

استخدام النخب للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي
(دراسة تحليلية سيميائية لحالتين من المجتمع السعودي والأمريكي)

د. إبراهيم بن عبد الله الزايد
الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والاتصال بالرياض
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص الدراسة

في حين أظهرت الدراسات قوة انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمعين السعودي والأمريكي؛ تطرح هذه الدراسة تساؤلها الرئيس: هل النخب في هذين المجتمعين قد استخدمت وسائل التواصل في قضايا الرأي العام الأكثر أهمية؟ وقد أظهر التحليل السيميائي في هذه الدراسة؛ استخدام النخب السعودية والأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن هناك علاقة ايجابية بين استخدام النخب للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مناسب -كما هو في الحالة الثانية- وبين النتائج الإيجابية للحوار، مما يؤكد على علاقة التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل النخب في الحوار داخل المجتمعات.

وأن وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في نموذجي الدراسة التي استخدمها النخب حالتي الدراسة كانت: منصة إكس، والفيسبوك، واليوتيوب.

ويمكن تفسير هذه النتائج بانتشار استخدام تكنولوجيا الاتصال بين أفراد المجتمع بشكل واسع النطاق، مما جعلها تعد وسيلة فعالة في الحوار ونقل الرسائل المهمة التي يريدها النخبويون في قضايا مهمة تمس الرأي العام.

كما أظهرت الدراسة أنه بالاستخدام الأمثل للصور المناسبة التي يقبلها المجتمع أو الأفراد المستهدفون، يمكن أن تؤدي الرسالة مفعولها الإيجابي المراد، إذ عرضت هذه الدراسة لحالتين، الحالة الأولى؛ بينت الدراسة أن الصور المستخدمة في الرسالة لم تكن تناسب الجمهور المستهدف، وفي الحالة الثانية؛ كانت الصور المستخدمة مناسبة للجمهور المستهدف.

وتعزز هذه الدراسة من أفضلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمسائل الأكثر تعقيداً داخل المجتمعات، ومن وجوب دراسة عادات المجتمعات واعتقاداتهم وتقضياتهم قبل توجيه الرسائل المقصودة إليهم..

الكلمات المفتاحية

النخب - تحليل - سيميائي.

في ظل تزايد الاهتمام العالمي بمبدأ الحوار لما له من دور في تشكيل المجتمعات الحديثة، تبرز شبكات التواصل الاجتماعي كعامل مهم وحيوي في تبادل الحوار بين أفراد المجتمع الواحد، والحوار الثقافي بين دول العالم، إذ تتسم هذه الوسائل بالسرعة وقوة المؤثرات المصاحبة معها. مما أوجد ترابطاً حيوياً وتناسباً طردياً إيجابياً بين الحوار وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي دعى النخب في المجتمعات إلى استغلاله والاستفادة منه (عمارة، 2009).

إلا أن هذا التغيير الاتصالي أثر على النخب ذاتها، فأدى إلى اختفاء النخب التقليدية، وصعود نخب جديدة بشكل مختلف على وسائل الإعلام الجديدة. كان سببها تكسير القيود الإعلامية والزمانية والجغرافية، وأتى هذا التغيير ليشمل المتلقي ليصبح هو المرسل والمتلقي في آن واحد، وهو الباحث عن المعلومة، ولم يعد ينتظر المعلومات من النخب التقليدية، وأدى ذلك حقاً إلى موت النخب القديمة.

وإن كانت نظرية النخبة تأتي لتقرر بأن النخبة هم قلة تملك قوة التأثير في المجتمع، وتأثر في حالته الاقتصادية والاجتماعية (Hayes, Guardino, 2013). إلا أن الدراسات التطبيقية تؤكد بأن النخب القديمة بأنواعها المختلفة مثل، الدينية، الوطنية، والمثقفة، لم يعد لها مكان بسبب ثورة الاتصال والمعلومات، والتي أصبحت تزود الفرد بالمعرفة دون انتظار المعلومات التي كانت تسكبها النخب المثقفة القديمة. أما النخب الحديثة فمع الحاجة إلى دراسات لكشف طبيعتها وتأثيرها على الأفراد، فهناك من يرى النخب اختلفت شكلاً ومضموناً عن السابق مع عصر ثورة تقنية المعلومات (الحبيشي، 2014).

إلا أن هناك نخب جديدة واكبت التطور الحادث في وسائل الإعلام الجديد، وهي التي تحصل على معلومة بشكل أكبر من غيرها، كما يعرفها بعض الدارسين، ليظهر على السطح النخبة الإلكترونية ولو كانت من عامة الناس (الزهراني، 2014).

وعلى أية حال فإن النخب التي تستخدم الحوار يرتفع حظها بين جمهورها، وقد جاءت تلك النتيجة بعد تراكمات وتطور مفهوم التسويق السياسي بانتقال التركيز من الحزب، ثم أصبح التركيز على المرشح، ثم أخيراً على الناخب، مما يؤكد على الارتفاع حظوظ المرشحين الذين يستخدمون الحوار (الساري، الآلوسي، 2013)، والمثال الحي على ذلك استخدام الرئيس الأميركي باراك أوباما للحوار عبر وسائل التواصل الإلكترونية، بل عمد إلى التواصل الثقافي مع باقي دول العالم عبر منصة إكس (أنظر على سبيل المثال حساب الرئيس الأميركي باراك أوباما على منصة إكس باللغة العربية). ويأتى هذا البحث لدراسة العلاقة بين النخب المعاصرة واستخدامها للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، دراسة سيميائية لحالتي عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

مع تطور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية وجد أن غالبية مستخدمي تطبيقات الإنترنت الحديثة في المملكة العربية السعودية هم من الشباب بفئتيه الذكور والإناث، حيث أكدت دراسة أمريكية أن المملكة العربية السعودية احتلت المرتبة الأولى في استخدام الإنترنت بواقع 20 ساعة أسبوعياً للشباب، مقابل 13 ساعة للفتيات (الشريف، 2014).

كما بين **Dick Costolo** المدير التنفيذي السابق لمنصة إكس في حديث لصحيفة لوس انجلوس تايمز بأن "المملكة العربية السعودية من أسرع المناطق نمواً في استخدام منصة إكس بالشرق الأوسط وبمعدل تجاوز 300% (Costolo, 2013). وهي تأتي في المرتبة الثانية بعد الولايات المتحدة الأمريكية، وفي دراسة أخرى صادرة عن شركة "جلوبال ويب إنديكس"، فإن مستخدمي خدمة منصة إكس بالسعودية ينشرون أكثر من مليون وخمسمائة ألف رسالة يومياً (BBC عربي، 2013).

هذه النسبة الكبيرة في استخدام السعوديين والأمريكيين للإنترنت تدل على انفتاح كبير جداً من قبل السعوديين والأمريكيين على وسائل التواصل الاجتماعي، وتنامي

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين أفراد هذين المجتمعين، مما يطرح تساؤلاً حول ما إذا تم استخدامها من قبل النخب في هذين المجتمعين في قضايا الرأي العام الأكثر أهمية في ذلك المجتمعين، وكيف تم هذا الاستخدام، والذي جاءت به هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة

مع تنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأفراد والمجتمعات، ومع كونها أصبحت الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل الجمهور، والأكثر إقناعاً واستمالة لمستخدمي الانترنت، وحيث بينت الدراسات مدى انتشار واتساع استخدامها في المجتمع السعودي والأمريكي إلى مستوى المنافسة بين البلدين، يأتي التساؤل عن مدى استفادة النخب في المملكة العربية والولايات المتحدة الأمريكية لتلك الوسائل واستخدامها في قضايا الرأي العام الأكثر أهمية؟

تساؤلات الدراسة

- أ- هل النخب السعودية والأمريكية -فئتي الدراسة- تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال رسالتها للجمهور؟
- ب- ما نوع وسيلة التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة في المملكة العربية السعودية للحوار؟ وما نتيجة هذا الاستخدام؟
- ج- ما نوع وسيلة التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة في الولايات المتحدة الأمريكية للحوار لإيصال رسالتها للشعب الأمريكي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما نتيجة هذا الاستخدام؟

أهداف الدراسة

يمكن إيجاز أهداف الدراسة الحالية فيما يلي:

- 1- الكشف عن مدى استخدام النخب في المملكة العربية السعودية، وفي الولايات المتحدة الأمريكية؛ للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- 2- التعرف على نوع وسيلة التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة في المملكة العربية السعودية، للحوار مع الآخرين. وفي الولايات المتحدة الأمريكية للحوار ولإيصال رسالتها للشعب الأمريكي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 3- الوقوف على أهم ملامح التوصيات المقترحة للاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة

إن المنهج الكيفي يهتم بالتحليل العميق للظاهرة المدروسة، وإعطاء إجابات وصفية وكيفية متعمقة (شريف، 2014). وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتبع المنهج الكيفي، لمعالجة مشكلة البحث حيث أن طبيعة هذا البحث تستدعي تحليل الصور قيد الدراسة، واستخراج مدلولاتها، واستنباط الاستنتاجات العلمية بناء على ذلك، ومن ثم الوصول إلى نتائج الدراسة. وسيستخدم الباحث لذلك التحليل السيميائي للصور عينة الدراسة، لمناسبة ذلك في الإجابة عن مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

عينة الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على إخضاع أنموذجين دراسيين للتحليل. الأول: وهو الصور التي اشتملها فيلم "أوباما أطلق حميدان"، وهي (6) صور تضمنها الفيلم، والذي جاء من خلال مشاركة النخب في المملكة العربية السعودية في فيلم سابق تم نشره عبر وسيلة التواصل الاجتماعية "اليوتيوب" كوسيلة للحوار مع الرئيس الأمريكي أوباما والشعب الأمريكي، في مسعاً سابق لإطلاق حميدان التركي، والتي كانت في عام 2011م.

الثاني: وهو استخدام الرئيس الأمريكي لوسائل التواصل الاجتماعي تويتر-إكس، فيسبوك خلال فترة ترشيحه للرئاسة الأمريكية الثانية عام 2012، واشتملت على (3) صور تشكل في مجملها نمط الصور التي اعتمدها الرئيس الأمريكي أوباما وركز عليها في حملته الانتخابية، كوسيلة للحوار في حملته الانتخابية الثانية.

الدراسات السابقة

هناك دراسات سابقة قد تطرقت إلى أجزاء من موضوع الدراسة، وسيستعرضها الباحث في هذه الدراسة كما يلي:

دراسة السيسي (٢٠٢٣) بعنوان: معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المستخدمين نحوها.

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة كيف يمكن معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على مواقع التواصل الاجتماعي على الفيسبوك، واتجاهات المستخدمين نحوها. وقد درست الباحثة (٧٧٢) مضمون، باستخدام أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكمي. وخلصت تلك الدراسة إلى أن المجتمع عينة الدراسة يناقش القضايا المجتمعية الأكثر أهمية لديه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على الفيسبوك، وأن المسائل الأكثر جدلية كانت المسائل الدينية، كما كانت نوعية القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي على الفيس بوك هي القضايا محلية بنسبة ٨٠٪، وقد استخدمت مواقع التواصل عينة الدراسة الاستمالات العاطفية والمنطقية في عرض القضايا داخل الموقع. وقد بينت نتائج هذه الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي داخل المجتمع ودورها في فتح الحوارات حول القضايا التي يحتاج المجتمع إلى مناقشتها، كما تلبي حاجة الفرد في معرفة آراء بقية أفراد المجتمع حول القضايا والمسائل المطروحة في المجتمع، فأخذت وسائل التواصل الاجتماعي دور الساحة التي يجتمع فيها أفراد المجتمع ليتناقشوا فيها القضايا التي تهمهم.

دراسة الزهراني (2022) بعنوان: السلوك الاتصالي للنخب الثقافية السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

استخدم فيه الباحث الاستقراء والتحليل لمشاركات النخب السعودية عينة الدراسة في حساب إكس والمقالات المعمقة مع هذه النخبة، وجاءت نتائج الدراسة؛ أن وسائل الاتصال الرقمية مكنت من ظهور تأثير أقوى للنخب على جمهورها والذي أصبح يتنافس

مع ظهور مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنه بحسب الدراسة فإن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي يعد متسعاً وامتداداً في المجتمع السعودي.

دراسة إبراهيم (2022) بعنوان: دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب.

والتي استخدمت منهج الاستقراء لنتائج عدد من الدراسات العربية والأجنبية، جاء في دراستها بقوة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، وبأن أشهر وسائل التواصل في المجتمع وأكثرها تأثيراً كانت الفيسبوك واليوتيوب وتويتر، وأن وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون أداة لحرب المعلومات - سلاح الكلمات الذي يؤثر على قلوب وعقول الجمهور المستهدف-، وسلاحاً للتماسك وربما للاضطراب الجماعي يمكن أن يكون له تأثيرات على أهداف في العالم المادي.

وبرغم أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بدور رئيس في صناعة الرأي العام وتشكيله، إلا أنها قد تتحول في بعض الأحيان إلى منصات للتضليل الإعلامي، وتوجيه الرأي العام في بعض الدول بشكل معين يخدم مصالح دول أو جماعات بعينها، بعيداً عن الحقيقة.

دراسة الدببسي والطاهات (2013) بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

وتتلخص أهداف هذه الدراسة في معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها.

وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر

حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

دراسة الشهري (2013) بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على

العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك ومنصة إكس نموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك ومنصة إكس، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح لاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك ومنصة إكس هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة. كما تبين أيضاً أن لاستخدام الفيسبوك ومنصة إكس العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج - أيضاً - إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة

بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

دراسة الزومان (2012) بعنوان: تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية:

دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض.

حاولت الباحثة في دراستها تلك فهم طبيعة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل الدافعة له، وهي دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض، وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها؛ ذبوع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية بما معدله 96 % منهم، كما أشار غالبية المستخدمين لكونهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية لتحقيق أغراض معرفية بالدرجة الأولى فهم يهتمون بمعرفة المزيد من تفاصيل الأخبار والأحداث الأمر الذي تحقّقه لهم الشبكات الاجتماعية. وتشير نتائج الدراسة إلى أن كثيراً من الشباب من الجنسين لا يزال يستخدم اسماً مستعاراً. ومما انتهت إليه الدراسة أن الدخل الشهري لدى عينة الدراسة من الشباب السعودي يؤثر في درجة الرضا حيال مساحة الحرية في الشبكات الاجتماعية وحيال تكافؤ الفرص لدى جميع أطراف المجتمع في التعبير عن آرائهم في الشبكات الاجتماعية، وأن درجة الرضا تقل لدى فئات الدخل الأعلى مقارنة بفئات الدخل الأدنى، وتفسر الباحثة هذا بفرضية أن الإنسان كلما استطاع توفير احتياجاته الأساسية في العيش تطلع لما هو أعلى من ذلك ، فأصحاب الدخل الأعلى يتطلعون بشكل أكبر من سواهم للمنصات الإعلامية والمشاركة فيها نظراً لإشباع احتياجاتهم الأساسية المادية.

دراسة العلوانة (2012) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز

المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح

الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وبلغت عينة هذه الدراسة (296) من المواطنين من النقبانيين في مدينة إربد. وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: بأن ما نسبته (74,7%) من النقبانيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و (24,3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، وأن (50,6%) من النقبانيين يستخدمون الفيسبوك و(27,1%) يستخدمون منصة إكس، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).

دراسة المنصور (2012) بعنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة لمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً". وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية" الفيس بوك أنموذجاً" الخاص بقناة العربية، والمقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي الفيس بوك وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية. نت) لقناة العربية، بالإضافة إلى المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية. نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) لقناة العربية، وأخذ آراء عينة عشوائية من مستخدمي الموقعين، وكان من أهم ما توصلت إليه نتائج هذه الدراسة؛ تمييز موقع العربية الإلكتروني عن المواقع الإلكترونية الأخرى بتخصيص زاوية التغيير التي تضمنت صفحات خاصة تعنى بآخر أخبار وتطورات الأحداث الجارية.

بالإضافة إلى توفير الوقت الجيد للزائرين بتقديم كل ما هو جديد، وكل ما يرغبون في الاطلاع عليه من أخبار ومعلومات وترفيه، فقد وفر موقعاً العربية الإلكتروني والاجتماعي أيضاً خدمة التوثيق والأرشفة بالكلمة والصوت والصورة، وأتاح موقع العربية الاجتماعي فرصة الاطلاع على آخر الأخبار المتنوعة ومجريات الأمور المتعددة وتطورات الأحداث السريعة على الساحتين العربية والعالمية بالنص والصوت والصورة، ويحسب لموقعي العربية الإلكتروني والاجتماعي أنهما أفسحا المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا المختلفة والتعليق على تلك الآراء الذي

تجاوزت في بعض الأحيان حدود اللياقة والأدب، ووصلت إلى القذح والذم والشتم دون حاسب أو رقيب، ولا يعرف إن كان هذا من باب الحرية الإعلامية المفتوحة كما يرونها حسني النية، أم من باب التشفي بالآخر حسب ما يرونها أصحاب نظرية المؤامرة.

وقد أثبتت هذه الدراسة اهتمام العربية في موقع العربية نت وموقعها على الفيسبوك بما يسهل استخدام الزائرين، واستخدامها للإخراج الفني والصور والألوان بهدف جذب المستخدمين لها، كما تقدم تغطية شاملة لأهم الأخبار الجارية على الساحة المحلية السعودية والعربية والعالمية. وخلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من العربية من أخبار وتغطية شاملة متنوعة وعاجلة من وجهة نظر الزائرين.

دراسة الرعود (2012) عن دور شبكات التواصل الاجتماعي.

وطبقت هذه الدراسة على عينة من الإعلاميين لسؤالهم عن آرائهم في مدى الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير داخل المجتمعات، فأجابت عينة الدراسة عن طريق صحيفة الاستقصاء البالغ قوامها 342 بين صحفي وصحفية من نقابة الصحفيين الأردنيين، وبنسبة مرتفعة جداً؛ بأن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها الدور الأبرز في الأحداث الاجتماعية والسياسية المهمة داخل المجتمعات، كما أكدت العينة وبنسبة عالية مماثلة بأن لوسائل التواصل تأثير كبير على القضايا السياسية المحلية والإقليمية والدولية.

دراسة عوض (2011) بعنوان: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية

المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة "مجلس شبابي" أنموذجاً.

وهدفَت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي من الجنسين، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة قام الباحث

بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب، حيث بلغ عددهم (18) شابًا وفتاة، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية القياس القبلي.

أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، وتكون البرنامج من (5) لقاءات نُفذت خلال خمسة أيام وقد أظهرت الدراسة النتائج بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي، مما يشير إلى تأثير ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

دراسة علي (2010) بعنوان: محورية الثقافة في مجتمع المعرفة.

وركزت هذه الدراسة أهدافها على معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعية في معالجة الفجوة الرقمية العالمية، وقدرتها على تمكين الأفراد في الدول النامية من المشاركة في عملية التنمية، وتناولت تطور الإنترنت في سريلانكا، وبيروت، ومصر أنموذجاً، وهي دراسة وصفية تحليلية، كشفت عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الأحداث السياسية والاجتماعية عينة الدراسة، وخلصت نتائجها إلى أن اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدول النامية مكن الأفراد من دعم أهداف التكامل السياسي والاجتماعي والاقتصادي، والحصول على التعليم والرعاية الصحية.

الدراسة التحليلية السيمائية

نموذج الدراسة الأولى:

استخدام النخب السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي لمخاطبة الرئيس أوباما والشعب الأمريكي.

المدخل النموذجي:

تبدأ القضية من الطالب حميدان التركي، وهو طالب دكتوراه سعودي كان مبتعثاً إلى ولاية كولورادو بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو ناشط في المجال الدعوي، اعتقلته السلطات الأمريكية في 2 يونيو 2005م، ووجهت له تهمة إساءة التعامل مع خادمتها الإندونيسية، واحتجازها في منزله، واحتجاز أوراقها الثبوتية. كما أدين بتهمة التحرش الجنسي بخادمتها وسرقة أموالها. أدانته المحكمة الأمريكية بجريمة الاختطاف من الدرجة الأولى؛ لمنعه الخادمة من مغادرة المنزل لمدة أربعة سنوات. حكم عليه بالسجن لمدة 28 سنة، إلا أن فريق الدفاع قدم اعتراضه على الحكم لأنه مخالف للعقوبات المنصوص عليها لمثل هذه الحالات، فقبل الاعتراض وصدر قرار المحكمة بكولورادو في 25 فبراير 2011م بتخفيف السجن إلى ثمان سنوات.

شهدت القضية عدة محاكمات واستئنافات كانت نتيجة للتحركات السياسية والدبلوماسية السعودية من خلال السفارة السعودية بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي كانت استجابة للشارع السعودي، فخلال الفترة من 2005 وحتى 2011م وما بعدها اتخذت قضية حميدان التركي أهمية منفردة على المستوى الشعبي، وحظيت بمتابعة إعلامية متميزة وبخاصة في الإعلام الحديث، والتي كان من أشهرها مقطع اليوتيوب الموسوم ب: "أوباما أطلق حميدان التركي"، والذي بلغ عدد مشاهديه في الأسبوع الأول إلى نصف مليون مشاهد ثم فاق المليون مشاهد في الأسابيع التالية.

ويعد هذا المقطع من الأدلة على استخدام النخب السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي، كما سنتناول الدراسة هذا المقطع بالتحليل.

محتوى الفيلم:

- احتوى الفيلم على صورٍ لشخصيات نخبوية بارزة في المملكة العربية السعودية وهم:
- شخصية دينية وثقافية بارزة سنية، وله حضوره في المجتمع السعودي.
- شخصية دينية بارزة لدى الطائفة الشيعية في المملكة العربية السعودية.
- تركي الدخيل كاتب سعودي وشخصية إعلامية بارزة.
- نجيب الزامل أيضاً كاتب سعودي وشخصية مجتمعية بارزة.
- صفوق التميّاط: وهو شخصية من الوسط الرياضي مشهورة في المجتمع السعودي.
- إحدى بنات حميدان التركي.

التحليل السيميائي لصور الفيلم:

قدم الفيلم شخصيتين دينيتين، كما قدم اللاعب صفوق التميّاط بثوبه السعودي وليس بالزّي الرياضي. كما لم يضم الفيلم من أسرته سوى إحدى بناته، في حين غاب بقية أفراد الأسرة، فلم يظهر ابنه وبقية بناته وزوجته، ولم يظهر أيّ من أصدقائه أو زملائه.

علماً أن المجتمع الأمريكي لا يحبذ تدخل رجال الدين في مسائل الرأي العام، وهذا المبدأ متأصل عندهم منذ الثورة على الدين. كما أن اللاعب صفوق قدم بثوبه السعودي، وكان من الأفضل تقديمه اللبس الرياضي لإيضاح من هو هذا الرجل أولاً ثم الإصرار على الزي السعودي في غير محله حيث أن المقصود جلب تعاطف المشاهد الأمريكي والرأي العام الأمريكي. كما أن الاقتصار على ابنة حميدان وأمه دون بقية العائلة وعدم ظهور أصدقاء حميدان التركي يعدّ بعداً عن الثقافة الأمريكية التي عرف عنها بحب الانفصال عن الأم، وحب الظهور مع الأصدقاء، وهو ما لم يأتي به الفيلم. كما أن ابنته على صغر سنّها -من وجهة النظر الأمريكية- إلا أنها خرجت محجبة وربما يعطي

انطباعاً دينياً عن حميدان التركي وعائلته، ومن وجهة النظر الأمريكية بأنها عائلة دينية مسلمة متشددة، مما قد يقلل من حظوظ تعاطف الرأي العام الأمريكي مع هذا الفيلم.

نتائج التحليل السيميائي للحالة الأولى عينة الدراسة:

من نتائج التحليل السيميائي أنه يمكن التنبؤ مسبقاً بأنه قد لا تكون هناك استجابة من قبل الرأي العام الأمريكي وربما الرئيس الأمريكي الذي سيراعي انطباع الشارع الأمريكي، بسبب متابعة الرأي العام الأمريكي لهذه الحالة، وشدة تداولها في ذلك الوقت. وعلى الرغم أن هذا الفيلم لم يأت ثماره المرجوة منه في ذلك الوقت، إلا أنه يعطي مؤشراً حقيقياً باستخدام النخب السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي عبر "اليوتيوب" في المخاطبة، في قضايا رأي عام يهتم بها شريحة كبيرة من المجتمع السعودي على اختلاف طبقاته.

نموذج الدراسة الثانية:

استخدام مرشح الرئاسة الأمريكية باراك أوباما لوسائل التواصل الاجتماعي لمخاطبة الشعب الأمريكي.

المدخل النموذجي:

يستخدم أوباما الحوار دوماً في وسائل التواصل الاجتماعي ويعد مستخدماً ماهراً لها وهي ما مكنته من مواصلة ارتفاع أسهمه لدى المجتمع الأمريكي، بل وعلى مستوى العالم، فدائماً ما يستمع ويرد بكل أريحية على أسئلة الحاضرين في المؤتمرات أو اللقاءات أو البيانات المشتركة.

إلا أن بعض الدراسات تعد أن السمة الغالبة على هذا الاتصال أنه اتصال من اتجاه واحد، يمكن أن ينظر إليه على أنه اتصال رئاسي من اتجاه واحد إلى عدة اتجاهات في وسائل التواصل الاجتماعي (jain, A.; Barris M.; Katz, J., 2013).

كما أن الرئيس الأمريكي باراك أوباما لم يكتف بالتواصل مع الشارع الأمريكي، بل وسع قاعد التواصل لديه ليشمل التواصل الثقافي لمن هم خارج القطر الأمريكي عبر وسائل التواصل الاجتماعي¹.

وليس بمستغرب أن باراك أوباما يعد ذى شعبية جماهيرية من قبل الملايين من الأمريكيين من خلال جميع وسائل التواصل الاجتماعي الأمريكية وذلك بالقدر الذي فاق به خصومة في انتخابات الفترة الثانية بأرقام كبيرة².

كما تعد وسائل التواصل الاجتماعي السر الذي كان عاملاً قوياً في نجاح الرئيس الأمريكي باراك أوباما على خصومه، وبقائه في البيت الأبيض، كان ذلك في حملته الأخيرة لتولي الرئاسة لفترة ثانية (2012) حيث تأكد بأن الرئيس الأمريكي باراك أوباما قد استغل وسائل التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها وأولاهها قدراً كبيراً من العناية والذي عدّ السر في تميز حملته عن باقي المنافسين، وكانت منصة تويتر -إكس لاحقاً- هي الأعلى تقدماً من بين وسائل التواصل الاجتماعي، حيث سجلت تغريدة الشكر من باراك أوباما -والتي تنبأ فيها بفوزه بناء على إحصاءات المتابعة له في وسائل التواصل الاجتماعي- على أعلى ريتويت على الإطلاق في تاريخ المنصة (Smith, D., 2012).

وفي هذا الجزء سنقوم بدراسة تحليلية لاستخدام الرئيس الأمريكي باراك أوباما لوسائل التواصل الاجتماعي لمخاطبة الشعب الأمريكي وذلك خلال فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2012م، من خلال منصتين هما الأكثر استخداماً من قبل باراك أوباما في فترته الثانية، وكذلك الصور التي تم التركيز عليها في هاتين المنصتين.

صور التحليل:

- صورة للرئيس الأمريكي عبر منصة تويتر -إكس، وبها تتداخل في الألوان بلون العلم الأمريكي على شخصية الرئيس الأمريكي أوباما.

¹ كشاهد على ذلك، يمكنك الدخول على خدمة منصة إكس ومشاهدة عدة مواقع وبلغات مختلفة للرئيس الأمريكي باراك أوباما.

² أنظر: <http://graphs.net/obama-vs-romney-social-media-deathmatch.html>

- صورة منصة تويتر-إكس ل تي شيرت عليه صورة للرئيس الأمريكي، وعليها بعض الكتابات بلغة الشارع الأمريكي.
- صورة الفيسبوك للرئيس الأمريكي وهو يعانق زوجته مع خلفية للسماء والسحاب.

التحليل السيميائي للصورة:

كان الرئيس الأمريكي يواجه بعض التحديات بحقيقة انتمائه للولايات المتحدة الأمريكية، وحبها لها، بحكم أصوله العرقية، وقد عمد الرئيس الأمريكي إلى نفي ذلك بالصور التي يمتزج فيه لون العلم الأمريكي مع شخصيته، وكرر هذه الصورة بأوضاع مختلفة في موقعه الشخصي في منصة تويتر-إكس، ليدل على أن لون العلم والهوية الأمريكية يخالط شخصيته. كما أن بعض الصور تتلاشى فيها لون وجه الرئيس الأمريكي أوباما في مقابل وضوح لون العلم الأمريكي على صورته الشخصية.

وفي الصورة ال تي شيرت الرياضي؛ بها صورته وهو يبتسم مع بعض الكتابات المغرقة في العامة، وتم نشرها في منصة إكس ووسائل التواصل الاجتماعية الأخرى، لتدل على الروح الرياضية التي يتحلا بها الرئيس الأمريكي، مع روح الحيوية والشباب، مع تواضعه ونزوله إلى اللغة المورقة في العامة، إلا أنها لغة الغالبية من الشعب الأمريكي، مما يكسبه تعاطف هذه الفئة العريضة من الناس.

وفي صورة الفيسبوك الثالثة بها إحياء بوفاء الرئيس الأمريكي مع زوجته، وإعطاء خلفية السماء للصورة، حيث أن الشعب الأمريكي يرى أن هذا من الإخلاص الذي يحبون أن يلتزم به رؤساء الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد كان من نتائج الاستخدام المتواصل لمثل هذه الصور المناسبة أن تم توليه للرئاسة الأمريكية في عام 2012.

نتائج التحليل السيميائي

من التحليل السيميائي السابق للصور ودلالاتها، فإنه يمكن القول بأن الرئيس الأمريكي أوباما قد تحاور مع الشعب الأمريكي من خلال الصور ذات الدلالات المعنوية

التي تهدف في جلها إلى توثيق العلاقات مع الشعب الأمريكي وكسب تعاطفه، وفي بعضها الآخر رداً قوياً على الخصوم بصورة مهذبة وجميلة، مما يتوقع معه بإمكانية تحقيقه للفوز .

كما أن في هذه الدراسة دلالة على استخدام الرئيس الأمريكي باراك أوباما لوسائل التواصل الاجتماعي في الحوار مع الشعب الأمريكي. وهو ما يوافق الدراسات الغربية التي تؤكد بأن وسائل التواصل الاجتماعي تعد من الوسائل التي تساعد على التحام أفراد المجتمع مع النخبة السياسية في المجتمع، كما تساعد في عملية دفع الأشخاص الذين لا يحبذون المشاركة السياسية، أو تقبل العمل السياسي على المشاركة بآرائهم وأصواتهم، مما يجعل كذلك من استخدام هذه الوسائل عاملاً مساعداً في بناء مجتمع مدني متقدم (Shirky, 2011).

مناقشة نتائج الدراسة:

بينت هذه الدراسة أهمية مخاطبة النخب في المجتمعات لجمهورهم المستهدف، كما أظهرت الدراسة من خلال الدراسات السابقة مدى تأثير وسائل التواصل داخل المجتمعات، والذي أصبح مفضلاً والأكثر تقبلاً لدى الأفراد والمجتمعات في يومنا هذا، مما يجعل من الحوار وإيصال الرسائل من قبل النخب أفضل من خلال هذه الوسائل، ولقد أظهرت هذه الدراسة باستخدام النخب السعودية والأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في حواراتهم، وبينت الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في نموذجي الدراسة والتي استخدمتها النخب حالتي الدراسة كانت: منصة إكس، والفيسبوك، واليوتيوب.

وأن من أهم النتائج التي قادت لها هذه الدراسة من خلال تحليل نموذجي الدراسة أنه بالاستخدام الأمثل للصور المناسبة التي يقبلها المجتمع أو الأفراد المستهدفون؛ يمكن أن تؤدي الرسالة مفعولها الإيجابي المراد، إذ عرضت هذه الدراسة لحالتين، الحالة الأولى؛ بينت الدراسة بأن الصور المستخدمة في الرسالة لم تكن تتناسب الجمهور المستهدف، وفي الحالة الثانية؛ كانت الصور المستخدمة للرئيس الأمريكي أوباما في

المراجع:

المراجع العربية

- إبراهيم، سمر (2022) دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، مجلة شئون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، قسم الدراسات، عدد 191.
- إبراهيم، عماد (2010). أثر استخدام الفيس بوك على سلوك طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة.
- السبسي، سارة (٢٠٢٣). معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المستخدمين نحوها، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع أكتوبر ٢٠٢٣ (٨٥)، ج ١، ص ٣٦٨-٣١١.
- البسيوني، محمد علي (2010). دولة الـ **Face Book**، دار الشروق، القاهرة.
- الشهري، حنان بنت شعشوع (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك ومنصة إكس نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- الشريف، عبدالإله (2014)، تصريح للمستشار الدولي عبدالإله الشريف، نقلاً عن عبر العربية نت، في:
- <http://www.alarabiya.net/ar/saudi>
- الزهراني، سعود (2014). عندما تقصى النخب، في:
- <http://dr-saudalzahrani.com/?p=356>
- العربية BBC، (2013). تقرير عن استخدام السعوديين للإنترنت، في:
- http://www.bbc.co.uk/arabic/interactivity/2013/06/130617_comments_saudi_high_est_twitter.shtml
- الدببسي، عبدالكريم على & والطاهات، وزهير ياسين (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، *دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 40 ، (1)، ص 81-66.
- الزومان، آلاء (2012) تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية: دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض، ورقة مقدمة في لمنتدى "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض: جامعة الملك سعود- المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال 23-24 جمادى الأولى 1433هـ الموافق 15-16 أبريل 2012م.

- العزب، سهام & الغامدي، محمد (٢٠١١). المحادثة عبر شبكة المعلومات أنماطها ودوافعها وآثارها، دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، العدد 1.
- العلاونة، حاتم سليم (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري "دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، الجزائر.
- المنصور، محمد (٢٠١٢). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- الرعود، عبدالله (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي، بحث مكمل للماجستير، الأردن: جامعة الشرق الأوسط-كلية الإعلام.
- أحمد الحبشي، مازق النخب القديمة، أنظر: <http://www.26sep.net/articles.php?id=6035>.
- خالد، سليم (2011). ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر.
- دياب، يوسف (2010). دليل المسؤولية المجتمعية، منشورات جامعة القدس المفتوحة.
- الزهراني، سعيد أحمد (2022). السلوك الاتصالي للنخب الثقافية السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض.
- سكر، ماجد رجب العبد (2011). التواصل الاجتماعي أنواعه ضوابطه أثاره معوقاته "دراسة قرآنية موضوعية، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين الجامعة الإسلامية، غزة.
- عوض، حسنى (2010). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، جامعة القدس المفتوحة.
- عمارة، محمد، (2009). مدخل إلى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع، القاهرة.
- علي، نبيل (2010). محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، كتاب العرب رقم 81، الجزء الأول، الكويت، وزارة الإعلام.
- عثمان، ابراهيم (2010). مقدمة علم الاجتماع، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2012). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط 1، القاهرة: عالم الكتب.
- مصطفى، عمر السيد أحمد (2012). البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه، القاهرة: مكتبة الفلاح.
- فؤاد، وسام (2012) الإنترنت ما بعد النقاالية واتجاهات تطوير الإعلام الإلكتروني:

<http://www.ahewor.org/diliat/show.art.asp?aicl=115099>

- نومار، مريم نريمان (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر- باتنة -الجزائر.
- هيئة تقنية المعلومات (2013). مسودة السياسة الحكومية للمشاركة الالكترونية واستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي، سلطنة عمان.

المراجع الأجنبية:

- Smith, D (2012). In: <http://www.ibtimes.com/president-obamas-four-more-years-tweet-becomes-most-popular-all-time-twitter-863086>.
- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media. In: Foreign Affairs, Vol. (90), No. (1).
- Hayes, D., Guardino M., (2013) Influence from Abroad, UK: Cambridge University Press.
- Costolo, D., (2013). In: <http://thabbet.com/stories/299671>.
- Jain, A., Barris, M., Katz, J. (2013) The social media President: Barack Obama and the Politics of Digital Engagement. US: Palgrave Macmillan.