

مقدمة عن DigiActive

فاعلية

facebook

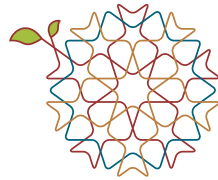


[www.digiactive.org](http://www.digiactive.org)

# مقدمة عن «ديجي أكتيف» فاعلية «فايسبوك»

دان شولتز  
الباحث الرئيس في دراسة «ديجي أكتيف»

أريد أن أتوجه بالشكر إلى إسراء الشافعي، حلف أطلقوا سراح كريم، إلى أمين وماري جويس وأليكس بوكبايندر وعمران جمال وشبكة بورما للتحرك العالمي لمساعدتهم في إنشاء هذا الدليل.



ترجمة رين مطر لمشروع تبادل الانترنت الاجتماعي

للاستعلام: +٩٦١ ٣ ٢٥١٠٩٩ / [www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org)

# المحتوى

٤	المقدمة.....
٥	إيجابيات وسلبيات فاعلية «فايسبوك».....
٦	الخطوات التنظيمية لحملة الفاعلية في «فايسبوك».....
٨	نصائح لحملتك على «فايسبوك».....
٩	حملات هائلة على «فايسبوك» من أنحاء العالم.....
٩	• الدعم لاحتجاج الرهبان في بورما.....
١١	• حملة «ساعد فؤاد» في المغرب.....
١٣	• حملة «أطلقوا سراح كريم».....
١٥	الملاحظات النهائية.....
١٥	• عن الكاتب.....
١٥	• حول «ديجي أكتيف».....

# المقدمة

الفاعلية ممارسة اجتماعية ملازمة. لا يمكن للتحركات أن تحقق غايتها من دون تواصل منسجم وتعاون فعال بين الفاعلين. يمكنك مقارنة ذلك مع خلال تسليم النشرات الإعلانية مع أصدقائك أو منفرداً، أيهما أكثر متعة؟ العمل سويلاً لا يقتصر على المتعة فحسب، بل هو أمر ضروري. إذ لا يمكننا تحقيق الغايات الهادفة لإحداث تغيير اجتماعي وسياسي إلا من خلال تحريك قوتنا الجماعية ومواهبنا المختلفة.

الأساس الاجتماعي الذي تقوم عليه الفاعلية يفسر بوضوح سبب كون «فايسبوك»، موقع التواصل الاجتماعي، صاحب الشهرة المتزايدة، قد تحول اليوم إلى المرافق الدائم لمحتري الانترنت. ونظراً للقاعدة الواسعة من المستخدمين والأدوات المجانية المفتوحة أمامهم، من الصعب مقاومة إغراءاته المختلفة. غير أن شوائب الموقع تجعله أبعد من أن يكون ناجحاً من الناحية التنظيمية. من هنا، وُضع الدليل التالي ليوقر بعض الأفكار عن النواحي الناجحة وتلك غير الناجحة.

The screenshot shows a Facebook group page for 'Support the Monks' protest in Burma'. The page is in Arabic and includes the following elements:

- Header:** Facebook logo, navigation links (Profile, edit, Friends, Inbox), and user options (home, account, privacy, logout).
- Search:** A search bar with a magnifying glass icon.
- Applications:** A list of applications including Photos, Groups, Events, Marketplace, Friend Wheel, and Twitter.
- Single?:** A section with a woman's profile picture and a 'CLICK HERE' button, promoting Perfectmatch.com.
- Group Information:**
  - Title:** Support the Monks' protest in Burma
  - Information:** A dropdown menu.
  - Basic Info:**
    - Type:** Organizations - Advocacy Organizations
    - Description:** Thank you for your concern for the people of Burma, it means a lot to them to see that the world cares and campaigns for their freedom, human rights and indeed survival.
  - Text:** The Monks' protest in September was brutally suppressed within Burma, however it has inspired an unprecedented global campaign on their behalf which you can make a real difference to.
  - Text:** Please read on, both here and Become a registered user of our website <http://www.burma-network.org> and hep us.
  - Text:** CYCLONE NARGIS RELATED ITEMS CAN BE FOUND IN OUR SISTER GROUP: <http://www.facebook.com/wall.php?id=24957770200#/group.php?gid=29161426416>
  - Section:** LATEST BURMA NEWS
  - Text:** Please see the posting wall at the bottom of the group for the most recent Burma News, updated most days.
  - Text:** Weekly News Summary of the most important stories at a glance here: <http://www.facebook.com/topic.php?ti=24957770200>
- Image:** A photo of a line of Buddhist monks in red robes walking.
- Actions:** View Discussion Board, Invite People to Join, Leave Group, Share (+).
- Events:** A section titled 'Events' with 4 upcoming events and a 'See All' link. The events listed are:
  - SUPPORT THE 2 STUDENTS WALKING... WORD OF MOUTH CAMPAIGN! TELL EVERYON... Portland, OR Friday, August 8 at 12:00am
  - Pledge& Join One Million Peopl... AROUND THE WORLD Beijing, China Friday, August 8 at 12:00am

# إيجابيات وسلبيات فاعلية «فايسبوك»

## الإيجابيات: كيف يساعد «فايسبوك» الفاعلين

يستخدم الكثير من الناس «فايسبوك»: ويوفر هذا الأخير قاعدة هائلة من المستخدمين متصلة بعضها ببعض الآخر. ما يزيد من حلاوة الأمر، هو وصول التغذية الإخبارية للمستخدم عن نشاطات أصدقائه النتيجة هي تجربة جديدة تتيح للمجموعة القدرة على التوسع بسرعة إن كانت رسائلها مرضية.

السعر الصحيح: ما من كلفة لإنشاء مجموعة ولا يحتاج الأمر إلى الكثير من الوقت مما يعني أنك تستطيع تخصيص المزيد من الوقت للتخطيط وضم الأعضاء الجدد والتواصل معهم.

وسائل متعددة الوسائط خالية من المشاحنة سهلة الاستعمال: تتيح أدوات «فايسبوك» المجال لأعضاء المجموعة لتحميل الفيديو والصور والتعليقات. إلى جانب ذلك يمكنهم تخصيص الوقت لإضافة المحتوى على موقعك وإعلام الآخرين بوجوده.

تحديد الخيارات في الاستهداف: يختار أعضاء مجموعتك أن ينتموا إلى المجموعة، وهم بذلك يعطونك فرصة أولى على الأقل للتكلم معهم حين ينضمون إليها. لكن تذكر، أنهم إما سيتركون المجموعة أو سينسون بسرعة أنهم انتسبوا إذا لم يتم إشراكهم مباشرة بالقضية.

## السلبيات: سبب عدم قدرة «فايسبوك» على اختراق الفئات المختلفة

إن محتوى الموقع غير منظم: يتمتع «فايسبوك» بقاعدة شعبية واسعة تشمل حوالي ٨٠ مليون مستخدم تقريباً، ويوفر هذا العدد من المستخدمين محتوى هائلاً. كما أن ثمة مجتمعات أخرى منافسة، لذا فأنت لا تنافس المجموعات الأخرى للاستحواذ على اهتمام العدد الأكبر من المستخدمين فحسب، بل عليك أن تتوقع أن عدداً كبيراً من الملفات سيتم تحميله إلى حائط عرض المجموعة. سيترتب عليك إدارة الملفات وإبقاء تلك المفيدة منها.

مستوى الالتزام غير واضح: إن التسهيلات الكبيرة أمام انتساب المستخدمين يعني أن حجم المجموعات لا يدل تحديداً على التزام المنتسبين الأيدي إليها. وهذا يزيد من الأمر صعوبة لاستهداف المنتسبين الذين سيكونون فاعلين. لا سيما عند التخطيط للأحداث، بحيث أنك لن تدرك عدد المنتسبين الملتزمين قبل الحدث.

«فايسبوك» غير مصمم على أساس يضمن الفاعلية: قد تكون الخدمات التي يقدمها «فايسبوك» مجانية، إلا أنها غير مصممة لتلبي حاجات المستخدم الفاعل المنظم. أي أنك ستجد أن فعالية الموقع لا تلائم حاجاتك في الكثير من الأحيان. عليك أن تبحث كثيراً قبل أن تجد ما هو فعال.

# الخطوات التنظيمية لحملة الفاعلية في

## «فايسبوك»

### الخطوة ١: معرفة هدفك الحقيقي

ما هي الأهداف الحقيقية خلف إنشاء المجموعة؟ تجدر الإشارة إلى أن الأهداف الموضوعية ستتغير تدريجياً حين يبدأ أعضاء المجموعة بالانتساب وبذل الجهود، غير أن الفكرة الأصلية جزء هام من التواصل مع الآخرين وهو السبب الذي سيدفعهم للانضمام في المقام الأول. من الضروري أن تضع الأهداف بكلمات واضحة ودقيقة في أعلى صفحة المجموعة.

### الخطوة ٢: إنشاء مجموعة وبناء قاعدة فاعلة

أنشئ المجموعة واجعل المستخدمين ينضمون إليها. أي أنك ستدعو الأشخاص الذين تعرفهم إلى الانضمام لمجموعتك، مستثيراً الأحاديث من خلال المنشورات على حائط عرض المجموعة لتتوصل في النهاية إلى بيئة فاعلة. ثم ما عليك سوى أن تستثمر طاقة الأعضاء الجدد لمساعدتك وضم أعضاء آخرين. ابدأ بسؤالهم عن استطيع مساعدتك للإشراف على المجموعة حين تصبح في نمو متزايد. في هذا السياق، عليك أن تتذكر أن النشاطات والنمو هما الهدفان الأوليان خلال هذه المرحلة.

### الخطوة ٣: ابدأ بالحركة الرقمية

حين يمتد حجم المجموعة كبيراً يمكنك البدء بتنظيم النشاط الرقمي. وقد يتطلب ذلك أن تطلب من بعض الأشخاص أن ينشروا الخبر بين الأهل والأصدقاء والمدونات و أن يجمعوا الصور والملفات أو أن ينشروا الوعي من خلال مواقع التبادل الاجتماعي كموقع Digg (<http://www.digg.com>) أو Reddit (<http://www.reddit.com>). ستعتمد النشاطات المنطقية على الهدف الذي وضعته نصب عينيك والسياق المحيط. أمّا الجزء الأهم، فهو أن تحافظ على مستوى عالٍ من اهتمام المستخدمين فتضمن التزامهم. كما أنه سيكون من الجيد أن تضم أعضاء ليساعدوك في إنشاء موقع خارجي.

### الخطوة ٤: إنشاء موقع خارجي

لم ينشأ موقع «فايسبوك» على فكرة الفاعلية، من هنا لن يتم عرض المعلومات بما يسير باتجاه الجهود التي تبذلها (أي أن المحتوى سيمثل الكثير من الصعوبات عند تصفحه). أضف إلى أن الجميع يملكون حساب «فايسبوك». لهذه الأسباب، من المفيد أن يكون لك موقع خارجي يعكس المعلومات التي توفرها مجموعة «فايسبوك». يمكنك أيضاً أن تودع بعضاً من محتوى الموقع بطريقة مفيدة، فتجذب المستخدمين خارج «فايسبوك» وتنشئ أدوات متخصصة وواجهات غير موجودة في «فايسبوك».

## الخطوة ٥: الاتصال بمنظمات فاعلة موجودة

إن كنت تريد أن تترك أثراً فريداً ومتميزاً، من المنطقي أن تعمل مع الذين أسسوا سجلاً من الإنجازات غير المتصلة. بعض مجموعات المناصرة (والتي تجمعها قضية واحدة) ستكون مستعدة لتخصيص وقتها لمعرفة أهدافك وربما تأمين أيضاً اليد البشرية /المساعدة التنظيمية لتنظيم جهود مجموعتك. عند نسج هذه العلاقات يتوسع نطاق تحركاتك بشكل كبير وتزيد من فرص نجاحك.

## الخطوة ٦: البدء فعلياً بالعمل

على اعتبار أن هدفك هو أن تترك تأثيراً فعلياً، حان الوقت لتبدأ بالعمل. بما أن «فايسبوك» عالمي، ثمة أشخاص حول العالم يتميزون بمواهب مختلفة. يمكنك ببساطة أن تستثمر هذه المواهب لصالحك. ولك أن تعرض الهدف على هذا الأساس. مثلاً نريد أن ننظم في ١٥ أكتوبر يوماً للاحتجاج العالمي، أو نريد أن نلصق المنشورات في المدن الرئيسية في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية الرئيسة مع نهاية الشهر ولنساعد المجموعة في مضمونها. تأكد في خلال هذه العملية أن يبرز الوسطاء الأفكار ذات القدرة الأكبر. و تذكر أن الأهم هو السلاسة والليونة: قد يكون مثالياً أن تجد الهرم التنظيمي ينطلق من قاعدة أوسع ويرتفع حتى القمة (بمعنى أن يقوم بتشغيله أعضاء المجموعة) وعلى هذا الأساس تزرع البذور من القمة (شخصياً). كما عليك أن تتأكد من أن تحتفظ بسجلات الملفات السمعية والفيديو والصور عن الأحداث التي تقام!

## الخطوة ٧: الدعم من خلال الملفات المختلفة

حين تحقق مجموعتك أمراً هاماً، عليك أن تذكره في الأخبار. عادةً ما يكون الاهتمام التي تحظى به من وسائل الإعلام متناسباً مع تفاعل الصحفيين مع موضوع المجموعة وأو حجم الجهد الذي تبذله. أطلب من أعضاء المجموعة الاتصال بالمحطات الإذاعية المحلية والتلفزيونية والصحف لنشر قصتك. ساعدهم من خلال الطلب إلى المنتسبين إنشاء لائحة بالمحطات الإعلامية المحلية وبناء رزم إعلامية مستهدفة (مثل الصور الفيديو من مواقع محددة). استخدم الانترنت لهذه الغاية أيضاً. واطلب من المنتسبين أن يكتبوا مدونات عن الأحداث ويقدموا محتوى عن نشاطات أعضاء المجموعة في مواقع التبادل الاجتماعي الأخرى.

## الخطوة ٨: تابع / أهمية المتابعة

إن استطعت جذب اهتمام وسائل الإعلام الأخرى فعلى الأرجح أن مجموعتك ستتمو أكثر فأكثر، وإن لم يحصل ذلك، تكون على الأقل أوصلت رسالتك وحصلت على دعم الجمهور. من هذه النقطة تستمر بالتخطيط والتنظيم والعمل ورفع عدد الأعضاء والمعارف في المجموعة. النموذج الشامل لحملة فاعلية هو: التفكير < التخطيط < العمل < التفكير < التخطيط < العمل... والأمر ذاته ينطبق على فاعلية «فايسبوك». أولاً، فكر بالهدف من حملتك: من هم متخذي القرار الذين تود إقناعهم ومن هم حلفائك ومعارضيك؟ ثانياً، ضع خطة لعملك واتبعها لإنجاز العمل. بعد ذلك، فكر بفرص نجاح العمل وضع خطة أخرى تركز على الخطة الأولى. تابع هذا النمط إلى أن تحقق هدفك.

## نصائح لحملتك على «فايسبوك»

قم بتعزيز الموقع الخارجي ومجموعتك. حين يسمع مستخدمو «فايسبوك» بالجهود التي تبذلها سيجدون سهولة كبيرة في متابعة أخبار المجموعة. من ناحية أخرى، ما زال عدد الأشخاص غير المنتسبين إلى «فايسبوك» هائلاً. كلا المنفذين سيساعدانك على تعزيز قضيتك ونشر الوعي حولها لأكثر عدد من الأشخاص. لا تتوقع من المستخدمين كلهم أن يستخدموا الموقع الخارجي أو مجموعتك في «فايسبوك»، فهم لا يفعلون ذلك. عليك أن تعكس دائماً المعلومات في المكانين. تذكر أن اجتذاب المستخدمين ليستخدموا موقعك الخارجي ليس بالعملية السهلة. وإن عدداً بسيطاً من مستخدمي «فايسبوك» سيطلعون على الموقع الخارجي ويكونوا فاعلين فيه.

**أحسن استخدام قسم الأخبار الحديثة في مجموعتك على «فايسبوك».** بصفتك مدير المجموعة ستود أن تؤمن المقدار الضروري من المعلومات في مجال عرض الأخبار على صفحتك. ستود أن تنشر عليه المعلومات الأهم في هذا المكان، لكن لا تنشر عليه ما يزيد عن الحاجة، فيمل الناس ويتصفحون بعيداً عن صفحتك. على سبيل المثال، لا تعرض على الصفحة لائحة كاملة تذكر فيها ١٥٠ حدثاً يتم الإعداد له. بل اذكر الأحداث الخمسة القادمة وأضف الوصلة للصفحة الخارجية حيث يمكن للمتصفح الاطلاع على باقي اللائحة.

**لا تنشئ مجموعات متعددة ترمي إلى الغاية ذاتها، فالمجموعات في «فايسبوك» تستفيد من تأثير الشبكة.** كلما زاد عدد المنتسبين في مجموعتك، زادت قيمتهم لمجرد انتمائهم إليها. أما توسيع الانتساب أو الانضمام إلى عدد من المجموعات سيزيد من صعوبة مشاركة المعلومات الهامة ويضعف قدرة الأفراد من التنسيق بطريقة طبيعية. إذا وجدت على مجموعة تقوم بالتنظيم ذاته وتحمل القضية ذاتها، فإما انضم إليها أو اجعلها تنضم إليك.

**اعمل عن كثب مع المنظمات الفاعلة الموجودة، وستكتشف قيمة المجموعات الفاعلة التي تتفاعل معها حين تحاول القفز من الساحة الرقمية إلى العالم الواقعي.**

**لا تبعث بالرسائل غير المخولة إلى أعضاء مجموعتك،** فالأعضاء إذا تلقوا أكثر من رسالة أو رسالتين شهرياً سيتركون المجموعة. تأكد من إرسال تحديثات دورية، لكن افعل ذلك بطريقة سلبية من خلال نشرها في قسم الأخبار الحديثة والموقع الخارجي. اعتمد على فاعلية الرسائل إلى الأعضاء لإعلامهم عن الإعلانات الهامة لكن تأكد من أن تبقيها مختصرة.

**تأكد من الإحاطة بالزوايا المختلفة للحصول على اهتمام وسائل الإعلام بأخبارك.** الحصول على اهتمام وسائل الإعلام ودعمها سيساعدانك على تحقيق أهدافك من خلال إبراز المجموعة والقضية التي ترفع لواءها. أي أن الإصدارات المنشورة (الإصدارات الإخبارية القصيرة التي تعرض الوقائع الخاصة بحالتك، إلى جانب معلومات عن كيفية الاتصال بك) وإرسالها إلى أعضاء من المحطة التلفزيونية والإذاعية وطبع المعلومات عن الوسائل التي من المرجح أن تغطي قصتك والتي تورد عنوان البريد الإلكتروني الخاص بها على الخط.

لا تحصر عملية التخطيط بعدد محدد من الأعضاء، فالمجموعة تقتضي عملاً جماعياً. كل عضو من المجموعة سيأتي بمستوى من الخبرة والمهارة وسيكون من المؤسف إضاعتهما.. إن تنظيم النشاطات العالمية مهمة أكبر من أن يتحمل وزرها شخصان فقط.

## حملات هائلة على «فايسبوك» من أنحاء العالم

الأمثلة التالية هي من بورما والمغرب ومصر وتشكل دليلاً حياً عن كيف يمكن للفاعلين الرقميين استخدام «فايسبوك» لزيادة تأثير حملاتهم.

### الدعم لاحتجاج الرهبان في بورما

بقلم «دان شولتز»

إن تاريخ بورما زاخر بالمحطات المختلفة من المواجهات بين المحتجين السلميين ونظام حكم عنيف. أما آخر استعادة لهذا المشهد فقد كانت في سبتمبر ٢٠٠٧: احتجاج قادة الرهبان. لكن سرعان ما قابل المسيرات المسالمة هذه ردة فعل عنيفة من قبل الحكومة أدت إلى سقوط عدد من الوفيات في صفوف الرهبان والمدنيين والصحفيين. غير أن هذه المرة كان مستخدمو الانترنت يراقبون ما حدث.

في ١٩ سبتمبر، بعد أن بدأت الاحتجاجات، قام طالب جامعي كندي يدعى «أليكس بوكينندر» بإنشاء مجموعة على «فايسبوك» اسمها «دعماً للرهبان» ولم يكن يهدف إلى أبعد من ذلك. لم تكن الغاية من المجموعة مناصرة الرهبان، وفي غضون عشرة أيام تمكن من جذب ١٤٠٠٠ عضو. وصلت العضوية إلى أقصى مستوى لها مع نصف مليون منتسب. ولمس «أليكس» قوة المجموعة التي أنشأها حين بدأت المنظمات الفاعلة التي وصلتها ارتدادات موجة التنامي الرقمي وأعضاء المجموعة الذين استخدموا «فايسبوك» للتخطيط والعمل على يومي تضامن عالميين في ٦ و٢٣ أكتوبر. تم تنظيم الحدثين هذين الحدثين ١٠٠ مدينة من أنحاء العالم، ووصل عدد المحتجين في لندن وحدها إلى ١٠٠٠٠ متظاهر. ما زالت المجموعة اليوم تعمل ولو أن عدد الأعضاء فيها أقل. إلى ذلك، أنشأ بعض الوسطاء شبكة بورما للتحرّك العالمي (BGAN)، وهي محور للفاعلية المتعلقة ببورما عنوانها الحالي <http://www.burma-network.org>. بعد الاحتجاج العالمي، بدأت شبكة بورما وأخواتها من المجموعات الأخرى على «فايسبوك» بحملة رقمية بعنوان «لا تنسوا بورما»، وقد شملت مجموعة من الملفات من مسيرات الاحتجاج من بورما للتعويض عن التغطية الضعيفة للإعلام الغربي.

### كيف استخدموا «فايسبوك»

بدأت حملة دعم احتجاج الرهبان في بورما مع «فايسبوك». حين حصلت على أتباع استخدمت محور للمحتوى الذي يولده المستخدمون؛ الذي يعمل بالأساس كموقع ويكي وسيط نصف ذاتي. قام أعضاء المجموعة المعيّنون بتحديث لوائح الأحداث المختلفة

مباشرة مع وصول المعلومات إليهم من خلال شبكة العضوية. أدى هذا التمرين إلى إنشاء تغذية إخبارية لأعضاء المجموعة.

في المبدأ، كانت المجموعة قد وُفرت منصة للأشخاص داخل بورما للاتصال بالعالم الخارجي. استعملوا الأدوات لعرض المعلومات والملفات التي تعكس الصورة الواقعية كما هي. تمكنت الشبكات الإخبارية الأساسية من استعمال محتوى «فايسبوك» المستضاف والأعضاء المنتسبين للمجموعة ما رفع من زخمها.

### **الصعوبات عند استخدام «فايسبوك»**

لم يكن «فايسبوك» ذات فائدة كبيرة خارج الشبكة التي خلقها. لم يكن لأصحاب المجموعات شيئاً سوى المحتوى، ما زاد من صعوبة تصميم المجموعة على شكل يتماشى مع جهود الفاعلين. لم يتمكن الوسطاء من إرسال الرسائل إلى أعضاء المجموعة كلهم بسبب حد أقصى يقتصر على ٥٠٠٠ رسالة. لو لم تكن هذه هي الحال، لكان عدد المشاركين أكبر في الحدثين. كما أنه لم يكن ممكناً أن يبحثوا عن أشخاص ضمن المجموعة لأن عدد الأسماء المنتسبة كان كبيراً. هذه المشاكل دفعت بالوسطاء إلى إنشاء شبكة بورما الخارجية لضمان فعالية توزيع المعلومات.

### **نصيحة لفاعلي «فايسبوك»**

لا تحاول أن تعيد إنشاء التجربة الاجتماعية في موقعك الخارجي. فقد حوى موقعهم الخارجي محتوى ثابتاً وقد تم إنشاؤه في خلال أيام، لكن حتى المواقع الأهم والأغنى التي تتميز بمنتجات ضخمة لا تتماشى مع نوع النشاطات المتوفرة في «فايسبوك» من دون الحاجة إلى مقدار كبير من الوقت والطاقة يمكن استثماره بغير مكان.

تذكر أن المجموعة منفذ للأفراد، فدعهم يستلمون زمام الأمور فينشأ، كما حصل، شعور بالملكية. أعلمت المجموعة الناس بالنشاط الفعلي الأمر الذي شكّل نشاطاً ملموساً سرعان ما كان له أثر كرة الثلج.

شارك في النشاطات المعدة. اجمع ٥٠٠٠٠٠٠ عضو مع قواعد شعبية موجودة فتحصل على شبكة مبنية بشكل جيد تتألف من الوكلاء المستعدين لتشجيع الانضمام.

# حملة «ساعد فؤاد» في المغرب

بقلم أمين

في ٥ فبراير ٢٠٠٨، احتج «فؤاد مرتضا» المهندس المغربي البالغ من العمر ٢٦ عاماً على خلفية اختلاق حساب مزيف لأخ الملك مولاي رشيد في موقع «فايسبوك» على سبيل المزحة. حين كان في عهدة الشرطة تعرض للاستجواب والضرب العنيف. أثارت هذه المعاملة غضب بعض الشبان المغربيين الذين اجتمعوا وتظاهروا على سجن «فؤاد» وطالبوا بالإفراج عنه.

## كيف استخدموا «فايسبوك»

بدأت الحملة للإفراج عن «فؤاد مرتضا» بإنشاء مجموعة على «فايسبوك» للإعلام عن الحالة، فجمعت المعلومات وتلقت الرسائل المتضامنة مع السجن من أكثر من ٥٠٠٠ عضو انضموا إليها. طُلب من الأعضاء تغيير صورة العرض الشخصية إلى شعار «أطلقوا سراح فؤاد» لنشر الرسالة والمساعدة على تناقلها واستخدامت المجموعة لتعليق المقطعات الإعلامية والصور والرسائل والملفات المختلفة.

في ٢٣ فبراير، صدر الحكم على «فؤاد» بالسجن لمدة ٣ سنوات في سجن محكمة الدار البيضاء. عندئذ اقترح عضو من المجموعة على «فايسبوك» وترك رسالة على حائط العرض تدعو إلى تنظيم مظاهرة في باريس للتضامن مع «فؤاد». في خلال بضع ساعات تم لتعقيب على الرسالة وتحوّل «فايسبوك» إلى أداة أساسية لتنظيم احتجاجات طالت ثماني مدن في العالم (الرباط وأمستردام وبروكسل وباريس ولندن مدريد ومونتريال وواشنطن).

تم إنشاء صفحات عن الحدث في كل مدينة، وتم تحديد المناصرين والمنظمين وقد طلب إليهم إدارة الأحداث المحلية ضمن مناطقهم، تنظيم الأمور اللوجستية والحصول على الرخص الحكومية لإقامة التظاهرات حيث دعت الحاجة. كما طلب منهم التقاط الصور والفيديو وإرسالها إلى عنوان البريد الإلكتروني المركزي أو تحميلها على موقع Flickr.com أو YouTube.com. وقد استعملت هذه الأخيرة في اليوم الذي تلا التظاهرات فأنشئ فيديو تلخيصي ضم مقاطع عن الحدث مظهراً مدى الوحدة والتضامن اللذين تميز بهما التحرك في أنحاء العالم.

## الصعوبات عند استخدام «فايسبوك»

إن الردّ على التعليقات الزائفة والإشاعات التي تنشر على حائط عرض المجموعة أمر يستنزف الموارد، إذ أن مدير المجموعة سيضطر إلى إمضاء الكثير من الوقت لتحرير التعليقات. كان الحلّ إذن تأمين خلفية من المعلومات في توصيفة المجموعة، وفي خلال أيام، بدأ أعضاء آخرون من المجموعة، لا وسطاء، بنشر تعليقات تردّ على التعليقات الزائفة والافتراءات وتصحيحها. ولأن «فايسبوك» غير مصمم حصراً لتحقيق الفاعلية، يمكنه بصفته منصة أن يمثل بعض التحديات التقنية. لا يتيح «فايسبوك» لمدير مجموعة تحتوي أكثر من ٥٠٠٠ عضو أن يرسل الرسائل إليهم جميعاً في الوقت ذاته، فالموقع سرعان ما يشير إلى المدراء بعلم أحمر على أنهم مرسلو رسائل غير مرغوبة ويمنعونهم من القيام بذلك مجدداً. ثمة طريقة لتخطي هذه العقبة ألا وهي أن تدعو

أعضاء المجموعة كلهم إلى صفحة الأحداث التي من خلالها يحصل المدراء على الحق بإرسال الرسائل إلى الأعضاء جميعهم.

بما أن معظم الأشخاص يستخدمون «فايسبوك» تحت اسمهم وهويتهم الحقيقية، أبدى الكثير من أعضاء المجموعات تحفظهم عن غياب القدرة على عدم الكشف عن هويتهم في حين أن البعض الآخر يفتح حساباً جديداً تحت اسم مستعار بسبب التهديد السياسي الذي يسلب عليهم الضوء كأعضاء من المعارضة.

### نصيحة لفاعلي «فايسبوك»

نظم المعلومات بطريقة واضحة ودقيقة. لا يمكن التسليم بأن الأعضاء في المجموعة سيقروا كل إصدار إخباري أو رسالة لذا من الضروري كتابة أوصاف المجموعة بشكل دائم لتشمل العناصر كافة الجديدة والمحدثة باختصار. كما أنه من المفيد وضع المعلومات بطريقة معتمدة (مجموعة وموقع خارجي وصفحات الأحداث) لتفادي الرسائل المتضاربة.

شجّع الأعضاء على استبدال صورتهم المعروضة بصورة عن القضية. وقد يأتي ذلك بنفع كبير وبتوسيع رقعة الانتشار أكثر فأكثر. لكن تأكد من إضافة وصلة إلى موقع الحملة الخارجي في الصورة ليتمكنوا من اللجوء إليه لمزيد من المعلومات.

أشرك أعضاء المجموعة وقرأ تعليقاتهم وأجب على اقتراحاتهم. فتساعد هؤلاء الأعضاء بالتحديد وتزيد من قدرتهم وتخلق جواً من التعاون لإنشاء حركة حقيقية تمتد أواجها إلى أنحاء العالم حين يأخذ الأعضاء القضية على عاتقهم فتصبح جزءاً منهم يجدون الوحي اللازم ليبدلوا جهداً أكبر.

ابتعد عن المركزية عند تنظيم الأحداث واترك التصرف للفاعلين المحليين. فاللامركزية ضرورية لحسن إدارة الموارد المحدودة. لذا فإن تحديد أنصار القضية المتواجدين على الأرض في المدن المعينة التي تستضيف الحدث أمراً مهماً جداً.. أمن لهم المخططات ودعهم يهتمون بالتفاصيل التنظيمية الصغيرة. فهم يقدرّون على الاتصال بعدد أكبر من المعارف غير المتواجدين على الخط، ويعرفون أكثر عن المنظمات والمجموعات التي يمكنها مدّ يد المساعدة. أضف إلى أنهم يستطيعون تنظيم فهرس بالأحداث لطبع المنشورات وصنع الرايات الدعائية تنظيم المشاركات والتقدّم للحصول على الرخص...

قم بالاتصال بمجتمعات المدونات. أمن لهم الوصلات والمعلومات بصيغة تمكّن الناس الذين يملكون حسابات «فايسبوك» وأولئك الذين لا يملكون واحداً أن يستخدموها.

استخدم أدوات أخرى كخرائط غوغل أو خرائط ياهو لتشمل التعليمات المحددة للتظاهر والأحداث الأخرى.

# حملة «أطلقوا سراح كريم»

بقلم إسراء الشافعي مدير موقع FreeKareem.org

كريم عامر كاتب مدونات مصري جريء تحدّى النظام الظالم لحكم حسني مبارك وانتقاد التطرف الإسلامي والعنف. وفي حين كانت مدوناته تعدّ هجومية من قبل البعض على خلفية التقييم القاسي الذي توجه به إلى الإسلام، كان يعتبر أحد كاتبي المدونات الأكثر شهرة في مصر وكان محطّ تقدير الكثيرين لدفاعه عن الحقوق المدنية وحرية التعبير في البلاد. في ٦ نوفمبر ٢٠٠٦، أوقفته قوى الأمن المصرية بسبب مدوناته. في ٢٢ فبراير ٢٠٠٧ صدر حكماً عليه بالسجن ٣ سنوات بتهمة إهانة الإسلام والتحريض على الفتنة وسنة أخرى للشهير بالرئيس مبارك. بعد توقيفه بفترة وجيزة أنشأت مجموعة من الفاعلين الرقميين بقيادة إسراء الشافعي موقع ويب، FreeKareem.org، و بدأت حملتها المطالبة بإطلاق سراحه، وبالتالي توفير الدعم له في خلال مدّة سجنه. إلى حين كتابة دليل الإرشادات هذا، كان كريم لا يزال سجيناً.

## كيف استخدموا «فايسبوك»

اعتمد مؤسسو موقع FreeKareem.org لنشر الوعي بين صفوف الطلاب وتطويع الأعضاء الجدد لحلف «أطلقوا سراح كريم». وجدوا على الأقلّ مساهمين كبيرين على «فايسبوك» عرفوا بالقضية وخطوطها وحائط العرض وأرادوا مساعدة الحملة في الحال. أما الأهم من ذلك كلّ، استخدموا «فايسبوك» لتنظيم وحشد الاحتجاجات العالمية. كما أنهم أنشأوا صفحة للأحداث للمظاهرات في فرنسا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية و بلدان أخرى.

أتاح «فايسبوك» المجال للجمهور الذي ما كان يعرف بالقضية بالتفاعل مع الحملة. حضر الطلاب الحدث حتى من دون أن يتصلوا بالمنظمين. ومن المنطقي الإشارة إلى أن سبب مشاركة الشريحة الواسعة في الحدث هو أن المنظمون استخدموا «فايسبوك» لنشر الإعلانات عن المظاهرات بالإضافة إلى أن طبيعة المظاهرات، أي سبب ومكان تنظيمها، لم يتطلب من المتظاهرين سوى الحضور. قام المستخدمون بإعادة إرسال الصور الرقمية التي التقطوها في المظاهرة مشيرين إلى أنهم عرفوا بالحدث من «فايسبوك» وأرادوا أن يؤكّدوا دعمهم بأي طريقة ممكنة.

في هذا المجال يعدّ «فايسبوك» أداة تطويع فعّالة للأعضاء الجدد، لكن العملية لا تخلو من العقد الصغيرة. فثمة الكثير من الأمور التي تجري في «فايسبوك» والتي تستحوذ على انتباه المستخدمين. من هنا، يجب معرفة كيفية تحويل هذا الانتباه إلى قضيتك. بشكل عام، كان مؤسسو موقع «أطلقوا سراح كريم» فاعلين. دارت مناقشات حول «كريم» على حائط العرض ومن خلال الرسائل وعبر تبادل الفيديو والصور. ولا يمكننا إلا الإشارة إلى أدوات الوسائط المتعددة الأمر الذي عاد بالعون الكبير لحملة «كريم». تمكن مدراء الموقع من إضفاء طابع خاص بحالة «كريم» قدر المستطاع. وملفات الفيديو لطالما ساعدت في هذا المجال، بل إنها أكثر فعالية من الصور ولعله السبب الأساسي لاعتماد منظمو الحملة عليها.

## الصعوبات عند استخدام «فايسبوك»

لا يتمتع «فايسبوك» بأي هيكلية تنظيمية و يحوي الكثير من الملفات غير المرغوبة - مساحات لعرض ملفات للتسليية والهدايا واللكر والألعاب إلى آخره. مع كل هذه الإلهاءات، من الصعب تحويل الانتباه إلى أي من الأمور الجديدة. كل مرة يضيف بها «فايسبوك» أداة جديدة، يدفع بالفاعلين إلى بذل جهد أكبر ليتمكنوا من الاستحواذ على اهتمام المستخدمين المستهدفين. إن الرسائل غير المخولة (نشر المواد التي لا تمت بعلاقة بالحائط الوح البلاغات أو نشر الرسائل المهينة بشكل متواتر) أمر تتزايد صعوبة التصدي له لأنه يتطلب توسيط المجموعة طوال الوقت.

## نصيحة لفاعلي «فايسبوك»

لا تنشئ مجموعات مختلفة في «فايسبوك» لمنصرة القضية ذاتها. فعلى سبيل المثال، ثمة ثلاثة مجموعة لقضية «أطلقوا سراح كريم» أسسها ثلاثة أشخاص مختلفين لا يتواصلون معاً وإن مجموعتين منهما غير فاعلتين.

اتصل بمؤسسي المجموعات الأخرى واطلب منهم الاندماج بمجموعتك في حال كانوا غير فاعلين. تذكر أن الجمهور ليبقى معنياً بما يجري يجب أن تعرض المعلومات بطريقة تثير اهتمامه. في هذا السياق إن أي مجموعة غير فاعلة على لائحة البحث لا تساعد. فحين ينضم إليها المستخدم لا يتلقى أي رسالة أو تحديثات خاصة بالقضية فيغيب عن باله الموضوع.

لا تستخدم مجموعات الآخرين لمنصرة لفاعليتك، هذا إذا أردت أن تميّز عملك بالتماسك. أسس مجموعتك باكراً وأبقها مرئية.

لا تبعث برسائل يومية إلا إذا اقتضت ضرورة طارئة لأن الناس لا يحبذون ذلك. ابعث رسائل نصف شهرية ذاكراً للمعلومات التي تريد. لا ترسل المعلومات ذاتها أو معلومات قديمة لئلا يملّ المستخدمون.

كن مبتكراً وتأكد دوماً من أن يكون ثمة حدث يستدعي مساعدة الأشخاص الذين يودّون.

\*معدلاً وقد أضيف إليه مقدمة من «ماري جويس». مصدر المعلومات عن توقيف «كريم» ومحاكمته هو موقع «ويكيبيديا».

# الملاحظات النهائية

## عن الكاتب

«دان شولتز» طالب في جامعة «كارنيجي ميلون» في بيتسبورغ، حيث يدرس أنظمة المعلوماتية. في العام ٢٠٠٧ كان واحداً من ٢٧ فرداً فازوا في تحدّي أخبار الفرسان الأول وهو اليوم كاتب مدونات فاعل في موقع MediaShift Idea Lab. مازل «دان» يكتشف مصادر اهتمام جديدة، إلا أن الإعلام الرقمي كونه تسهيل مجتمعي شكل له دوماً قوة موجهة منذ أن بدأ يستخدم الانترنت. يرى «دان» أ، الفاعلية والمجتمع يمسيان يداً بيد، لذا فالكتابة لـ «ديجياكتيف» تمثّل فرصة ممتازة لاكتشاف المجتمع الديناميكي والإعلام الرقمي.

## حول «ديجياكتيف»

«ديجياكتيف» منظمة تطوعية مخصصة لمساعدة الجمهور الواسع في أنحاء العالم لاستخدام الانترنت والهواتف الخلوية لرفع مستوى التأثير. أمّا هدفها فهو تحقيق عالم من الفاعلين يتميزون بالقوة والفعالية من خلال الإعلام الرقمي. وتسعى «ديجياكتيف» إلى هدفها هذا من خلال مجالات العمل، بما فيها موقع مدونات للممارسات الفضلى للفاعلية الرقمية حول العالم، وخريطة متفاعلة تشكل قاعد بيانات بصرية للفاعلية الرقمية وبرنامج بحوث وتدريبات مفتوحة التي تعدّ مخزن للوحدات التدريبية على الفاعلية الرقمية. يمكنك معرفة المزيد والمشاركة على موقع [www.DigiActive.org](http://www.DigiActive.org).

## عن برنامج تبادل الإنترنت الإجتماعي

تأسس برنامج «تبادل الانترنت الاجتماعي» في أيار ٢٠٠٨. ويؤمّن تدريباً شاملاً للتعاطي مع وسائل الإعلام كما خدمات استشارية للمجتمع المدني بالإضافة إلى توفير هذه الخدمات لمنظمات لا تبغى الربح في لبنان، وقريباً، في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. إن مهمتنا تقضي بتشجيع اعتماد الانترنت والتعبير بواسطة الوسائط المتعددة في المنطقة؛ وسيلةً لتعزيز قدرة الفرد وتدعيم قدرته بالدفاع عن ذاته. تركز الجمعية على ثلاثة أهداف بشكل خاص:

- ١- تنمية المعرفة حول الإعلام ونشر الوعي حول وسائل الإعلام الاجتماعية وتلك التي تشمل تعاطي الجمهور، لا سيما بين الشباب والمدرسين، وذلك من خلال المفاهيم والحالات قيد الدراسة وترجمة المواد الأساسية إلى اللغة العربية.
- ٢- مساعدة المنظمات على تطوير استراتيجيات مستدامة مشتركة لتضمين تبادل الانترنت الاجتماعي في برامجهم.
- ٣- رفع حجم الولوج إلى الانترنت من خلال التشجيع على زيادة عرض النطاق والتخفيف من الرقابة

إننا نطمح لتحقيق هذه الأهداف من خلال التعاون والشراكة مع منظمات إعلامية عالمية، إذ نعمل على تطوير مناهج مخصصة للبنان والبيئة العربية. لمزيد من المعلومات والاطلاع على نشاطاتنا المستقبلية، يرجى زيارة موقعنا على العنوان التالي

[www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org)

