

المرأة العربية أكثر نساء العالم تفاعلاً على مواقع التواصل الاجتماعي الجمعة 29 مارس 2013 - دبي - إيلاف



خلص المشاركون في المنتدى الاستراتيجي العربي الذي اختتم أعماله أمس في دبي إلى أن المرأة العربية أكثر نساء العالم تفاعلاً على مواقع التواصل الاجتماعي ، ومثلت ما نسبته 36%، وتبين أيضاً أن 19% من حسابات تويتر مملوكة للنساء.

وأكد المشاركون في المنتدى الذي جاء تحت عنوان «شبكات التواصل الاجتماعي ومجتمع المعرفة»، أن الإمارات الأولى عربياً في الالتزام بعدم تكرار المحتوى الرقمي بنسبة 21%، وأشاروا إلى أن الإمارات وتونس متشابهتان في الكثير من الالتزام، وأوضحوا أن 30% من المدونات العربية بلا فائدة، وأن 47% من المدونات العربية عليها فقط تدوين وافتتاحية وبقية محتوياتها مغلقة.

وبلغت نسبة المحتوى العربي مجهول المصدر 41%.

وقالت صحيفة البيان الإماراتية إن المشاركين توصلوا إلى أن الاعلام الرسمي العربي فشل في استيعاب مواقع التواصل الاجتماعي داعين إلى التعامل مع هذا الواقع من منطلق الايجابية وليس الخوف او التوجس منها، وان جيل الشباب اصبح يستطيع تغيير الانظمة والحكومات التي ظلت لسنوات دون تغيير.

وأكد د.سليمان عبدالمنعم من مؤسسة الفكر العربي أن 44% من القضايا الثقافية تشغل المغردين، فيما 25% قضايا انسانية، و3% للتعليم، و7% فقط قضايا علمية.

وأشار إلى أن العالم العربي يخسر توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا اجتماعية هامة، وخاصة أن مواقع التواصل أصبحت تحرك الشباب، واطاف أن المحتوى الرقمي العربي يتميز بأنه متكرر بنسبة 80%، في حين أن المحتوى الإنجليزي لا يتجاوز نسبة التكرار فيه 15%، ومعظم المحتوى العربي يتميز بأنه أكثر «ثرثرة». وقال الإعلامي الكويتي مشعل النامي ان الاعلام العربي استغل مواقع التواصل الاجتماعي لتوسيع انشطته وأنه لم يستفد منها، وأن شبكات التواصل الاجتماعي اجبرت وسائل الاعلام العربية ولم تستطع مواكبة هذا التطور الكبير على الرغم من الزخم الكبير الذي يظهر على السطح.

وأضاف مشعل ان الاعلام الرسمي التقليدي في البلدان العربية لم يعترف بعد بهذه الوسائل وهناك احداث لم يتفاعل معها هذا الاعلام على الرغم من تناول مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الاحداث، وان الاخبار لم تنقل في كثير من وسائل الاعلام بمهنية او شفافية على عكس تلك المواقع التي تنقل الاحداث مباشرة.

ولفتت ماجدة ابو فاضل من مؤسسة اعلام بلا حدود من الجمهورية اللبنانية ان القائمين على الاعلام العربي مازالوا يتمسكون بالعاداة القديمة البالية، وأنه من المؤسف ان الاعلام العربي يصف بعض هؤلاء الشباب بانهم يتسلون او يقضون اوقات فراغهم ولم يدركوا بعد حجم التغيير الذي تحدته شبكات التواصل الاجتماعي، ومازال اصحاب الشأن يلزمهم الكثير ليقوموا بهذا الامر.

وأكدت ماجدة أن الثورة في مصر لم تقم كما يشاع على مواقع التواصل الاجتماعي بل كانت مجرد محرك للشباب والدليل ان اغلب المصريين لا يملكون «فيسبوك» او «تويتر» ومع هذا شاركوا في الثورة، وانها ليست الوسيلة الوحيدة للتغيير ولكنها الاقوى حالياً.

واشار خالد الشاعر من مجموعة ام بي سي الامارات الى ان قطار وسائل التواصل الاجتماعي سريع جدا وان مستوى الاحترافية في التغيير ليس متوفرا في الاعلام العربي، وان نشرة الاخبار الرسمية لم تعد ذات جدوى تنتظرها الناس وان الاخبار اصبحت تنتقل بسرعة كبيرة عبر «تويتر» و«فيسبوك» وانه لم يعد الناس ينتظرون ساعات ليعلّموا بالخبر او اهم الاحداث، وان اغلب الوقائع تنتقل بسرعة رهيبية حتى قبل اصدار البيانات الرسمية.

وتوقع خالد ان الاعلام الرسمي سيموت خلال الخمس سنوات المقبلة، وان الدليل هو متابعو الاعلام الرسمي ومتابعو القنوات الخاصة، وان مستوى الحرية التي يتمتع بها المغردون ومشاركو مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن ان يتواجد في الاعلام الرسمي والخاص لاسباب سياسية واقتصادية ومصالح مشتركة.

وتم خلال المؤتمر عرض تقديمي تناول «الخطوات الخمس لنجاح التواصل عبر الاعلام الجديد» قدمه جيمس جيب مدير اتصال اول ومتخصص في الاعلام الحديث في شركة ديل الامارات العربية المتحدة، تناول فيه تاريخ تطور شركة ديل وكيفية الوصول الى اكبر عدد من الجمهور على مستوى العالم بل والتواصل معهم.

واكد جيمس ان شركة ديل تتواصل مع 5.4 ملايين شخص عبر العالم منهم 17 مليونا يوميا يتم التواصل معهم عبر «تويتر» و«فيسبوك» بشكل يومي، وان الشركة تضم 103 آلاف شخص منهم 30 فردا في منطقة الشرق الاوسط وهو الامر الذي يؤكد ضرورة بذل المزيد من الجهد للحفاظ على التواصل المستمر مع العملاء.

موقع جريدة الأنباء

<http://www.alanba.com.kw>

[عودة للرئيسية](#)