

شبكات التواصل الاجتماعي بين اختصاص البنية وعمومية الاستعمال مدخل نظري

شراح سهيل

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي
البصري
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة- 3-
الجزائر

ملخص:

تنوعت الشبكات الاجتماعية واختلقت بنيتها وتعددت أدوارها حيث يمكن إجمالها في شبكات عامة مثل فيسبوك، وشبكات متخصصة: منها المهنية (لينكد إن، فياديو، كسينغ...) والإخبارية (تويتر) والتواصلية (سكايب، إيمو، فايبر...) والخاصة بمقاطع الفيديو (يوتوب، دايليموشن) والخاصة بالصور (إنستغرام، بينتراست) ... ويقدر ما يكون الاختصاص تزداد التفاعلية والفاعلية. بيد أن استخدامات الفرد لا تحترم اختصاص المنصة وتعدى إلى توظيفها في غير ما هي موجودة لأجله. فلماذا تستخدم الشبكات الاجتماعية العامة لأغراض مهنية خاصة في ظل وجود أخرى متخصصة؟

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية، الشبكات المهنية، لينكد إن، فياديو، أكسينغ، ووركبلانس.

مقدمة:

لم تتوقف يوما محاولات الإنسان لتطوير الأدوات التي يستخدمها للتعبير عن آرائه وأفكاره وإعلام المحيطين بها وكذلك الأدوات اللازمة لتوثيق خبراته ومعارفه، كما لم تصل رغبتنا الفطرية في التواصل مع المحيطين بنا والبعيد عننا إلى نهايتها بعد. فكل الشواهد تؤكد أن التطور في مجالات الإعلام والاتصال مستمر بقوة. [1]

Abstract:

Social networks have varied and diversified in structure and multiple in roles, which can be summarized in *public networks* allow individuals to present themselves and establish or maintain connections with others such as Facebook, and *specialized networks*: Professional, can be oriented towards work-related contexts (LinkedIn, Viadeo, Xing ...), or informational by Sharing thoughts and keeping up with others via this real-time (e.g., Twitter) or else communication like (Skype, Imo, Viber), special contents as videos (YouTube, Dailymotion...) and photography (Instagram, Pintrest)... As far as it is specialized, the interactivity increases and efficiency. However, the uses of individuals do not respect the particularity of the platform and go beyond employing it in what it does not exist for. Why are public social networks used for special professional purposes where other specialized ones exist?

Key Word : Social Networks, Professional SNS, LinkedIn, Viadeo, Xing, WorkPlace.

تزداد أهمية الإنترنت مع تنوع استعمالاتها، وازدياد عدد المستخدمين لها، ولا تنحصر أهمية الإنترنت في مجال تبادل المعلومات، فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية هامة جداً. وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام اليديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

يقول عباس مصطفى الصادق: "الإعلام الجديد هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط ليؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها فهو على سبيل المثال لا الحصر وسيلة تعليم ومنافس للمدارس. وهو يعمل في سياق مؤسسات جديدة تختلف كثيراً عما عهدناه في وسائل الإعلام التقليدية، فهو ليس إعلام صحفيين وكتاب وقراء، لكنه مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية ويمارسون أعمالهم اليومية." [2]

ويشير **مصطلح الإعلام الجديد** إلى هذه الحالة الجديدة والمعقدة من الإعلام الذي يكون فيه للجمهور والأفراد قدر كبير من التفاعل والإنتاج، بعدما صارت وسائل الإعلام التقليدية أسيرة الاتجاه الواحد أو النمط الواحد، سواء كان هذا الاتجاه موائياً للحكومة أو النظام، أو كان مؤيداً لأصحاب رؤوس الأموال التي تتحكم في إدارة هذه المؤسسات. فلم تشهد الإنسانية ثورة اتصالية ومعرفية مثلما نشهده في هذا الزمان، حيث يتاح لكل إنسان يحيا على هذه الأرض أن يعبر عن آرائه ومعتقداته واتجاهاته، نصّاً وصوراً وأفلاماً، في أي وقت، وفي أي مكان، ولا يحتاج الفرد وهو يمارس ذلك الحق إلى معدات ثقيلة العتاد، أو أجهزة بنوء بحملها، فقد قدمت الهواتف على اختلاف أنواعها ومسمياتها، وخاصة الذكية منها، الحل السحري لهذه المعادلة: يسر في التكوين، وسهولة في الإرفاق والنشر في الفضاء الافتراضي الفسيح، وإمكانية التشارك لكل من يطوف على هذا العالم الافتراضي، سواء كان في شرق الكرة الأرضية أو غربها، شمالها أو جنوبها. [3]

ولم يكن متاحا التواصل في اتجاهين إلا بعد الجيل الثاني من الويب **Web 2.0**. ويشير هذا المصطلح إلى **مواقع الويب التي تحصل على الأقل على البعض من قيمتها من خلال أفعال المستخدمين...** حيث يقوم الناشر بإنشاء المنصة بدل المحتوى، والمستخدمون ينشئون المحتوى... فالويكيبيديا، ماي سبايس، فايسبوك ويوتوب هي الأكثر وضوحاً على قوة الويب 2.0 خاصة لمستخدمي الإنترنت العاديين... ويدور هذا المفهوم كلياً حول الانفتاح، للمنظمة والمجتمع [4] على حد السواء. وبالتالي يتلخص مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة [5] واستحوذت هذه الظاهرة على قطاعات كبيرة من الجمهور، وغيرت كثيراً من ملامح البيئة الاتصالية.

لقد توسعت رقعة استخدام الشبكات الاجتماعية وتلونت بلون كل مجال فلم تعد تلك الفضاءات حبيسة موضوع واحد كما هو حال المواقع الإلكترونية لا تهتم إلا بمجال محدد ومصدر وحيد تمثله كأن يكون الجهة الممثلة أو المنتج المعروف... لكنها فضاء واحد يسمح بتجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة كالمهتمين بمجال معين أو موضوع محدد أو قضية مشتركة بغض النظر عن الانتماءات الجغرافية أو الدينية أو العرقية. ولم تتوقف هذه الشبكات عند نوع واحد.

I. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

هي مواقع تصنف ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها. وتعرفها أيضاً مروى عصام صلاح أنها: "مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والإهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى آخرين" [6] كما يضيف رضوان بلخيري أنها: "هي تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين أين يمكنهم تكوين صداقات ومشاركة صورهم وملفاتهم، كما يمكنهم تكوين الجمعيات والأحزاب. وعقد الحملات الإلكترونية"

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمستخدميها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها." [7]

عرف إلسون و بويد *Ellson and Boyd* الشبكات الاجتماعية على أنها "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقاتمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر" [8]

إذن هي مجموعة من المواقع الإلكترونية، الموجودة على شبكة الإنترنت، وهدفها الرئيسي هو بناء تواصل بين مجموعة من الأشخاص، في مختلف أنحاء العالم، واعتمدت هذه المواقع على تطوير عدة خدمات، عرفت عند مستخدمي الإنترنت في بدايات انتشارها بينهم، ومن هذه الخدمات التي جمعتها مواقع التواصل الاجتماعي، القدرة على التحدث المكتوب مع الأشخاص الآخرين، والتواصل الصوتي، والمرئي.

II. نشأة الشبكات الاجتماعية

III. تتنوع دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية وذلك يرجع إلى متغيرات عديدة منها زيادة انتشار الإنترنت والتوسع في سرعته، وقله تكاليف النفاذ إلى الشبكات، وسهولة التعامل معها والمزايا والخدمات التي تقدمها هذه الشبكات. وعند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

أ- **المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب **Web 1.0** وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع **sixdegrees.com** وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، و اخفق هذا الموقع عام 2000. ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع **classmates.com** ذلك الموقع الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة. شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع **live journal** وموقع (**cyworld.com** 1999) الذي أنشئ في كوريا وموقع **ryze.com** الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر الربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

ب- المرحلة الثانية:

يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب **web 2.0** والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع (<https://myspace.com>) **my space** وهو الموقع الأمريكي المشهور. ثم موقع **الفيس بوك**. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت علي مستوى العالم. [9]

IV. الخدمات

تتعدد الخدمات التي توفرها الشبكات الاجتماعية، والدلائل على مدى العموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام. وفرت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الخدمات الجديدة لمستخدميها، والتي لم تكن معروفة مسبقاً، ومنها:

- 1- **الملفات الشخصية (Profile):** وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
- 2- **إرسال الرسائل المباشر الفورية (Messages)** تتيح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص أو غير الموجودين في القائمة.
- 3- **الأصدقاء أو العلاقات (Friends/ Connections)** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح له الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.
- 4- **إنشاء المجموعات (Groups)** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات ذات أهداف محددة واهتمام مشترك، ويوفر موقع الشبكة لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهنيين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم **Events** ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين. يكون للمجموعة منتدى مصغر وألبوم للصور مصغر (Photos/ Albums).
- 5- **إنشاء ألبومات الصور ومشاركتها** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع المئات من الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضاً.
- 6- **الصفحات (Pages)** ابتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك (Facebook) وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددونها، ويقوم موقع فيسبوك باقتطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم. [10]

V. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

- تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن **الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين**، ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان. وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون أن يتواصل مع الآخرين، فحاجته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات. أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أساساً أن تقوم دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، لذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبعه لا يمكن أن يعيش بمفرده، لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:
1. **العالمية (شاملة):** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.
 2. **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك في تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم -التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيزاً من المشاركة الفاعلة من المشاهد القارئ.
 3. **تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم في بث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.
 4. **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

5. **اقتصادية في الجهد والمال:** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون الأخرى. [11]

VI. الاستعمالات في البيئة المهنية

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم تطبيقات Web 2.0 حيث أصبحت المواقع الأكثر تفاعلية والأكثر قرباً من المستخدم، فأصبح بإمكانه التعليق على المادة المكتوبة وإبداء الرأي وكذا الإضافة إلى محتوى الصفحة وأيضاً التغيير في محتوى الموقع، وهنا تتضح أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في الجماعات التي يمكن تكوينها داخل شبكات التواصل الاجتماعي. وتخطي الحواجز والحدود، وتساعد على اكتساب الخبرات، وتنمية المسؤولية في الذات من خلال هذه الأنشطة والتفاعل بين الأفراد، وتمكن تلك الشبكات مستخدميها من التجمع في كيانات اجتماعية تشابه الكيانات الواقعية فيما يسمى بمجموعات العمل، وبالتالي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة والمؤثرة على مستوى العالم وفي كل القطاعات.

أ) التعليم

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية التعلمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له وتنشيط ودعم العلاقات التعليمية بين المعلمين والطلبة، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم، المدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور (تعزيز الاتصال بين المعلمين وأولياء الأمور) والطلاب (المعلمون عرفاً للدراسة للتمديد في التجارب والاختبارات والمساعدة في الواجبات المنزلية خارج الصف الدراسي)، وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر. واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل ومهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي. [12]

ب) المكتبات ومراكز البحوث والمجموعات

لقد قدمت شبكات التواصل الاجتماعي فرصاً عديدة للمكتبات من خلال تسويق خدماتها ومصادرها والذي بدوره يساعد في تطوير المكتبة وتحقيق أهدافها، حيث أتاحت بعض شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك Facebook مجموعة من الخصائص التي يمكن الاستفادة منها في تسويق خدمات المكتبة ومصادرها. [14] ويعد هذا الاستخدام كأحد الاستراتيجيات الفعالة في توعية المستفيد وإعلامه بمجموعات المكتبة وخدماتها المختلفة، فضلاً عن أخبار المكتبة والمجتمع، كالجامعات والمدارس. وقد كشفت دراسة عن وجود أربع فئات للتسويق ذات العلاقة بالمكتبة وهي: تسويق المكتبة من خلال أخبارها العامة وتلك المتعلقة بالمجتمع، وتسويق خدماتها التي تقدمها للمستفيدين، وتسويق مصادرها المختلفة من خلال بث التوعية بأهميتها وتوافرها في المكتبة، ومن خلال إعلام المستفيد بمجموعاتها الجديدة، وأخيراً تسويق معارف وخبرات اختصاصي المعلومات من خلال عرض مهاراته البحثية، وقدرته على مساعدة المستفيدين، وذلك لحث المستفيدين على الاستفادة من خبرات موظفي المكتبة.

كما كشفت دراسة أخرى عن الدور الذي يقوم به المستفيد ضمن العملية التسويقية من خلال خلق المحتوى ثم تبادل ذلك مع بقية المستفيدين سواءً من نفس المكتبة أو من مكتبات أخرى بحيث يخلق نوعاً من التواصل والاتحاد بين مختلف المستفيدين وكذلك الحال بالنسبة للمكتبات.

وتضيف الدراسة التي أجراها (Deyrup، 2010) حول استخدام تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الأكاديمية، بأن هذه التطبيقات يمكن أن تستخدم في أغراض تسويقية مختلفة، وختتمت الدراسة بأن المكتبيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي Facebook و MySpace لغرض تحسين سمعة المكتبة، والرقي

"الشبكات الاجتماعية أداة

تعليم وتعلم"

بالمجتمع من خلال عرض خدمات المكتبة وأنشطتها. [13]

ج) العلماء والمخترعين

تستخدم الشبكات الاجتماعية في المجالات العلمية... للمشاركة في تبادل المعرفة العلمية من خلال تبادل المعلومات والمعرفة مع بعضها البعض وأنها قادرة على السماح للجماعات العملية لتوسيع قاعدتها المعرفية وتبادل الأفكار. [15]

أ) المؤسسات الحكومية

تمثل الشبكات الاجتماعية "طريقة سهلة وسريعة للحكومة للحصول على رأي الجمهور بهدف الحفاظ على تحديث خدمات ونشاطات مثل تلك المؤسسات والوكالات المختلفة". [16]

نشرت الكثير من المقالات والدارسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دورا هاما في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وقد شهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية الى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة. [17]

ب) الأعمال ورجال الأعمال

لا يقتصر الأمر على الأفراد في استخدام هذه المواقع للترويج لأنفسهم، ولكن أيضا بدأت مختلف المنظمات والمؤسسات الاقتصادية والتجارية في إنشاء صفحات لها لتعزيز خدماتها والتواصل مع مختلف العملاء، فهي أداة لإدارة علاقات العملاء لشركات بيع المنتجات والخدمات، وترتبط بين الناس والمستفيدين بتكلفة منخفضة (مفيدة خاصة لأصحاب الشركات الصغيرة)، من خلال استخدامها للإعلانات في شكل لافتات وإعلانات النص. فعلى سبيل المثال، تعتبر شبكة لينكدإن LinkedIn من أفضل الشبكات الاجتماعية المستخدمة، لتسويق المنتجات من خلال معرفة قوائم المشترين والاتصال مع مختلف العملاء.

ج) طبية وإدارة المعرفة الصحية

تستخدم الشبكات الاجتماعية في إدارة المعرفة الصحية للمؤسسة ونشر المعرفة الضرورية والمساعدة على تجاوز الأمراض الجسدية والعقلية.

د) الإعلام

عمت التقنية جميع مناسبات الأنشطة البشرية فما كان من المؤسسات الاعلامية إلا الاستجابة لمتطلبات البيئة والمجتمع والتكيف معها، لأن المؤسسات الاعلامية ما هي إلا مؤسسات مجتمعية تستمد نشاطها من المجتمع وتفرز مخرجاتها لأجل المجتمع.

تعتبر الشبكات الاجتماعية شكلا من الأشكال الرئيسية لتطبيقات الإعلام الجديد، وهو ذلك التحول في العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، من إعلام الجماهير إلى ما يمكن أن يطلق عليه جماهير الإعلام أو ما يسميه محترفو الإعلام اليوم "إعلام النحن" الذي يبدأ من قاعدة الشبكة الاجتماعية وينحو قدما نحو القمة، مما ينذر بانتهاء ما كان يعرف إعلاميا بحارس البوابة، فالإعلام الجديد أو إعلام المجتمع أو إعلام المواطن مصطلحات تشير إلى مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيا الحديثة، التفاعل الاجتماعي، صناعة المحتوى، والتي تستخدم الذكاء الجماعي في جو من التعاون على الشبكة حيث يقوم المستخدمون بصناعة محتويات الويب وتنظيمها وفهرستها وتعديلها والتعليق عليها، أو دمجها مع إبداعاتهم الخاصة.

ويقوم الإعلام الجديد حاليا على مجموعة من التطبيقات الرئيسية وهي الوسائط أو الشبكات الاجتماعية، الصورة الأبرز لتقنيات الإعلام الجديد وتتمثل أهم الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات بجانب مواقع عديدة مثل: الويكي، فيسبوك، التويتر... ماي سبيس... فليكر... اليوتوب.

مواقع التواصل الاجتماعي لم تغير طريقتنا في الاتصال فقط، بل غيرت الطريقة التي ننقل بها ونستهلك الأخبار.

إن الثورة التكنولوجية دفعت بالإعلام للعب دور هام سواء بمحاولة كسب التأييد أو الترويج لأراء ومواقف معينة من الأحداث التي تجري في العالم والتي شهدت المنطقة العربية في الآونة

الأخيرة. لكن الفيسبوك وتويتر قلبا الموازين وصارا يصنعان الحدث والخبر في لحظته وعلى طبيعته، متجاوزين بذلك حقيفة الدور الاخباري لوسائل الاعلام، بخلق التواصل والتفاعل بين للمشاركة بأنفسهم ومستوياتهم الثقافية وفناتهم العمرية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة. لقد أفاد التقرير الأول حول الاعلام الاجتماعي في العالم العربي بأن مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر، سواصل لعب دورها الهام في تنظيم الحراك الاجتماعي والمدني في العالم العربي، وبخاصة بين الشباب، لتغيير بذلك وسائل التواصل الاجتماعي أنماط تدفق المعلومات في العالم، من خلال فتحها المجال لتبادل ومشاركة المعلومات بين الجميع بخلاف وسائل الاعلام التقليدية التي تصب المعلومات باتجاه واحد لتشكل ثنائية المنتج والمتلقي السليبي، النتيجة اذن أن هذه الوسائل الافتراضية قوة اعلامية حقيقية لا يمكن الاستهانة بها مستقبلا. [18]

د) اجتماعية وسياسية

وتعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية. من الأمور المهمة جدا لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب و تنميتها (إيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم). [19] كما تعمل على ابقاء المستخدمين على اتصال بين بعضهم البعض، وقد تشكل منبرا للاحتجاج والتخطيط والأخبار.

تتيح الشبكات الاجتماعية تنسيق علميات التطوع الاجتماعي ومحاربة الغش والغلاء. كما استفادت منها ووظفتها المنظمات الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول الى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت، والتعريف بأنشطتها من خلال منصة لتبادل الفيديوهات.

VII. الشبكات المهنية بديل موثوق

لقد أصبحت الشبكات المهنية أداة رئيسية في مجال البحث عن المعلومات فقد رفعت من مستواه وكذا أتاحت التواصل المعرفي والتعلم الذاتي، كما تتيح للأعضاء تداول المعرفة والأفكار وتحت الفرد على توليد معارف جديدة وتناقل الخبرات مع أقرانه في التخصص، وخبراء في نفس المجال أينما كانوا، وتمنح فرصا لاستخدامها وتوظيفها. تعد الشبكات الاجتماعية من أهم المواقع التي تتيحها شبكة الانترنت، لما تتميز به من تطبيقات وخدمات مست العديد من المجالات والتخصصات ومن بينها **المجال المهني**، أين ظهرت **الشبكات المهنية** هي مواقع متعددة على شبكة الانترنت تعنى بالكثير من الخدمات، ومن أهمها وأكثرها استعمالا نجد شبكة **LinkedIn** التي أتاحت الفرصة للوصول إلى المعلومات وتداولها.

أ) شبكة لينكد إن LinkedIn

هي شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتوظيف والتجارة، تضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات. تعد شركة **LinkedIn** من الشركات العامة وتتميز بنموذج تجاري متعدد المجالات بواسطة الأرباح التي تأتي من اشتراكات الأعضاء، وبيع الإعلانات، وحلول المواهب. وأعلنت شركة **"Microsoft Corp"** أنها وافقت على شراء **"LinkedIn Corp"** في صفقة تبلغ قيمتها الإجمالية 26.2 مليار دولار حيث "لينكد إن" سوف تحتفظ بعلامتها التجارية، وثقافتها، واستقلاليتها، بالإضافة إلى استمرار مديريها التنفيذي **"جيف وينر"** في منصبه [20].

وموقع **لينكدان** هو شبكة اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الشخصية والاجتماعية مثل "فيسبوك" و"ماي سبيس"، لينكدان يسمح للمهنيين بالتواصل مع المحترفين حول العالم لجعلهم أكثر إنتاجًا ونجاحًا بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات (**Connections**) في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية. ورغم بداياته في 2002

إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية على غرار فيايدو (Viadeo) الفرنسي وكسينغ (Xing) الألماني ورايز (Ryze) الكوري...
سمات الموقع

- لموقع لينكدان ثلاث أصناف للحسابات: المجاني (Free) وهو محدود الخدمات، المدفوع (Premium) والاحترافي (Pro)، والاختلافات تكمن في إمكانية معرفة من اطلع على الحساب الشخصي وعدد الرسائل الإلكترونية (InMail) الممكن إرسالها...
- يمكن الوصول إلى الأشخاص (People)، والوظائف (Jobs)، والأخبار (News)، والتحديثات (Updates)، والأفكار التي تساعد في التميز في ما تقوم به. [21]
- يمكن للمستخدمين وضع صور (Photos) ومشاهدة الملفات الشخصية (Profiles) والصور الخاصة بالآخرين.
- يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص (Connections) الذين يبحثون عنهم.
- تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام (Groups)، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع لينكدان لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر.
- يوفر الموقع خدمة البريد الإلكتروني (InMail) وهي خدمة غير مجانية، حيث تمكن العضو من إرسال الرسالة للشخص المطلوب حتى وإن لم يكن ضمن قائمة العلاقات.
- التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم (Events) ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين. [22]
- البحث المتقدم (Advanced Research) يمكن البحث عن طريق الكلمات المفتاحية وتضييق مجال البحث باختيار المجال الجغرافي ودرجة القرب إلى ثلاث درجات وحتى بواسطة الوظيفة والاختصاص.
- التوصيات (Recommandation) يمكن للأصدقاء من الدرجة الأولى أن يكتبوا رسائل توصية لمن تعاملوا معهم حيث تعبر عن مدى جدية الشخص الموصى به وتزيد من قوة حسابه.

(ب) شبكة فيايدو Viadeo

هي شبكة اجتماعية مهنية فرنسية أنشئت سنة 2004 من طرف Dan Serfaty، ويعود تاريخ إنشائها إلى سنة 2000، كما تعتبر امتدادا لنادي رجال الأعمال Agregator. وهي تضم 25 مليون مستخدم. وهي متوفرة أيضا بعدة لغات كالانجليزية الإيطالية والألمانية والإسبانية والبرتغالية للنقاش والاتصال بين الأشخاص.

توفر هذه الشبكة منتدى (Hubs) للنقاش والاتصال بين الأشخاص، لكن لا يمكن مشاهدته أو الدخول إليه، إلا إذا كان العضو مسجلا. يتيح الموقع منذ 2008 إمكانية اقتراح أصدقاء وأداة طرح الأسئلة وتلقي الإجابة وإمكانية التعديل والتعبير والإضافة إلى ملصح المستخدم، بالإضافة إلى إمكانية استخدام خاصية الفيديو ضمن المنتدى، تقدم هذه الشبكة مجانيا الخدمة الأولية لكن للخدمات المتقدمة (Premium) يجب الدفع. ولا تختلف سمات الموقع عن تلك الخاصة بشبكة لينكدان المذكورة آنفا.

(ج) شبكة كسينغ Xing

شبكة اجتماعية مهنية ألمانية أنشئت سنة 2003 من طرف Lars Hinrichs، تستخدم أساسا في ألمانيا وتضم 8 ملايين مستخدم ومتوفرة بعدة لغات بالفرنسية الإنجليزية الروسية اليابانية... فهي توفر منتدى للنقاش لكنه مدفوع الأجر أي أن الخدمة ليست مجانية للخدمات المتقدمة كالبحث عن الأشخاص أو الاتصال بهم، كما توفر أيضا خدمة خاصة بالمستخدمين ضمن شركات خاصة والتي تملك واجهات خاصة بها في الشبكة. في سنة 2007 أصبح من الممكن تحديث الملصح والبحث عن أشخاص ومشاهدة المواعيد الخاصة بالمجموعات كما تمكن بمعرفة عنوان الأشخاص المتصلين بالشبكات.

(د) ووركبلايس (WorkPlace) [23] أو (مكان العمل)

هو فضاء مخصص وآمن للشركات أن تتصل، تتواصل وتتعاون. منظمات من كل الأحجام تستطيع أن تستعمل مميزات الفايسبوك العادي مثل آخر الأخبار (News Feeds)،

المجموعات (Groups)، الرسائل (Messages) والمناسبات (Events) من أجل القيام بأشياء. حيث لا وجود للإعلانات. ويختلف هذا الموقع عن الفايسبوك العادي أنه منفصل تماما عن الحساب الشخصي كما أن ووركبلانس مقترن بالشركة. فضلا عن الحصول على أصدقاء كزبائن، إنشاء والانخراط في مجموعات مع مساعديك لأن تكون جزءا من المحادثات المناسبة. حيث لا داعي لإنشاء حساب شخصي على الفايسبوك العادي من أجل التسجيل واستعمال ووركبلانس لأن كلاهما منفصل عن الآخر سواء الموقع أو التطبيق. [24]

سمات الموقع

- تجد الشركات أنها يمكن أن تقضي أو تحد بشكل كبير من حاجتها لأدوات التعاون الداخلية مثل إنترانت، نظم الاتصالات الهاتفية، ومؤتمرات الفيديو وقوائم التوزيع.
- العديد من الشركات تجد أن ووركبلانس يساعدهم على القيام بأكثر من مجرد تبسيط الاتصالات بل إنه يلهم كل مستويات الشركة لاحتضان الرقمية والهاتف النقال.

وبالإضافة إلى ذلك، مكان العمل سهل الاستخدام لأنه يقوم على ميزات الفايسبوك المألوفة مثل التغذية الإخبارية والمجموعات والرسائل التي لا تتطلب تدريباً.

الخاتمة

يقول المثل الإنجليزي: "تخلق المنافسة الكثير من

الضغط، فالطلبات بإمكانها أن تكون ساحقة، ولكن هذه فرصتك

لإثبات نفسك، لتبرهن ماذا تساوي ولتبين ما يمكنك عرضه" –إيدالويس- على الرغم من توفر أكثر من 42 منصة مهنية متخصصة في مختلف المجالات المهنية وإتاحتها بكل لغات العالم، يبقى هذا الاستخدام المهني والعملي لشبكات التواصل الاجتماعي المهنية لم يلحق إلى المستوى المطلوب خاصة في المجتمعات العربية. وبالموازاة تشهد الشبكات العامة مثل فيسبوك استخداما مهنيا من قبل فئات المال والأعمال والشركات والمنظمات فعلى سبيل المثال لا الحصر الأشهر والأسواق الافتراضية، حيث يعود هذا التوجه إلى هذا الموقع الاجتماعي نظرا لكثرة مستعمليه واتساع دائرة انتشاره ومرونته. وفي الشأن المهني أعلنت شركة فيسبوك (Facebook Inc) عن منتج جديد وهو شبكة مهنية بعنوان فيسبوك في العمل (Facebook At Work) أو ووركبلانس (WorkPlace) الذي من شأنه أن يدخل الشركة في مجال الأعمال ويدر عليها أرباحا علاوة على خاصية الاتصال بين الموظفين وإنشاء المجموعات وإمكانية إجراء الاجتماعات على الخط المباشر مما يوفر عناء التنقل.

وبشكل مجمل تمنح الشبكات المهنية لمستعمليها فضاءً مستقلا عن الحياة الشخصية ما من شأنه التأثير على مردوية العامل بإيجاب وإبقائه في جو مهني محاطا بمن لهم نفس الاهتمامات المهنية، كما يساعد على التركيز في الجهد المبذول ومدة التفرغ للعمل دون أي تشويش.

الهوامش

[1] رحيمة الطيب عيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، العدد 20، 2013، ص65.

[2] عباس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية، دار الشروق، عمان، 2008، ص 23.

[3] رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2014،

[4]M. Briggs, "Journalism 2.0: How to survive and thrive: A digital literacy guide for the information age", J-Lab: University of Maryland, 2007, p.30 available online:

http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=oa_textbooks

[5] فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص9

[6] مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وأفاق المستقبل، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص246.

[7] زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

[8] Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , Social network sites; Definition , history and scholar ship , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1),2007, p2. **Available on:**

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>
visit of 20/06/2015 at 14:04.

[9] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيدولوجيا الى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لبحوث الفضاء الإلكتروني ، 2012، ص5. متوفر على الرابط:

www.accr.co

[10] فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص10.

[11] عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2015، ص67.

[12] صادق حمادي، استخدام تلاميذ الثانوية للفيسبوك وانعكاسه على التحصيل الدراسي من وجهة نظر المتعلمين، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016/2015، غير منشورة، ص15. زيارة 2017/09/31 - 23:30 متوفرة على الرابط: <https://bu.univ-ouargla.dz/master/pdf/sadak-hamadi.pdf>

[13] عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص67.

[14] سالم سعيد علي الكندي ومحمد ناصر علي الصقري، شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات تسويقية في مؤسسات المعلومات ودور المستفيد في العملية التسويقية، المجلة العراقية للمعلومات ، المجلد 13 - العددان 1-2، 2012، ص55.

[15] عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، دار البازوري للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2015، ص347.

[16] المرجع نفسه.

[17] نادبة بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر، ص213. زيارة يوم 2016/10/17، 21:04، متوفر على الرابط:

www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm.../Makal11_12.pdf

[18] صونية عديش، مواقع التواصل الاجتماعي: الماهية، الأبعاد، الخاطر والمستقبل – مع الإشارة إلى الجزائر، مجلة فكر ومجتمع، عدد خاص، جوان 2014، ص – ص، 61 - 62.
[19] نادية بن ورقلة، مرجع سبق ذكره، ص 209.

[20] <https://blog.linkedin.com/2016/06/13/microsoft-and-linkedin> زيارة
00:33 على الساعة: 2016/06/18

[21] https://www.linkedin.com/about-us?trk=hb_ft_about 2015/02/19 زيارة يوم:
على الساعة: 22:27

[22] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا الى الميثودولوجيا، مرجع سبق ذكره، ص 4.

[23] <https://workplace.fb.com/faq/> 20:40 2016/11/01

[24] <http://aboutus.ft.com/2016/03/01/financial-times-to-launch-on-facebook-at-work/#axzz4O8I4rJsj> visite du 25/10/2016 à 22 :00