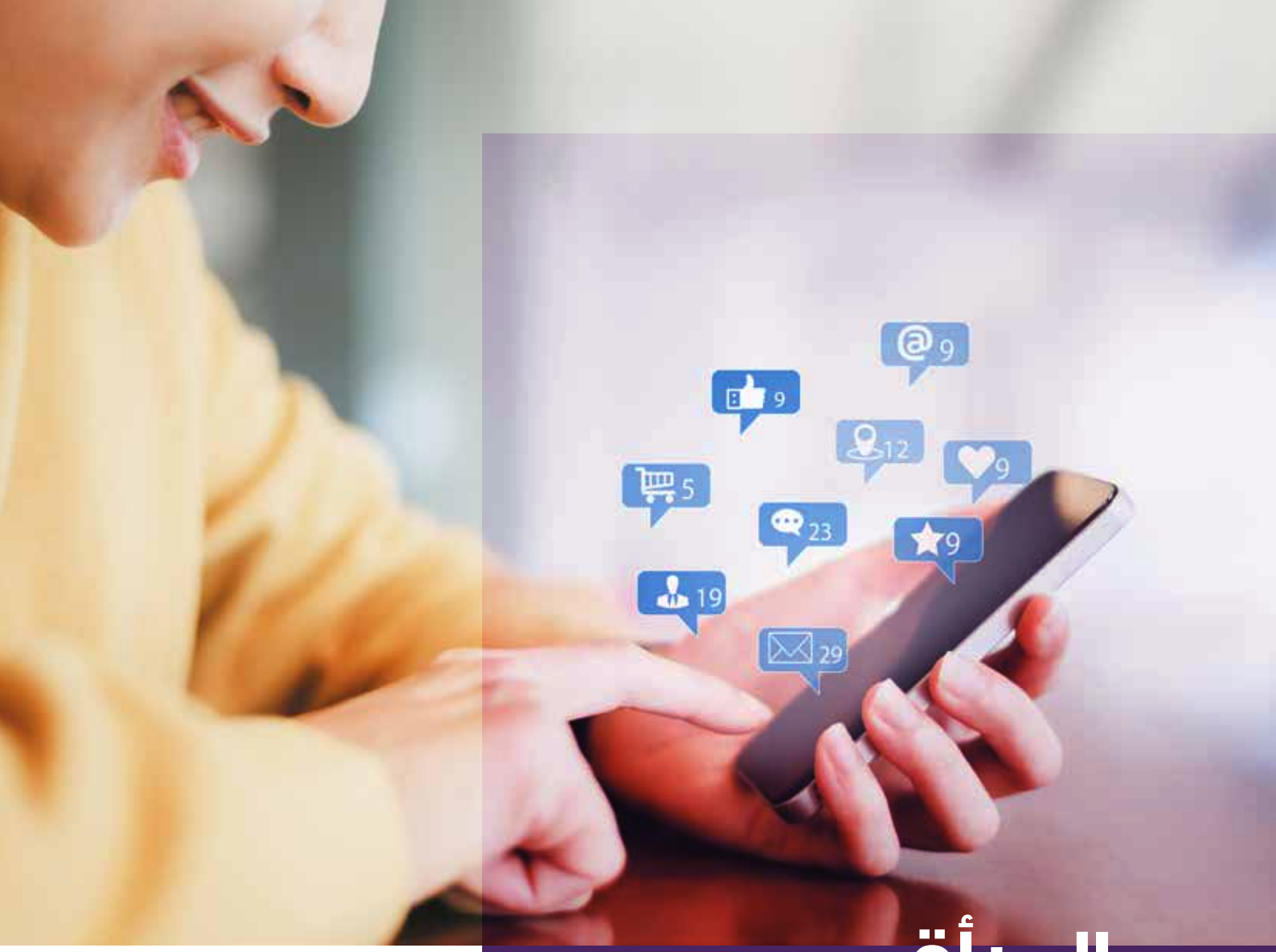

في السوشيال ميديا ... بين الفائدة والتسلية

كتب: د. عـزة القصـابـية

في ظل تزايد الإقبال على وسائل التواصل الاجتماعي، سارعت وسائل الإعلام التقليدية على فتح حسابات إلكترونية في الوسط الافتراضي حتى تضمن لنفسها البقاء والاستمرارية . ومن سمات منصات التواصل الاجتماعي أنها تتيح لمستخدميها حرية التعبير دون قيود أو شروط للكتابة والتحرير والنشر. إضافة إلى سرعة التواصل بحيث يمكن للفرد إرسال الرسائل أو اجراء الحوار أو إرسال الفيديوهات لملايين من البشر، وتلقي الردود في ثوان معدودة، والذي ساعد على ذلك هو توفر خدمة الإنترنت والهواتف الذكية بأنواعها وأشكالها المختلفة.

تعمل المنصات الرقمية على تطوير أدواتها وإمكانياتها بشكل مستمر لخدمة مستخدميها، وهي تمكنهم من إجراء المكالمات المصوّرة وتبادل مقاطع الفيديو، ومشاركة الملفّات والتّواصل والتّفاعل الحيّ بين الجمهور والمتلقّي.

وروجت الشركات التجارية عبر هذه الشبكات لمنتجاتها عبر المنصات التفاعلية لتصبح سوقا إلكترونية مهمة للبيع والشراء؛ إذ يمكن اتمام عملية البيع والشراء (أون لين). وأوضحت نتائج بحث أجراه مركز (بيو العلمي) الأمريكي عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة العقلية والنفسية للإنسان المعاصر، كما أفادت بأن عدد مستخدمي هذه المنصات وصل إلى أكثر من أربعة مليارات نسمة في العالم.

تمكنت منصات الإعلام الاجتماعي من طرح موضوعات تتعلق بالمرأة دون تزييف عن حياتها العملية والاجتماعية. واسهمت هذه المنصات في إبراز أدوار المرأة الجادة في المجتمع؛ حيث ظهرت الطبيبة والمتخصصة في علمي الاجتماع و النفس، وممثلة للأحزاب الفكرية والثقافية لتشارك برأيها، فضلا عن أنه يمكن للمرأة أن تتحدث عن رأيها المستقل في وسائل التواصل الاجتماعي.

وقدمت منصات الإعلام الاجتماعي المرأة بصورتها الواقعية، والتعبير عن مواقفها، واعتبارها أداة للتمكين ومناقشة قضاياها الملحة في المجتمعات. و زاد عدد مستخدمي منصّات التواصل من النّساء والشّاباتّ ووصلت نسبة استخدامها لهذه المواقع 30% حسب دراسة بعنوان: (المرأة العربية في النقاش الافتراضي: دراسة في تمثّلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك)، عن مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر» بتونس 2018م.

وتتيح المنصات التواصل الاجتماعي تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية، تمكن مستخدميها من إيجاد من يشاركهم الأفراح والأحزان و فتح أبواب الحوار والدردشات. و أشارت دراسة أميركية إلى أن المرأة أصبحت مرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وهناك نسبة تفضل قضاء وقت أطول مع الحاسب الآلي أو الهاتف وتبادل أطراف الحوار عبر هذه الشبكات مع الأسرة.

وانتهزت الشركات التجارية رغبة النساء للظهور والجمال والإناقة، وتفاعلهن مع «الماركات التجارية» الخاصة بالأزياء ومواد التجميل في المواقع الاجتماعية أكثر من الرجال، لذلك يتوجّه المعلنون في هذه المواقع، أكثر لمخاطبة النساء.

قامت الشركات بفتح حسابات على منصات التواصل الاجتماعي، بغرض استغلال صور عارضات الأزياء أو النساء (الفاشنستات) ذوات الوزن المثالي- بعد إضافة الخدع البصرية بواسطة برامج الفوتشوب، لتظهر المرأة أكثر جمالا وأناقة ورشاقة- وتستخدم هذه الشركات صور النساء (النموذج) لجذب الباحثات عن الوزن المثالي والصحة والجمال. كما تستغل الشركات المعلنة البيانات الشخصية في حسابات النساء للوصول إليهن، وبث الإعلانات التي تتوافق مع اهتماماتهن وأنشطتهن الخاصة.

ومن جانب آخر، أثار انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أسئلة اجتماعية وثقافية وسياسية، حول أحقية المرأة العربية في المشاركة في صناعة التغيير في العالم العربي، خاصة بعد أن وجدت النساء في هذه الوسائل، متنفساً للتعبير عن رأيهن في موضوعات كانت في السابق من المحرمات والمحظورات اجتماعيا وسياسيا . كما وجدت المرأة في هذه الوسائل وسيلة للهروب من الواقع الاجتماعي الذي قد يحظر عليها المشاركة في الرأي.

كما زادت مشاركة المرأة في الحركات السياسية والشعبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، وقامت بدور رئيس في التغييرات التاريخية السريعة التي اجتاحت المنطقة، ووصل النقاش حول دور الإعلام الاجتماعي، في هذه التحولات إلى دوائر صنع السياسات على المستويين الإقليمي والعالمي. في البلدان العربية الأكثر محافظة، والأقل حظا في الحرية والديمقراطية، شكلت فضاءات شبكات التواصل الاجتماعي المفتوحة مكانا آخر في الحياة البشرية.

بقي أن نقول، أن الجميع واقع في شرِك منصات التواصل الاجتماعي، ابتداء من الطفل الصغير والمراهق الذي يحلق في عالم الألعاب، والمفكر والسياسي، وكذلك الباحث عن العلم والمعرفة ، ورغم ثغرات هذه المنصات التي تخترقها شركات الإعلانات والمتطفلين والمتطرفين وغيرهم .

وجدت المرأة كغيرها من فئات المجتمع في هذه المنصات وسيلة للتعبير والترفيه كغيرها من فئات المجتمع، ويرى محمد العربي (أستاذ علم الاجتماع في الجامعة الأردنية) أن صورة المرأة المعاصرة تغيرت بفعل ثورة الاتصالات السريعة. وأوجدت صورة جديدة للمرأة، تناقش وتحاور وتقرر، وتخلصت من الصورة النمطية السابقة في الوسائل التقليدية.

يبقى الأمر برمته مرتبطاً بمدى إقبال المرأة على منصات التواصل الاجتماعي، إيمانا بقدرة هذه المنصات على إيصال رأيها وصوتها، إلى آفاق لا تستطيع الوصول إليها، سواء استخدمت اسمها الصريح وصورتها الشخصية أو لجأت إلى الاستعارة في ظل النظرة الاجتماعية النمطية للمرأة في العالم العربي.