

مواقع التواصل الاجتماعي

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

وُجدت الشبكات الاجتماعية خارج الإنترنت منذ بداية البشرية، وقد تم دراستها من قبل علماء الأنثروبولوجيا وعلماء آخرين لسنوات عديدة. يرى كلمنس وآخرون (Clemons et al.,2007) أن الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكون كمجموعة من الأفراد الذين يتفاعلون من أجل تحقيق بعض الأهداف أو المصالح المشتركة المرتبطة بشكل مستمر مع أفراد المجموعة، كما يمكن أن تكون العضوية في المجموعة نسبية ولا تمتلك شكلا واحداً، فالعلاقات الأسرية تكون مستمرة بشكل دائم، ويمكن أن تكون مرنة وقصيرة المدى في حالة الأفراد الذين يظهرون ويختفون حسب مصالح وحاجات العضوية المتغيرة.

اكتسبت عبارة "الشبكات الاجتماعية" شعبية كبيرة في جميع أنحاء العالم مع مطلع القرن الواحد والعشرين بفضل تطور الإنترنت والانتقال إلى الويب التفاعلي (Web 2.0)، مما أدى إلى تسريع حركة الإنترنت وجعلها أكثر تفاعلية وأكثر سهولة في الاستخدام. وبرزت أدوات الشبكات الاجتماعية التي تعتبر مواقع ويب داخل الإنترنت تتيح للمستخدم إنشاء ملف شخصي والتواصل مع الآخرين الذين يستخدمون نفس التطبيق لبناء شبكة شخصية والمحافظة عليها. هذا النوع من التطبيقات هو جزء من تطور الويب التفاعلي نحو من مزيد من التعاون عبر الويب ومن أمثلة ذلك موقع مايسبايس MySpace، موقع فيسبوك Facebook، موقع لينكدإن LinkedIn، وقد استخدمت مصطلحات متعددة لوصف هذه الأنواع من المواقع الاجتماعية، ولكن مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأكثر انتشاراً لوصفها.

إنّ مواقع التشبيك الاجتماعي/مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Networking Sites)(SNS) أو الشبكات الاجتماعية على الخط (Online Social Networks)، أو مواقع ويب التواصل الاجتماعي (Social Networking Web Sites)(SNWS)، هي تطبيقات رقمية تسهل التفاعل الاجتماعي وتعزز من التواصل بين الأفراد. وتعرف أيضاً بوسائل التواصل الاجتماعي أو شبكات الإعلام الاجتماعي وهي مواقع ويب (Websites) أو تطبيقات (Applications) مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، ورسائل، وصور...إلخ. كما يمكننا النظر إلى التواصل الاجتماعي كعملية تفاعلية عبر مواقع إلكترونية مثل موقع فايسبوك، تويتر، لينكدإن، مايسبايس.. وغيرها من المواقع

المشابهة، أين يتقاسم الأفراد من خلالها مجموعة من المصالح المشتركة، ويتفاعلون فيما بينهم بطريقة نمطية، كما يتطلب الدخول إليها بناء ملف شخصي عام أو مملح عام (Public profile) والتفاعل مع مشاركين آخرين عبر تلك المواقع.

وتعرف بويد (Boyd) وإليسون (Ellison) مواقع الشبكات الاجتماعية كمجموعة خدمات تعتمد على الويب، والتي تتيح للأفراد؛ أولاً: بناء ملف شخصي يظهر بشكل عام أو شبه عام داخل نظام محدد، ثانياً: إظهار قائمة المستخدمين الآخرين (قائمة الأصدقاء) الذين يتشاركون معهم في الاتصال، ثالثاً: إمكانية الرؤية والتجول في قوائم الاتصال الخاصة بالمشاركين الآخرين.

تفضل بويد وإليسون (2007) استخدام مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية بدلاً من استخدام مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي (Social Networking Sites)، وتعترفان بأن المصطلحين يتم استخدامهما بشكل تبادلي في الأدبيات البحثية، فالتواصل أو التشبيك أو الربط الشبكي (Networking) يشير إلى بدء العلاقة بين مستخدمين غرباء لا يعرفون بعضهم البعض، وفي غالب الأحيان لا يقوم كل المستخدمين بذلك، فالكثير منهم يتواصلون مع الأشخاص الذين يعرفونهم حقاً (أي أنّ الأشخاص الموجودين ضمن قائمة الاتصال هم جزء من الشبكة الاجتماعية خارج الإنترنت).

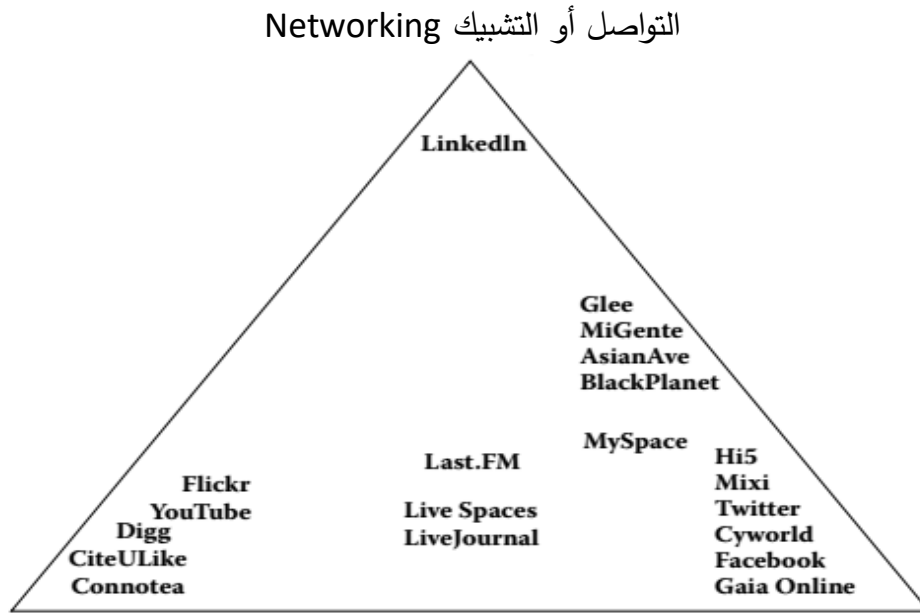
وانطلاقاً من التعريف السابق لبويد وإليسون، تعرّف باتريسيا لانج (Patricia Lange) مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها مواقع الويب التي تمكّن المستخدمين من إنشاء ملف شخصي (مملح) عام أو شبه عام داخل نظام محدد، يعرض المستخدم من خلاله -بشكل واضح- علاقاته مع مستخدمين آخرين لأي شخص يمكنه الدخول إلى ملفه الشخصي. وعلى هذا النحو، فإنّ التبادل والمشاركة تعتبر جزء لا يتجزأ من ثقافة مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث لا يتم التركيز على موثوقية المعلومات بشكل كامل، بل التركيز على عنصر الاتصال والترابط الذي يمكن أن تشكله تلك المواقع.

أما من جهة السياق الثقافي المخصوص الذي شكّلت فيه هذه المواقع، يؤكد الصادق رابح أنّها تندرج في سياق تحوّل حاسم شهدته ظاهرة الجماعات الإلكترونية التي تحوّلت من مبدأ التنظيم حسب معيار "الاهتمامات" و"الموضوعات" المشتركة السياسية أو الاجتماعية أو المهنية التي تجمع أفراداً، إلى مبدأ التنظيم حول الناس.

ومن هذا المنظور فإن مواقع الشبكات الاجتماعية تتمحور حول الذات (Ego centric networks) لأنها تضع الفرد في المركز. وهكذا تعكس مواقع الشبكات الاجتماعية عالما فقدت فيه الجماعات وظيفية الوسيط لصالح الشبكات.

ويرى كل من مايك ذيولول (Mike Thelwall) ودافيد ستوروات (David Stuart) أنّ مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية لا يستطيع أن يشتمل على كل مواقع الويب ذات البعد الاجتماعي، وهما يقسمان تلك المواقع إلى ثلاثة أصناف كما في الشكل التالي:

شكل 05: مثلث تصنيف مواقع الشبكات الاجتماعية



الإبحار Navigation

التنشئة الاجتماعية Socializing

Source: Mike, T., & David, S. (2010). social network sites: An Exploration of Features and Diversity. In P. Zaphiris & C. S. Ang (Eds.), *Social computing and virtual communities* (pp. 263-282). United States of America CRC Press.

حيث تدعم مواقع الشبكات الاجتماعية المصنفة تحت التنشئة الاجتماعية، التفاعل الاجتماعي أو التواصل الاجتماعي غير الرسمي بين الأعضاء. أما مواقع الشبكات الاجتماعية ذات البعد المهني (التواصلية) فهي تدعم الاتصال الشخصي غير الاجتماعي، ويستخدم هذا النوع من المواقع بشكل أساسي من أجل العثور على أشخاص آخرين. وفيما يخص التصنيف الثالث فيقع ضمن مواقع الإبحار التي تدعم العثور على موارد مختلفة

انطلاقاً من الروابط الشخصية، ويكمن دور مواقع الشبكات الاجتماعية هنا في الحصول على الموارد من خلال العثور على أشخاص ذو صلة بتلك الموارد، بدلا من الانخراط في التواصل الاجتماعي بين الأشخاص. ويرى بير (Beer) أن مصطلح التواصل أو التشبيك (Networking) هو الأكثر ملاءمة من الشبكة الاجتماعية، كونه مصطلحا واسعا جدا ويقترّب من نفس معنى الويب التفاعلي (Web 2.0). ودعما لهذا الرأي يمكننا الاعتماد على تعريف مصطلح التواصل (Networking) في موقعي Dictionary.com و Ms World's reference على التوالي:

- هو نظام يدعم تبادل المعلومات والخدمات بين الأفراد والجماعات ذات المصالح المشتركة.
- هو عملية أو ممارسة لبناء علاقات غير رسمية والمحافظة عليها، خاصة من الناس الذين يمكن أن تجلب صداقتهم بعض المزايا، مثل فرص العمل أو أعمال تجارية.

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تننظم مواقع التواصل الاجتماعي حول الناس، مثلما انتظمت المجموعات الافتراضية والمواقع الإلكترونية سابقا حول الاهتمامات والمواضيع، وتمتاز تلك المواقع بميزة فريدة من نوعها عن باقي الوسائط الاجتماعية الأخرى، وتتمثل في أنها تمكّن المستخدمين من اختيار شبكاتهم الاجتماعية وجعلها مرئية للجميع. هذه المواقع تعمل على دعم ومساعدة الشبكات الاجتماعية في إقامة علاقات جديدة بين الأشخاص الغرباء أو الذين يعرفون بعضهم ويتشاركون وجهات نظر واهتمامات وأنشطة مشتركة، ولا تكمن قوّة مواقع التواصل الاجتماعي في مجرّد سماحها لأولئك الغرباء بالالتقاء وبناء روابط اتصالية، بل تمكّن المستخدمين من التعبير عن آرائهم المختلفة، وجعل شبكاتهم الاجتماعية -الموجودة مسبقا- مرئية للجميع، وبالتالي فهناك إمكانية كبيرة لتشكّل العلاقات بين الأفراد الذين لم يلتقوا مع بعضهم.

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها بإنشاء وتطوير ملفاتهم الشخصية وتحديد معارفهم الذين يسمون بالأصدقاء في معظم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يبدأ المستخدم الجديد بتطوير بإنشاء بياناته الشخصية والتي تشمل صورة المستخدم، بعض المعلومات الديمغرافية مثل العمر، الجنس، والموقع الجغرافي، ولمحة تاريخية عن المسار الدراسي، وكذلك الاهتمامات الشخصية. ثم يقوم المستخدم باختيار مستخدمين

آخرين عبر نفس المنصة التواصلية، وقد يكونوا أشخاصا يعرفهم من قبل أو أشخاصا لا يعرفهم ويرغب في إقامة علاقات معهم. كما تتطلب معظم تلك المواقع تأكيدا ثنائي الاتجاه، حيث يرسل المستخدم طلب صداقة إلى صديق محتمل، وفي حالة الموافقة على ذلك الطلب، تصبح الصفحة الشخصية لكل منها مترابطة معا، وبهذه الطريقة تصبح الشبكة الاجتماعية للمستخدم مرئية لكل أصدقائه الذين يمكنهم هم أيضا من استدعاء أصدقائهم للانضمام للشبكة الاجتماعية الخاصة بذلك المستخدم.

لخص معهد دراسات التكنولوجيا المستقبلية (IPTS) خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في ست سمات أساسية هي: عرض الذات، تجسيد البيانات، طرق جديدة لتشكيل المجتمع، الأنشطة التصاعديّة، سهولة الاستخدام، إعادة تنظيم جغرافيا الإنترنت. وعادة ما تكون الخطوة الأولى لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء ملف شخصي وتقديم أنفسهم للآخرين، بما يعني مشاركة المعلومات الشخصية وإنشاء شبكة شخصية تظهر للآخرين بشكل علني، لذلك فإنّ هذه المواقع تقدّم فرصة لتشكيل المجموعات سواء القائمة منها على أساس الاهتمامات المشتركة، أو ديناميات الشبكة، أو الفئات الاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، فقد ساهمت منصات أخرى على غرار منصة تويتر في تسهيل التنظيم الذاتي والتعاون مع الآخرين. كما تتطلب معظم تلك المواقع التسجيل فيها أولا ولكنها مجانية وسهلة الاستخدام، مما يجعلها في متناول عامة الناس. وأخيرا، فإنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي جزء من الاستخدام المشخص للإنترنت، لذلك يشعر الناس بأنّ لديهم معلومات شخصية ومساحات للتفاعل مع الآخرين.

3- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن التمييز بين مواقع التواصل الاجتماعي على أساس المواقع ذات البعد الاجتماعي، أو البعد المهني، أو بعد الإبحار. كما يمكن التمييز بينها على أساس أنشطة المستخدمين، بما في ذلك مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، أو استكشاف الهوايات والاهتمامات المشتركة، أو النضال من أجل المجتمع وتنميته، أو ببساطة المحافظة على العلاقات من خلال أعمال بسيطة كتحديث حالة المستخدم.

تهدف مواقع التواصل الاجتماعي ذات البعد المهني إلى التفاعل وإنتاج المعلومات ومشاركة المهنيين في الاهتمامات المشتركة. كما تهدف إلى تعزيز الثقة وتوسيع الشبكة الاجتماعية التي تعتبر من أشكال الرأسمال الاجتماعي التي تسهل من إقامة العلاقات التجارية والمعاملات الاقتصادية والأنشطة التجارية. توفر هذه

المواقع العديد من الخدمات ذات الطابع التشاركي بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر: البحث عن الشركاء، المناقشة المهنية، التوصيات، عروض العمل وغيرها. وهناك نوعين مختلفين من هذه المواقع، فهناك المخصصة من أجل التحليل المنتظم للشبكات الاجتماعية المهنية، وهي مواقع توفر للمستخدم نظرة عامة على الشبكة الشخصية، وتعمل على التحسين من الوساطات والأنشطة التجارية مثل موقعي (Path, Spoke). وهناك مواقع أخرى مخصصة لعلميات التبادل بين المهنيين وتعزيز العلاقات الإيجابية مثل موقع (LinkedIn) الذي يتيح لمستخدميه بإنشاء قائمة من العلاقات المهنية مع أشخاص يعرفونهم ويتقنون فيهم، ويمكن استخدام هذه القائمة بطرق مختلفة، مثل البحث عن فرص للعمل، أو استعراض الملفات الشخصية للموظفين المحتملين وغيرها.

يعتبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك الأكثر انتشارا ونموا من بين باقي المواقع ذات البعد الاجتماعي، وهو موقع عالمي يسمح للأفراد ببناء شخصية افتراضية عامة أو شبه عامة. ويضم الفيسبوك اليوم (2023) أكثر من ملياري وتسعمائة وثلاثة وستون (2963000000) مستخدم عبر العالم. كما يعزز الفيسبوك من التفاعل الاجتماعي عن طريق الخصائص المشتركة التي تمكن المستخدمين من إنشاء شخصيات افتراضية قابلة للمشاهدة من قبل أي شخص داخل شبكة معينة.

4- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن أن تنتج وسائل الإعلام والاتصال المختلفة طيفا واسعا من التأثيرات على معارفنا، اتجاهاتنا، عواطفنا، سلوكنا، وعلى سمعة الأشخاص الذين تغطيهم تلك الوسائل. ومثلما يمكن أن تكون تلك الآثار نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام، يمكن أن تكون أيضا كنتيجة لتفاعل الناس الذين يتعرضون لوسائل الإعلام المختلفة. وتستند كل التفسيرات المتعلقة بتأثيرات وسائل الإعلام على مقاربتين هما: مقارنة نظريات التعلم التي تركز على الاستتساخ الصحيح للمعلومات، وترجع الاختلاف الذي يحدث بين المتعرضين لوسائل الإعلام إلى العجز في تعلم أولئك الأشخاص؛ ومقاربة النظريات الإدراكية التي تركز على معالجة المعلومات التي تنتجها المحتويات الإعلامية، حيث لا تعتبر المعتقدات والآراء كنسخ من تلك المحتويات ولكنها تشير إلى معالجة المعلومات.

ركزت معظم الدراسات المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام على كيفية تأثير رسائل تلك الوسائل على المجتمع بصفة عامة، وقد افترضت أنّ التعرض إلى الوسائط الاتصالية أحادية الاتجاه مثل التلفزيون يمكن أن يغيّر

من المواضيع والقضايا التي تجلب اهتمام الناس (نظرية الأجندة)، أو قد تؤدي إلى زيادة التفاوت بين الناس تجاه العنف (نظرية الإنماء)، وبالاعتماد على ما كتبه كل من براينت (Bryant) وأولفر (Oliver) في كتابها (أثار وسائل الإعلام) يلخص آدم أكار (Adam Acar) تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في النقاط التالية:

1- تأثيرات طويلة وقصيرة المدى: يمكن أن يكون تأثير وسائل الإعلام على المدى الطويل كما يمكن أن يكون على المدى القصير أو مؤجلاً، ومن المؤكد أن أثرها يزول مع مرور الوقت، والمثال النموذجي لتأثير طويل المدى يتمثل في معتقداتنا المشوهة على أدوار كل من الجنسين والقوالب النمطية العنصرية. وبالمثل يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تحدث تأثيرات على المدى البعيد وعلى المدى القصير أيضاً، ففي دراسة لتقييم التأثيرات قصيرة المدى لمواقع التواصل الاجتماعي حاول كيث ويلكوكس (Keith Wilcox) وأندرو ستيفن (Andrew Stephen) سؤال المشاركين عما يختارون أكله بين رقائق الشوكولاتة أو الجرانولا أثناء مطالعتهم للمقالات عبر موقع CNN الإخباري، وأثناء متابعتهم لصفحات الفيسبوك. وقد أظهرت نتائج تلك الدراسة أنّ الأشخاص الذين يتابعون الفيسبوك يفضلون تنازل رقائق الشوكولاتة ذات السرعات العالية، مما يعني أنّ الأشخاص الذين يتعرضون للفيسبوك تنخفض لديهم آلية الرقابة على الذات (أثر قصير المدى)، كما تشير الدراسة إلى أنّ الناس يتخلون عن انجاز المهام الصعبة بعد تصفّحهم لموقع فايسبوك (أثر طويل المدى).

2- التأثيرات المباشرة وغير المباشرة: يمكن أن تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر أو غير مباشر لكل من يتعرض لرسائلها، كما يمكن أن تؤثر أيضاً في من لا يتعرضون لها بشكل مباشر من خلال تأثرهم بأولئك الذين يتأثرون بها مباشرة، ليست الآثار غير المباشرة في وسائل الإعلام التقليدية موجودة بشكل دائم، وليس هناك تفاعل بين مصدر وسائل الإعلام والمتلقي. والشيء الأكثر أهمية هو أنّه في مواقع التواصل الاجتماعي ليس قادة الرأي فقط من يؤدي إلى بروز آثار غير مباشرة بل حتى معدّل المستخدمين يمكن أن يفعل ذلك، حيث تعتمد فعالية خدمات الشبكات الاجتماعية إلى حد كبير على عدد المستخدمين المرتبطين بتطبيق معين أو موقع ويب ما، وهناك ما يكون هناك حاجة إلى ذلك العدد الكبير من أجل توفير خبرات إيجابية في مجال التواصل مع أفراد الشبكة الاجتماعية، وهي بدورها عملية تقوية ذاتية تساهم في عملية دمج المستخدمين الجدد.

يؤكد آدم أكار على صعوبة تحليل تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لغياب الاختلافات الواضحة بين الويب التفاعلي (Web 2.0) والوسائط الجديدة والوسائط الاجتماعية، بالإضافة إلى ذلك فمن المحتمل أن يرجع التغيير الذي يحدث في حياتنا إلى التبني الكبير للإنترنت وأجهزة الهاتف المحمول وليس بالضرورة كنتيجة لاستخدام الوسائط الاجتماعية، كما أنّ مستخدمي تلك المواقع يميلون إلى توزيع اتصالاتهم الشخصية عبر مختلف المواقع بما يتماشى مع المنظومة المعقدة للسياقات الرقمية الخاصة بالتفاعل، ونتيجة لذلك فقد تعمل مواقع مختلفة كأطر متنوعة لسلوك المستخدمين.

4-1- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

فضول المعرفة: يؤكد الباحث في مجال الثقافة الجديدة والشبكات الاجتماعية كلي شركي (Clay Shirky)، أننا نعيش اليوم في عصر رقمي لا نضيق فيه الوقت كما كنا نفعل عندما نشاهد التلفزيون في منتصف القرن العشرين. إلى جانب ذلك تعمل الإنترنت على ربطنا مع الملايين من الأشخاص الآخرين، بما يعني أنه بات لدينا الآن المزيد من الوقت والقدرة على التعاون من أجل إنشاء وإنتاج المحتوى الأصلي والمفيد، وهو يسمى هذا الوقت المتوفر وتلك القدرة بفضول المعرفة (Cognitive Surplus)، ويرى أنّ ذلك التعاون الجماعي يعطي مردودا كبيرا بجمع فضول معارف المستخدمين المتناثرة، والكتاب تنمة لفكرته التي طرحها في كتابه (ها قد أتى الجميع) والذي تناول فيه قدرة المواقع الاجتماعية على تنظيم غير المنظم. ويشدد شركي على أهمية المشاركة المدنية العامة التي سهلتها الوسائط الاجتماعية، فمع ظهور منصات اجتماعية جديدة أصبح تشكيل المجموعات وجمع الأفراد الجدد -وهو الأمر الذي كان يستغرق أياما أو أشهر في وقت سابق- أصبح الآن سهلا جدا وسريعا، ووفقا لشركي فإنّ هذا ليس بسبب أنّ الوسائط الاجتماعية تساعد الناس على جمع أعضاء جدد بل لأنها أزلت الحواجز أمام تشكيل مجموعة ما.

المشاركة السياسية: لا يوجد اتفاق فيما يتعلق بقياس المشاركة السياسية على الويب، ويرى البعض أنّ المشاركة السياسية الإلكترونية يمكن أن تكون مشابهة للأفعال السياسية التي تحدث خارج الإنترنت، بحيث يتسوّق الناس إلكترونيا استنادا إلى قيمهم السياسية، ويوقعون على العرائض الإلكترونية، ويشاركون في حملات إلكترونية مختلفة، مثلما يفعلون ذلك في العالم الحقيقي. وتدعم بعض الدراسات الإمبريقية هذا الرأي، حيث أشارت دراسة بست (Best) وكروجر (Kruger) إلى وجود بعض أنماط المشاركة الإلكترونية التي باتت

تستحوذ على نظيرتها في العالم الحقيقي، وعلى سبيل المثال أصبح الاتصال بالموظفين العموميين عبر الإنترنت أمراً شائعاً لدى المواطنين الأمريكيين، مثلما يقومون بذلك عبر قنوات الاتصال التقليدية كالبريد العادي والهاتف.

إلى جانب ما سبق ذكره، هناك افتراض بأنّ الإنترنت تخلق فرصاً إضافية لنوع جديد من المشاركة السياسية الإلكترونية والتي لا تمارس بنفس الطريقة في العالم الحقيقي. نذكر مثلاً، الاستخدام الواسع للفكاهة في المنشورات السياسية، الدعم الواضح للتنظيمات الاجتماعية والسياسية، وللمرشحين، ولبعض الأهداف السياسية والاجتماعية المحددة، حملات التعبئة واسعة النطاق، أو حتى القرصنة ذات الدوافع السياسية. وضمن هذه النظرة المتقابلة تقوم مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك بدور تعبوي مميز، أو على أقل تقدير فهي تقدّم ساحة للمشاركة السياسية، وتشير دراسة حول دور الوسائط الاجتماعية خلال الربيع العربي إلى ذلك الدور الرئيسي الذي لعبته تلك الوسائط في تشكيل النقاشات السياسية خلال الربيع العربي، فكثيراً ما سبقت المحادثات الإلكترونية معظم الأحداث الثورية على أرض الواقع، وتؤكد على أنّ الوسائط الاجتماعية ساهمت في نشر الأفكار الديمقراطية عبر الحدود الدولية. ورغم رفض مالكوم غالدويل (Malcom Gladwell) لفكرة أنّ الوسائط الاجتماعية هي سبب الثورات، إلا أنّ هناك من الباحثين يتفقون على أنّ الوسائط الاجتماعية كانت أساسية في خلال أحداث الربيع العربي لأن 1: التداول السياسي الذي حدث كان بفضل الوسائط الاجتماعية؛ 2: لطالما أعقب النقاشات الواسعة عبر الوسائط الاجتماعية زيادة مطردة في مستوى الأنشطة في الشارع؛ 3: حصول المتظاهرين على دعم دولي بفضل تلك الوسائط.

4-2- التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

وحيدون معاً: هو عنوان كتاب للباحثة شيري تركل (Sherry Turkle) تؤكد فيه على أنّ استبدال التفاعل البشري بالاتصال الافتراضي والنأي بأنفسنا عن العواطف هو أمر سلبي، إذ لا يمكن للنص أن ينقل الأحاسيس وبالتالي يترك احتمالاً لسوء الفهم. فعندما نرسل نصاً إلكترونياً، غالباً ما لا نكون في المكان نفسه مع المتلقي، وهذا ما يمنعنا من اختبار ردة فعله، مما يسمح لنا بقول أمور قابلة للتسجيل والمشاركة لكنها تهدد بقاء العلاقات. فمن خلال اختيارنا للتواصل مع أفراد شبكاتنا الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعية، يمكننا أن نشعر بذلك التواصل المستمر ولكننا في حقيقة الأمر بدأنا في عزل أنفسنا. تسمح لنا التكنولوجيا بأن نفعل ما نريد

وتفتح أمامنا خيارات لم تكن موجودة من قبل، فتركنا منهمكين عندما تدفعنا لتجربة كل شيء متاح فيها، وبالرغم من أننا نصبح أكثر مقدرة على التواصل والعمل من أي مكان، نكون عرضة لأن نكون وحيدين في أي مكان أيضا.

الفقاعات المفلترة: يشير مصطلح الفقاعات المفلترة (Filter bubbles) الذي اقترحه (Eli Pariser) إلى تلك الظاهرة التي تُنشئ فيها الخوارزميات التي تستخدمها محركات البحث ومنصات الوسائط الاجتماعية وغيرها من الخدمات عبر الإنترنت، فقاعة مخصصة حول كل مستخدم، وتعرض عليهم المعلومات والمحتوى الذي يتوافق مع تفضيلاتهم واهتماماتهم ومعتقداتهم. وتعمل تلك الفقاعات على الحد من التعرض لوجهات النظر المختلفة، والتقليل من فرص التفكير النقدي والفهم المتوازن للقضايا. كما تشمل العواقب الأخرى للفقاعات المفلترة: الاستقطاب السياسي والأخبار المزيفة وانتشار المعلومات المضللة، وغيرها.

تشويه الواقع: إنّ الانغماس في مواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي بنا في نهاية المطاف إلى فقدان ما هو واقعي وما هو غير واقعي، فنحن بشكل عام مستعدون لإخبار الآخرين عن أنفسنا وعرض ذواتنا بشكل علني وفقا للصورة التي نريد أن ننبئها نحن عن أنفسنا، إذ يميل مستخدمي الفيسبوك مثلا إلى إخفاء عيوبهم وسلبياتهم ونشر الأشياء الإيجابية والجاذبة للآخرين، مما يؤدي إلى منعنا من أن نصبح أكثر حميمية مع الآخرين، لذلك قد يكون الاستخدام المتكرر للفيسبوك أمرا ضارا جدا، وخاصة بالنسبة للمراهقين لأنهم ينشرون أشياء تتطابق مع صورتهم التي يشكلونها عبر الفيسبوك ولا تعكس صورتهم الحقيقية. ويرى موروزوف (Morozov) (2009) أننا قد نشعر بالرضى من خلال المشاركة في النشاط السياسي عبر الإنترنت، غير أنّ هذه الأنشطة مثل الإعجاب بصفحة عبر الفيسبوك، إعادة مشاركة رسالة معينة، وغيرها من الأنشطة التي قد لا يكون لها تأثير كبير في الحياة الحقيقية. ولقد صاغ مفهوم (Slacktivism) لوصف ذلك النشاط الإلكتروني الذي لا يجدي نفعاً.