شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المشاركة الانتخابية

سلسلة ندوات 2014

معهد البحرين للتنمية السياسية
Bahrain Institute for Political Development

bipd.org

معهد البحرين للتنمية السياسية

مبنى 362
طريق 3307
أم الحصم 333
ص.ب 38955
هاتف +973 17 821 444

نـــدوة

«شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المشاركة الانتخابية»

المنعقدة بتاريخ 2014/4/16 م

تقديم

علي أحمد سبكار

رئيس نادي الإعلام الإجتماعي
مملكة البحرين

عبدالوهاب العيسى

مذيع قناة الوطن
دولة الكويت

إدارة الندوة

علي حسين

معد ومقدم برنامج أول
تلفزيون البحرين

مكان انعقاد الندوة

فندق كروان بلازا – البحرين

مرسوم إنشاء المعهد

مرسوم رقم (39) لسنة 2005م (المواد الثلاث الأولى)

بإنشاء وتنظيم

معهد البحرين للتنمية السياسية

المعدل بالمرسوم رقم (41) لسنة 2008 والمرسوم رقم (81) لسنة 2009

نحن حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين

بعد الإطلاع على الدستور،
وعلى قانون البلديات الصادر بالمرسوم بقانون رقم (35) لسنة 2001،
وعلى المرسوم بقانون رقم (3) لسنة 2002 بشأن نظام انتخاب أعضاء المجالس البلدية،
وعلى المرسوم بقانون رقم (14) لسنة 2002 بشأن مباشرة الحقوق السياسية،
وعلى المرسوم بقانون رقم (15) لسنة 2002 بشأن مجلسي الشورى والنواب،
وعلى المرسوم بقانون رقم (54) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس النواب،
وعلى المرسوم بقانون رقم (55) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس الشورى، وبناء على عرض رئيس مجلس الوزراء،

رسمنا بالآتي:

مادة - 1 -

ينشأ معهد متخصص للتدريب، يسمى "معهد البحرين للتنمية السياسية" يلحق بمجلس الشورى، ويشار إليه في هذا المرسوم بكلمة "المعهد".

مادة - 2 -

يهدف المعهد، في إطار الأسس والمبادئ الدستورية والقانونية، إلى تحقيق الأغراض التالية:

1 نشر ثقافة الديمقراطية ودعم وترسيخ مفهوم المبادئ الديمقراطية السليمة.
2 توفير برامج التدريب والدراسات والبحوث المتعلقة بالمجال الدستوري والقانوني لفئات الشعب المختلفة، وبوجه خاص الفئات التالية:
(أ) أعضاء مجلسي الشورى والنواب وبعد التنسيق مع المجلسين.
(ب) أعضاء المجالس البلدية وبعد التنسيق مع هذه المجالس.
(ج) العاملين في وزارات الدولة والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني.
3 نشر وتنمية الوعي السياسي بين المواطنين وفقاً لأحكام الدستور ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
4 دعم وتنمية البحوث العلمية في مجال النظم السياسية والقانون الدستوري.
5 دعم التجربة البرلمانية من خلال شرح آلياتها، وأساليب عملها، وبيان دور السلطة التشريعية الرقابي والتشريعي.
6 دعم تجربة المجالس البلدية، ودورها في خدمة الوطن والمواطن.
7 ترسيخ مبدأ المشروعية وسيادة القانون.
8 توفير البرامج المتعلقة بالدراسات الخاصة بحقوق الإنسان وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
9 دعم المراكز والجمعيات القائمة على حماية حقوق الإنسان.
10 تدريس أسس وأطر ومبادئ المشروع الإصلاحي الحديث لمملكة البحرين وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
11 تعزيز ونشر ثقافة الحوار وتبادل الرأي.
12 إعداد مؤهلين للإنخراط في العمل السياسي.

مادة - 3 -

يباشر المعهد كافة المهام والصلاحيات اللازمة لتحقيق أغراضه، وله بوجه خاص ما يلي:
1 تحديد برامج التدريب والدراسة والبحوث التي تلائم مختلف فئات الشعب.
2 عقد دورات تدريبية خاصة بالثقافة الديمقراطية لمختلف فئات الشعب.
3 عقد الندوات واللقاءات المختلفة لجميع فئات الشعب من أجل تنمية الوعي بالمشاركة في الحياة السياسية بمختلف أشكالها.
4 جمع ونشر وحفظ الوثائق والمبادئ والأبحاث والمعلومات الدستورية وغير ذلك مما يساعد على نشر ثقافة الديمقراطية.

> حرية الرأي والبحث العلمي مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غيرهما، وذلك وفقا للشروط والأوضاع التي يبينها القانون، مع عدم المساس بأسس العقيدة الإسلامية ووحدة الشعب، وبما لا يثير الفرقة أو الطائفية

مادة (٢٣)
من دستور مملكة البحرين

كلمة المعهد

د. ياسر العلوي

أتاحت مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي المجال واسعاً أمام المشاركة والتفاعل مع الأحداث بحريّة غير مسبوقة، وباتت في كثير من الأحيان مُحفّزاً ومُحرّكاً للرأي العام، كما حدث في موجة ما سمي بـ "الربيع العربي" التي اجتاحت عدداً من الدول العربية منذ بداية عام 2011، ولازالت تعيش تداعياتها في الوقت الراهن.

وساهمت شبكات التواصل الاجتماعي بإحداث تطور كبير في صناعة الإعلام، وبزوغ "الإعلام الجديد" كمنافس للإعلام التقليدي، ولاعب مهم على الساحتين الإعلامية والسياسية، الأمر الذي انعكس بدوره على طبيعة التفاعلات السياسية والاجتماعية في المجتمعات، إذ شُكِّلت قنوات جديدة للمشاركة تتسم بسرعة الانتشار وحرية تداول المعلومات وقلة التكلفة والتفاعل بين المرسل والمتلقي، وهي مميزات جعلته يتفوق على الإعلام التقليدي بل ويشكل تهديداً لاستمراريته في المستقبل بحسب ما يرى المراقبون.

وقد ساهمت الإمكانات الكبيرة والمتطورة لشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وانستغرام والمدونات الشخصية في جذب الأنظار، وبرزت أهمية توظيفها في تعزيز المشاركة السياسية الإيجابية، لاسيما في العملية الانتخابية بمملكة البحرين، والتي عادة ما تشهد تنافسا شديدا بين المترشحين للفوز بالمقاعد البرلمانية والبلدية، بحيث أصبح المترشح القادر على التعامل مع أدوات التواصل الاجتماعي بِحِرَفية في الترويج لبرنامجه الانتخابي والوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من ناخبيه والتفاعل معهم، أوفر حظاً من غيره.

ساهمت الإمكانات الكبيرة والمتطورة لشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وانستغرام والمدونات الشخصية في جذب الأنظار، وبرزت أهمية توظيفها في تعزيز المشاركة السياسية الإيجابية، لاسيما في العملية الانتخابية بمملكة البحرين

د. ياسر العلوي
المدير التنفيذي
معهد البحرين للتنمية السياسية

وفي هذا الإطار نظّم معهد البحرين للتنمية السياسية ندوة بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على المشاركة الانتخابية" ضمن برنامجه التدريبي للانتخابات البرلمانية والبلدية 2014، والتي استهدفت بشكل أساسي المترشحون للانتخابات البرلمانية والبلدية، والجمعيات السياسية، ومدراء الحملات الانتخابية وجمهور الناخبين عموماً، بهدف توعية المجتمع البحريني بأهمية الإعلام الإجتماعي وكيفية استثمار إمكاناته لصالح التجربة الانتخابية، وتفعيل دور الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في العملية الانتخابية.

تحدّث في الندوة كلاً من رئيس نادي الإعلام الاجتماعي العالمي في البحرين السيد علي سبكار، والإعلامي الكويتي المعروف المذيع في قناة الوطن الكويتية الأستاذ عبدالوهاب العيسى.

تركزت محاور الندوة في دور الشبكات في عملية التوعية السياسية، وتقييم عام لأداء شبكات التواصل الاجتماعي البحرينية في العملية الانتخابية، مع استعراض نماذج وتجارب عالمية في كيفية استغلال الشبكات الاجتماعية في دعم المشاركة الانتخابية، وكيفية تعزيز إيجابيات دور الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في الانتخابات.

ويأتي هذا الإصدار متضمناً كلمات ومناقشات ومداخلات المتحدّثين في الندوة وما طُرِح خلالها من آراء وأفكار، وذلك حرصاً من معهد البحرين للتنمية السياسية على توثيق فعالياته وإتاحتها للمهتمين والباحثين والجمهور بهدف نشر المعرفة وتعزيز جهوده في مجال تنمية الوعي السياسي.

د. ياسر العلوي
المدير التنفيذي
معهد البحرين للتنمية السياسية

المقدمـة

في القمة الإعلامية الدولية الأخيرة التي احتضنتها العاصمة الروسية موسكو قبل عام ونصف تقريباً، بحضور كثيف لممثلي مختلف وسائل الإعلام الدولية والرسمية والخاصة، ناقش الحضور محاور عدة تكاد تكون شبه ثابتة في مختلف الملتقيات الإعلامية لما يزيد عن ست أو أكثر من السنوات مع اختلاف أبواب طرحها ومقاصد الولوج إليها.

فالمعنيون بالإعلام في العالم حينما اجتمعوا في موسكو من جديد تحدّثوا عن تطوّر وسائل الإعلام الإلكترونية وأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في المشهد الإعلامي الحديث، كذلك عن علاقة وسائل الإعلام بالمجالات الاقتصادية والتجارية وأخلاقيات المهنة في ظل تطوّر المشهد الإعلامي الدولي والتحولات السياسية والاجتماعية العالمية.

ولعل سباق الترشح للانتخابات (في البحرين) واحدٌ من تلك المجالات المهمة التي يمكن توظيف هذه المنحة الإلكترونية للوصول إلى أكبر شريحة (مجتمعية) في أسرع وقت وبأكبر قدر من التواصل والتفاعل وبأقل جهد وتكلفة، وغيرها الكثير من المميزات.

وإيمانًا بأهمية الإعلام الاجتماعي أو ما يُسمّى بالإعلام الجديد في إيصال المعلومة والكلمة المسؤولة، وضمن برنامج التدريب الانتخابي للانتخابات البرلمانية للعام 2014م الذي ينظمه معهد البحرين للتنمية السياسية نلتقي اليوم في ندوة "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المشاركة الانتخابية".

بداية، وبإسمكم، يسرّني ان أرحّب بالمتحدثَين الكرام، وهما الأستاذ علي سبكار رئيس النادي العالمي للإعلام الاجتماعي في البحرين، وأيضًا الإعلامي الزميل من دولة الكويت الشقيقة الأستاذ عبدالوهاب العيسى المذيع في قناة الوطن الكويتية.

ستكون مدة هذه الندوة ساعة ونصف تقريبًا، وسيكون لكل متحدث نصف ساعة، ومِن ثَمَّ نفتح باب الحوار والمداخلات والأسئلة في حدود الـ 30 دقيقة.

التعريف بالمتحدثين

أ. علي سبكار

مُؤسّس ورئيس نادي الإعلام الاجتماعي العالمي- الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وهو الأول من نوعه على مستوى المنطقة، عضو مجلس إدارة نادي الإعلام الاجتماعي العالمي، ومدير إدارة الفروع الجديدة للنادي حول العالم.

وهو أول خبير إعلام اجتماعي، على مستوى الخليج والوطن العربي والشرق الأوسط، يدخل مجلس إدارة النادي العالمي الذي يشكّل أكبر مظلّة للعاملين في حقل الإعلام الاجتماعي حول العالم.

أَسَّسَ سبكار مدوّنة متخصّصة بالإعلام الاجتماعي هي www.eHulool.com، وهي تجمّع افتراضي يستقطب أكثر من 60 من خبراء التواصل الاجتماعي حول العالم، يكتبون مقالاتٍ وأخباراً وتقارير عن آخر ما توصلت إليه صناعة الإعلام الاجتماعي.

ويشارك سبكار كمتحدث في كثير من المؤتمرات في الشرق الأوسط والتي حضرها بالمجمل أكثر من 10 آلاف مشارك في المنطقة، وأسهم في تأليف كتاب "لماذا التسويق" مع اثنين من خبراء التسويق الإلكتروني المعروفين عالمياً.

ونال سبكار جائزة البحرين الشبابية (تخصص التسويق) عام 2010، كما فاز بجائزة أفضل مستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى الشرق الأوسط عام 2011، وتمّ اختياره كـ "أفضل قيادي شبابي في منتصف 2012" من قبل صحيفة البحرين الشبابية الرائدة YSBNews.com، كما اختير سبكار من قبل موقع Top100Arabs.com لأكثر الشخصيات تأثيراً في وسائل الإعلام الاجتماعي، وفقاً لقياس Klout.com.

أ. عبدالوهاب العيسى

إعلامي كويتي يعد أحد نجوم البرامج الحوارية في تليفزيون الكويت، ويقدم البرامج السياسية في قناة الوطن، ويتميز بالحيادية التامة في الطرح، كما أنه من المغردين الكويتيين المعروفين حيث يتابعه أكثر من ربع مليون متابع.

حاصل على شهادة البكالوريوس في العلوم السياسية من جامعة الكويت، كما أنه حضر العديد من الدورات التدريبية المتقدمة في مجال الإعلام.

بدأ العيسى مشواره كمذيع أخبار، وصُنّف من قبل الصحافة الكويتية كأصغر مذيع أخبار في ذلك الوقت. ويعمل حالياً مديراً عَاماً لمؤسسة أوميديا للإعلان، واختير عضواً في جمعية الصحفيين الكويتية، وعضواً في المشروع الوطني لشباب الديوان الأميري، وعضواً في المجلس الثقافي للفنون والآداب.

عمل مستشاراً سابقاً في مركز صباح الأحمد للموهبة والإبداع، كما تم تكريمه كأحد أبرز الإعلاميين الشباب في الملتقى الإعلامي للشباب عام 2012م..

التعريف بمدير الندوة

أ. علي حسين

معد ومقدم برامج أول في تلفزيون البحرين منذ 1999، خبرة 16 سنة في إعداد وتقديم البرامج التلفزيونية والإذاعية والتقارير والأفلام التسجيلية والوثائقية، كما عمل مراسلا لقناتي "النيل" و"العربية".

عضو ورئيس عدة لجان تلفزيونية بتلفزيون البحرين كلجنتي البرامج الثقافية والشبابية، كما أنه حاصل على ذهبية مهرجان الخليج للإنتاج التلفزيوني والإذاعي عن البرنامج التسجيلي (سيرة ذاتية 2004) وكذلك فضية البرامج الثقافية (سيناريو، إعداد، وتقديم) في مهرجان الخليج للإنتاج التلفزيوني عام 2012 عن فليم (الإسلام في بلاد العم سام).

شارك كعضو في لجان الإعداد والتنفيذ والتحكيم لعدد من المهرجانات التلفزيونية منها مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، ومهرجان تونس للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني.

لعل سباق الترشح للانتخابات في البحرين واحدٌ من تلك المجالات المهمة التي يمكن توظيف هذه المنحة الإلكترونية (وسائل التواصل الاجتماعي) للوصول إلى أكبر شريحة مجتمعية في أسرع وقت وبأكبر قدر من التواصل والتفاعل وبأقل جهد وتكلفة، وغيرها الكثير من المميزات.

أ. علي حسين

كلمة أ. علي سبكار

موضوعنا اليوم يتعلق بالإعلام الجديد أو بشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في الانتخابات، طبعاً، اليوم هو اليوم العالمي لـ"تثبيت الحضور"، وهناك واحدة من الشبكات الكبيرة اسمها " فورسكوير دوت كوم" (4Square.com)، ومن المؤكّد أن بعضكم يعرفها.

اليوم بالذات، تاريخ 16 أبريل، هو اليوم العالمي للفورسكوير في العالم، هم أسسوها في أمريكا، وبسبب (فورسكوير)، غيَّر كلٌّ من الـ (فيس بوك، انستغرام، تويتر) نمطهم، نمط الإعلام الاجتماعي، وصرت حين تغرد تختار المكان الذي ستغرد فيه، حين تصور؛ تصور المكان وتكتب أنا موجود في هذا المكان.

و(الليلة) عندي 10 كتب سنوزعهم على أكثر شخص يستخدم الهاشتاغ bipd، الكتاب هو كتاب عن "كيف فاز أوباما في الانتخابات الأمريكية عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي"، وأعتقد أن المفترض على أي مرشّح وأي شخص مسؤول أن يمتلك هذا الكتاب ليعرف كيف أن رئيس أكبر قوة عالمية اضطُر لاستخدام الإعلام الاجتماعي في أكبر دولة عظمى من الناحية الاقتصادية، اضطُر لاستخدام الإعلام الاجتماعي ووسائل التواصل حتى يصل إلى الشرائح التي يحتاجها.

النادي العالمي للإعلام الاجتماعي

نبذه بسيطة عن النادي العالمي للإعلام الاجتماعي، هو نادٍ عالمي غير ربحي تأسس في عام 2006م في الولايات المتحدة الأمريكية في سان فرانسيسكو، يجمع المتخصصين في مجال الإعلام الاجتماعي والتسويق الإلكتروني من ذوي الخبرة والكفاءة لنشر التعليم وتبادل أفضل الممارسات بوسائل الإعلام الاجتماعية وهو يعتبر فرصة طيبة، وعن طريق النادي نجذب بعض الشخصيات العالمية العاملة في مجال الإعلام الاجتماعي للاستفادة من خبراتهم والتعلم منهم في هذا المجال.

"أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال للفعاليات السياسيّة في البحرين بالحراك الجماهيري من خلال المشاركة على هذه الوسائل، والتفاعل مع الأحداث. مثلًا "حتى الوالدة لا تخرج من البيت إلا بعد أن تطمئن على حال الشارع من خلال متابعتي لوسائل التواصل الاجتماعي"

أ. علي سبكار

وسائل الإعلام كثيرة منها: التلفزيون الذي صار يبث ما يلتقطه على الإنترنت مباشرة كمحاولة منه لمواكبة تكنولوجيا العصر، وكذلك حال الصحف التي تحولت أغلبها إلى مواقع إلكترونية، بل إن بعض الصحف تأخذ مبلغاً من المال من القارئ نظير القراءة والاطلاع على النسخة الإلكترونية.

الإعلام الاجتماعي يكتسب أهمية كبرى بالنسبة لأعمال الأفراد، الأعمال هي أعمال تجارية، أعمال ربحية، أعمال غير ربحية، مؤسسات حكومية، أي مؤسسة في العالم.

لا يستطيع أحد أن ينكر مدى شعبية الإعلام الاجتماعي، بحيث وصل الأمر إلى أن يوصف الإعلام الاجتماعي بالثورة المعاصرة لتكنولوجيا المعلومات، وأصبحت المجتمعات على درجة كبيرة من الألفة معه، والإحصائيات المتوفرة كفيلة بإخبارنا عن مدى شعبية هذه القنوات.

ماهي شبكات التواصل الاجتماعي؟!

كل شخص له تعريف، والتعريف البسيط هو: "خدمة تؤسسها وتبرمجها شركات لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركتهم في أنشطة معينة واهتمامات معينة، للبحث عن تكوين صداقات، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين". إذن، هذا الشيء هو شيء مميز؛ إنه يجمع المستخدمين مع بعضهم البعض، فهو عبارة عن مواقع إلكترونية موجودة على الإنترنت.

ما هي أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي بالنسبة للجميع؟ تتميز وسائل التواصل الاجتماعي اليوم بانعدام المحدودية، فهي ليست ذات حدود، ولا زمان ولا مكان، ولا أي جنسية، فهي تتخطى كل الحواجز، كما أنها سهلة الاستخدام، فهي موجودة على الهاتف النقال، وبإمكان أي شخص فتح حسابات مجانية، سهل التواصل بها والتعامل معها، لتصل إلى الملايين في كافة أنحاء العالم.

توجهت أنظار الناس جميعًا إلى هذه الوسائل فزاد من اهتمامهم وتعلقهم بها، والمعروف أن الإعلام الاجتماعي يجب أن يكون فيه نشر للمحتوى، المحتوى هذا يأتي في عدة وسائل، منها الصوتي، والصورة، والفيديو، والرسائل.

يوجد لدينا أكثر من 1600 موقع اجتماعي في العالم، وأكبر هذه المواقع هي 15 موقعاً أو 20 موقعاً فقط! أذكر منها (تويتر - الفيسبوك - جوجل بلاس - بابلي - لينكدإن - إنستجرام - فورسكوير - تمبلر-يوتيوب - بلاك بيري ماسنجر - كيك) فعلى سبيل المثال موقع "بابلي" أسّسه مجموعة من الشباب المبتكر، حيث بحثوا ووجدوا أن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى تحتوي فقط على صورة أو فيديو أو نص، ووجدوا أن المتبقي هو الصوت فذهبوا وابتكروا شيئاً إسمه (بابلي دوت كو bubbly.com) فقط للصوت.

فالمستخدم إذا كان لا يريد الكتابة أو التصوير؛ فما عليه سوى أن يغرّد، والبرنامج ينشر هذا الصوت عبر المواقع الإلكترونية الأخرى، فالرسائل الصوتية تنشر عبر وسائل الإعلام الاجتماعي. وهذا شيء مميز جدًّا ويريح الناس في العلاقات العامة.

في البحرين توجد ثلاث وسائل للتواصل الاجتماعي، وهي أكبر ثلاث وسائل في كل العالم، (الفيسبوك - تويتر - لينكدإن) أما الإنستغرام فيحتل المرتبة الخامسة في البحرين (2014م).

والفيسبوك - وهو أول الوسائل عالميّاً - حيث يستخدمه في العالم مليار و250 مليون مشترك، وفي البحرين لدينا اليوم 600 ألف مشترك طبقًا لإحصائية مارس 2014م، من إجمالي المستخدمين في الوطن العربي، في 2014 وصلنا إلى 62 مليون مشترك.

أما تويتر، فتبلغ أعداد مستخدميه حوالي 200 مليون مشترك في العالم، منهم 300 ألف مشترك في البحرين، والملاحظة الجديرة بالتأمل، في البحرين عدد مستخدمي التويتر زاد في المدّة من ديسمبر2013م - من 250 ألف مشترك، إلى 300 ألف مشترك

كلمة أ. علي سبكار (تتمة)

في مارس 2014، خلال ثلاثة أشهر انضم 50 ألفَ مشترك. وقد يظن البعض أن أغلب هذه الاشتراكات وهمية، (لكنها غير ذلك)، ويعتبر تويتر المغرّد النشط هو من يغرّد في تويتر تغريدة واحدة خلال شهر.

وعن خدمة الإنستغرام فإن هذا الموقع في توسّع، وقد أعلنوا بعد ثلاث سنوات من تأسيسه أن أيّ شخص لاينشر أي صورة على حسابه في الانستغرام سوف يتم غلق الحساب. فالحسابات الوهمية كلها ستغلق، أما موقع لينكدإن فنحن لدينا 300 مليون مشترك في العالم، منهم 150 ألفًا هنا، وفي الوطن العربي هناك 12 مليون مشترك.

إذن، هذه القنوات ضخمة جدًّا، وأرقامها رهيبة، والآن، إذا كنت ستعلن في الصّحف أو التلفزيون، لا بدّ أن يكون لوسائل التّواصل الاجتماعيّ دور في إعلانك.

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال للفعاليات السياسية في البحرين بالحراك الجماهيري من خلال المشاركة على هذه الوسائل، والتفاعل مع الأحداث. مثلًا "حتى الوالدة لا تخرج من البيت إلا بعد أن تطمئن على حال الشارع من خلال متابعتي لوسائل التواصل الاجتماعي".

لقد أصبح الإعلام الاجتماعي مهمًا في التحفيز وتحريك الرأي العام، وقد ساهم في جذب الأنظار بعد تفجيره العديد من القضايا التي أثارت الرأي، وخصوصًا تداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديد.

وسائل التواصل الاجتماعي هي عدة وسائل، نحن نخلط بين مواقع الإعلام الاجتماعي ووسائل التواصل الاجتماعي، فالمواقع .. هي التي ذكرناها في البداية (حوالي 25 موقعًا مشهورًا)، أما الوسائل فهي أكثر، فمثلًا (واتساب) هو وسيلة وليس موقعًا، فعلى الشخص المرشّح أو النائب أو الجهة التي تريد الدخول في الإعلام الاجتماعي أن يكون لديها هذه الوسائل، مواقع وشبكات إعلام اجتماعي، ومواقع شخصية، ومدونة قائمة، وبريد إلكتروني يمكن النشر من خلاله ورسائل مباشرة sms، وبلاك بيري، وواتساب، أو الكتب الإلكترونية.

> تتميّز وسائل التواصل الاجتماعي اليوم بانعدام المحدوديّة، فهي ليست ذات حُدُود، ولا زمان ولا مكان، ولا أي جنسية، فهي تتخطى كل الحواجز

أ. علي سبكار

وهناك أيضًا، التطبيقات الإلكترونية، حيث تستطيع إرسال رسالتك عن طريق التطبيقات، إذ أعتقد أن كل واحد من الحاضرين لديه (وندوز - بلاك بيري - أندرويد - أيفون) هذه التطبيقات الأربعة موجودة في كل الهواتف، فلو صنعت إعلانا صغيرًا، هذا الإعلان اليوم يمكن أن تختاره وتقول مثلا: أنا ساكن في منطقة عراد، وأريد أن أوصل رسالتي للموجودين في عراد، فقط عن طريق (شبكة جوجل للمواقع الإلكترونية) بعشرة آلاف دولار في الشهر. أنا كوني مرشحًا أستطيع أن أفعل هذا، يشاهد من يسكن في عراد صورتي والتعريف بي والكلام الذي أريد أن أوصله إليهم، وعندما يضغط عليه المستخدم يذهب به إلى الموقع أو المدونة؛ فالتطبيقات أصبحت سهلة.

وهنا تكون المقارنة المادية، فأيهما أكثر فائدة ماديًّا وتوفيرًا للمرشّح؟ النشر من خلال الوسيلة الإلكترونية والتي لا تكلّف سوى عشرة آلاف دولار وبشكل يومي ولمدة شهر؟ أم النشر في جريدة واحدة لمرة واحدة فقط تكلف حوالي خمسة آلاف دولار؟ فالنشر الإلكتروني يشاهده على الأقل خمسين ألف شخص في اليوم الواحد، لأن "جوجل" لديها خاصية الدفع، بحساب النقر، أي الدفع بمقدار ما يدخل الشخص على الرابط الإلكتروني الخاص بك.

من أهم استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي هو التعارف والتواصل مع الآخرين، معرفة الأخبار، التسلية، التعليم، التجارة، التوظيف، العمل الخيري والتطوعي. الأرقام رهيبة جدًّا بالنسبة للنشر في وسائل الإعلام الاجتماعي في العالم، فهناك 5 مليارات تصفح يومي في جوجل بلاس، وهناك 343 مليون مشترك على جوجل بلاس، 16 مليارَ صورةٍ نشرت في انستغرام في عام 2013م، 3 ملايين صفحة أعمال موجودة على لينكدإن، وهناك 400 مليون صورة ذهبت على(سناب شات) وهو برنامج خطر جدًّا على صغار السن خصوصًا البنات حيث إنها تظهر كصورة ما، ولكنها تُخزَّن في (سيرفرات)، علينا ألا نستخدمها فقط للترويج، أيضًا نستخدمها على أساس أننا نحمي أولادنا، وأولياء الأمور يجب أن يتعلّموا هذه الأمورّ!

المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي سابقاً كانوا يسمونه هو الملك، أما الآن فقد صار الأهم من المحتوى هو العلاقات، التفاعل، إذا لم تتفاعل مع الناس، فالمحتوى ليس له فائدة، فالتفاعل اليوم هو الأهم في العملية السياسية في الإعلام الاجتماعي، وإنك تتفاعل مع الجمهور، فأفضل وسيلة تصل بها إلى جمهورك هو الإعلام الجديد، لأنك بالإعلام الجديد تستطيع تحديد المنطقة، والفئة العمرية، والكلمات التي يكتبونها.

اليوم في "تويتر" تستطيع أن تصل لأي شخص يكتب مثلًا كلمة (عراد أو سياسة أو انتخابات) وبالعربي تستطيع إرسال رسالتك له، أو التغريدة الخاصة بك تصل له بدون أن يدفع فلساً.. الا إذا تفاعل مع هذه التغريدة. اليوم الإعلام الجديد تغيّر، قالوا إننا لا نريد أن نجعل الناس تدفع فقط، وإنما نريد أن نُرِيهم أنهم حين يدفعون يتواصلون، لأن التواصل هو الأهم.

"ديفيد بلوك" مؤلّف كتاب (بارك 2.0) والكتاب موجود اليوم عندنا لتوزيعه، قال "إن الإعلام الجديد لا يعمل للمؤسسات إلا بـ "التقنية، التفاعل، التطبيق والأدوات". فمن الممكن أن يأتي شخص ويقول إنه فتح حسابات على تويتر وانستغرام مثلًا ويريد أن يتفاعل، لا.. عليك أن تطبّق وتتعلم وتستخدم بعض الأدوات.

وقبل أن تبدأ باستخدام هذه الوسائل، عليك بعمل خطة مختصرة، يطلق عليها خطة الإعلام الاجتماعي في التفاعل مع المرشّحين والنوّاب، وهذه الخطة ليست فقط للمرشحين والنواب بل لكل شخص، ومؤسسة، و وزارة، و شركة، و جمعية. حتى أنت -كونك فردًا أو مؤلفًا أو دكتورًا - لأي شخص، هذه الخطة تقوم على ستّ أدوات هي (الرصد - الأهداف - الخطة - المحتوى - التفاعل - القياس).

فالرصد، حين يقال في الإعلام الجديد، هو أن ترصد من تكلّم عنك وأين ومن هم المستهدفون.. أما الهدف بالنسبة للمرشح فهو الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة، وهي التعريف بالمرشّح أو المؤسسة السّياسيّة، ولنشر البرنامج الانتخابي والفعاليات، وجمع ردود الفعل وهي من أهم مميزات الإعلام الاجتماعي الآن.

ففي السابق كان لا بدّ أن تأتي بشركات ومراكز استطلاع الرأي كي تستطيع أن تعرف، أما الآن عن طريق أسئلة بسيطة تضعها على الإنترنت تستطيع أن تحصل على آراء الناس، أيضًا تخفيض التكلفة الدعائية للحملة الانتخابية، فالمرشح كان في السابق ينفق 40 أو50 أو 60 ألفَ دينار. أما الآن فهو ليس بحاجة إلى إنفاق هذه المبالغ الضخمة.

فعلى سبيل المثال يوجد 600 ألف شخص مسجّل في البحرين على الفيس بوك، ليس عليك سوى أن تكتب اسم منطقتك، سوف يعطيك بالضبط كم شخصًا موجودًا على الفيسبوك من هذه المنطقة، تويتر 10 آلاف دولار، شبكة جوجل للمواقع الإلكترونية يصل لكل شخص لديه موبايل ويعطيك أقل من (سنت) للتواصل مع الناس، وهكذا صار الإعلام الجديد ينافس الإعلام التقليدي ويجعلك تملك كل الأدوات في يدك.

المحتوى والحث على التفاعل، بقي اليوم عن الانتخابات ستة أشهر، من بدأ يستعد من الآن للانتخابات؟! فعلى المرشحين أن يبدأوا في استثمار أدوات الإعلام الجديد وهذا يتطلب ثلاثة أشهر على الأقل لتكوين وجمع المجتمع المستهدف، وثلاثة أشهر أخرى من أجل إحداث التفاعل، إذا نشرتَ إعلانا بألفي دينار في جريدة لمحاضرة يأتيك 20 شخصًا، أين التفاعل؟

اليوم وسائل التواصل الاجتماعي تستطيع أن تقيس كم شخصًا أُعجب بك، كم شخصًا علَّق عليك، كم شخصًا أعاد نشر المحتوى وهذا أفضل من الإعلام التقليدي الذي أصبح مستهدفوه محدودي العدد، بعكس الإعلام الجديد الذي تستطيع ليس فقط أن توسّع دائرة المستهدفين، بل أن تعرف مشاعرهم السلبية والإيجابية تجاهك، وإذا كان هناك من تكلفة فهي لا تتعدى ستة دولارات لكل واحد منها شهريًّا. وهو موقع (سوشيل برو دوت كوم) وميزة هذا الموقع أنه يعلمك تحديدًا متى تغرد؟ وماذا تقول للناس؟ وهو أيضًا يقيس لك المتابعين، ومن هم؟ ومن أين هم؟ ومتى يكونون متواجدين؟ وما هو أفضل وقت يكونون موجودين فيه؟ ما هي الكلمات التي يستخدمونها؟ والوسم (هاشتاغ) الذي يستخدمونه؟ وموقع كلاوت دوت كوم مجاني ويقيس لك كم أنت مؤثر في محيطك في الإعلام الاجتماعي.

موقع "سوشيال برو"، يقيس لك يوم بيوم، ساعة بساعة، بالنسبة إليّ أنا "علي سبكار"، أفضل وقت لي بعد الرابعة عصراً إلى 12 ليلًا، أفضل وقت الخميس السابعة مساءً، يجب أن أكون موجودًا في الإعلام الجديد لأن أكبر عدد (30%) من متابعيني يكونون موجودين للتفاعل معهم، هناك ناس يخافون من مواقع التّواصل.. تخاف من عدم الردّ على الناس؟!

أنت لديك قياس يقول لك متى تكون موجودًا وأين هم؟ في أي المدن، في أي القرى، ما هي الكلمات التي يستخدمونها والروابط، وهناك من يدعي أن الفيسبوك مات، ولكن الإحصائيات تشير إلى عكس ذلك، وتدل على أنّ أكبر فئة موجودة هي 25 - 34 سنة، ومتوسّط عمر مستخدم الفيسبوك هو 30 سنة في البحرين، لم يعد هناك أطفال في وسائل الإعلام الاجتماعي، ذهبوا إلى سناب شات وانستغرام، الفيسبوك صار للكبار!

أنشئ لك صفحة، واختر الفئة التي تريدها، والكلمات التي تريد، اختر الموقع، اختر المدن، واختر الهوايات سيعطيك بالضبط، مثلًا، يقول لك هناك 20 ألف شخص من تلك الفئة التي تريدها، تواصل معاهم وانشر محتواك لـ 20 ألف شخص، وهناك تنبيه من الفيسبوك أن أكبر شريحة موجودة هي فئة الشباب 25 - 34 سنة، العزاب والمتزوجون تقريبًا الشيء نفسه، عدد كبير جدًّا، يستخدم الفيسبوك عبر الموبايل 40%، و 20% أو أقل لمستخدمي الويب، فحتى أسلوب المحتوى الذي ستنشره يجب أن يناسب الموبايل.

بمعنى، أنّ الإعلان الذي تضعه بالجريدة لا يصلح للإعلام الاجتماعي، وإنما ينبغي أن يكون شيئًا بسيطًا يصل إلى الناس، وهذا يفرض على المرشح تَحَدِّي بضرورة أن تكون الرسالة الموجهه للناخب قصيرة وبسيطة كي تصل إلى أكبر قدر من الناس.

مثلًا شعبية وسائل التواصل الاجتماعي في البحرين أنه خلال شهر واحد نُشِرت 4 ملايين صورة في البحرين عبر الفيس بوك، وأكثر من 47 ألف مقطع فيديو ومليون تحديث حالة. وأكثر من 11 مليون تعليق في البحرين. وهذا يشير إلى أهمية التفاعل من خلال هذه الوسائل في مملكة البحرين. لذلك ينبغى أن تعرف ماذا تنشر، ليس الكلام فقط، من الممكن نشر صورة أو فيديو خصوصاً المرشح والجهات السياسية، وهذا يدلك أين ينبغي أن تكون الفيسبوك وتويتر وهذا الذي استخدمه "باراك أوباما".

خطورة الإعلام الاجتماعي

فمن الممكن أن تحدث سرقة حساب الفرد واستخدامه من قبل الآخرين، وإضافة شخص إلى شبكة تعتقد أنك تعرفها (وقد يكونون وهميين).

وهذا يفرض علينا عدم إضافة شخص لا نعرفه، لأن ذلك خطأ كبير ينبغي تداركه، هؤلاء الأشخاص من الممكن أن يكونوا وهميّين ويقوموا بالاستيلاء على صفحتك وسرقة بعض المعلومات الهامة منها، وينصح المرشح الانتخابي أن يقوم بتأسيس ما أسماه (بيزنس بيج) لتكون صفحة رسمية للمرشح، لا يكون فيها قبول (أصدقاء) وإنما (معجبين)، فلا يتواصلون معك شخصيًّا وإنما مع برنامجك والمحتوى الذي تنشره، لكي يسهل عليه التواصل الآمن مع الناخبين.

الجريمة الإلكترونية بالطبع كلنا نعرفها، حرية الرأي والتعبير المكفولة يجب أن تمارس بشكل موضوعي منزّه عن الإسفاف ومخالفة الآداب التي لا تبيح أبدًا النيل من الأشخاص أو الإساءة إليهم.

نصائح للاستخدام الآمن لوسائل التواصل الاجتماعي:

1. نشر معلومات عامة قدر الإمكان ولاتحتوي على تفاصيل.
2. نشر المحتويات التي ترغب في أن تكون معلومة للجميع.
3. التعامل مع جهات الاتصال الموثوق بها.
4. الانتباه إلى إعدادات التحكم لمواقع الشبكات وخصوصًا في الانستجرام؛ لأن الانستجرام اليوم أصبح مُلكاً للفيسبوك (يجب أن تتأكد من الإعدادات لكل موقع).
5. الأخلاقيات.
6. الاحترام وعدم التجريح.
7. التعبير عن الآراء بموضوعية وأسلوب مقبول.
8. احترام الرأي الآخر.
9. (ودائماً تذكّر) إن ما تكتبه في لحظة غضب .. سوف يتم مشاهدته من قبل كل العالم!

وختامًا، فإن موقع جوجل أصبح يحفظ كل شيء، فلن يستطيع أحد أن يمحو شيئًا قد كتبه، لذا ينصح بضرورة التفكير بتأنٍّ قبل الكتابة أو الإعلان عن رأيك وردود أفعالك. (هل ما أكتبه سيفيدني أو سيفيد الشخص الآخر؟ أو سيفيد المجتمع) ثلاثة أسئلة، إذا وُجِدت فائدة انشرها وإذا العكس فلا حاجة لنشرها. وشكرًا لكم.

كلمة أ. عبدالوهاب العيسى

بدايةً، كل الشّكر لمعهد البحرين للتنمية السياسية على هذه الاستضافة الكريمة، وأتشرف بالمشاركة اليوم معكم وبالأخص مع الأستاذ على سبكار، وللأمانة، نحن نسمع به كثيرًا في الكويت، ودوره الكبير في توعية المجتمع بأهمية هذا الإعلام الحديث، ومن الممكن في الفترة القادمة على مستوى الكويت ودول مجلس التعاون سنواجه تحديات صعبة بحاجة إلى وعي أكثر للمجتمع الخليجي بشكل عام، فكل الشكر لمعهد البحرين على مساهمته في زيادة الوعي.

طلب مني الأخوة أن أقدّم ورقة عمل، ولما علمت أن الأستاذ علي موجود، قلت: لن أعد الورقة، لأني أعلم أنه إنسان متخصص أكثر مني، فقلت أنا أريد أن أركّز أكثر على تجربتي الشخصية التي عشتها بشكل يومي في الكويت، وقريبة جدًّا من التجربة التي ستعيشها البحرين.

أنتم تتميزون عنّا بأمر واحد، وهو أنكم هنا في البحرين تعلمون متى ستكون الانتخابات وهي بعد ستة أشهر، في الكويت لا تعلم متى ستكون الانتخابات، تقوم صباحاً وإذا بالانتخابات في اليوم التالي، فالمرشح للانتخابات في البحرين لديه الفرصة لبناء منظومة في الإعلام الاجتماعيّ.

أبدأ أول الأمر بتعريف مختصر عني، بدأت في تقديم النشرات السياسية الإخبارية في تلفزيون الوطن عام 2007م، وأقدم البرامج السياسية في تلفزيون الوطن إلى اليوم، قد أكون من الجيل الإعلامي الكويتي النادر الذي استفاد بشكل كبير من تردي الأوضاع السياسية في الكويت.

الفوضى الحاصلة الآن في البحرين
ودول التعاون، الناس قد تراها مزعجة، لكني
أراها منطقية جدًّا؛
لأنه بالمنطق،
على سبيل المثال، في الكويت .. 5 أشخاص لهم
حق النشر فقط على مدار 40 سنة!
5 صحف يومية فقط، وغيرهم ليس لهم حق في
نشر شيء،
وفي يوم وليلة مليون كويتي ينشر، مؤكَّد
ستحدث فوضى.

أ. عبدالوهاب العيسى

أصبح توجه الناس في الكويت بشكل كبير إلى البرامج السياسية والنشرات، حتى في مواقع التواصل الاجتماعي، ولدى الإعلاميين السياسيين، بكل أسف فقد استفاد المجتمع من كثرة الأزمات السياسية التي واجهتها الدولة خلال هذه السنوات، فأصبح لنا تواصل أكبر ومباشر مع الناس خاصة في جزئية مواقع التواصل.

ومن أبرز القصص من الواقع السياسي التي عاشته الكويت، كيف بدأت الناس تتجه لمواقع التواصل الاجتماعي، قصة فوز الكويت بكأس الخليج، والذي كان مقامًا في اليمن، حيث بدأت جميع القنوات التلفزيونية الاحتفال بأغنية أو أمسية أو غيره، ولكن، في أثناء هذه الاحتفاليات كان يوجد في الوقت ذاته ندوة سياسية في منطقة صليبيخات (منطقة سكنية شهيرة بدولة الكويت) ولكن هذه الندوة صدر أمر أميري يومها بمنع أي تجمع لهذه الندوة السياسية خارج البيت، بمعنى.. إذا كنت تريد حضور الندوة إذهب، لكن لا تجلس في الحديقة أو الشارع، ولكنّ الناس تجمعوا وبكثرة عند مقر الندوة، وذلك كان يوم 2011/12/8م.

حدث اشتباك، وتدخلت القوات الأمنية، بدأ الناس بفتح التلفزيون لكي يعرفوا ماذا حدث لم يجدوا شيئًا، وفي الصحف لم يجدوا شيئًا، فاضطر الموجودون في الندوة أن يقوموا بنشر ما يحدث على حسابات تويتر، وبدأ الآخرون بمتابعة ما يحدث من خلال حسابات هؤلاء، ومن هنا كانت بداية الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي في دولة الكويت، ومن يومها أصبح الكويتيون من أكثر الدول مشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتوسّعوا إلى موضوعات أخرى رياضية واجتماعية وغيرها.

وليس فقط في السياسة، فأصبح الناس يتابعون أخباراً عن الكويت بشكل آخر، وصياغة أخرى، وبدأت تهتز عند الناس مصداقية المؤسسات الإعلامية التقليدية، وشعر الناس بقوّتهم الفردية، دخلنا حتى في مرحلة الفوضى، الفوضى المنطقية بوجهة نظرى.

والفوضى الحاصلة الآن في البحرين ودول التعاون الناس قد تراها مزعجة، لكن أنا أراها منطقية جدًّا؛ لأنه بالمنطق على سبيل المثال الكويت 5 أشخاص لهم حق النشر فقط على مدار 40 سنة 5 صحف يومية، غيرهم ليس لهم حق في نشر شيء، وفي يوم وليلة مليون كويتي ينشر، مؤكّد ستحدث الفوضى، وبعدها المجتمع نفسه يطرد السموم التي بداخله إلى أن تنتظم العملية إلى أن وصلنا.

وهنا أنا سأتخصص في موضوع الندوة "شبكات التواصل وأثرها في العملية الانتخابية"، وليس بالضرورة أن يكون أثَّرَت إيجابيًّا، ممكن أن يكون أثرًا سلبيًّا، من وجهة نظري هو أثر إيجابي لأننا اليوم نتكلم عن محاور سياسية، والمحاور السياسية أنا أراها صحيحة وأنت تراها خاطئة، وهي المحور نفسه وتختلف باختلاف الزواية التي ينظر منها الشخص.

و قصة أخرى، كانت نموذجًا للدور المؤثر الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الكويت، فقد صدر مرسوم أميري بتقليص عدد الأصوات من أربعة أصوات إلى صوت واحد للفرد، أي صوت انتخابي لكل مرشح، فأعلنت المعارضة الكويتية أنها سوف تقاطع الانتخابات، إلا أنه كان يوجد تنسيق إعلامي حكومي جيّد مع رؤساء التحرير وقنوات التلفزيون، لأنّه في كل عام يجتمع رئيس الوزراء مع هؤلاء القيادات الإعلامية ويخبرهم بخططه في الانتخابات حتى يبدأوا في تمهيد الساحة السياسية، وظنت الحكومة أن الأمر بهذه الطريقة تحت السيطرة.

لكن، أتت الحملة التسويقية لمقاطعة الانتخابات، وظهر حساب سري في "تويتر"، إلى يومنا هذا لا ندري من المجموعة التي تقف ورائه، واسم الحساب "كرامة وطن"، ليس لديه متابعون ولا ينتمي إلى المعارضة، هو جرّ المعارضة لتوجّهه، فوضع له اللون البرتقالي، ودعا الناس إلى مسيرة حاشدة في اليوم التالي اعتراضًا على المرسوم الأميري.

كلّ هذا يأتي في سياق الحراك السياسيّ العادي، لمن لا يعرف الكويت، ليس هناك تجاوز على النظام أو شيء من هذا القبيل، هذا حراك سياسي بالكويت موجود منذ زمن، فالموضوع يعني ليس كأنه ربيعٌ عربي أو غيره وإنما موضوع عادي، ركّزت عليه أكثر لأن فيه رابطًا بمواقع التواصل الاجتماعي، ونزل الناس إلى الشارع استجابة لهذا الحساب على تويتر، والذي لم يدفع عليه دينارًا واحدًا، والذي ليس لديه متابعون أصلًا، نزل 150 ألف شخص كما يقول البعض، والحكومة تقول 20 ألفًا، ولكن نحن نختار الوسط ونقول 70 ألفًا وهذا الرقم ليس سهلًا.وهو أمر يشير إلى القدرة الكبيرة للإعلام الاجتماعي في التأثير في الناس.

واستطاع "تويتر" أن يجر المعارضة تحت غطائه، وأصبح ينظّم المسيرات ويدعو الناس إلى مقاطعة الانتخابات. وكانت النتيجة أن شهدت الكويت أكبر مقاطعة للانتخابات في تاريخها لمجلس أمة.

وهذه القصة والدعوة لمقاطعة الانتخابات قد تواجه البحرين خلال ستة أشهر، الآن هناك ناس ترى أن المقاطعة أمر صحيح، وآخرون يرونها خطأً، لكن الدولة كيف تتعامل؟ ما هو توجّه الدولة؟ هل الدولة حريصة على المشاركة الانتخابية؟

في الكويت بسبب المقاطعة القويّة؛ قَويَت الدّعوة إلى المشاركة، لكنّ صدى المقاطعة كان أقوى على الرغم من إنفاق الحكومة كثيرًا على إعلانات المشاركة، في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الإعلام التقليدي.

وبخصوص جزئية أمريكا، اختارتني السفارة الأمريكية في الكويت من ضمن 18 شخصًا بالعالم لدورة متقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي - للعلم، لديّ شركة متخصصة في التسويق على مواقع التواصل الاجتماعي سأتكلم عنها فيما بعد - فقلت هذه فرصة للجلوس مع الأمريكيين، وكان ضمن الزيارات أن نجلس مع فريق وسائل الإعلامي الاجتماعي لحملة باراك أوباما 2012م، وهم نفسهم الذين تحدث عنهم الأستاذ علي سبكار.

وكانت هناك مجموعة من دول عربية ودول غير عربية، وفيهم مجموعة من الذين قادوا الثورة في مصر(ثورة 25 يناير)، واستفدنا من ذلك بالطبع ولكن ليس كثيرًا، لانني تفاجأت بمستوى الوعي الخليجي بحكم أن مدخول المواطن الخليجي جيد ويستطيع أن يشتري "آيفون" وغيره من الأجهزة التي سهلت الوعي بآلية استخدام وسائل التواصل، وتفاجأت أن ليس هناك أشياء كثيرة نجهلها على مستوى المواطنين، بل ربما نحن نتفوق حتى على اليابانيين في هذه النقطة.

أنا كنت في اليابان منذ فترة، ووجدتهم غير متقدّمين في وسائل الإعلام الاجتماعي مثل الخليجيّين لأسباب اقتصادية، جلسنا مع فريق وسائل الإعلام الاجتماعي لحملة بارك أوباما وقلنا لهم: "ما هي أهم وسيلة أنتم حريصون عليها قالوا: "الإيميل شوتس"، وقد تفاجأت صراحة، توقعت أن يكون "تويتر"، وذكروا أن التحدي كان: كيف تجمع مشتركين على القائمة البريدية للنشرة الخاصة بأوباما، أخواننا المصريون ماذا كان سلاحهم في ثورتهم على النظام السابق، كان Fan page على الفيسبوك، وفي الكويت (تويتر)، ثقافة المجتمع وكل الدولة بغضّ النظر عن الأرقام.

نحن في الكويت أعداد مستخدمي الفيسبوك أكثر من تويتر، ولكن 90% منّا وافدون، فالأرقام تخدع، ولا يدركها إلا ابن البلد، فالمجتمع وطبيعته وكل وسيلة تتوافق معه، الأمريكان يحبون استخدام الإيميل، المصريون يحبّون الفيس بوك، الكويتيون تويتر، تخيلوا حساب "كرامة وطن" في تويتر، كم شخصًا ذهب، تخيلوا 25 يناير والدعوة كانت في الفيسبوك أو تويتر، وبالتالي من سينزل الانتخابات في البحرين، وإن الحكومة تريد أن يكون لها دور في هذه المواقع، يجب أن تضع بعين الاعتبار الأرقام التي تحدث عنها الأستاذ سبكار، إضافة إلى أن المجتمع أين؟

صحيح كلام الأستاذ علي، أنّه يجب فتح قنوات للتواصل، ولكن في النهاية هذا إنفاق، يلزمك صرف نقودك ليقوى نفوذك، ولكن أين أضع نقودي؟ عندي 10 آلاف دينار، ليس صحيحًا أن أضع ألفًا في الفيسبوك وألفًا أخرى في التويتر وأخرى الإنستغرام،

يجب معرفة مكان وجود المجتمع المستهدف، الجمهور الذي أريد أن أخاطبه كوني في الدولة أو كوني مرشحًا أوشركةً، هل أريد الوافدين على سبيل المثال في الكويت، فإن كان كذلك أضع نقودي في الفيسبوك، ولا أضع شيئًا في تويتر، والعكس صحيح، وهنا.. يجب أن يجيب عن هذا السؤال واحدٌ من أبناء البلد، وليس الأرقام والإحصائيات العالمية، والتي لا تعطيك بالضرورة الرقم الصحيح.

بالنسبة لمن سيشاركون في الانتخابات، الموضوع ليس فقط وسائل الإعلام الاجتماعي، الموضوع كيف أستفيد من الإعلان التقليدي، في التلفزيون والجرائد وفي مواقع التواصل الاجتماعي، أنا شخصيّاً نظمت أكثر من 20 حملة إعلام اجتماعي لمرشحين في الكويت خلال دورتين انتخابيتين.

الانتخابات الثانية، التي كانت أكثر تأثيرًا ومشاركة بعد أن خفّت المقاطعة وغيرها، أهم ورقة لعبنا عليها كوننا شركة لخدمة عملائنا، هي الفيديو الذي يُعرَض في الإعلام التقليدي، وشبكناه في مواقع التواصل الاجتماعي.

هذا، لا يعني بالضرورة أن يصلح ذلك للبحرين، ولكن في الكويت في تلك الفترة كان ذلك مجديًا، كان لدينا مُدَوّنَة إسمها "زيادي" فكرتها أن أي "Hot Topic" يُعرَض في قنوات الكويت يأخذون منها دقيقتين أو ثلاث ويضعونها في المُدَوّنَة ، وبمجرد الدخول عليها يمكن للمتابع رؤية كل المقاطع التي وقعت في الكويت اليوم بالتلفزيون، وصارت لدينا اتفاقية مع عملائنا المرشحين لتسجيل مقابلاتهم التلفزيونية.

في هذا الزمن الاعتماد على الفيديو بشكل أكبر، خاصة لمن لم يتم ثلاث أو أربع سنوات يشتغل في الإعلام الاجتماعي، لتختصر الطريق يجب الاعتماد على المحتوى الصحيح، احرص على تسجيل المقابلة وتقطيع أهم الفقرات، لأن في وسائل الإعلام الاجتماعي يستحيل أن يشاهد الناس أكثر من دقيقة أو دقيقة ونصف، وتنشرها بشكل سليم إما عبر حسابك أو عن طريق مشاهير ومؤثرين في المجتمع لك علاقة أو اتفاقيات معهم.

من النقاط التي سأتكلم عنها أيضًا، وأتوقع أن تكون موجودة في البحرين، نمو ضخم في الصرف الإعلاني على مواقع التواصل الاجتماعي، سمعنا في الكويت وسنسمع في البحرين قريباً، والله أعلم، إذا كان شباب من البحرين تمسّكوا بهذا الجانب، وبشركات جديدة ستحقق أرباح غير مسبوقة في تاريخ الإعلام كله، إذا عملت بجدٍّ خلال الانتخابات.

أسّست شركة إسمها (أوميديا) قبل ثلاث سنوات في 2011م، بعد الطفرة التي حدثت في مواقع التواصل، وبحكم أن لديّ متابعين كُثُر، وبحكم عملي في الإعلام، تأذّيت من كثرة الاتصالات التي تأتيني بشكل دائم، "عبد الوهاب نريد أن تنفي هذا الخبر، عبدالوهاب نريد تأكيد هذا الخبر، عندنا منتج نريد الإعلان عنه"، فقلت لهم توقفوا، واتصلت بمجموعة من زملائي الإعلاميين الذين لديهم متابعون كثر في الكويت، وقلت لهم تعالوا وسأكون معكم وأخلّصكم من الضّغط، بحيث يكون لي الحق كوني شركة أن أنشر من خلال حساباتكم الشخصية إعلانات مباشرة وغير مباشرة، بشرط ألّا تخالف هذه الإعلانات الشريعة الإسلامية وأن لا تخالف قوانين الدولة أو الأخلاق والآداب العامة للمجتمع، إضافة إلى موافقة صاحب الحساب على النشر.

وقد حققنا نموًّا ممتازًا واستفدنا من الانتخابات، وأتوقع أن مثل هذا النوع من الشركات ستكون موجودة بشكل كبير إذا كانت الأرقام التي ذكرها الأستاذ علي اليوم في البحرين، وأنا أدعو شباب البحرين للاستفادة من هذه الطفرة، وأسمع أن في البحرين صندوقًا لدعم المشاريع الصغيرة والشباب، وفي كل دول الخليج من الذي يسيطر على سوق الإعلان؟، الشركات العالمية التي لها أفرع، وعادة تكون جاليات غير خليجية، وهؤلاء لن يستطيعوا السيطرة على وسائل الإعلام الاجتماعي لأنها تعتمد على الثقافة المجتمعية.

كلمة أ. عبدالوهاب العيسى (تتمة)

النقطة الأخيرة، الحكومة، حكومة الكويت، حاولت بشتى الطرق أن يكون لها كيان وتأثير في مواقع التواصل الاجتماعي لكن كانت تقابلها ردود فعل متغيرة، الآن سمعت أن هناك توجّهاً لأن تكون هناك إدارة خاصة لمواقع التواصل في وزارة الإعلام أتمنى أن تفعّل، وإذا كانت وزارة الإعلام في البحرين حريصة على المشاركة الانتخابية، فعليها البدء مبكّرًا، وميزة البحرين أنها تعلم موعد الانتخابات القادمة، وعليها أن تبدأ العمل من اليوم تجاه توجه الدولة للمشاركة الفعّالة، وألا يكون عملها عبارة عن ردود فعل، لأن ردة الفعل ستصرف مبالغ كبيرة دون أي نتيجة، وستتفوق عليك أي جهة أخرى لأنهم من سيقودون وأنت ستكون مجرد رد فعل، ولكن تبدأ من اليوم باتجاه خطوات مشابهة لمعهد البحرين للتنمية السياسية وأن تكون هي السبّاقة في الفعل.

> أنتم تتميزون عنّا بأمر واحد، وهو أنكم هنا في البحرين تعلمون متى ستكون الانتخابات وهي بعد ستة أشهر، في الكويت لا تعلم متى ستكون الانتخابات، تقوم صباحاً وإذا بالانتخابات في اليوم التالي

أ. عبدالوهاب العيسى

مداخلات الحضور

السؤال الأول:

كيف نوفّق بين القانون الذي صدر أخيرا في البحرين والذي يمنع النشر المرئي أو عبر "تويتر" أو التسويق السياسي، وبين شبكات التواصل الاجتماعي، هل هذا سيكون ممنوعاً؟

أ. علي سبكار:

القانون إلى الآن لم يصدر، فحاليًا.. دعك من القانون، أنت تحتاج إلى شخص متخصّص في التسويق، فلدينا في الإعلام الاجتماعي محوران هما المحتوى والتفاعل. ما هو المحتوى الذي لا بدّ أن يتوافر عندك؟ وكيف تتفاعل مع الجهة المستهدفة.

وبالنسبة إلى الجمعية، مرشحوكم في أي منطقة، من هم الفئات المستهدفة، ما هو المحتوى الذي تريد نشره لهم، وكيف ستتواصل معهم، إذا كان المحتوى قويًّا، وتفاعلك سليمًا ستصل إلى هدفك والنتائج التي تريدها، ولن تتجاوز القانون لأنك بالنهاية تمتلك برنامجًا معينًا حاز على الموافقة عند الترشيح، والمرشح للانتخابات أساسًا ينبغي أن يحصل على الموافقة قبل ترشحه، أما القانون لحد الآن لم يصدر.

السؤال الثاني:

ذكرت أن كل دولة استعملت وسيلة إعلام اجتماعي معينة، في الكويت كانت التويتر، في مصر الفيسبوك، هنا في البحرين كما قال الأستاذ علي وبلغته الأرقام إن الفيسبوك هي الأعلى يعني 500 ألف مستخدم، فإذا كنت أريد القيام بحملة انتخابيّة، هل أستخدم كلّ وسائل التواصل لأرى الأكثر تفاعلًا وأستخدمه للحملة وأركّز عليه؟

أ. عبدالوهاب العيسى:

من المفترض أن المواطن في البحرين مثل المواطن الكويتي، يعرف أي وسيلة هي الأفضل، فاليوم بالكويت إذا عُقِدَت الانتخابات فسأتجه إلى الانستجرام، مع أنّ مرتبته العاشرة، ولكنّي أعلم أن الكويتيّين سيصوّتون عن طريق الإنستجرام، ولو كان شخص

آخر غيري لا يعرف التركيبة في الكويت، فسيتّجه لشيءٍ آخر، وهكذا في البحرين، يجب أن تُعلّم التّركيبة ليستمر العمل.

السؤال الثالث:

أُهنّئ المعهد على اختيار الموضوع، واختيار المحاضرين، وأختلف مع الأستاذ علي في جزئيّة المحتوى، فأعتقد أنّك لا تستطيع أن تبني أي تواصل، ما لم يكن لديك محتوى جيّد، ومع احترامي للأرقام الّتي تفضلت بها، إلى أي مدى هي دقيقة؟ بمعنى.. إلى أي مدى، أو كم، نسبة الأرقام المكرّرة فيها؟ لأنك في الإعلام التقليدي تستطيع أن تعرف إذا تكرّر أم لا. الإعلام غير التقليدي، ربما تكون نفس المادة مكررة وتحسب لأكثر من مرة بالرغم من أنها المادة نفسها.

الأمر الآخر، لنفترض اليوم أنني سأثبّت مادة على الويب أو شبكة التواصل الاجتماعي، المشكلة الحقيقية ما هو ضماني أن هذه المادة ستبقى، بمعنى أنّه في كثير من الحالات ليس كل مادة تبقى في المكان نفسه هذا أولًا، ثانياً: ما هو الضّمان أنّ المادة لن يمسّها تغيير، قد يكون التغيير ليس واضحاً للعيان، أتكلّم عن المستخدم العادي الذي لا يـأخذ بعين الاعتبار كل الوصلات التقنية التي تضمن عدم التحريف.

أ. علي سبكار:

أنا أعتقد أن المصدر الرئيس اليوم لكل شخص هو الموقع الإلكتروني للمرشّح، ومثلما تفضل الأستاذ عبدالوهاب من قبل، أن المادة الرئيسية كانت الفيديو "يوتيوب"، يعني أن الأفلام هي المحتوى، والمحتوى هذا يجب أن يكون في موقعك أنت، الموقع الإلكتروني للمدونة الخاصة بك أو الخاصة بالمرشح، إذا صار لديك موقع رئيس.

أما المواقع الاجتماعية فهي لكي تأتي لك بزيارات للموقع الإلكتروني للمرشح، أنت تنشر وتتفاعل مع الناس، وفي النهاية تأخذهم إلى المصدر، ولا أحد يستطيع أن يمس مصدرك، ولا أحد يستطيع أن يغيّر في الكلام الموجود عندك في الموقع، لذلك، الموقع هو

المصدر الرئيس للمحتوى حتى بالنسبة إلى اليوتيوب، الفيديو اليوم ليس لازماً أن تنشره، يجب أن تنشره لديك في قناة اليوتيوب، وبعدها تشبكه بالموقع الإلكتروني لديك، ولا أحد يستطيع أن يغيّر فيه، فاليوم المحتوى يجب أن يكون موجوداً عندك في الموقع الرئيس، فأول شيء تعمله هو الموقع الإلكتروني، وبعدها قناة يوتيوب، وبعدها تبدأ تسوّق المحتوى الذي لديك على كل المواقع بالتواصل الاجتماعي وتتفاعل مع الناس.

بالنسبة إلى الأرقام اليوم، اعتمادنا ما يكون على الإعلام الاجتماعي، وإنما على وسائل التواصل الاجتماعي (التطبيقات)، يجب أن ندرس بالنسبة إلى البحرين ما هو النافع لنا؟ إلى حد الآن ليست لدينا أرقاما صحيحة تقول ما هو أفضل شيء للانتخابات، نعرف أن في كل قناة من يستخدمها.

اليوم أولياء الأمور والصغار يستخدمون الانستغرام، تويتر للكبار، (لينكد إن) للمهنيين المتخصصين، الفيسبوك للعامة، فيجب أن نعرف ماذا نستخدم وأين نستخدمه، والأهم من هذا كله أعتقد في نظري والذي سيكون الأداة الرئيسية في الانتخابات هو (شبكة جوجل للمواقع الإلكترونية) والتطبيقات على "جوجل" لأنه سيوصلك بالضبط إلى الموبايل، ونحن اليوم نعرف أين نحن موجودون في الموبايل "كلّما وُجِدَ تطبيق حمّلناه"، أنت كوك مرشّحًا تستطيع مخاطبة أيّ فئة تريدها عن طريق "جوجل".

استفسرت من "جوجل" في الإمارات عن إمكانيّة عمل استبانة فقالوا إنّه من الممكن بعشرة آلاف دولار، ولديهم قاعدة بيانات ضخمة عن البحرين، التكنولوجيا موجودة، ولكن، كما قال الأستاذ عبد الوهاب، يجب أن نعرف من نخاطب، وأظنّ أن الشركات والشباب في البحرين مستعدّون ولكنّهم بحاجة إلى بعض الدّعم.

السؤال الرابع:

أشكر معهد البحرين للتنمية السياسية لدقة اختياره بالفعل للندوات التي تكون مساعدًا جديرًا للمقبلين على الانتخابات، سؤالي للأستاذ علي، هل ترى أن وجود مواقع التواصل الاجتماعي ستلغي دور وسائل الإعلام التقليدية؟

أ. علي سبكار:

أعتقد أن الإعلام التقليدي مهم جدًّا في الفترة القادمة لأننا لا نملك شخصيات مؤهّلة للأسف، وكما قال الأستاذ عبيدلي مشكورًا إنّنا لا نملك محتوى عربيًّا في الإنترنت، فيجب أن نستعين بالإعلام التّقليدي لرفد الإعلام الجديد، ثقافة الإعلام الجديد ليست منتشرة بشكل كبير حاليًا، لذلك نحن نحتاج إلى الإعلام التقليديّ الّذي سيكون مصدرًا للإعلام الجديد.

أ. عبدالوهاب العيسى:

هل سيبقى الإعلام التقليدي أم سيطغى الإعلام الحديث؟! هذا السؤال يجيب عنه كل واحد بناءً على انتمائه، فأنا سأدافع عن التلفزيون كوني مذيعًا، والأستاذ سبكار سيقول إن الصّحف ستُغلق بعد عامين، الصّحفيّ سيدافع عن الجرائد، ولكنّي أقول إن الدّينار هو الفيصل في هذا، فإذا كانت هذه الجريدة - مثلًا - لا تُقرَأ ولكنّها تُدخِل أرباحًا، فلن تُغلَق، وهكذا بالنسبة إلى الإعلام الجديد، إذا تحوّلت إليه الميزانية فسيطغى.

السؤال الخامس:

شاهدنا سابقًا في البحرين في انتخابات 2010 أن رأي الجمهور جدًّا مهم للناخب، لكن شريحة الجمهور قد تكون شريحة متعلّمة تتناول وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى شريحة قد تجهل هذه المواقع في البحرين، فهل المرشح للانتخابات دوره للوصول إلى كل شرائح المجتمع التي يريد منها أن تعطيه أصواتها؟، فلدينا قرى كثيرة، ونحن العرب، وسؤالي للأستاذ عبد الوهاب، بحاجة ماسّة للتواصل الاجتماعيّ، فالنّاخب يقول إنّه يريد أن يسمع ما يلامس أحاسيسه من المرشّح، فكيف نسخّر وسائل التّواصل الاجتماعيّ لتحقيق هذا؟

أ. عبدالوهاب العيسى:

كيف يتواصل المرشح في الانتخابات مع أكبر شريحة من الناس، وكيف يتفادى الهجوم إلى حد ما؟ في الكويت عالجنا هذه المسألة، من خلال المشاهير، أنا آتي بشخصية مشهورة وأطلب منه أن ينزل تغريدة: "اليوم ندوة هذا الشخص"، له محبين كثر، منعت الاشتباك والاحتكاك المباشر بين المرشح والناس وفي الوقت نفسه حققت الأثر المطلوب، لكن وضع البحرين مختلف، اليوم يجب على المرشح أن يتواصل مع الناس.

السؤال السادس:

نشكر معهد البحرين للتنمية السياسية على الندوة، وعندي سؤالان: العنوان شبكات التواصل الاجتماعية وأثرها في المشاركة الانتخابية، الشبكات تتواصل مع المرشح، والمرشح المنافس والناخبين في الدوائر وبعضهم البعض، فتحصل هذه الشبكات في توصيل المعلومات عن المرشحين إن كانوا نيابيّين أو بلديّين، ولكن عندما يُساء استخدام هذه الوسائل، هل يوجد قانون يلجأ إليه الطّرف المتضرر؟!

أ. علي سبكار:

يوجد قانون للجرائم الإلكترونيّة، وبالإمكان أن يشتكي الشّخص على صاحب الحساب المسيء، وتُتَّخَذ الإجراءات القانونيّة، ولكنّي لا أفضّل التعامل هكذا، الإعلام الجديد فيه التواصل الّذي يفتقر إليه الإعلام التقليدي، حاول التّواصل وتقريب وجهات النظر، وإذا لم تستطع، ورأيت الموضوع قد خرج عن الخطّ الأحمر، فلا ترد.

أ. عبدالوهاب العيسى:

أنت تتكلم عن آخر أيام الانتخابات، إذ لا يوجد وقت للشكوى، أمامك طريقان؛ إمّا تجاهل الإساءة، والثاني إذا كانت الإساءة شديدة وأنت بريء منها كأن تُتَّهَم بشراء الأصوات، تحاول استغلال هذه الإساءة لصالحك، وتقلب عواطف النّاس لصالحك، فتقول إنّهم يريدون تشويه سمعتي لأنّ مواقفي كذا وكذا، وستكون خيرَ دعايةٍ لك إذا استخدمتها بشكل سليم.

السؤال السابع:

لما تصير فترة ما قبل الانتخابات في البحرين يكون من حق أي شخص أن يتكلم عن الانتخابات، لكن وقت الانتخابات فلا، فلماذا لا يكون الإعلام مفتوحًا في هذا الوقت أي قبل الانتخابات؟

مدير الندوة:

يوجد قانون للانتخابات يُحَدّد وقت معين للتوقف عن الدعاية الانتخابية وهذا قانون معمول به ليس في البحرين فقط وإنما بشكل عام في كل مكان.

السؤال الثامن:

هل يوجد هناك آلية رقابة على الآثار السلبية الناتجة عن وسائل التواصل الاجتماعي؟!

هل يوجد هناك آلية من ضمن الشركات المموّلة لهذا الشيء أو للمستخدم نفسه فقط؟ هل توجد آلية معينة مطروحة من خلال تقنية أو تطبيق ما لمساعدة المشرّع في المستقبل في تقديم قانونًا معينًا لتفعيل هذه التقنية، هل يوجد هناك آلية رقابة على الآثار السلبية؟

أ. عبدالوهاب العيسى:

في الكويت حينما بدأ الفيسبوك، قاد مجموعة من الإسلاميين في مجلس الأمة اتجاهًا إلى قطع الفيسبوك من الكويت من خلال تشريع، أي تشريع في أي دولة في العالم لمنع أو السماح بشيء معين يحتاج إلى سنة ونصف حتى يُفَعّل، وخلال هذه المدة الكويتيون تركوا "الفيسبوك" وانتقلوا إلى "تويتر"، فهذا التشريع كله احترق.

أ. علي سبكار:

كل سنة "الفيسبوك وتويتر وانستغرام" و "جوجل بلس" يصدرون تقارير الشفافية، يقولون لك من هي الحكومات بالعالم التي تطالب بغلق هذه الحسابات، وزارة الداخلية هي المعنية بالأمر، وعندنا وزارة الدولة لشؤون الاتصالات، لديهم مكتب الآن هو مكتب السلامة الإلكترونية وهم المعنيون بهذا الموضوع، وهناك خط ساخن للاتصال إذا وجد لديك أي تضرر من أي جهة أو أي حساب، فالآلية موجودة إذا طبقت وإذا اشتكى أحد، ولكن إذا لم يشتكِ أحد على هذه الجهة سواء إذا كانت تبث كراهية أو قذفًا، "الفيسبوك وتويتر والانستغرام" لا يتجابون بشكل كبير 100% مع الوزارات والحكومات، تجاوبهم لا يتعدى 20% لأنهم يؤمنون بحرية الرأي، وفي النهاية هناك مدخول إعلاني بالمليارات؛ فبالتالي لا يريدون أن يمنعوا أي شخص.

مدير الندوة:

يوجد نوّاب ومرشحون معنا في الندوة، ولا نريد أن ندعو لمزيد من التقييد للحريات، نحن كصحفيين لا بدّ أن نتحيّز لجهة الحرية، فحماية المجتمع بمزيد من الوعي وليس بالقيود على الحريات الشخصية.

السؤال التاسع:

في الأمم المتحدة، يرون أن إطلاق حرية التعبير المطلق أساءت للمجتمعات وأثارت الصراعات والحروب، هذا في جانب، والانتخابات لا أعتقد أننا سوف نصل إلى مستوى الانتخابات الأمريكية التي حرّك الرئيس أوباما المجتمع فيها من خلال شبكات التواصل.

الآن ثقافة "العيش والدهن والعطايا" لازالت "دسمة" عندنا، ونتمنى أن نخرج من هذا الإطار، من الممكن أن الانتخابات القادمة يكون اعتمادها كبيرًا على شبكات التواصل، حينما نعتمد على شريحة الشباب، سؤالي في هذا الجانب أنا قرأت تقرير لـ"فيوتشر جروب" في "أوروبا" أشارت فيه إلى أن العالم سيقف تقدمه التكنولوجي عام 2050، حجم المعلومة ستكون كبيرة والوسيلة صغيرة وبعدها لا نستطيع تصغير حجم المعلومة وتكبير حجم الوسيلة.

القضية الثانية: هل هناك شبكات تواصل أخرى ممكن أن نستفيد منها بعد خمس سنوات مثلا هل ستظهر أشياء أخرى؟

أ. علي سبكار:

أبدأ من القضية الثانية، نحن اليوم لدينا 1600 موقع اجتماعي، كل مدة هناك موقع وتطبيق جديد، ولكن ما نراه أن الشركات الكبيرة تقوم بشراء أي تطبيق جديد ينجح، مايكروسوفت اشترت "سكايب"، "ياهو" اشترت "تمبلر"، "الفيسبوك" اشترت "انستغرام والواتساب".

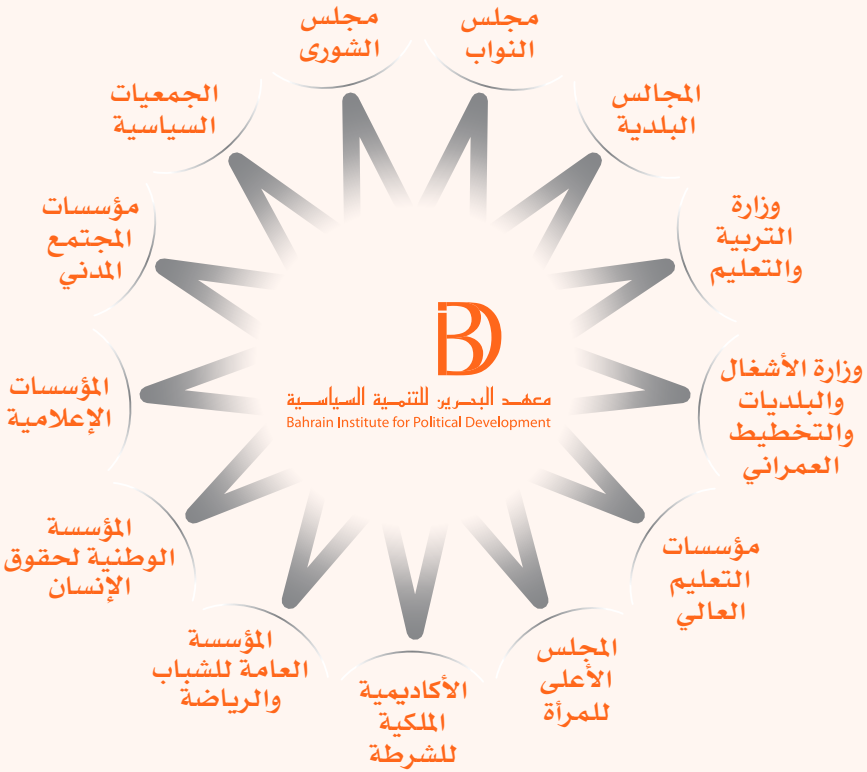
قبل يومين كان هناك تقرير أن "الفيسبوك" يعملون على محفظة مالية؛ بمعنى أنك لن تحتاج إلى محفظة أو كريدت كارد، ستحتاج "الفيسبوك"!، فكل شركة أو موقع عالمي يستحوذ على شيء لكيلا يمكنك الاستغناء عنه، الفيسبوك اشترت شيئًا له علاقة بالاتصال وآخر بالصّور، وحاولت شراء سناب شات، وجوجل كذلك اشترت موتورولا وتشاركت مع لينوفو الصينية لأنها ترى أن الأجهزة الإلكترونية صارت شيئًا رئيسياً.

نحن الشباب لا نعرف كيف نتوقع ماذا سيكون مستقبلا، ولكن لا بدّ دائمًا أن يقرأ كل واحد منا ويتابع واحدة أو أكثر من الحسابات التكنولوجية للاطلاع ومعرفة الجديد، وأتوقع أن الجامعات ومراكز البحوث عليهم دور أن يدرسوت هذه أكثر الأمور و"ينوّرونا".

بالنسبة إلى السؤال الأول عن الشبكات الجديدة وماذا ممكن يستحدث منها، أنا كنت أبحث عن شيء آخر غير وسائل التواصل الاجتماعي، فظهر موضوع التطبيقات و"جوجل نت وورك" وغيرها والتي يمكن من خلالها الوصول إلى أكبر فئة مستهدفة وممكن الاستفادة منها بشكل كبير وبشكل مجاني مفتوح للجميع.

bipd.org

شركاؤنا


مجلس النواب
مجلس الشورى
المجالس البلدية
الجمعيات السياسية
وزارة التربية والتعليم
مؤسسات المجتمع المدني
وزارة الأشغال والبلديات والتخطيط العمراني
المؤسسات الإعلامية
مؤسسات التعليم العالي
المؤسسة الوطنية لحقوق الإنسان
المجلس الأعلى للمرأة
المؤسسة العامة للشباب والرياضة
الأكاديمية الملكية للشرطة
معهد البحرين للتنمية السياسية
Bahrain Institute for Political Development

الفهرس

مرسوم إنشاء المعهد 2

كلمة المعهد 4

المقدمة 7

التعريف بالمتحدثين 8

التعريف بمدير الندوة 10

كلمة أ. علي سبكار 12

كلمة أ. عبدالوهاب العيسى 24

مداخلات الحضور 34

شركاؤنا 43

آخر إصداراتنا

ندوة شبكات التواصل الاجتماعي

يأتي هذا الإصدار متضمناً كلمات ومناقشات ومداخلات المتحدّثين في الندوة وما طُرِح خلالها من آراء وأفكار، وذلك حرصاً من معهد البحرين للتنمية السياسية على توثيق فعالياته وإتاحتها للمهتمين والباحثين والجمهور بهدف نشر المعرفة وتعزيز جهوده في مجال تنمية الوعي السياسي

د ياسر العلوي
المدير التنفيذي
معهد البحرين للتنمية السياسية

مقروء

@bipdbh

مرئي