سابق، ص ص: 265 - 267.

(18)-Alain Lefebvre, Les reseaux sociaux de facebook aux nouveaux intrants, la generation des reseaux sociaux, M21 Editions, Paris, 2008, P: 29.

- (19)- حسين محمد نصر، مرجع سابق، ص ص: -266 267.
- (20)- سهاد كحيل، وجه فيسبوك المؤسساتي من خلال نظرية الثقافة التنظيمية، مجلة الاتصال والتنمية، العدد السابع، دار النهضة العربية، بيروت، كانون الثاني، 2013، ص: 78.
- (21)- يضم "فريندستر" أكثر من 120 مليون مستخدم عبر العالم يتشاركون خدمة "فريندستر" الاجتماعية التي انطلقت في العام 2002، وتتخذ من مدينة "سيدني" في استراليا مقرا لها.
- (22)- عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص: 79.
- (23)- حسين محمد نصر، مرجع سابق، ص ص: -266 267.
- (24)- محمد دبون، كم عدد مستخدمي فيسبوك في عام 2023؟ الإحصائيات الحالية والتوقعات المستقبلية، تاريخ الدخول [/https://www.createprofitableblog.com/facebook-users 25/12/2023](https://www.createprofitableblog.com/facebook-users-25/12/2023)
- (25)- <https://business.twitter.com/basics> .
- (26)- موقع الجزيرة، أكثر من 60% من سكان العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، تاريخ الدخول [/https://www.aljazeera.net/tech/2023/7/21](https://www.aljazeera.net/tech/2023/7/21)، 22/12/2023
- (27)- موقع الجزيرة، مرجع سابق.
- (28)- شارلين شو، إحصائيات مذهشة لوسائل التواصل الاجتماعي: ما تحتاج إلى معرفته، 14 آذار / 2023، تاريخ الدخول [/https://leelinesourcing.com/ar/social-media-statistics](https://leelinesourcing.com/ar/social-media-statistics)، 1/1/2024
- (29)- محمد دبون، مرجع سابق.
- (30)- عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص: 213.
- (31)- مات أليغرين، إحصائيات وحقائق واتجاهات لوسائل التواصل الاجتماعي لعام 2023، تاريخ الدخول [./https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts](https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts)، 2/1/2024
- (32)- مات أليغرين، مرجع سابق.
- (33)- موقع الجزيرة، مرجع سابق.

- (34)- مات أليغرين، مرجع سابق
- (35)- موقع جريدة الشرق الأوسط، 5 دول عربية بين الأعلى في نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، تاريخ الدخول 29/12/2023، <https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2023/04/24/top-so-cial-media-usage-2023-infographic>.
- (36)- مي عبدالله، ثورة الاتصال والثورات العربية، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الثالث، دار النهضة العربية، بيروت، ايلول، 2011، ص: 6.
- (37)- بوحنينه قوي، الاتصال ودمقرطة المسار السياسي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الثالث، دار النهضة العربية، بيروت، ايلول، 2011، ص: 11.
- (38)- Sonia Linvingstone, young people and new media, Sage publications, London, 2003, P: 8
- (39)- مريانا الصبوري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الجامعي في القضايا المجتمعية، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 530
- (40)- Bernhard Rieder et Nikos Smyrniaios, Pluralisme et infomediation sociale de l'actualite: le cas de twitter, internet et pluralism de l'information, La Decouverte, Paris, 2012, p: 107
- (41)- محمد صاحب سلطان، مرجع سابق، ص ص: 356-357.
- (42)- المرجع ذاته، ص: 354.
- (43)- مي عبدالله، الاتصال والديمقراطية الفضائيات والحرب الاعلامية، مرجع سابق، ص: 223.
- (44)- بوحنينه قوي، مرجع سابق، ص: 18.
- (45)- Francois paquienseguy, La notion de dispositif appliquee aux TIC et medias numeriques, les medias font-ils les revolutions? Regardes critiques sur les soulèvements

arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, P: 25.

(46)- حسين سعد، براديعم الثورات العربية مفاهيمه الادراكية وقنواته الاتصالية، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الرابع، دار النهضة العربية، بيروت، كانون الثاني، 2012، ص: 85.

(47)- عبد الرزاق محمد الدليمي، الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، مرجع سابق، ص: 52.

(48)- ابراهيم خصاوته، شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيره على الشباب، مجلة الاتصال والتنمية، العدد 13، دار النهضة العربية، بيروت، نيسان، 2015، ص: 33.

(49)- فاضل محمد البدراي، مرجع سابق، ص: 99.

(50)- ابراهيم خصاوته، مرجع سابق، ص: 33.

(51)- هويدا الترك، الاعلام والسلطات المحلية- مقارنة سوسيولوجية تنموية، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 249.

(52)- فاضل محمد البدراي، صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري، مرجع سابق، ص: 99.

(53)-Steve Hill and Paul Lashmar, op. cit, p: 144.

(54)- علي كركي، الاعلام وجدلية التواصل التفاعلي، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 80.

(55)- أحمد جلفار، مرجع سابق، ص: 201.

(56)-Aissa Merah et Yamine Boudhane, Representation sociales de l'internet en algerie: vecteurs de changement, les medias font-ils les revolutions? Regardes critiques sur les soulèvements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, P: 151.

(57)- مي عبدالله، ثورة الاتصال والثورات العربية، مرجع سابق، ص: 6.

(58)-Zeineb Touati, Internet, facebook et l'emergence de nouvelles forms d'engage-

ment en Tunisie, les medias font-ils les revolutions? Regardes critiques sur les soulevements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, P: 167

(59)- عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص: 80

(60)- راسم محمد الجمال، الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص: 166.

(61)- Steve Hill and Paul Lashmar, op. cit, p: 144.

(62)- صباح يونس، مرجع سابق، ص ص: 565-566.

(63)- فاطمة عزالدين، الاعلام بين العالم الافتراضي والعالم الواقعي، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائط الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 174.

(64)- حسني محمد نصر، قضايا وآراء في الاعلام العربي المعاصر، دار الكتاب الجامعي، العين الامارات، 2011، ص: 79.

(65)- Roger Bautier, l'histoire des moyens de communication dans l'espace public, sciences de l'information et de la communication, 2eme edition, presses universitaires de Grenoble, France, 2013, p: 220.

(66)- محمد بنهال، الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسات السياسية: تحليل لاهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص: 44.

(67)- Zouha Dahmen – Jarrin, TIC et mobilisation sociale: l'ambivalence de nouveaux dispositifs, les medias font-ils les revolutions? Regardes critiques sur les soulevements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, p: 53.

(68)- Fathallah Daghami et Farid Toumi et Abderrahmane Amsidder, soulèvement populaires a l'ere du numerique: contexte et perspective, les medias font-ils les revolutions?

Regards critiques sur les soulèvements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, p: 135.

(69)- رشيد شقير، الاعلام والقوى السياسية في لبنان مقارنة منهجية، مؤتمر الجنوب الثاني، الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة مقاربات سوسيولوجية، الجامعة اللبنانية، تجمع خريجي معهد العلوم الاجتماعية الفرع الخامس، 2015، ص: 239.

(70)- رجاء الغصيني، مرجع سابق، ص: 315.

(71)- هويدا الترك، مرجع سابق، ص: 249.

(72)-Mustapha Belabdi, les forums de discussion et la rencontre identitaire transfrontiere, les medias font-ils les revolutions? Regards critiques sur les soulèvements arabes, l'Harmattan, Paris, 2013, P: 119.

(73)- مي العبدلله، الرهانات الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص: 5.

(74)- صباح يونس، مرجع سابق، ص: 566.

(75)- بوحنينه قوي، مرجع سابق، ص: 17.

(76)- المرجع السابق، ص ص: 14-15.

(77)-Fathallah Daghami et Farid Toumi et Abderrahmane Amsidder, op. cit, p: 136.

(78)- فاضل محمد البدراني، صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري، مرجع سابق، ص: 119

(79)- بوحنينه قوي، مرجع سابق، ص: 18.

(80)- فاضل محمد البدراني، صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري، مرجع سابق، ص ص: 119-120.

(81)- بي بي سي ترند، أزمة القمامة ترفع هاشتاغ "طلعت ريحتكم" للمركز الثاني عالميا في تويتر، 23 آب 2015،

http://www.bbc.com/arabic/blogs/2015/08/150822_lebanon_trend_2208

(82)- موقع الجزيرة، أشعلتها شرارة "واتساب".. أزمات لبنان منذ 2019، 28/7/2021، تاريخ الدخول

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia>، 22/11/2023.

(83) - فايزة يخلف، مرجع سابق، ص: 70.

(84) - مي عبدالله، التغيير العربي وهواجس القلق، مرجع سابق، ص: 5.

(85) -Zouha Dahmen – Jarrin, op. cit, p: 59.

(86) - عبد الغنى عماد، الربيع العربي وعوامل التغيير: نحو قراءة سوسولوجية للثورات العربية، مجلة الاتصال

والتنمية، العدد الخامس، دار النهضة العربية، بيروت، ايار 2012، ص: 77.

(87) -Gilles Babinet, l'ere numérique, un nouvel âge de l'humanite Cinq mutations qui

vont bouleverser notre vie, Le Passeur, France, 2014, p: 191.

(88) - عبد الرزاق محمد الدليمي، الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، مرجع سابق، ص: 49.

(89) - ابراهيم خصاوته، مرجع سابق، ص: 33.