



## الإعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير فيسبوك وتويتر

### نظرة عامة

حتى وقت قريب، اقتصر آراء الخبراء المتداولة حول ما أثير عن الإمكانيات الواعدة لشبكات التواصل الاجتماعي على التنظير. بما في ذلك قدرتها على التأثير على نماذج الحوكمة التشاركية، والمشاركة المدنية الشعبية، وإنشاء قوى مجتمعية الجديدة، وخلق الفرص الجديدة للقطاع الخاص ورواد الأعمال تندرج تحت إطار التنظير. وبعد مضي بضعة شهور من عام 2011، ظهرت دلائل قوية تؤكد إمكانية تحول تلك النظريات إلى واقع. فقد نجحت أدوات الإعلام الاجتماعي في الوقت الراهن في الدمج بين الهويات الافتراضية عبر شبكة الإنترنت والهويات الحقيقية للمستخدمين. وبدأت في الوقت ذاته لعب دور هام ومثير للجدل في التغييرات والحراك المدني الذي يكتسح المنطقة العربية حالياً. وقد لاحظت الحكومات وقطاعات الأعمال على حدٍ سواء الإمكانيات التي يطرحها انتشار أدوات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، ونشأة توجهات جديدة في مجالي الحوكمة والأعمال. ويواصل موقع فيسبوك احتلال الصدارة كأكثر أدوات التواصل الاجتماعي شيوعاً في المنطقة العربية، وقد ركز تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الأول على استخدام موقع فيسبوك كمقياس رئيسي لاستخدام أدوات الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية. وبالإضافة إلى موقع فيسبوك، يمتد بحثنا في هذا الإصدار الثاني من التقرير ليشمل موقع تويتر الذي يمثل إحدى منصات التواصل الاجتماعي الأخرى التي كان لها قوة مؤثرة على عدة مستويات خلال الربع الأول من العام.

ويسلط تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الذي يعده دورياً برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية الضوء على توجهات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في المنطقة العربية على أساس البيانات التي جمعت خلال الربع الأول من عام 2011، كما يقوم بتحليل تلك التوجهات على وجه الخصوص. وفي هذا الإصدار، يحلل التقرير البيانات الخاصة بمستخدمي فيسبوك وتويتر في كافة الدول العربية الأثنتي والعشرين. بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا. مسلطاً الضوء على الدور الذي لعبته تلك المواقع في الحراك الشعبي التي اكتسح المنطقة خلال تلك الفترة. ويمثل هذا التقرير جزءاً من مبادرة بحثية أكبر تركز على دراسة المشاركة الاجتماعية من خلال تقنيات المعلومات والاتصالات من أجل سياسات أفضل في البلدان العربية. وهو يبحث في دور خدمات التواصل الاجتماعي في الحوكمة، والاندماج الاجتماعي، وتشجيع ريادة الأعمال. كما تبحث المبادرة دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في رفع مستوى التعاون، وإدارة المعرفة، وتعزيز الابتكار بين الكيانات الحكومية فيما بينها وبين المواطنين والقطاع الخاص.

### 1- المقدمة

لقد أخذت شعبية وسائل الإعلام الاجتماعي تتزايد خلال الربع الأول من عام 2011، واتسعت منصات وقاعدة مستخدمي فيسبوك وتويتر. على سبيل المثال، اتساعاً كبيراً، ليتجاوز عدد مستخدمي فيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من العام

يهدف تقرير الإعلام الاجتماعي العربي إلى صياغة فهم أفضل لتأثير الإعلام الاجتماعي على التطوير والتنمية في المنطقة العربية بحيث التساؤلات التالية:

- ماهي توجهات استخدام خدمات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية؟
- ما هو معدل نمو أدوات التواصل الاجتماعي، وما هو التوزيع السكاني والنوع الاجتماعي لمستخدمي أدوات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية؟
- ما هي العوامل التي تؤثر على استخدام هذه الأدوات في البلدان العربية المختلفة (على سبيل المثال، الدخل، ونسبة عدد الشباب، وإمكانية الوصول إلى التقنيات الرقمية، ومعدلات حرية استخدام الإنترنت، وغيرها)؟
- ما هو تأثير هذه الظواهر على مشاركة المواطنين والاندماج الاجتماعي؟

ما هو تأثير الآليات الجديدة للتواصل الاجتماعي على الابتكار وريادة الأعمال؟ وفي الختام، نأمل أن تلقي نتائج هذا التقرير الضوء على الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي خلال الحركات الشعبية في المنطقة في عام 2011.

يمكن الحصول على التقرير كاملاً وكافة مكوناته من معلومات وأشكال توضيحية ووصلات إلى صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتقرير عبر الموقع:

[www.ArabSocialMediaReport.com](http://www.ArabSocialMediaReport.com)

للاستفسارات الإعلامية يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني:

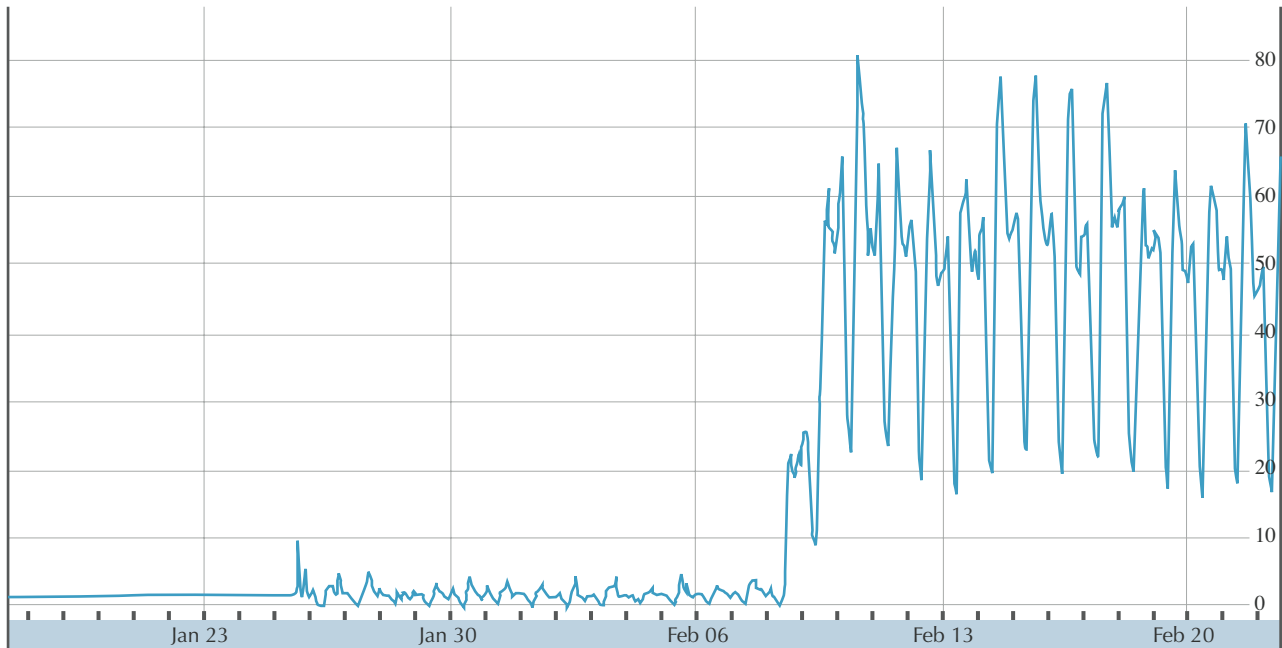
[socialmedia@dsg.ac.ae](mailto:socialmedia@dsg.ac.ae)

تجاوز عدد مستخدمي فيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من العام ذاته (وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد). وتجاوز عدد مستخدمي الهواتف الجواله بها 250 مليون<sup>2</sup> مشترك. كما تجاوز عدد مستخدمي تويتر 200 مليون في نهاية مارس<sup>3</sup> للعام ذاته. ليبلغ إجمالي عدد «التغريدات»<sup>4</sup> التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدة شهرياً.

ذاته (وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد)<sup>1</sup>. وتجاوز عدد مستخدمي الهواتف الجواله بها 250 مليون<sup>2</sup> مشترك. كما تجاوز عدد مستخدمي تويتر 200 مليون في نهاية مارس<sup>3</sup> للعام ذاته. ليبلغ إجمالي عدد «التغريدات»<sup>4</sup> التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدة شهرياً.<sup>5</sup>

شهدت الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011 التحول الأكبر في طرق استخدام العالم العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي. وتوجهت نحو الحشد المجتمعي والشعبي عبر شبكة الإنترنت. سواء من جانب المواطنين - لتنظيم التظاهرات (سواء المؤيدة للحكومات أو المناهضة لها) - أو من جانب الحكومات في بعض الحالات للتواصل مع المواطنين وتشجيعهم على المشاركة في الإجراءات الحكومية. وفي بعض الحالات الأخرى. لحجب المواقع الإلكترونية ومراقبة المعلومات التي تعرضها تلك المواقع<sup>6</sup> والتحكم فيها. وتوضح الأشكال البيانية 1 و2 و3 عمليات قطع الاتصال بشبكة الإنترنت في العديد من البلدان العربية خلال الربع الأول من عام 2011.<sup>8</sup> وهي عملية استمرت خمسة أيام في مصر. من 28 يناير حتى 2 فبراير. بينما في ليبيا. بدا هناك انخفاض في الاتصال بالإنترنت وكذلك انخفاض

**الشكل رقم 1: سوريا: معدل استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي على الإنترنت قبل وبعد رفع الحظر على مواقع الإعلام الاجتماعي (7 فبراير 2011) - موقع يوتيوب مثلاً<sup>9</sup>.**



<sup>1</sup> [http://www.insidefacebook.com/2011/05/11/facebook-surpasses-677-million-users-more-traffic-trends-and-data-at-inside-facebook-gold-may-2011-edition/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+InsideFacebook+%28Inside+Facebook%29](http://www.insidefacebook.com/2011/05/11/facebook-surpasses-677-million-users-more-traffic-trends-and-data-at-inside-facebook-gold-may-2011-edition/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+InsideFacebook+%28Inside+Facebook%29)

<sup>2</sup> [http://www.insidefacebook.com/2011/03/31/facebook-passes-250-million-mobile-users-overhauls-mobile-website/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+InsideFacebook+%28Inside+Facebook%29](http://www.insidefacebook.com/2011/03/31/facebook-passes-250-million-mobile-users-overhauls-mobile-website/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+InsideFacebook+%28Inside+Facebook%29)

<sup>3</sup> [http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-active-users\\_b6628](http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-active-users_b6628)

<sup>4</sup> <http://venturebeat.com/2011/03/14/twitter-1-billion-tweets/?source=facebook>

<sup>5</sup> <http://www.ottawacitizen.com/mobile/iphone/story.html?id=4771747>

<sup>6</sup> The traffic graphs show the fraction of the worldwide traffic to a given Google product that comes from a given region. The data are then normalized and scaled so that the highest value in the graph is 100.

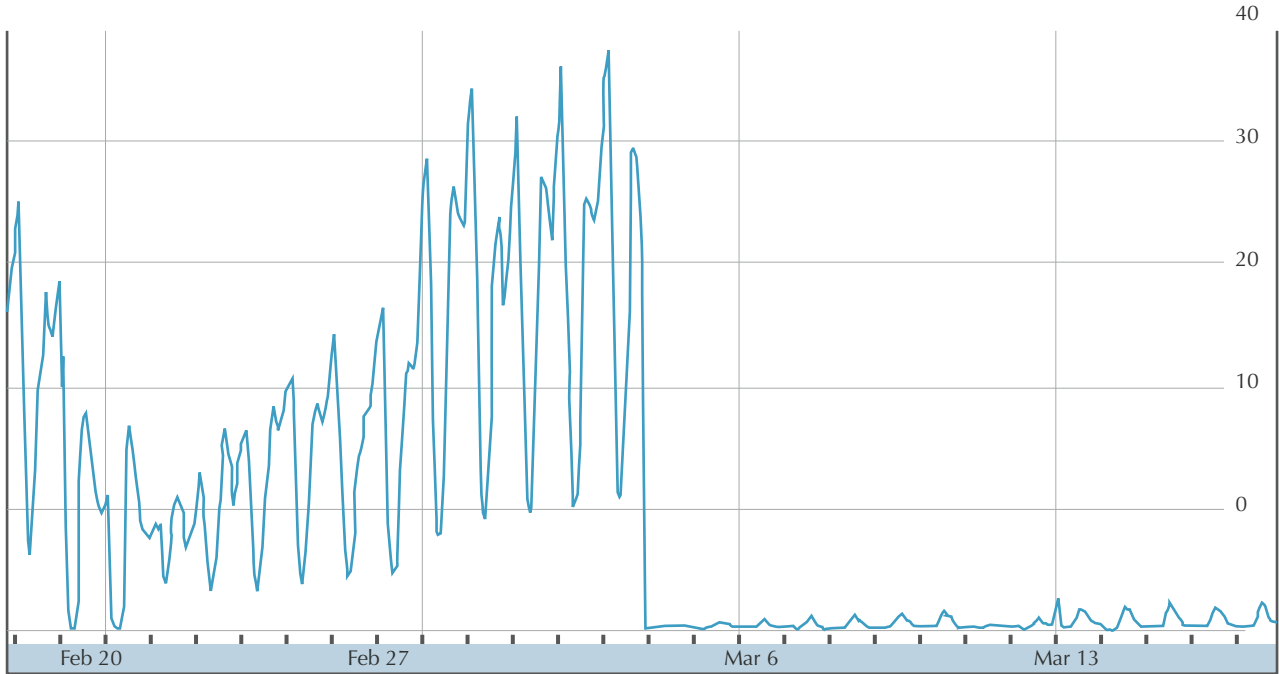
<sup>7</sup> as gauged by Google's Internet traffic report

<sup>8</sup> وفقاً لحساب تقرير جوجل لاستخدام الإنترنت.

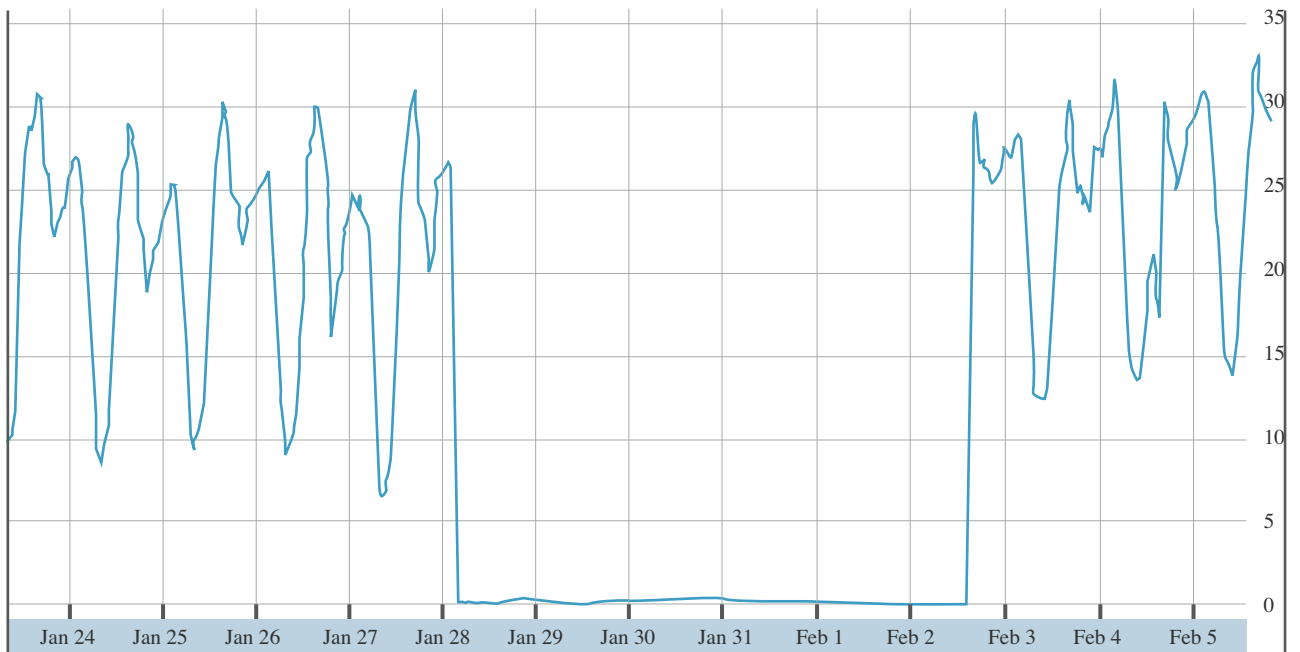
<sup>9</sup> المصدر: (تم الدخول عليه في 10 أبريل 2011). [www.google.com/transparencyreport/traffic/?r=SY&l=YOUTUBE&csd=1295947800000&ced=1298367000000](http://www.google.com/transparencyreport/traffic/?r=SY&l=YOUTUBE&csd=1295947800000&ced=1298367000000).

في معدل الاستخدام وقت الاتصال بالمواقع الإلكترونية (20 أبريل 2011). وعلى النقيض بين الشكل 1 حالة سوريا. حيث قامت الحكومة برفع الحظر على مواقع الإعلام الاجتماعي في السابع من فبراير 2011. فشهدت حركة استخدام موقع يوتيوب وغيرها من مواقع الإعلام الاجتماعي الأخرى ارتفاعاً شديداً.

**شكل رقم 2: ليبيا: معدل استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي قبل وبعد 3 مارس 2011 - عينة من جميع المواقع التابعة لشركة جوجل<sup>10</sup>.**



**شكل رقم 3: مصر: حركة استخدام الإنترنت في الفترة ما بين 28 يناير و2 فبراير 2011 - عينة من جميع المواقع التابعة لشركة جوجل<sup>11</sup>.**



<sup>10</sup>المصدر: (تم الدخول عليه في 10 أبريل 2011):

<http://www.google.com/transparencyreport/traffic/?r=LY&l=EVERYTHING&csd=129796200000&ced=1300381200000>

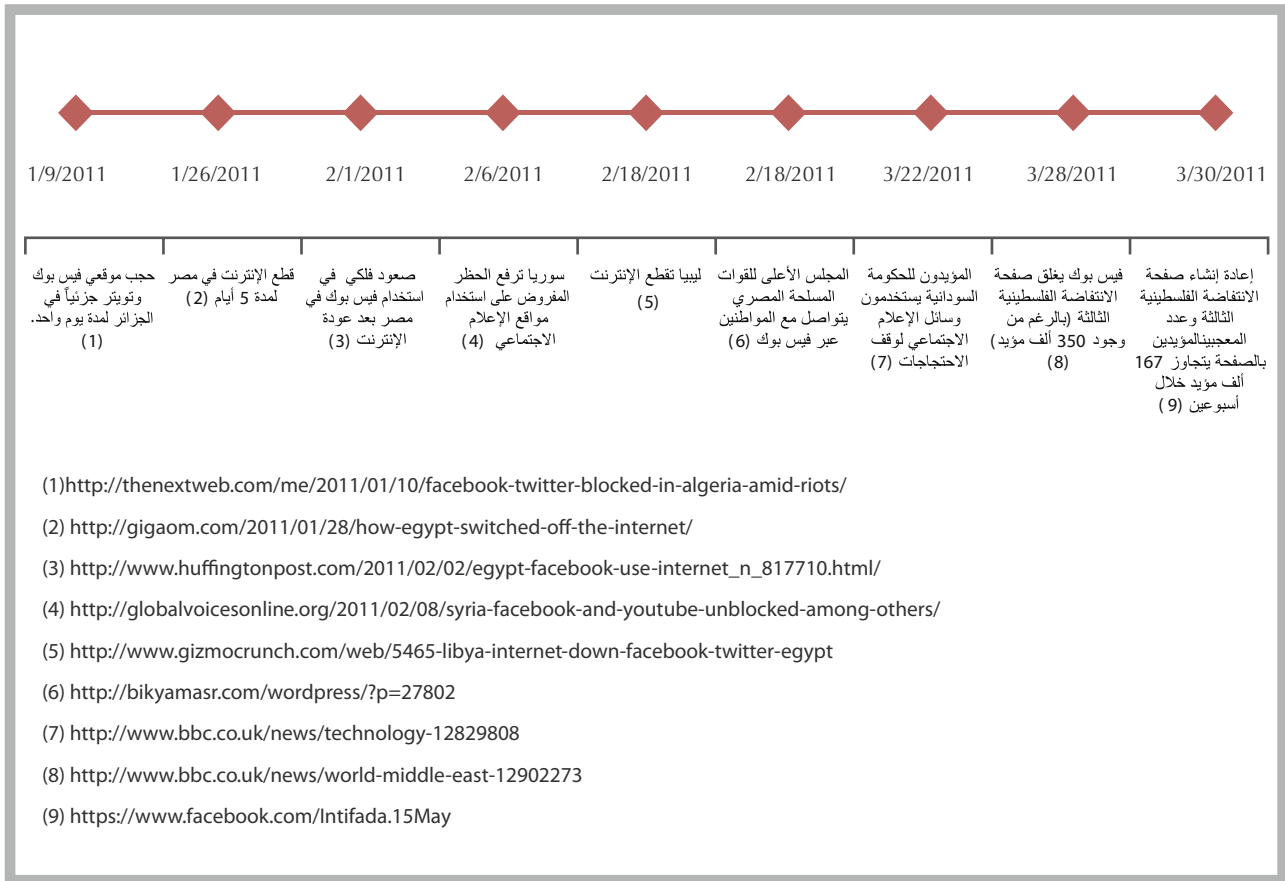
<sup>11</sup>المصدر: (تم الدخول عليه في 10 أبريل 2011):

<http://www.google.com/transparencyreport/traffic/?r=EG&l=EVERYTHING&csd=1294957800000&ced=1297377000000>

## ارتفع عدد مستخدمي فيسبوك ارتفاعاً كبيراً في معظم البلدان العربية، وازداد بشكل ملحوظ في البلدان التي انطلقت فيها الاحتجاجات

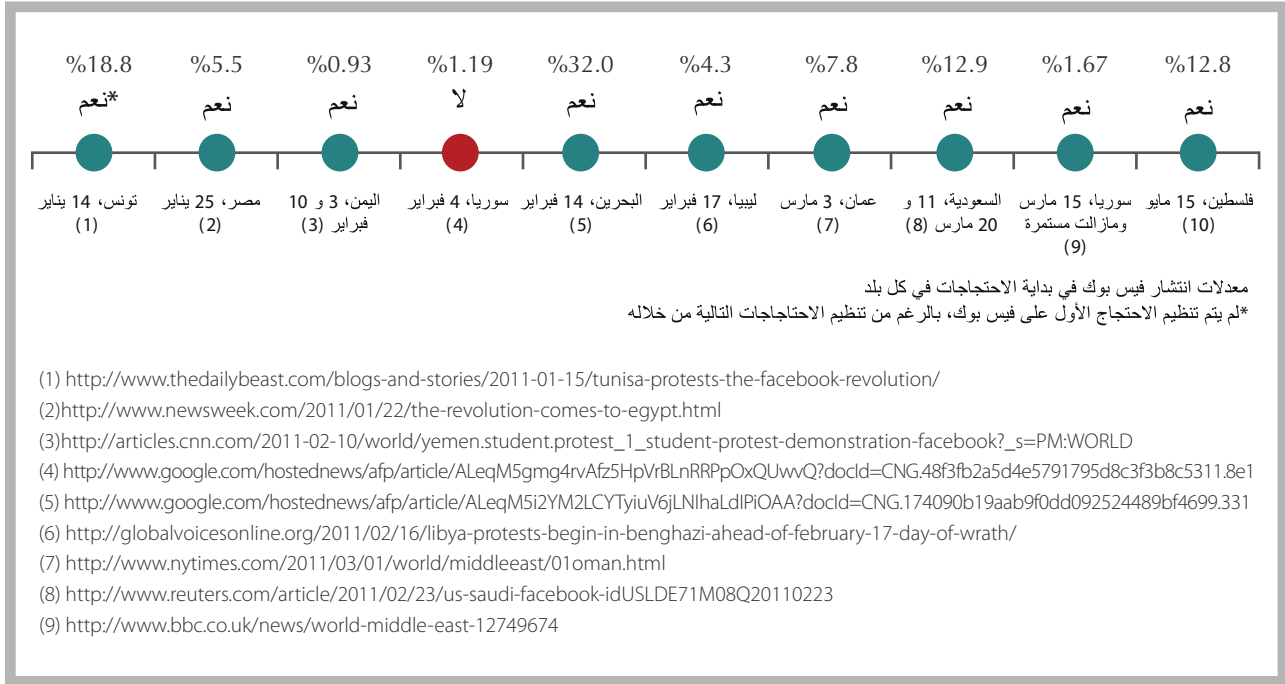
يسلط الشكل رقم 4 الضوء، خلال الربع الأول من عام 2011، على بعض حالات تتعلق باستخدام المواطنين والحكومات لوسائل الإعلام الاجتماعي. ويتضمن أمثلة على الابتكار الذي يظهر في أوقات الأزمة. فمن بدء المجلس العسكري المصري بإنشاء صفحات على فيسبوك للتواصل مع المواطنين، وحتى رفع سوريا الحظر عن مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت محظورة لعدة أعوام، فضلاً عن ذلك، لم تكن الحكومات والمواطنون هم فقط من لجأ إلى الاستخدامات السياسية الجديدة لوسائل الإعلام الاجتماعي. بل تواجه شركات الإعلام الاجتماعي ذاتها مشكلة عندما يتعلق الأمر بالتعامل مع هذا النمط من الاستخدام. وما قد يترتب عليه من آثار، وكيفية المحافظة على حيادية هذه المواقع دون انتهاك حرية التعبير لمستخدميها. وكما يبين الشكل 4، كان على موقع فيسبوك أن يتعامل مع ردة فعل الحكومة الإسرائيلية حول إنشاء الناشطين صفحة «الانتفاضة الفلسطينية الثالثة» قبل إغلاقها عدة مرات في أواخر شهر مارس، ثم إعادة إنشائها بعد ذلك بيومين. وبحلول منتصف أبريل قارب عدد «المؤيدين» بالصفحة الجديدة 170000 مستخدم.

### شكل رقم 4: بعض المقتطفات المختارة للأنشطة عبر مواقع الإعلام الاجتماعي وشبكة الإنترنت في المنطقة العربية خلال الربع الأول من عام 2011.



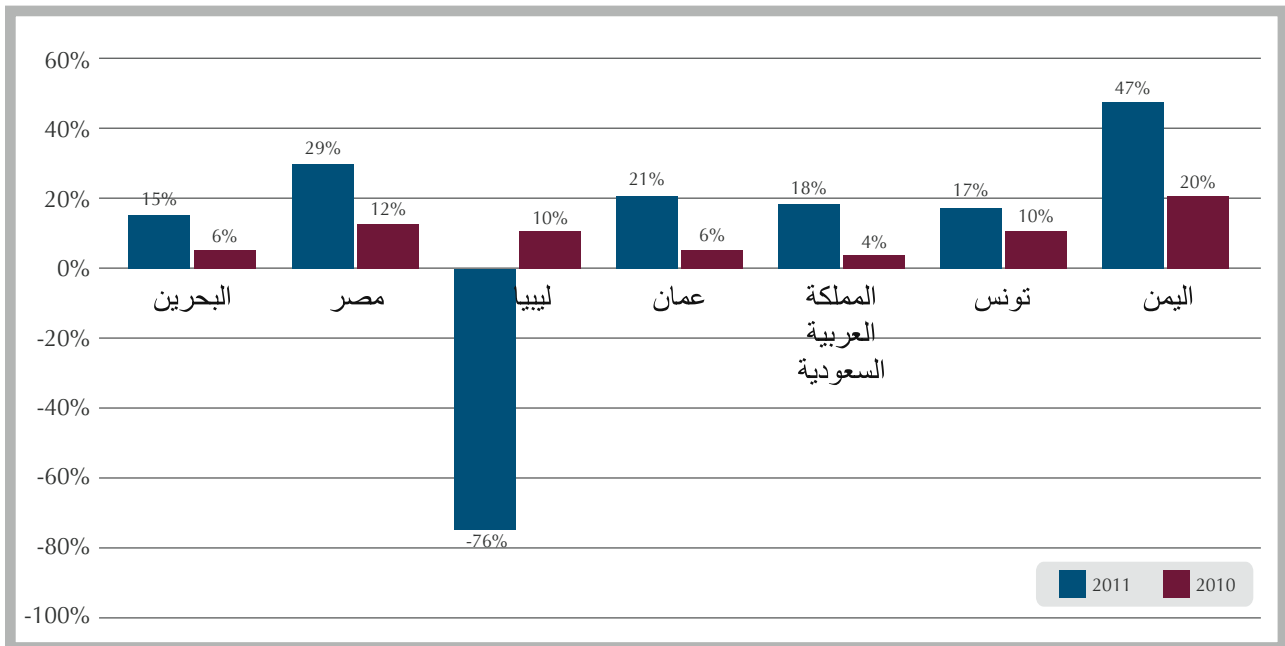
وكما يوضح هذا التقرير بالتفصيل، ارتفع عدد مستخدمي فيسبوك ارتفاعاً كبيراً في معظم البلدان العربية، وازداد بشكل ملحوظ في البلدان التي انطلقت فيها الاحتجاجات. وكان دور الإعلام الاجتماعي في الثورات التي اكتسحت المنطقة مثار جدل كبير، حيث تصفها بعض جهات النظر بأنها المحرض الرئيسي لتلك الثورات بينما يقلل البعض من دورها ويرى أنها مجرد أدوات كغيرها. و على الرغم من ذلك، يمكننا القول أن الدعوات للاحتجاج في المنطقة العربية انطلقت من فيسبوك أساساً (باستثناء الاحتجاج الأول في تونس). ويوضح شكل 5 البلدان التي انطلقت فيها الدعوات للاحتجاج في أوقات مختلفة على صفحات فيسبوك، وما إذا كانت هذه الدعوات عبر الموقع قد لاقت استجابة فعلية أم لا. وكما يبين الشكل، فقد أدت الدعوات في جميع الحالات، فيما عدا حالة واحدة (الدعوة الأولى للاحتجاج في سوريا في 4 فبراير) إلى خروج مظاهرات فعلية.

## شكل رقم 5: الارتباط بين الدعوات للاحتجاج على فيسبوك وحدث مظاهرات فعليه



لا يعني ذلك أن هناك علاقة سببية أو أن صفحات فيسبوك كانت العامل الأساسي أو الوحيد وراء تنظيم المحتجين لأنفسهم وخروجهم في تلك الأيام حديداً. ولكن باعتباره المنصة التي انطلقت منها هذه الدعوات وحددت عبره أيام التظاهر. لا يستطيع أحد أن ينكر أنها كانت عاملاً في حشد تلك الحركات. بالرغم من ذلك. نظراً لضعف انتشار فيسبوك في معظم هذه البلدان (وعلى وجه الخصوص في سوريا واليمن). يمكن القول بأن دور هذه الوسائل لم يكن محورياً بالنسبة للكثير من المحتجين. كما يمكن القول أن فيسبوك كان أداة مفيدة لنواة من الناشطين الذين نجحوا فيما بعد في حشد شبكات أوسع عن طريق منصات أخرى أو عن طريق الشبكات الاجتماعية التقليدية الحقيقية التي تتصف بقوة العلاقات فعلياً. ففي مصر على سبيل المثال. يعتبر معدل انتشار فيسبوك منخفضاً نسبياً وقدره 5.5%. ولكن نتيجة لارتفاع عدد السكان. تمثل هذه النسبة ستة ملايين مستخدم لفيسبوك. والذين يرتبطون بدورهم بعدد أكبر بكثير من دوائر المعارف والشبكات الاجتماعية على أرض الواقع. والذين يمكن أن يتأثروا بالمعلومات المأخوذة من مشترك فيسبوك.

## شكل رقم 6: معدل النمو في عدد مستخدمي فيسبوك أثناء احتجاجات 2011 مقارنة بنفس الفترة في 2010



ومن ناحية أخرى، يبدو أن هذه الاحتجاجات قد أدت إلى زيادة عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة. فقد شهدت جميع البلدان التي وقعت فيها الاحتجاجات معدل نمو إيجابي، فيما عدا ليبيا، وهي حالة خاصة يمكن عزوها إلى قيام عدد من العاملين من غير الليبيين هناك بمغادرة البلاد أو تغيير محل الإقامة على فيسبوك.<sup>12</sup> علاوة على ذلك، وكما يوضح الشكل 6، عندما نقارن بين معدل النمو في كل بلد أثناء فترة الاحتجاجات وبعدها مع المعدل خلال فترة مشابهة قبل الاحتجاجات، نلاحظ أن معدلات النمو قد تضاءلت بل وصلت إلى ثلاثة أضعاف في بعض البلدان.

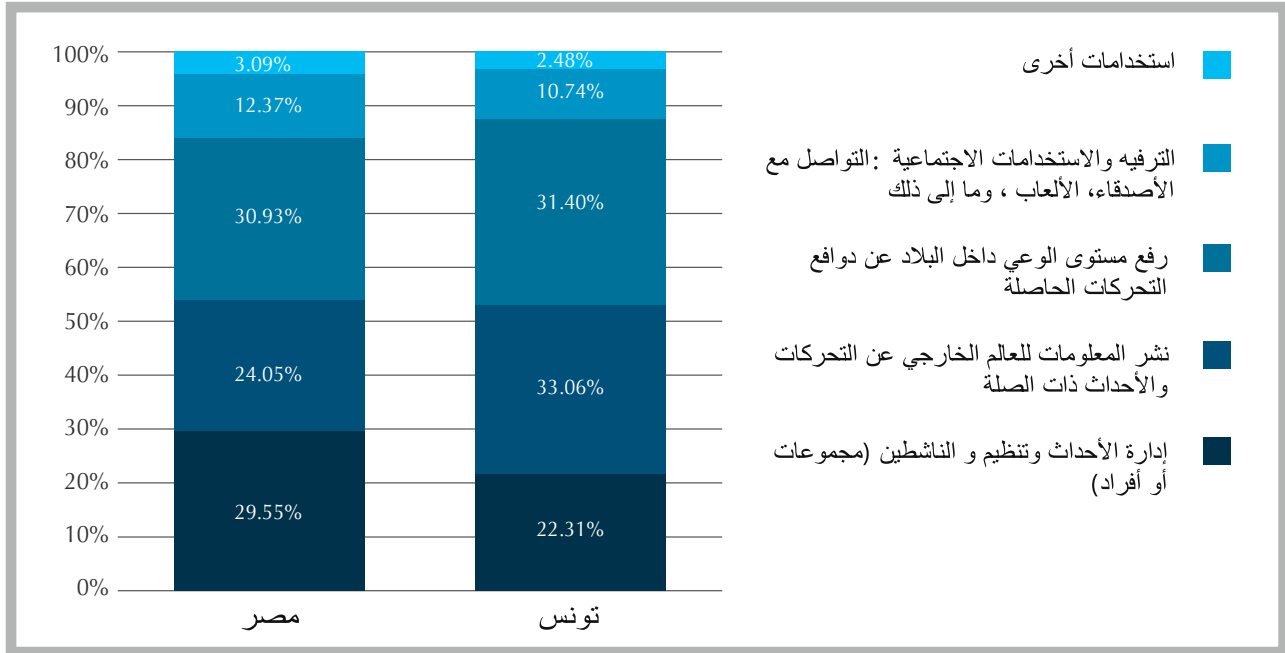
من المؤكد أن الأرقام في حد ذاتها لا توضح طبيعة الاستخدام، فقد يكون الاستخدام سياسياً، مع وجود بعض المستخدمين الذين يستخدمون فيسبوك لأغراض اجتماعية بحتة ولا علاقة لهم تماماً بالحركات الشعبية في ذلك الوقت، ولكن تزامن النمو السريع في عدد مستخدمي فيسبوك مع انطلاق الاحتجاجات في كل بلد يشير بكل تأكيد إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث لكشف العلاقة الارتباطية المحتملة.

## 2- تسليط الضوء على تونس ومصر: استخدام فيسبوك أثناء الحركات الشعبية

كخطوة أولى لإلقاء نظرة أقرب على استخدام فيسبوك أثناء الاحتجاجات والحركات الشعبية، أجرى برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية استبياناً وُزِعَ على كل مستخدمي فيسبوك في تونس ومصر عن طريق آلية الإعلان المستهدفة لمستخدمي فيسبوك. وقد استمر الاستبيان لمدة ثلاثة أسابيع في شهر مارس 2011، وتم إعداده باللغة العربية والإنجليزية والفرنسية. وشارك في الاستبيان 126 شخصاً من مصر و105 من تونس.

في كلا البلدين، ذهب مستخدمو فيسبوك إلى أن الموقع استُخدم أساساً لرفع الوعي في بلدانهم بشأن الحركات الشعبية (31% في كل من تونس ومصر)، ونشر المعلومات إلى العالم بشأن الحركات الاحتجاجية (33% و24% في تونس ومصر على التوالي)، والتنسيق بين الناشطين وتنظيم التحركات (22% و30% في تونس ومصر على التوالي). ورأى أقل من 15% في كلا البلدين أن فيسبوك كان يُستخدم بشكل أساسي للتسلية أو لأغراض اجتماعية.

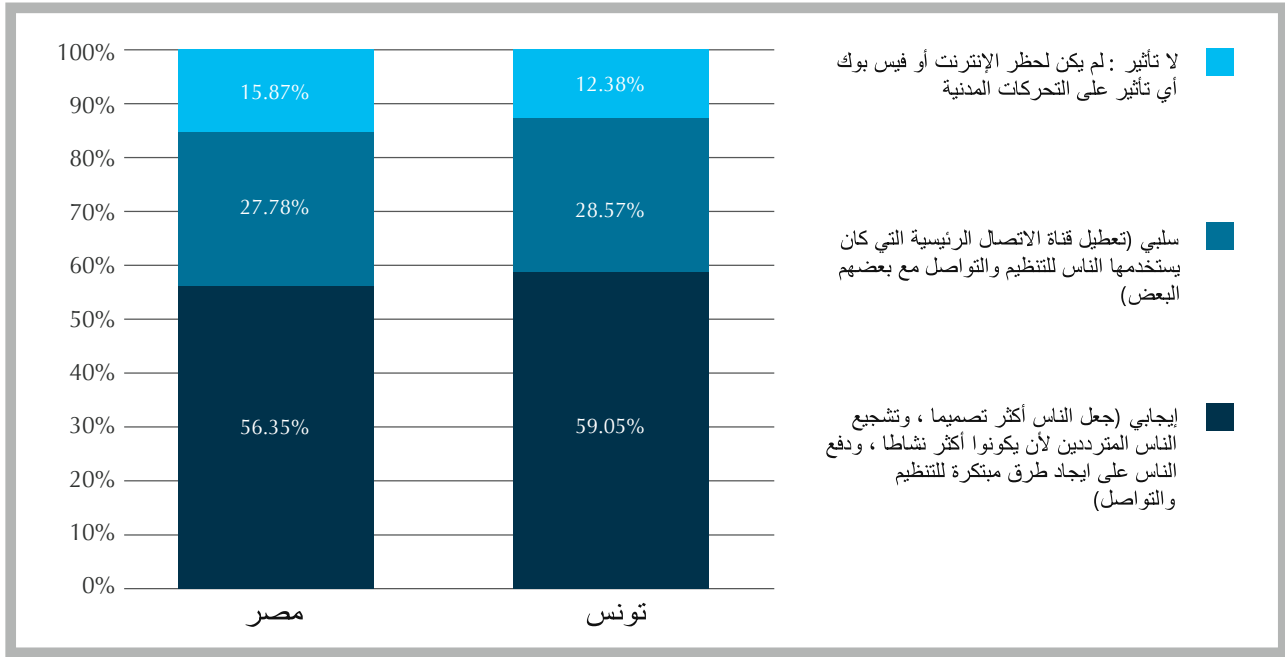
### شكل رقم 7: كان الاستخدام الرئيسي لموقع فيسبوك خلال التحركات الشعبية والأحداث في أوائل عام 2011 بغرض



شعر غالبية مستخدمي فيسبوك (60% تقريباً) في كل بلد أن التأثير الرئيسي لحجب الإنترنت كان إيجابياً على الحركات الاجتماعية، لأنه حث الناس على أن يكونوا أكثر نشاطاً وحسماً وشجعهم على إيجاد طرق أكثر ابتكاراً للاتصال والتنظيم (انظر شكل 8).

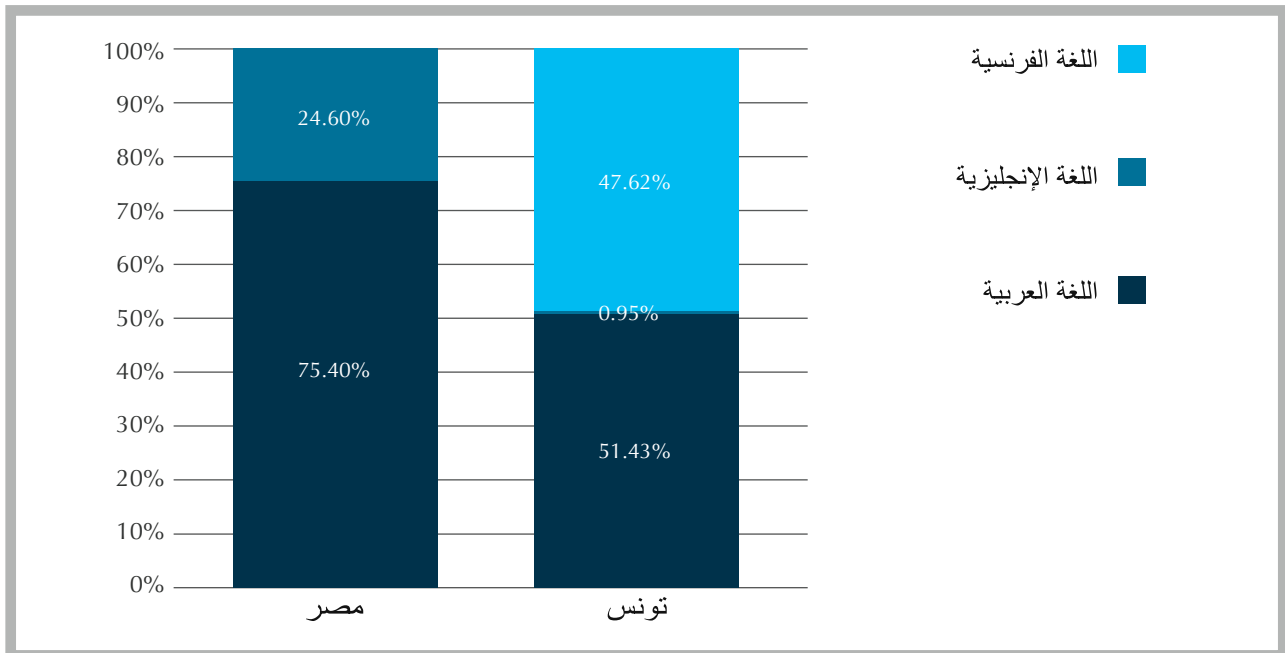
<sup>12</sup> <http://english.aljazeera.net/news/middleeast/2011/02/201122703618479675.html>

## شكل رقم 8: أثر حظر الإنترنت وموقع فيسبوك من قبل السلطات على التحركات الشعبية



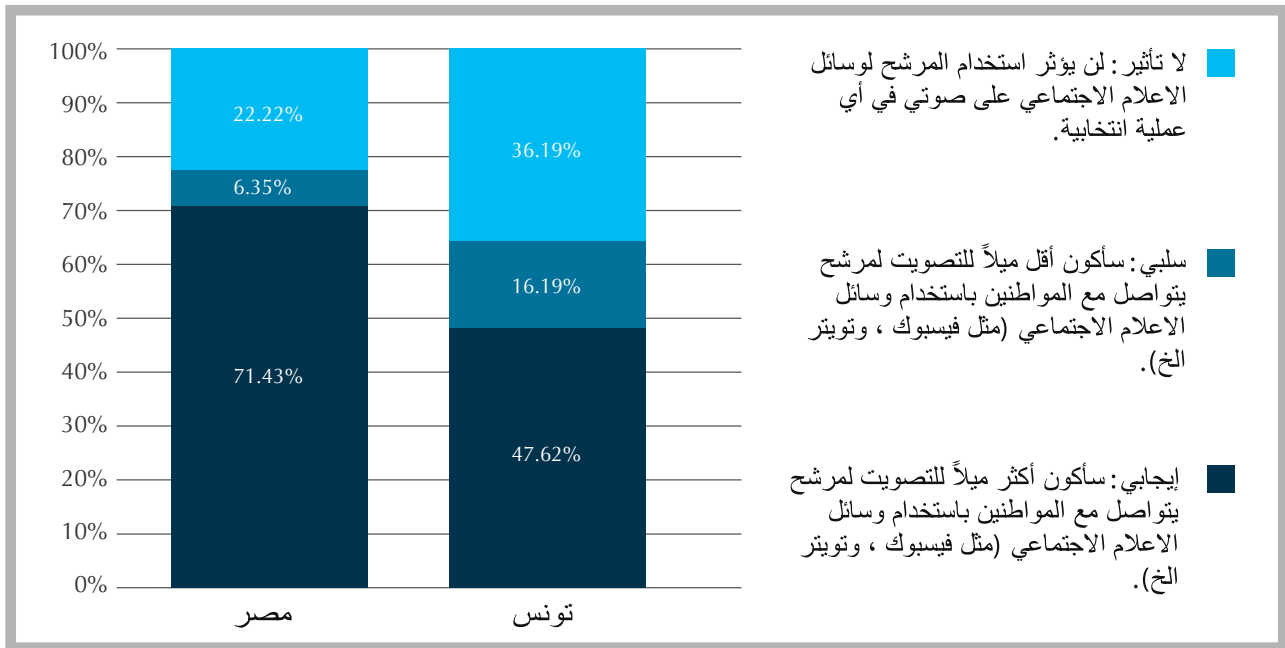
في تونس، انقسمت لغة التواصل الأساسية في الغالب بالتساوي بين العربية والفرنسية. في حين استخدم 75% من المصريين اللغة العربية بشكل أساسي واستخدم الباقون (25% من المستخدمين المصريين) اللغة الإنجليزية في التواصل على فيسبوك. (شكل رقم 9):

## شكل رقم 9: اللغة الأساسية التي استخدمها الأفراد في التواصل على فيسبوك أثناء الحركات الشعبية

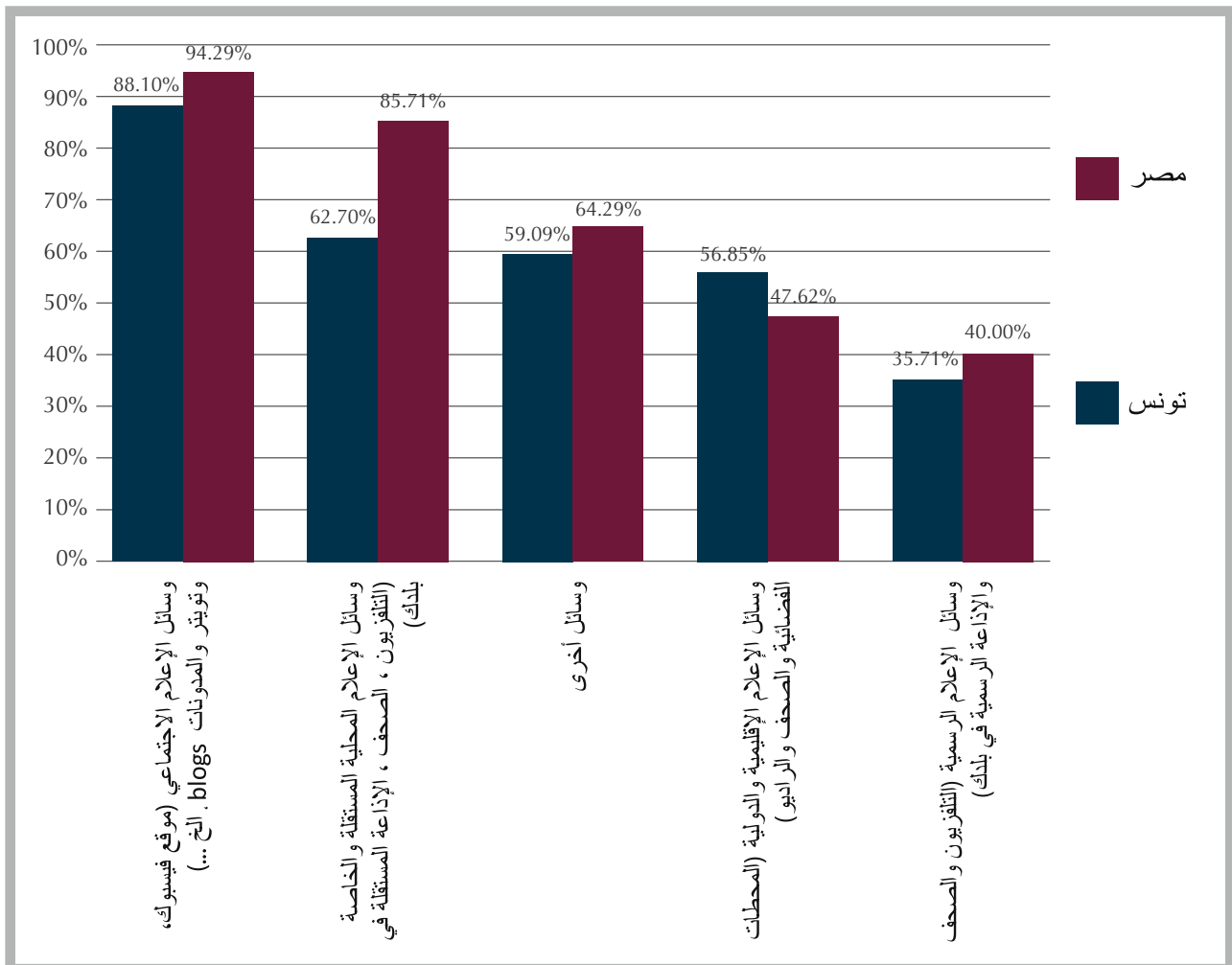


فيما يتعلق باستخدام السياسيين للإعلام الاجتماعي، كان هناك اختلافاً طفيفاً بين تونس ومصر. كما يوضح الشكل رقم 10، تفضل نسبة كبيرة من مستخدمي فيسبوك في مصر (71%) التصويت لمرشح يتواصل مع المواطنين من خلال وسائل الإعلام الاجتماعي. بينما يفضل ذلك 47% من مستخدمي فيسبوك في تونس فقط.

شكل رقم 10: ما تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي من قبل السياسيين في الحملات الانتخابية والسياسية في المستقبل على اختيارك للمرشح؟



شكل رقم 11: ما هي مصادر الأخبار والمعلومات التي استخدمتها لمتابعة الأحداث التي وقعت خلال التحركات الشعبية في بلدك؟





كما يتضح الدور بالغ الأهمية الذي لعبته وسائل الإعلام الاجتماعي في كلا البلدين كمصدر لمعلومات خلال الحركات الشعبية (صرح 94% من الأفراد في تونس أنهم حصلوا على أخبارهم من هذه الوسائل. بينما صرح بذلك 88% من مصر). لا سيما وأن الاستبيان أجرى بين مستخدمي فيسبوك. كما كان اعتماد كلا البلدين أيضاً على وسائل الإعلام الحكومية كمصدر للمعلومات هو أدنى (صرح بذلك 40% من مصر و36% من تونس على التوالي). واعتمد عدد أكبر من المصريين على وسائل الإعلام المحلية أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام الإقليمية أو العالمية. في حين كان العكس صحيحاً في تونس.

### 3- توزيع مستخدمي فيسبوك في العالم العربي - الربع الأول من 2011

يركز هذا الإصدار من تقرير الإعلام الاجتماعي العربي على استخدام كل من فيسبوك وتويتر في المنطقة العربية. ويقدم هذا القسم على وجه الخصوص، تحديثاً للبيانات الخاصة باستخدام فيسبوك خلال الربع الأول من عام 2011. مستكملاً للتقرير الأول الذي يقدم نظرة عامة حول مستخدمي فيسبوك خلال عام 2010. وهكذا، فقد تم جمع عدد مستخدمي فيسبوك في البلدان العربية الاثنتين والعشرين. بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا بشكل دوري بين يناير وأبريل 2011 حسب الفئات العمرية التالية - الشباب (15 - 29) والكبار (30 فما فوق) - وكذلك وفقاً للنوع الاجتماعي. وفيما يلي النتائج الرئيسية:

#### الانتشار وعدد المستخدمين

##### فيسبوك في العالم العربي: نبذة

- وصل عدد مستخدمي فيسبوك الإجمالي في العالم العربي إلى 27,711,503 مستخدم (في 5 أبريل 2011) بعد أن كان 21,377,282 مستخدم (في 5 يناير 2011). ما يعني أنه قد تضاعف تقريباً مقارنة بنفس الفترة العام الماضي (14,791,972 في أبريل 2010).
- في بداية أبريل 2011، تجاوز متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية 7.5%. بعد أن كان أقل من 6% في نهاية 2010.
- زاد عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي بنسبة 30% في الربع الأول من 2011.
- ما زالت دول الخليج، إضافة إلى لبنان، تحتل المراكز الخمسة الأولى من حيث أعداد المستخدمين لفيسبوك مقارنة بعدد السكان. تواصل الإمارات العربية احتلال الصدارة في المنطقة العربية.
- ما زالت مصر تمتلك ربع العدد الإجمالي لمستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية. وقد أضافت عدداً من المستخدمين الجدد في الربع الأول من عام 2011 أكثر من أي دولة عربية أخرى. وهو ما يقارب 2 مليون مستخدم في الفترة بين 5 يناير و5 أبريل 2011.

علماً أن مصدر إحصاءات السكان في الوطن العربي في هذا التقرير هو إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة.<sup>13</sup> إلا أن جميع الأعداد المأخوذة من مثل هذه التقارير الدولية تتضارب مع إحصاءات السكان الرسمية الصادرة حديثاً عن دول مجلس التعاون الخليجي. وباستبدال بعض إحصاءات السكان ببعض الإحصاءات الصادرة حديثاً عن مكاتب الإحصاءات الوطنية<sup>14</sup> (لا سيما في دول مجلس التعاون الخليجي) تتغير معدلات انتشار فيسبوك في دول المجلس بشكل كبير (انظر الجدول رقم 1 والشكل رقم 12 أدناه). بالرغم من الاعتراف بأن إحصاءات السكان الرسمية أدق، إلا أننا استخدمنا إحصاءات منظمة العمل الدولية لضمان توحيد المقارنات عبر المنطقة العربية.

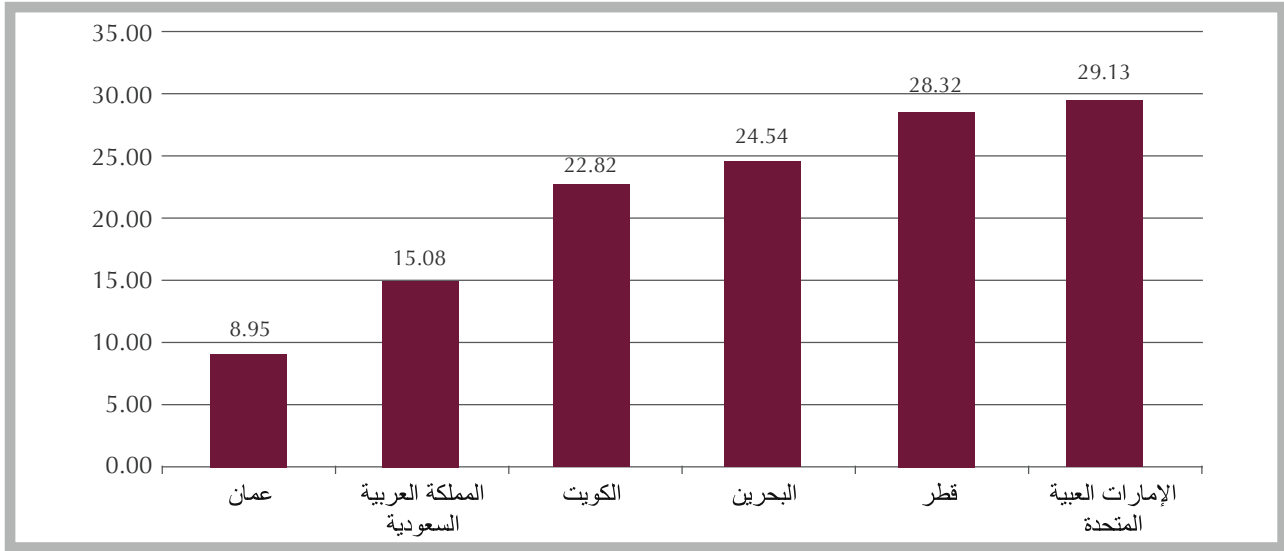
#### جدول رقم 1: عدد مستخدمي فيسبوك وعدد السكان الرسمي في دول الخليج

البلد	عدد السكان	عدد مستخدمي فيسبوك	معدل انتشار فيسبوك
عمان	3,103,580	277,840	8.95
المملكة العربية السعودية	27,136,979	4,092,600	15.08
الكويت	3,484,881	795,100	22.82
البحرين	1,234,596	302,940	24.54
قطر	1,699,435	481,280	28.32
دولة الإمارات العربية المتحدة	8,260,000	2,406,120	29.13

<sup>13</sup> <http://laborsta.ilo.org/>

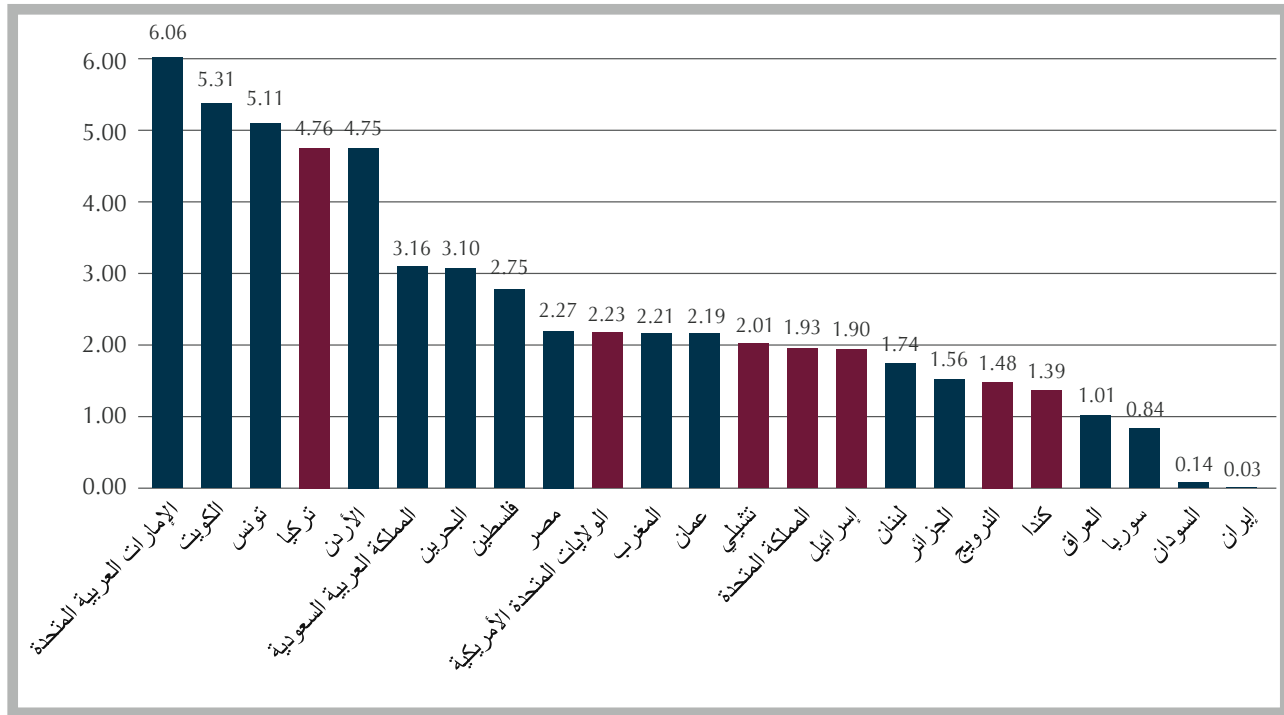
<sup>14</sup> التقرير العربي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مدار للأبحاث، دبي، الإمارات العربية المتحدة

شكل رقم 12: معدلات انتشار فيسبوك في دول مجلس التعاون الخليجي، 5 أبريل 2011 (اعتماداً على أعداد السكان الرسمية)



علاوة على ذلك، عندما نقارن بين عدد مستخدمي فيسبوك في البلدان العربية وبعض البلدان التي تأتي ضمن «أعلى 10 دول» (من حيث انتشار فيسبوك على مستوى العالم)، نجد أن العديد من البلدان العربية قد تفوقت على تلك البلدان من حيث عدد المستخدمين الجدد لفيسبوك في الربع الأول من 2011، كنسبة من عدد السكان. في بداية أبريل 2011، تجاوز عدد المستخدمين الجدد لفيسبوك في ثماني دول عربية (كنسبة من عدد السكان) عدد المستخدمين الجدد في الولايات المتحدة الأمريكية، التي تأتي ضمن أعلى دول العالم من حيث استخدام فيسبوك، وبالمقارنة، زاد عدد المستخدمين الجدد لفيسبوك في تركيا زيادة كبيرة (سواء كنسبة من عدد السكان أو من حيث الأعداد الفعلية) وتفوقت في ذلك على الكثير من البلدان العربية (شكل 13). فقد سجلت تركيا أكثر من 3.6 مليون مستخدم جديد في فيسبوك بين يناير وأبريل 2011، وبذلك استطاعت أن تضيف ضعف عدد المستخدمين الجدد الذين ساهمت بهم مصر خلال نفس الفترة (1.95 مليون مستخدم جديد) (الشكل 14).

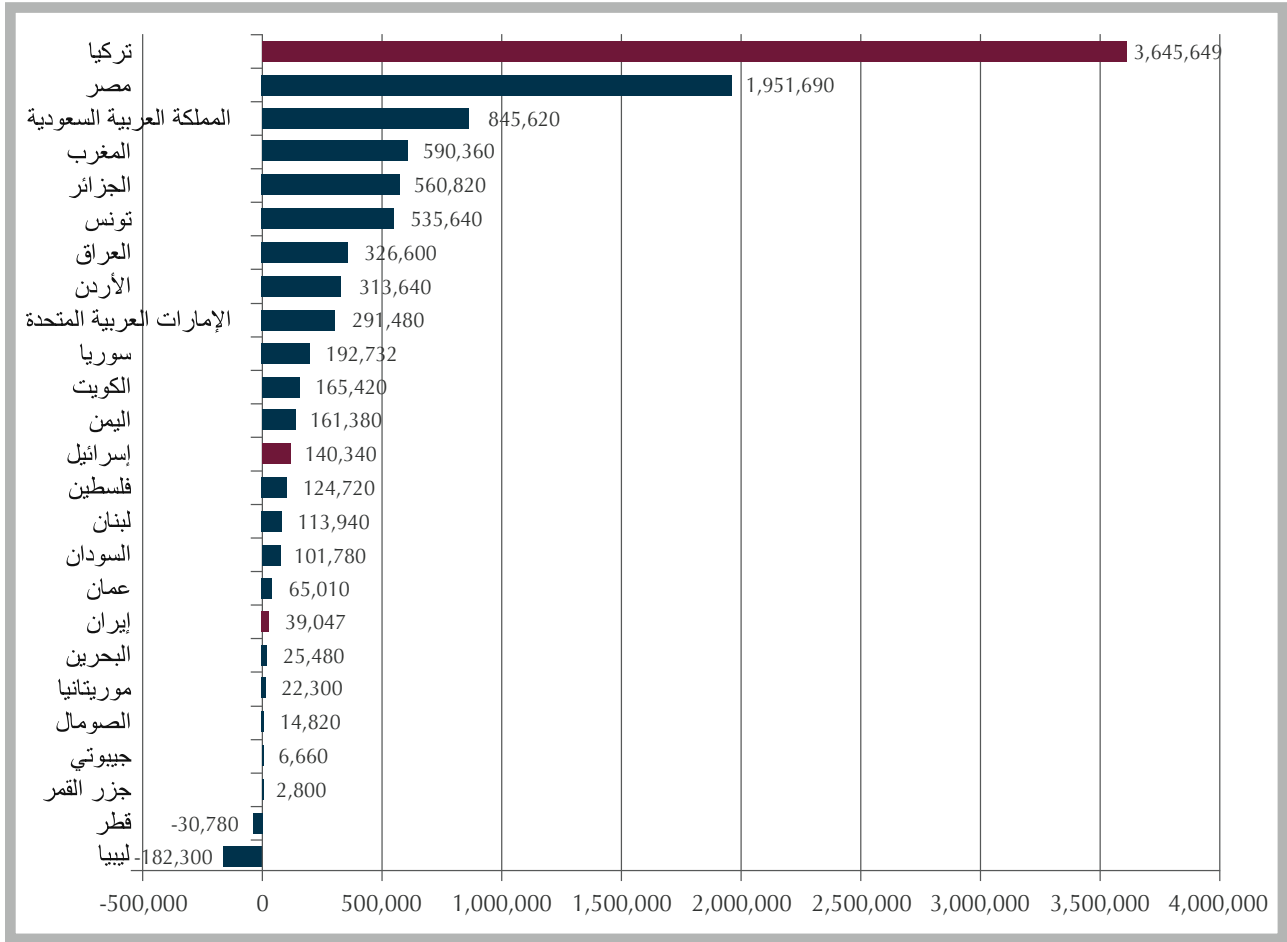
شكل رقم 13: مستخدمو فيسبوك الجدد في المنطقة العربية وعالمياً (في الفترة من 5 يناير إلى 5 أبريل 2011) كنسبة من عدد السكان\*



أعداد السكان لعام 2011، من إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة<sup>15</sup>

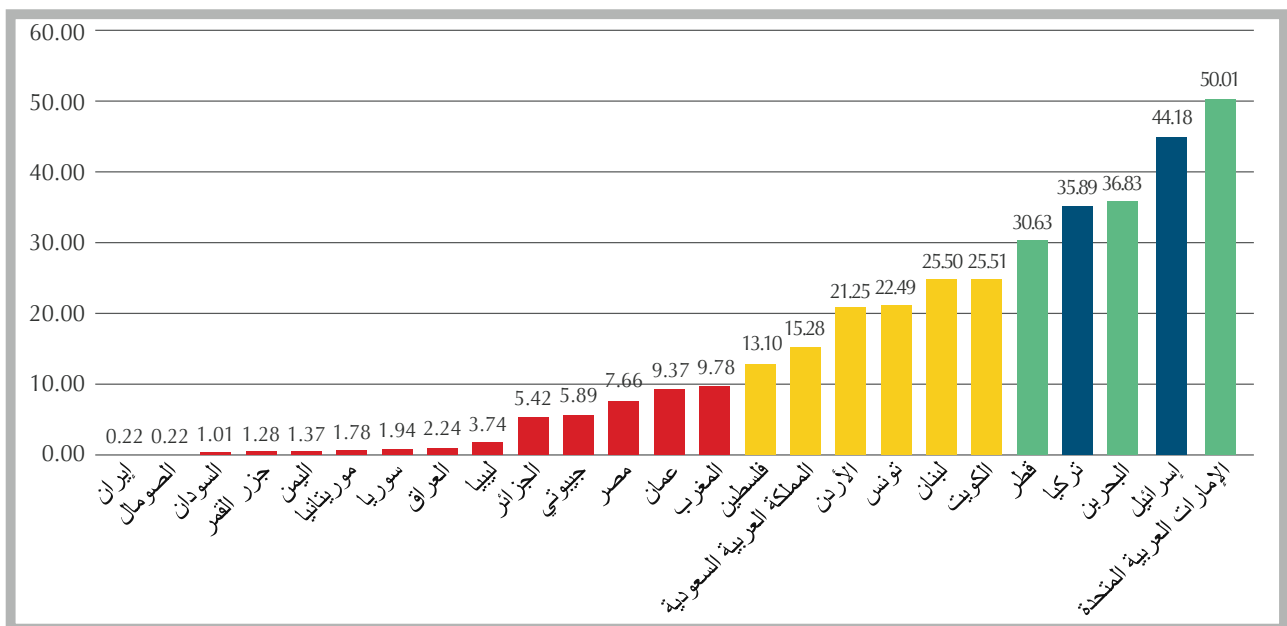
<sup>15</sup> انظر شكل 12 لترتيب المراكز اعتماداً على بيانات السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي

شكل رقم 14: عدد مستخدمي فيسبوك الجدد في المنطقة العربية بالإضافة إلى إيران، وإسرائيل، وتركيا (في الفترة من 5 يناير إلى 5 أبريل 2011)



على مستوى المنطقة<sup>15</sup>، يمكن تقسيم البلدان العربية إلى ثلاث مجموعات وفقاً لمعدلات انتشار استخدام فيسبوك فيها (شكل 15).

شكل رقم 15: انتشار استخدام فيسبوك في المنطقة العربية وإيران وإسرائيل وتركيا (أبريل 2011)



\*أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة<sup>17</sup>

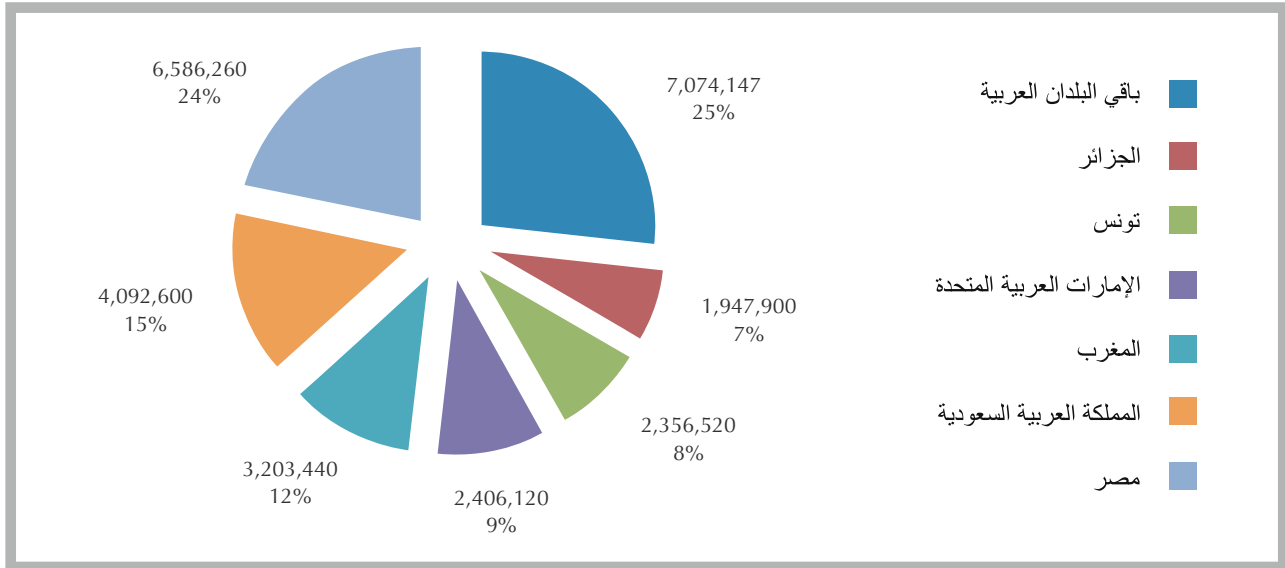
<sup>16</sup> تم إدراج إيران وتركيا وإسرائيل في هذا التقرير لأغراض المقارنة. باعتبارها دولاً إقليمية تؤثر على الدول العربية كما شترك بعضها مع الكثير من الدول العربية في السمات الاجتماعية-الاقتصادية والجغرافية السياسية.

<sup>17</sup> انظر شكل 12 لترتيب المراكز اعتماداً على بيانات السكان الرسمية لدول

## يشكل الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و29 عاماً) حوالي 70% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، ولوحظ وجود زيادة طفيفة في عدد المستخدمين فوق 30 عاماً منذ نهاية عام 2010

1. البلدان الأفضل أداءً: تتساوى معدلات انتشار استخدام فيسبوك في هذه البلدان مع أعلى 20 بلد في العالم من حيث استخدام فيسبوك، ما يدل على سرعة انتشار استخدام فيسبوك فيها. (يزيد انتشار فيسبوك على 30%)
  2. البلدان الصاعدة: يتراوح انتشار استخدام فيسبوك في هذه البلدان بين 10% - 25%. ما يدل على انتشار متوسط لاستخدام فيسبوك.
  3. البلدان النامية: تتميز هذه البلدان بمعدلات انتشار منخفضة، تتراوح من أقل من 1% إلى أقل من 10%. ما يدل على وجود فرصة للنمو.
- تغيرت هذه المراكز بشكل طفيف منذ نهاية 2010، حيث هبطت لبنان من المركز الرابع إلى المركز الخامس، وصعدت اليمن مركزين وهبطت إيران للمركز الأخير.
- يوضح الشكل رقم 16 أعداد مستخدمي فيسبوك وانتشارهم كنسبة مئوية من إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في العالم العربي.

### شكل رقم 16: عدد مستخدمي فيسبوك ونسبة المستخدمين في المنطقة العربية (أبريل 2011)

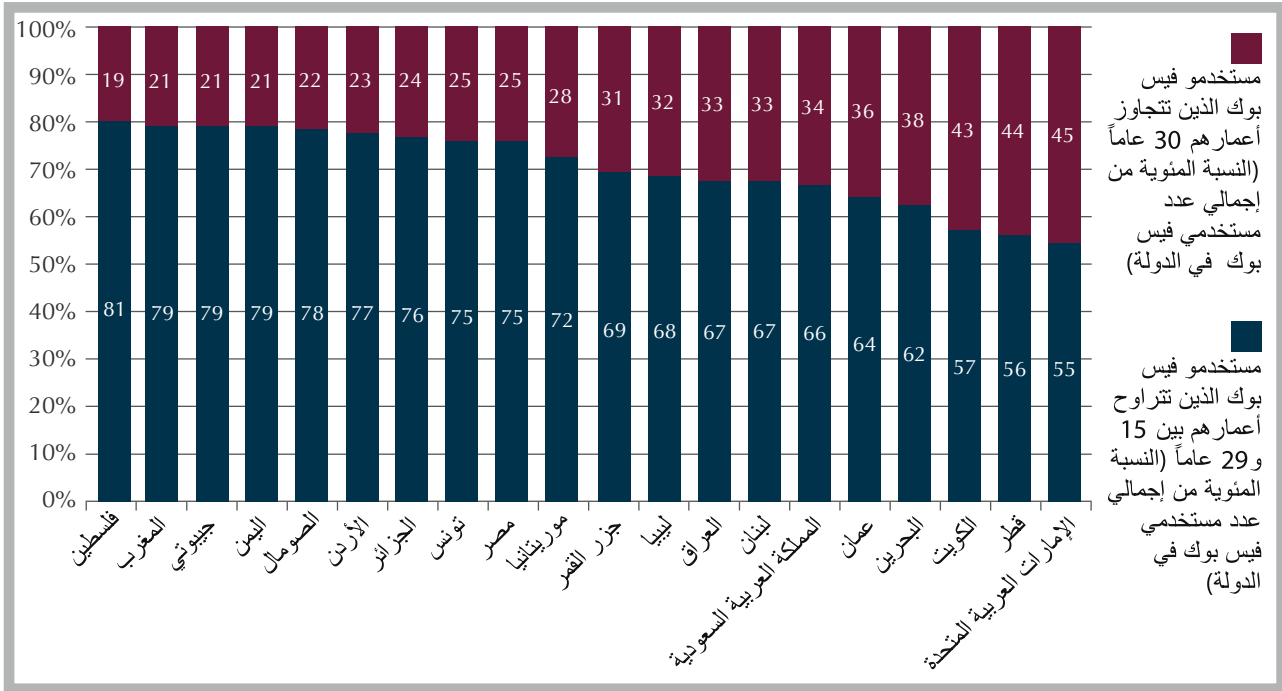


### التصنيف من حيث فئة السكان والنوع الاجتماعي لمستخدمي فيسبوك

يشير التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك إلى طغيان فئة الشباب، حيث يشكل الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و29 عاماً) حوالي 70% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، ولوحظ وجود زيادة طفيفة في عدد المستخدمين فوق 30 عاماً منذ نهاية عام 2010، علاوة على ذلك، ما زالت دولة الإمارات العربية المتحدة الأكثر توازناً من حيث عدد المستخدمين الشباب والكبار، في حين نجد في دول مثل الصومال وفلسطين والمغرب أن الشباب يشكلون الغالبية العظمى من مستخدمي فيسبوك. (انظر الشكل 17)

يبين التصنيف وفقاً للنوع الاجتماعي لمستخدمي فيسبوك وجود زيادة طفيفة في نسبة المستخدمين الإناث، والتي ارتفعت من 32% في نهاية 2010 إلى 33.5% في الربع الأول من 2011، إلا أن هذه النسبة ما زالت أقل بكثير من الاتجاه العالمي، والذي تشكل المرأة فيه 61% من مستخدمي فيسبوك

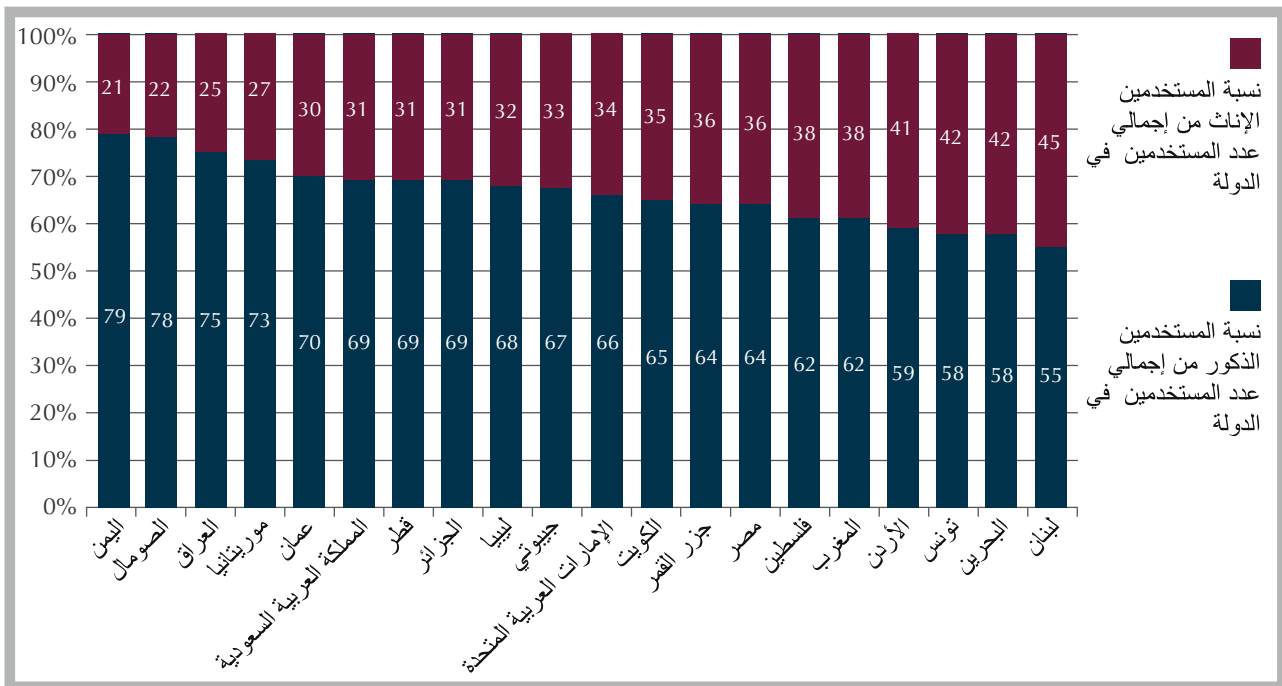
شكل رقم 17: التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية\* (أبريل 2011)



\* باستثناء سوريا والسودان (نتيجة للعقوبات الأمريكية المفروضة عليهما في مجال التكنولوجيا). لا تتوفر لدينا بيانات حول التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك هناك.

يبين التصنيف وفقاً للنوع الاجتماعي لمستخدمي فيسبوك وجود زيادة طفيفة في نسبة المستخدمين الإناث، والتي ارتفعت من 32% في نهاية 2010 إلى 33.5% في الربع الأول من 2011، إلا أن هذه النسبة ما زالت أقل بكثير من الاتجاه العالمي، والذي تشكل المرأة فيه 61% من مستخدمي فيسبوك<sup>18</sup> (انظر الشكل رقم 18).

شكل رقم 18: التصنيف وفقاً للنوع الاجتماعي لمستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية\* (أبريل 2011)



\* باستثناء سوريا والسودان (نتيجة للعقوبات الأمريكية المفروضة عليهما في مجال التكنولوجيا). لا تتوفر لدينا بيانات حول التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك هناك.

فيما يتعلق باستخدام الجنسين لفيسبوك، ما زالت لبنان الأكثر توازناً من بين البلدان العربية من حيث النوع الاجتماعي. تليها مباشرة البحرين، وتونس والأردن، بينما في الطرف الآخر نجد الغالبية العظمى من مستخدمي فيسبوك في الصومال واليمن من الذكور.

<sup>18</sup> <http://socialmediatoday.com/paulkiser/285851/who-uses-facebook-twitter-linkedin-myspace-4thq-1stq-stats-and-analysis>

## تقسيم مستخدمي فيسبوك من حيث اللغة

يختلف مستخدمو فيسبوك عبر المنطقة العربية من حيث اللغة المفضلة في استخدام واجهة الموقع. ويبين الجدول رقم 2 والشكل رقم 19 اللغات الثلاثة الرئيسية المستخدمة على فيسبوك في المنطقة وهي (العربية، والإنجليزية، والفرنسية) ونسبة مستخدمي فيسبوك الذين يفضلون استخدام كل لغة كواجهة.

### الجدول رقم 2: لغة الاستخدام المفضلة لدى مستخدمي فيسبوك\* (كنسبة مئوية) - التصنيف تنازلياً حسب نسبة مستخدمي اللغة العربية

البلد	العربية (نسبة المستخدمين)	الإنجليزية (نسبة المستخدمين)	الفرنسية (نسبة المستخدمين)
اليمن	75.00	21.61	0.24
فلسطين	66.90	31.97	0.45
المملكة العربية السعودية	59.62	38.04	0.35
العراق	53.09	41.75	0.57
مصر	49.88	48.98	0.39
الأردن	44.32	54.77	0.20
عمان	36.38	62.00	0.39
ليبيا	32.51	47.84	4.72
البحرين	30.80	67.54	0.29
الكويت	27.81	69.72	0.92
موريتانيا	23.32	4.03	71.11
المغرب	16.65	4.19	76.55
قطر	16.07	79.42	1.09
الجزائر	14.05	3.25	82.11
دولة الإمارات العربية المتحدة	9.91	85.36	1.24
لبنان	5.11	90.63	2.85
جيبوتي	2.25	58.68	36.76
تونس	1.56	2.72	94.60
الصومال	1.22	84.02	1.32
جزر القمر	0.20	5.54	92.87

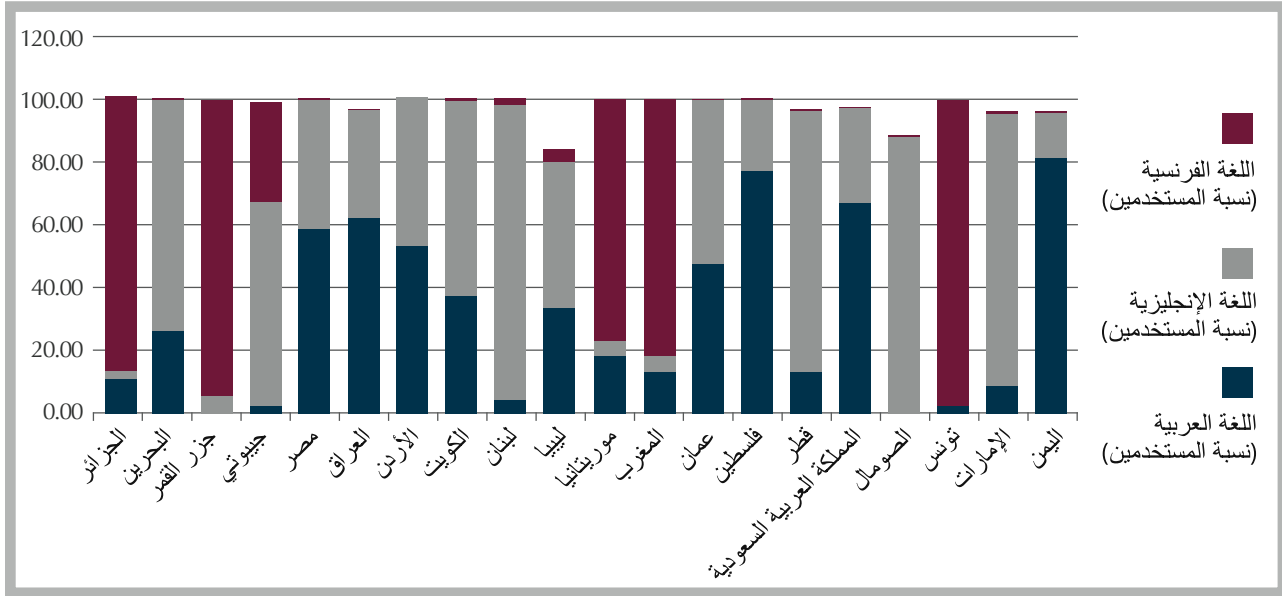
\* باستثناء سوريا والسودان (نتيجة للعقوبات الأمريكية المفروضة عليهما في مجال التكنولوجيا، لا تتوفر لدينا بيانات عن التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك هناك)

**يفضل المستخدمون في بلدان الخليج (باستثناء المملكة العربية السعودية) استخدام اللغة الإنجليزية بشكل رئيسي على فيسبوك، ويعود ذلك في الغالب إلى ارتفاع نسبة المقيمين من غير المواطنين بها، والذين يفضلون الإنجليزية. في حين يفضل المستخدمون في بلدان شمال إفريقيا (باستثناء مصر) استخدام اللغة الفرنسية.**

يختلف الخيار المفضل للغة الاستخدام عبر المنطقة العربية اختلافاً كبيراً. وتستخدم اللغة الإنجليزية بشكل طاق كاللغة المفضلة لواجهة موقع فيسبوك في كل من لبنان (91%)، والإمارات (85%)، والصومال (84%)، وقطر (79%)، والكويت (70%)، والبحرين (68%) وعمان (62%)، في حين يفضل المستخدمون في اليمن (75%) وفلسطين (67%) والمملكة العربية السعودية العربية (60%) اللغة العربية كلغة الواجهة بشكل رئيسي. بينما يفضل المستخدمون في تونس، وجزر القمر، والجزائر، والمغرب، وموريتانيا اللغة الفرنسية كلغة واجهة على فيسبوك. وينقسم المستخدمون في مصر والأردن وليبيا والعراق بشكل متساو بين اللغتين العربية والإنجليزية كلغة واجهة.

بوجه عام، يفضل المستخدمون في بلدان الخليج (باستثناء المملكة العربية السعودية) استخدام اللغة الإنجليزية بشكل رئيسي على فيسبوك، ويعود ذلك في الغالب إلى ارتفاع نسبة المقيمين من غير المواطنين بها، والذين يفضلون الإنجليزية. في حين يفضل المستخدمون في بلدان شمال إفريقيا (باستثناء مصر) استخدام اللغة الفرنسية.

## شكل رقم 19: لغة واجهة الاستخدام المفضلة لدى مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي



### 4 - استخدام تويتر في العالم العربي - من حيث أعداد المستخدمين، حجم الاستخدام، والموضوعات الشائعة

شهد موقع تويتر نمواً كبيراً خلال السنوات الخمسة الماضية منذ انطلاقه ليصبح أداة قوية للتدوين المصغر والتي تُستخدم في أغراض تتنوع بين التسويق وتأييد المشاهير، وجميع الأخبار ونشرها، وحتى الإغاثة في حالات الكوارث. بالإضافة إلى أغراض أخرى. وكما ذكرنا في المقدمة، ارتفع عدد مستخدمي تويتر ليزيد على 200 مليون مستخدم في أبريل 2011، ويصل عدد «التغريدات» (tweets) إلى مليار رسالة أسبوعياً. وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن 20,000 مستخدم من «صفوة» المستخدمين ينتجون حوالي 50% من رسائل التويت<sup>19</sup> (وقد دحض أحد المسؤولين بشركة تويتر هذا الزعم فيما بعد). ومن بين 200 مليون مستخدم، يتميز 30 - 40 مليون مستخدم فقط بالنشاط<sup>20</sup>. ما يعني أن معظم المعلومات الموجودة على تويتر تنتجها أقلية. في حين تستخدم الغالبية تويتر لاستهلاك الأخبار باعتباره مصدراً للأخبار أكثر منه أداة للتدوين المصغر.

علاوة على ذلك، وفقاً لإحصاءات تويتر الرسمية، ارتفع عدد التغريدات في نهاية الربع الأول من عام 2011 إلى 155 مليون رسالة يومياً بعد أن كانت 55 مليون رسالة يومياً في نفس الفترة تقريباً من العام الماضي. مسجلاً زيادة يومية قدرها 41% في عدد التغريدات التي يتم بثها. كما أظهر الربع الأول من عام 2011 زيادة قدرها 50% في تسجيل الحسابات الجديدة الشهرية الجديدة عن طريق أجهزة الهواتف الجوال، و52% في تسجيل الحسابات الجديدة في تويتر.

#### انتشار تويتر وعدد المستخدمين في المنطقة العربية

تم تقييم إجمالي عدد المستخدمين النشطين، ورسائل التويت، وأكثر الموضوعات شيوعاً في جميع البلدان العربية البالغ عددها 22 دولة عربية (بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا) خلال الفترة من 1 يناير حتى 30 مارس 2011 باستخدام واجهة برمجة تطبيقات تويتر (Twitter API) والتي تم إعدادها خصيصاً لهذا البحث. وقد تم شرح المنهجية المستخدمة في التقييم بالتفصيل في الملحق رقم (1). تتكون هذه المنهجية باختصار من أخذ عينة تضم عدداً معيناً من مستخدمي تويتر في كل بلد تم تحديدهم خلال فترة أسبوعين. واستخدام هذه العينة لتحديد مستخدمي تويتر النشطين (وتم تعريف «المستخدم النشط» في هذه الحالة بأنه المستخدم الذي أنتج رسالة تويت واحدة على الأقل خلال هذين الأسبوعين - وتم استبعاد المستخدمين الخاملين). وحجم رسائل التويت التي تم إنتاجها وأكثر الموضوعات شيوعاً خلال الشهور الثلاثة الماضية المذكورة.

يتميز 30 - 40 مليون مستخدم فقط بالنشاط. ما يعني أن معظم المعلومات الموجودة على تويتر تنتجها أقلية. في حين تستخدم الغالبية تويتر لاستهلاك الأخبار باعتباره مصدراً للأخبار أكثر منه أداة للتدوين المصغر

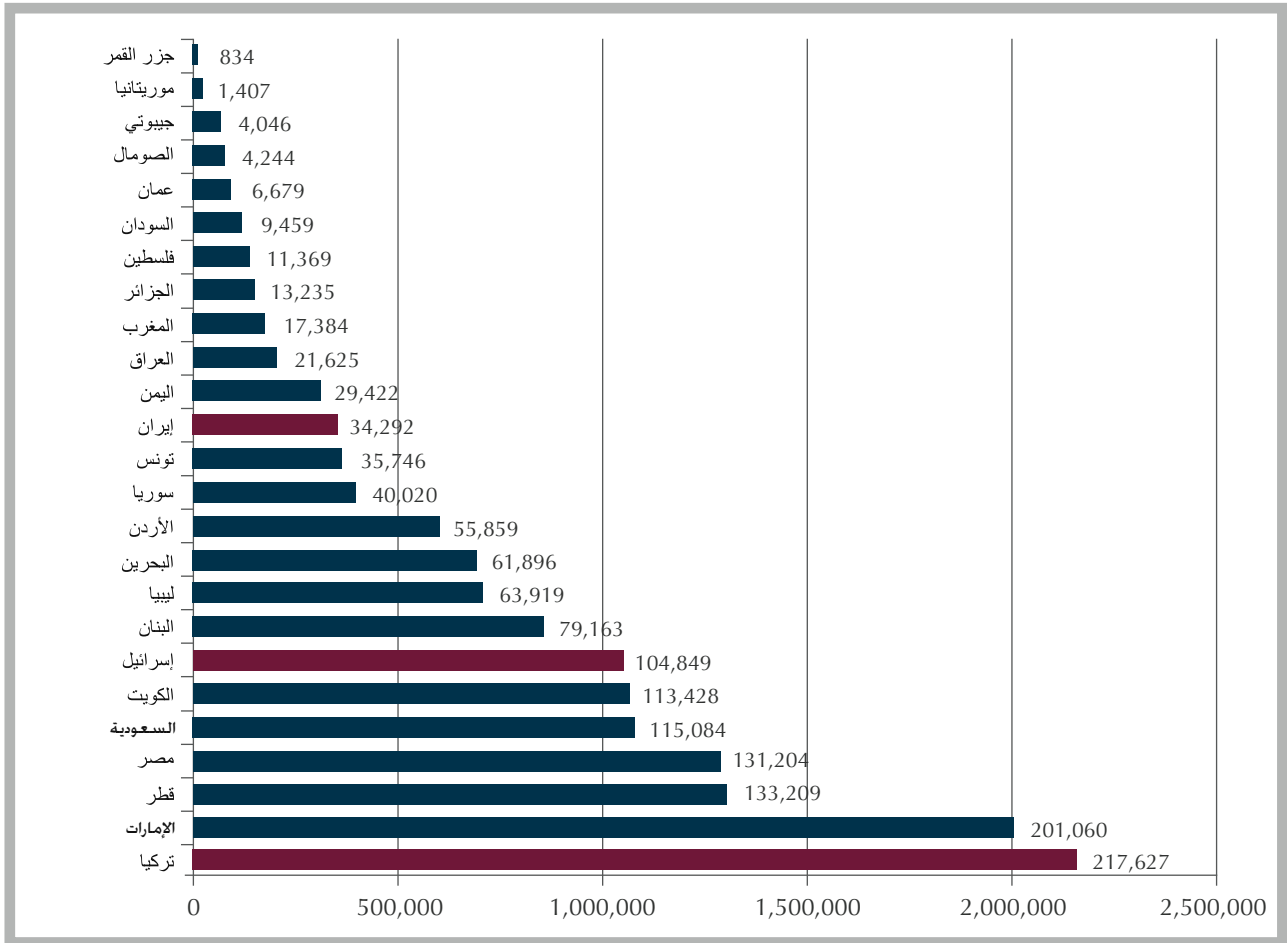
<sup>19</sup> دحض شون جاريت المسؤول التنفيذي بشركة تويتر هذا الزعم على صفحة تويتر. <http://research.yahoo.com/pub/3386>

<sup>20</sup> <http://colombia.twirus.com/details/blog/722/>

- قدر عدد مستخدمي تويتر النشطين في المنطقة العربية في نهاية مارس 2011 بـ 1,150,292 مستخدم. بضرها في نسبة إجمالي عدد المستخدمين إلى نسبة المستخدمين النشطين أعلاه (200 مليون/35 مليون = 5.7). يكون إجمالي عدد مستخدمي تويتر 6,567,280.
- قدر عدد «التغريدات» التي أنتجها هؤلاء المستخدمون النشطون في العالم العربي في الربع الأول من 2011 (من 1 يناير حتى 30 مارس) بـ 22,750,000 رسالة تويت. قدر عدد رسائل التويت يومياً بـ 252,000 يومياً، و 175 رسالة تويت كل دقيقة، أو 3 رسائل تويت تقريباً كل ثانية.
- قدر عدد التغريدات اليومية لكل مستخدم نشط في المنطقة العربية في الربع الأول من 2011 بـ 0,81 رسالة تويت يومياً.
- كانت أكثر «الواصفات»<sup>22</sup> استخداماً للموضوعات الشائعة عبر المنطقة العربية في الربع الأول #egypt (وردت 1.4 مليون مرة في رسائل التويت التي أنتجت خلال هذه الفترة) #jan25 (وردت 1.2 مليون مرة في رسائل التويت). #libya (وردت 990,000 مرة في رسائل التويت). #bahrain (وردت 640,000 مرة). وprotest (وردت 620,000 مرة).

وبالمثل كما في فيسبوك، ختل تركيا الصدارة من حيث عدد مستخدمي تويتر الذي بلغ 217,627 مستخدم. وتليها الإمارات التي تنصدر البلدان العربية بعدد 201,060 مستخدم (أنظر الشكل 20). وتأتي الإمارات العربية المتحدة، وقطر، ومصر، والمملكة العربية السعودية، والكويت كأكبر خمس دول عربية من حيث عدد مستخدمي تويتر.

### شكل رقم 20: عدد مستخدمي تويتر النشطين في المنطقة العربية بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا (إجمالي عدد المستخدمين بين 1 يناير و 30 مارس 2011)



<sup>21</sup> تتضمن هذه التقديرات حسابات جميع مستويات النشاط، بداية من مستخدمي تويتر النشطين، وحتى المستخدمين الذين نادراً ما يستخدمون تويتر، وتم استبعاد المستخدمين الخاملين فقط (الذين لم يشاركوا بأية تويتات على الإطلاق) من هذه التقديرات.

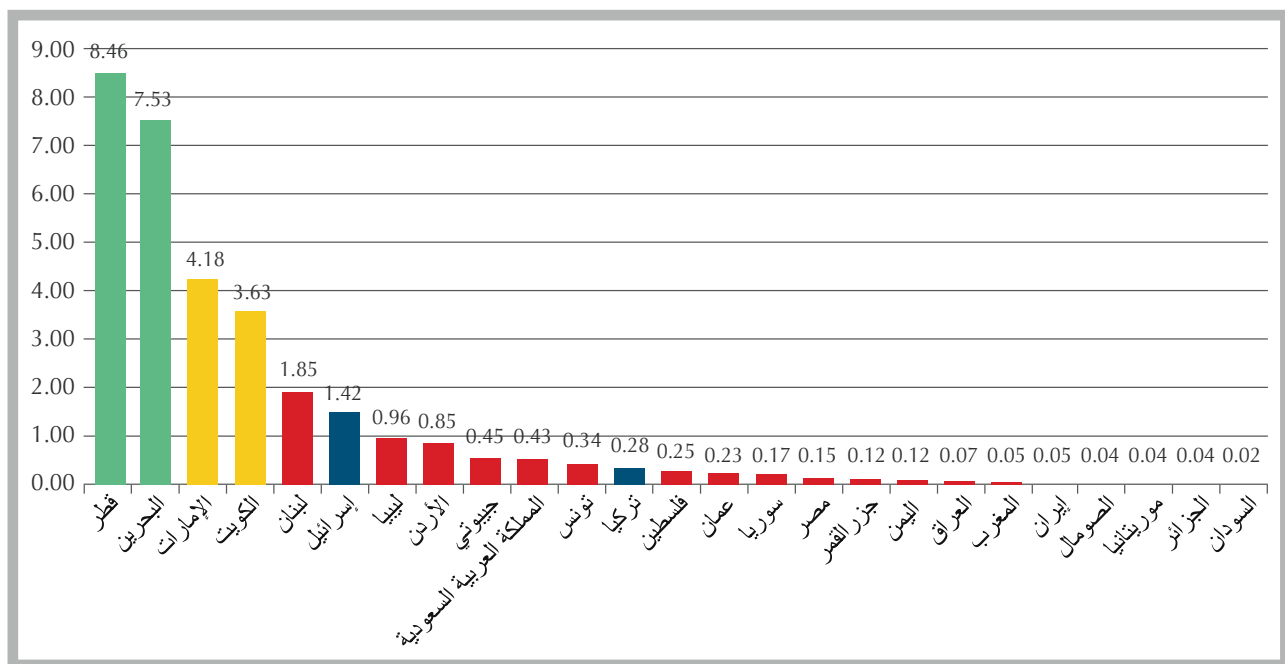
<sup>22</sup> ترجمة لكلمة hashtag وهي الواصفات المستخدمة في منصة تويتر ككلمات مفتاحية تضاف لكل «تغريدة»



عند الحديث عن عدد مستخدمي تويتر كنسبة من عدد السكان على مستوى المنطقة. تأتي قطر والبحرين في المقدمة بنسبة 8.46% و7.53% على التوالي. وتعد الدول العربية الخمس الأولى من حيث انتشار استخدام تويتر فيها هي ذاتها الدول الخمس التي تصدر القائمة من حيث انتشار استخدام فيسبوك (مع وجود تغيير في الترتيب). كما يلي: قطر البحرين. الإمارات العربية المتحدة. الكويت. ولبنان (شكل رقم 21). يمكن تقسيم البلدان العربية إلى:

1. البلدان الأفضل أداءً: يزيد عدد مستخدمي تويتر في هذه البلدان على 5%. ما يدل على ارتفاع استخدام تويتر في مجتمعاتهم مقارنة بالبلدان العربية الأخرى.
2. البلدان الصاعدة: يتراوح عدد مستخدمي تويتر في هذه البلدان من 3% إلى 5%. ما يشير إلى نسبة انتشار متوسطة مقارنة بالبلدان العربية الأخرى.
3. البلدان النامية تقل معدلات انتشار مستخدمي تويتر في هذه البلدان عن 2%. وتقل معدلات انتشار تويتر في معظم البلدان الموجودة ضمن هذه الفئة عن 1% باستثناء لبنان. ما يدل على وجود فرصة للنمو.

### شكل رقم 21: انتشار تويتر في المنطقة العربية بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا. (متوسط عدد المستخدمين بين 1 يناير و 30 مارس 2011)



\*أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة<sup>23</sup>

وكما هو الحال بالنسبة لمعدلات استخدام فيسبوك. تعتمد أعداد السكان المستخدمة في حساب أعداد مستخدمي تويتر على إحصاءات منظمة العمل الدولية. يمكن مشاهدة أعداد المستخدمين بالاعتماد على أعداد السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي في الجدول رقم 3 والشكل البياني رقم 22 أدناه.

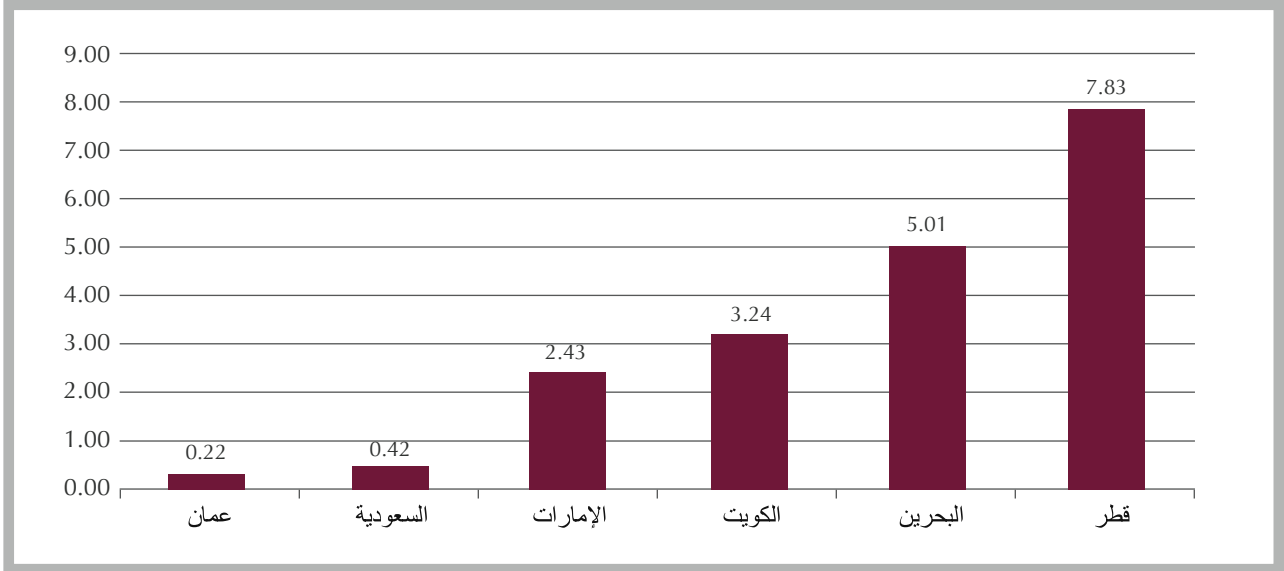
### الجدول رقم 3: إحصاءات مستخدمي تويتر وأعداد السكان الرسمية في دول مجلس التعاون الخليجي

عدد السكان	مستخدمو تويتر	انتشار تويتر	30 مارس 2011
3,103,580	6,680	0.22	عمان
27,136,979	115,000	0.42	المملكة العربية السعودية
8,260,000	201,000	2.43	دولة الإمارات العربية المتحدة
3,484,881	113,000	3.24	الكويت
1,234,596	61,900	5.01	البحرين
1,699,435	133,000	7.83	قطر

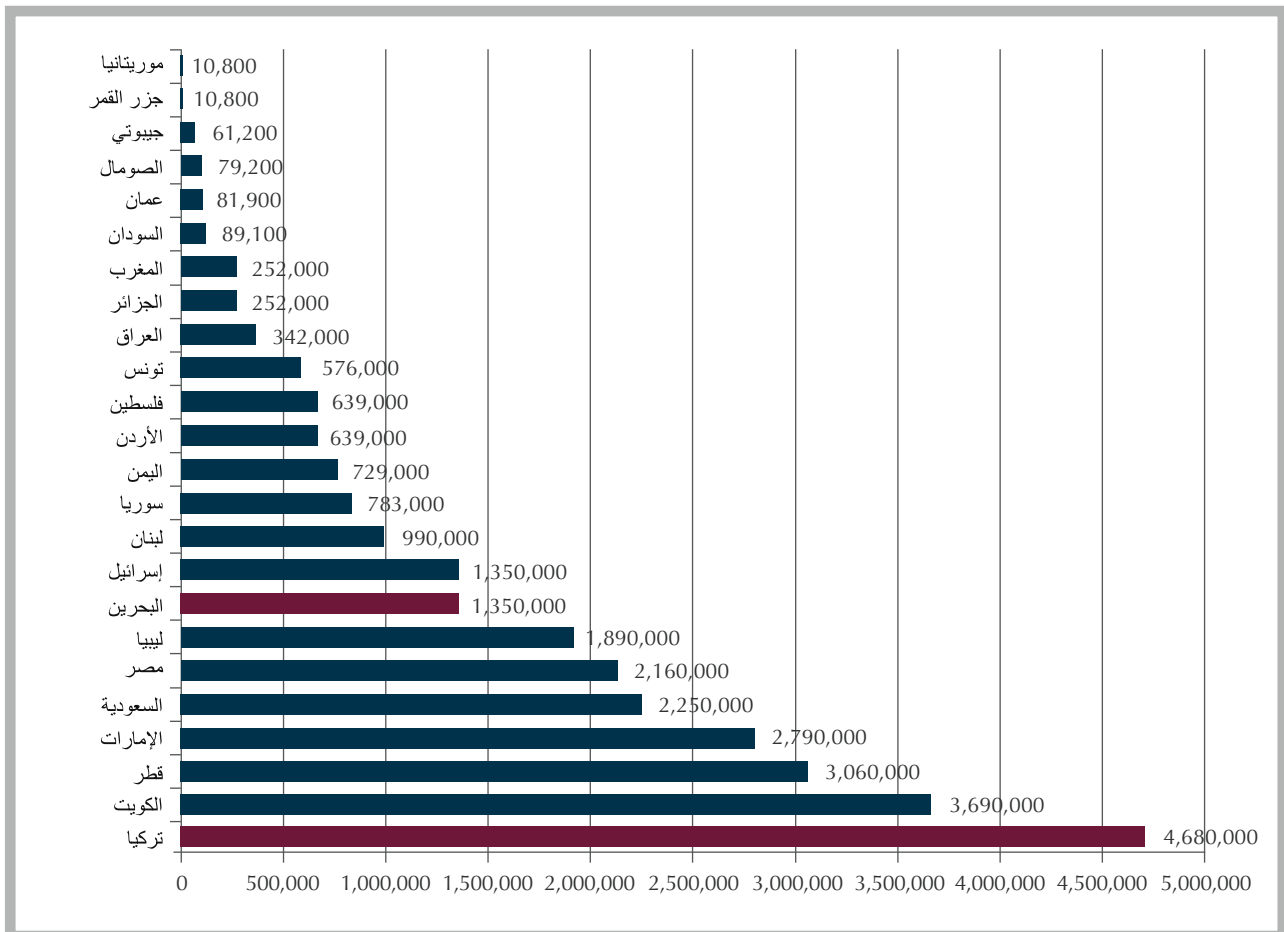
<sup>23</sup> انظر شكل 22 لترتيب المراكز اعتماداً على بيانات السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي

60% من التغريدات التي أنتجت خلال الربع الأول من عام 2011 قد أنتجتها هذه البلدان الخمسة.

شكل رقم 22: انتشار استخدام تويتر في دول مجلس التعاون الخليجي (30 مارس 2011) على أساس أعداد السكان الرسمية



شكل رقم 23: عدد "التغريدات" عبر تويتر التي أنتجتها المنطقة العربية\* بالإضافة إلى إسرائيل وتركيا (1 يناير - 30 مارس 2011)



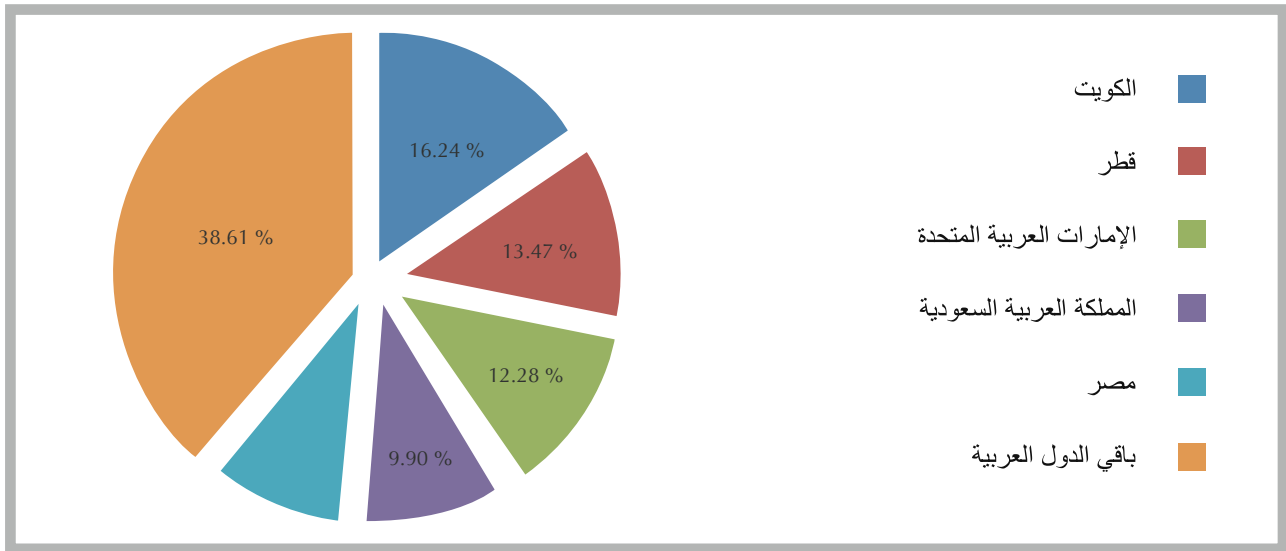
\*تم استبعاد إيران لنقص البيانات الموثوق بها بشأن عدد رسائل التويت

## أعداد "التغريدات" (tweets) في المنطقة العربية

قدرت التغريدات التي أنتجتها كل بلد في الفترة ما بين 1 يناير و30 مارس (انظر الشكل البياني رقم 23) وحسبت نسبتها المئوية من إجمالي عدد رسائل التويت الصادرة عن المنطقة العربية خلال نفس الفترة (شكل رقم 24).

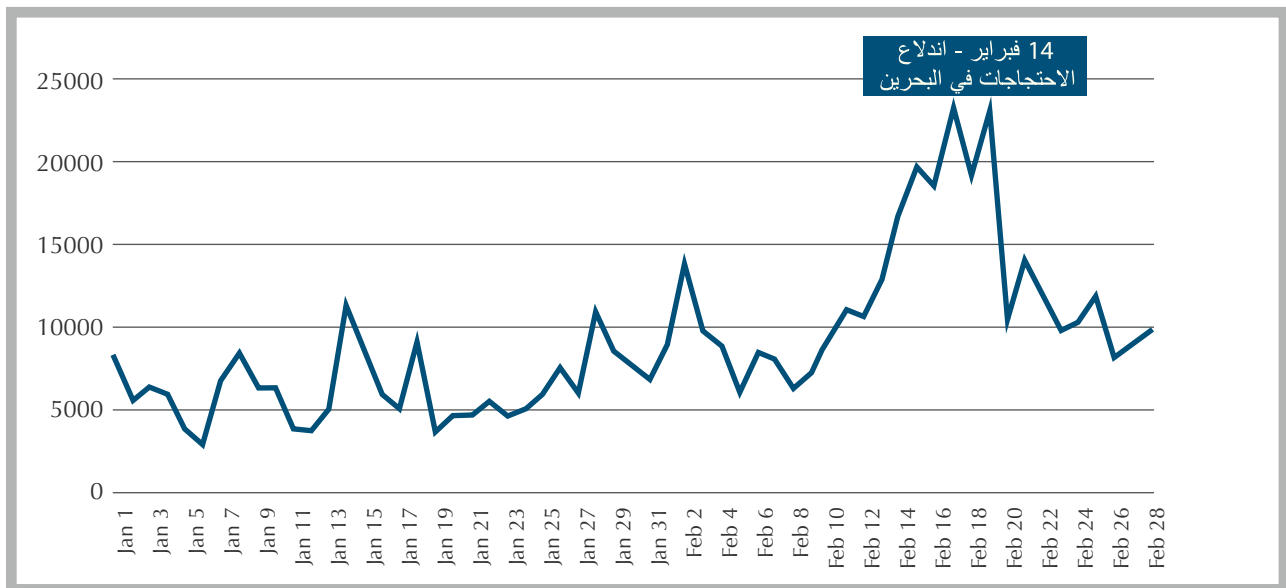
وكانت أكثر خمس بلدان منتجة للتغريدات في المنطقة العربية هي الكويت، وقطر، والإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، ومصر. وهي نفس البلدان التي تحتل المراكز الخمسة الأولى من حيث أعلى نسبة مستخدمين نشطين لتويتر في المنطقة. وبالتالي، توجد إلى حد ما علاقة ارتباطية بين عدد مستخدمي تويتر النشطين وعدد التغريدات التي ينتجها هؤلاء المستخدمين النشطين. يظهر الشكل رقم 26، أن 60% من التغريدات التي أنتجت خلال الربع الأول من عام 2011 قد أنتجتها هذه البلدان الخمسة.

شكل 24: نسبة التغريدات التي أنتجتها المنطقة العربية (من 1 يناير - إلى 30 مارس 2011)



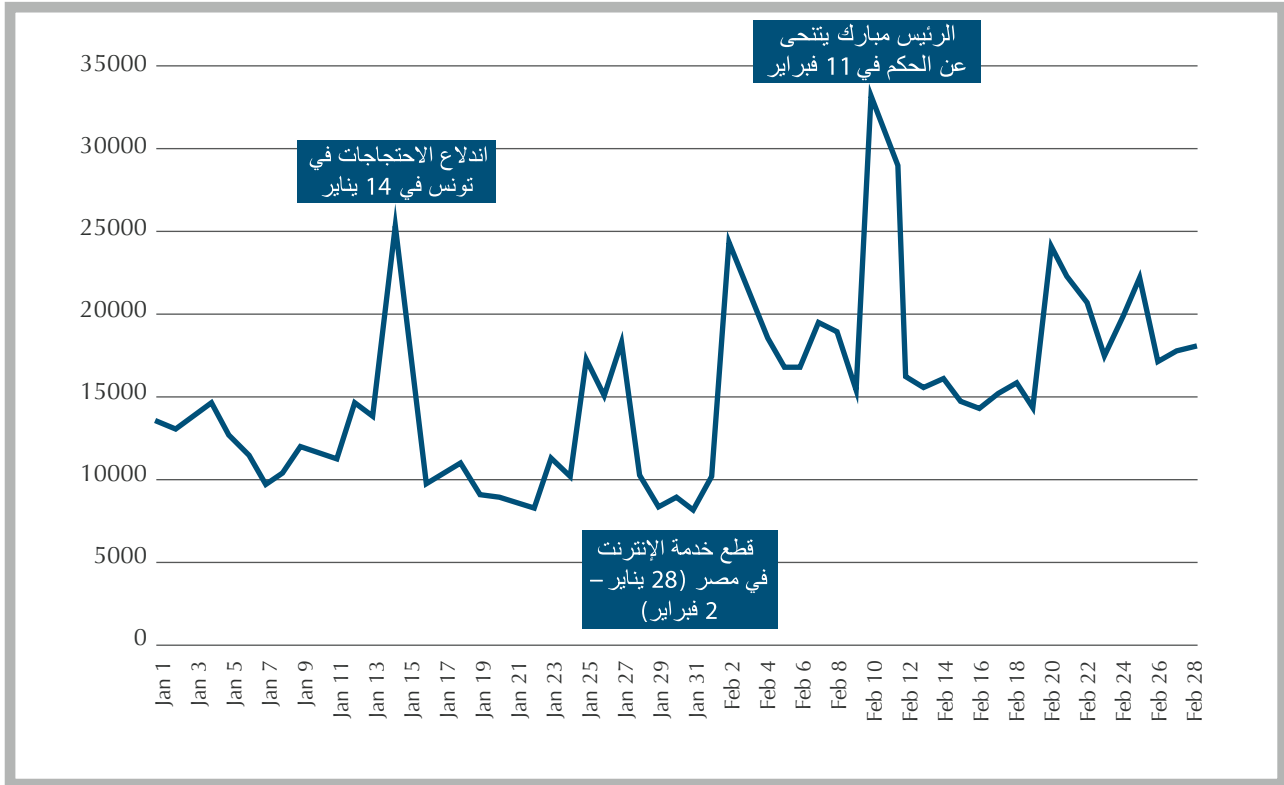
بالنظر للتذبذبات في حجم رسائل التويت اليومية في بلدان بعينها، نرى أن بعض القفزات أو الارتفاعات المفاجئة في مستوى الاستخدام تتزامن مع الأحداث الجارية في ذلك الوقت. ولا يدل ذلك بشكل قاطع على أن هذه الأحداث ساهمت بشكل مباشر في التذبذبات التي حدثت في أعداد رسائل التويت، ولكن حدوثها بالتزامن مع هذه الأحداث يمثل دليلاً مادياً على وجود علاقة تربط بين الأحداث الجارية في ذلك الوقت وارتفاع أعداد التغريدات. تقدم الأشكال 25، و26، و27، و28 جدولاً زمنياً للتغريدات اليومية<sup>24</sup> التي تم إنتاجها خلال الربع الأول من عام 2011 في البحرين ومصر والمملكة العربية السعودية وتونس.

شكل رقم 25: حجم التغريدات اليومية في البحرين

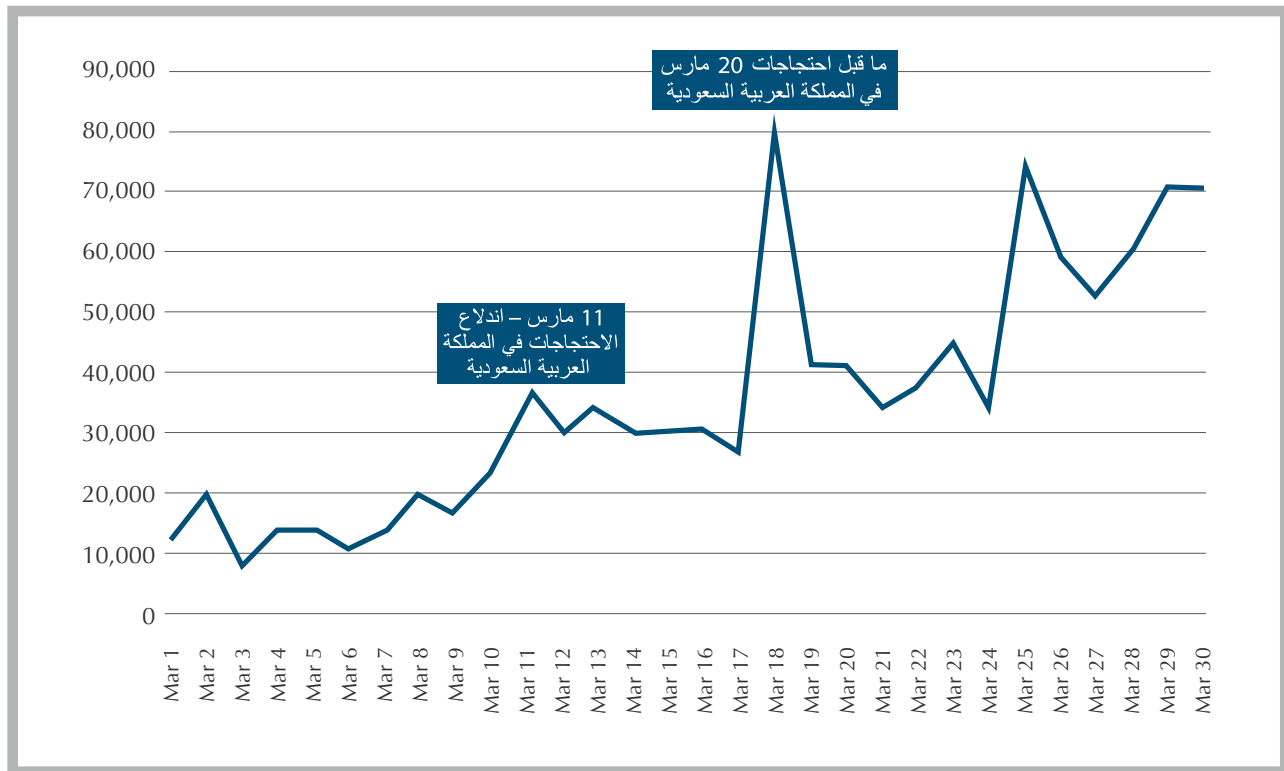


<sup>24</sup> أعداد التغريدات اليومية هي مجرد أعداد تقريبية تعتمد على عينات أصغر في العدد من باقي الدراسة، ولهذا تميل إلى أن تكون غير دقيقة. راجع الملحق رقم 1 من المنهجية.

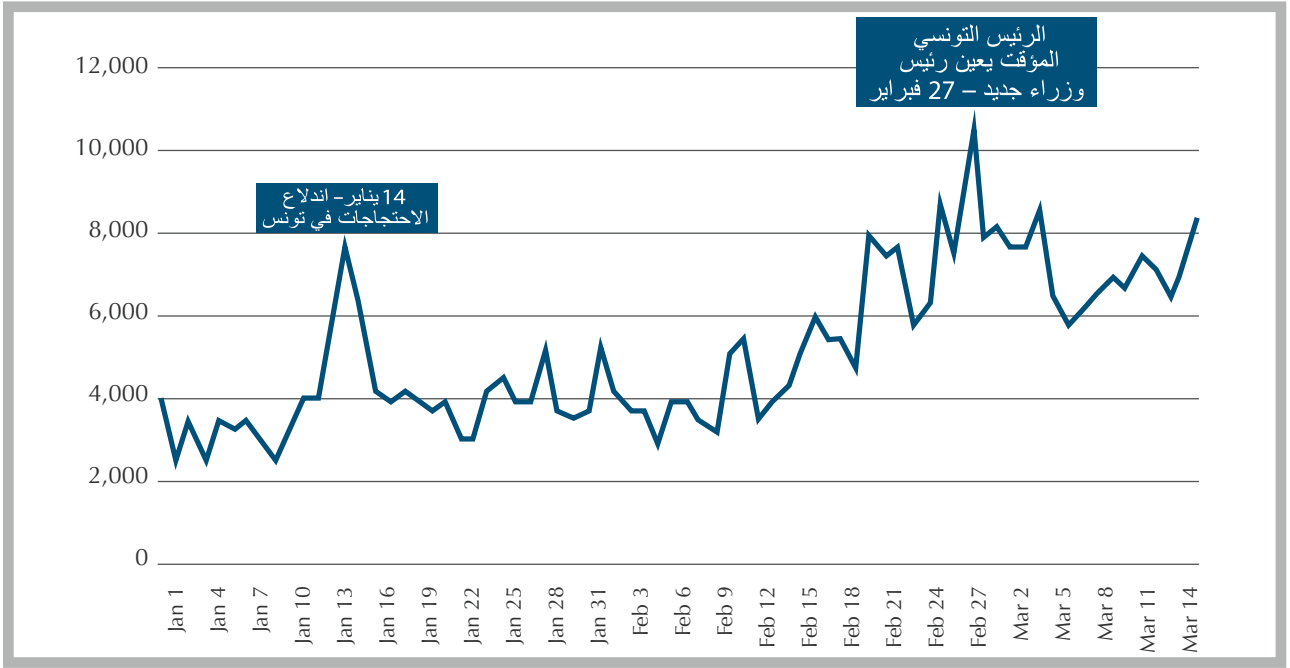
شكل رقم 26: أعداد التغريدات اليومية في مصر



شكل رقم 27: أعداد التغريدات اليومية في المملكة العربية السعودية



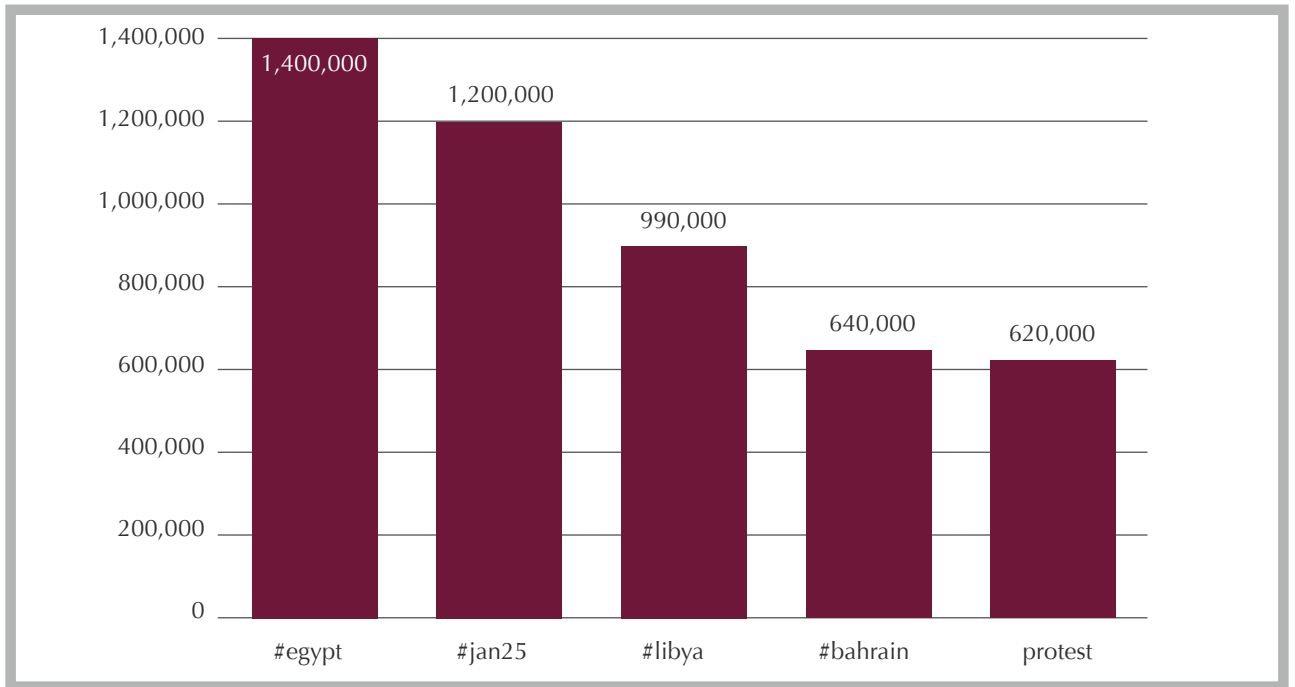
شكل رقم 28: أعداد التغريدات اليومية في تونس



### أكثر الموضوعات شيوعاً على تويتر في المنطقة العربية

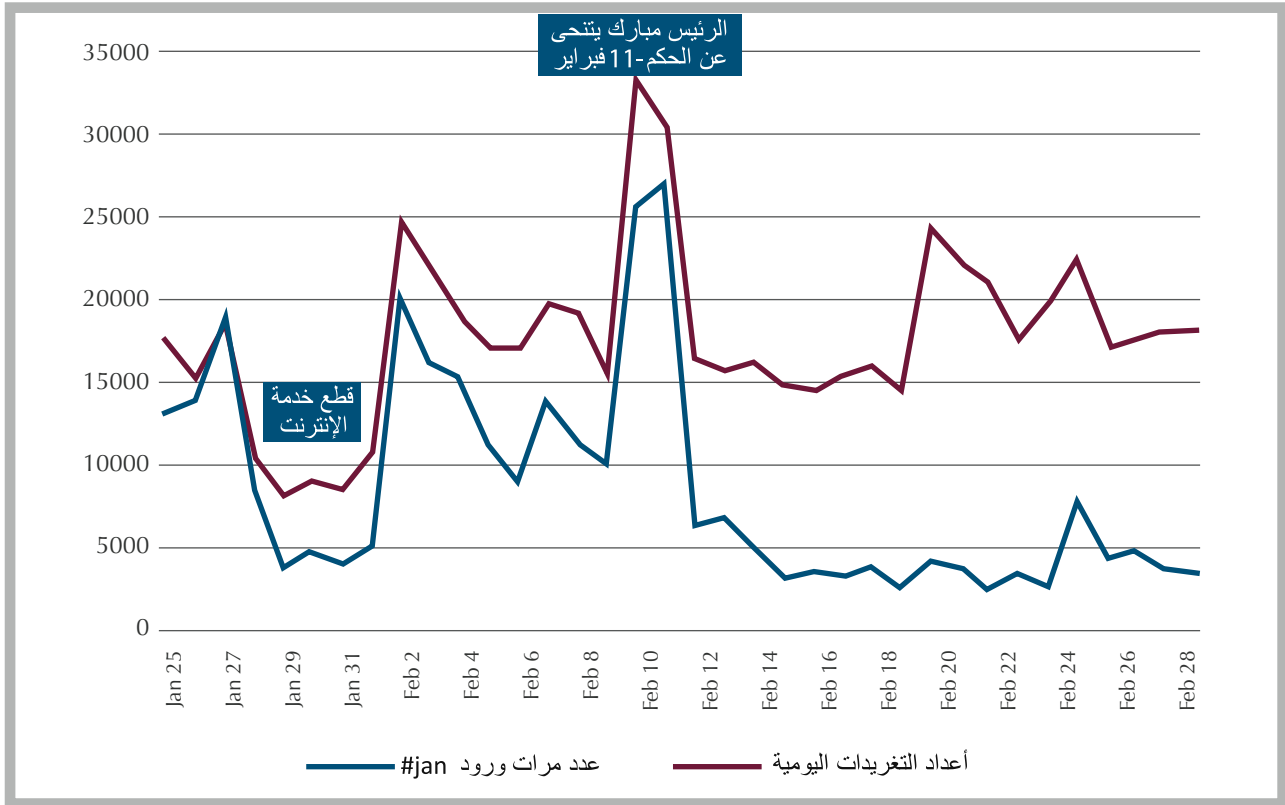
تم تقدير أكثر الموضوعات شيوعاً في كل بلد خلال الربع الأول من 2011. ويوضح الشكل رقم 29 أدناه الموضوعات الخمس الأكثر شيوعاً على تويتر في المنطقة العربية خلال تلك الفترة. مثلة بالواصفات الأكثر استخداماً.

شكل رقم 29: أكثر الواصفات شيوعاً على تويتر في المنطقة العربية خلال الربع الأول من عام 2011 (عدد مرات ذكرها في التغريدات)

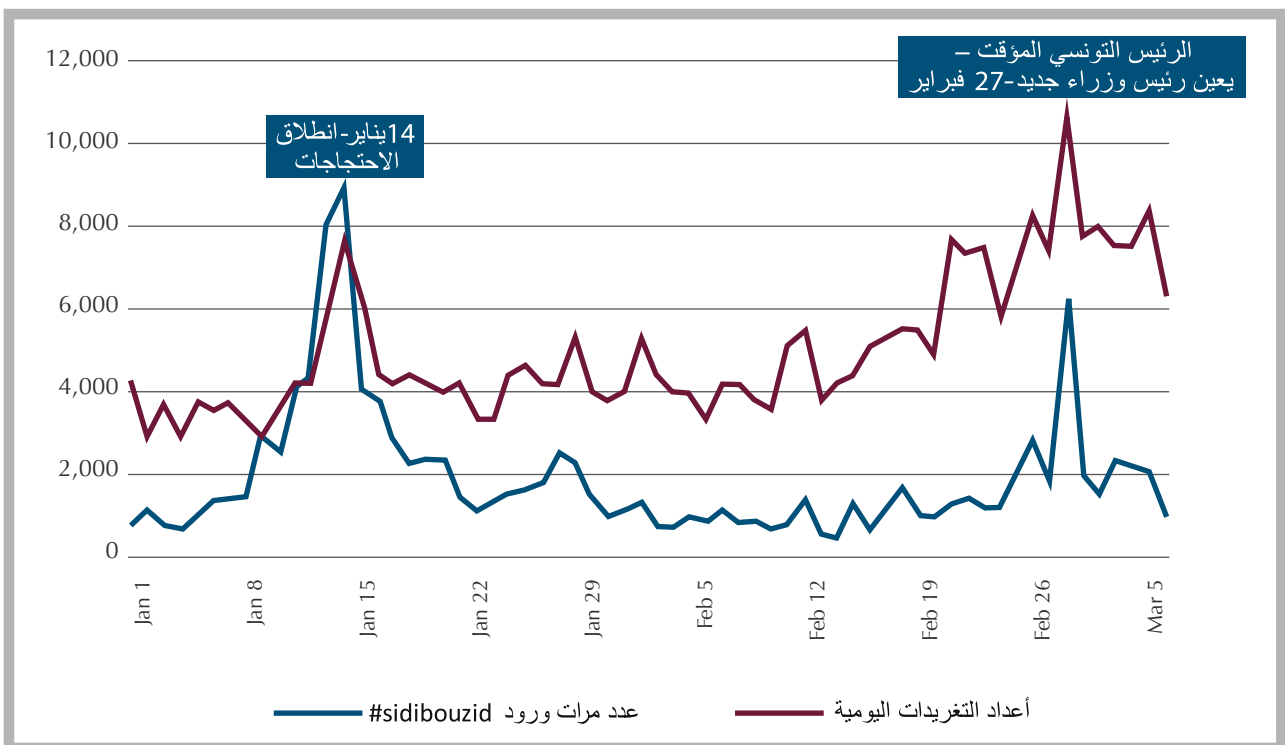


وفيما يتعلق بعدد التغريدات اليومية، تزامنت الارتفاعات المفاجئة والتذبذبات في حجم الموضوعات الأكثر شيوعاً والكلمات المفتاحية الشائعة مع الأحداث الجارية في ذلك الوقت لبلدان معينة. ويظهر الشكلان 30 و31 التسلسل الزمني لعدد مرات ذكر الكلمات الخاصة بأكثر الموضوعات شيوعاً في التغريدات الصادرة في مصر وتونس (#jan25 و #sidibouzi على التوالي) مضافين إلى شكلي الرسم البياني لعدد التغريدات اليومية في هذين البلدين. ويعطينا ذلك فكرة أوضح عن الموضوعات التي كانت تدور حولها الحوارات في كلا البلدين، وأن الأحداث الاجتماعية والسياسية التي وقعت آنذاك كانت إلى حد كبير المحرك الأساسي لتلك الحوارات.

شكل رقم 30: أعداد التغريدات اليومية وعدد مرات ورود #jan25 في مصر



شكل رقم 31: أعداد التغريدات اليومية وعدد مرات ورود #sidibouزيد في تونس



## عرض تحليلي

### نظرة إقليمية عامة

- زاد انتشار استخدام فيسبوك في المنطقة العربية بمعدل أسرع في الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011 مقارنة بعام 2010. وبلغت نسبة الزيادة 29% في الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011 مقابل 18% خلال نفس الفترة في عام 2010. وقد شهدت البلدان التي انطلقت فيها الحركات الأهلية صعوداً سريعاً خلال وبعد اندلاع تلك الحركات. باستثناء ليبيا التي شهدت انخفاضاً شديداً في عدد مستخدمي فيسبوك وهو ما قد يكون نتيجة لرحيل عدد كبير من المقيمين من غير الليبيين هناك خلال الشهور الأولى من الثورة. وقد تغير ترتيب البلدان بشكل طفيف، والذي يشير إلى توزيع النمو في عدد المستخدمين عبر المنطقة العربية.
- مازالت مشاركة الإناث في استخدام فيسبوك منخفضة بشكل لافت للنظر. بالرغم من أن نسبة المستخدمين الإناث قد ارتفعت بشكل طفيف في المنطقة (33.5%). إلا أن نسبة المستخدمين الإناث عالمياً مازالت أعلى بكثير (61%) وهي آخذة في النمو بمعدل أسرع.
- يقود الشباب النمو الذي يشهده استخدام فيسبوك في المنطقة. لتصل نسبتهم إلى 70% من إجمالي مستخدمي فيسبوك. وذلك على الرغم من أن عدد المستخدمين الذين تزيد أعمارهم على 30 عاماً قد سجل ارتفاعاً طفيفاً، وهو ما قد يعزى إلى اشتراك عدد أكبر منهم في فيسبوك في ظل الحركات الشعبية التي شهدتها المنطقة حديثاً.
- تعد اللغة الإنجليزية اللغة المفضلة لمعظم مستخدمي فيسبوك في سبع دول عربية. بينما اللغة الفرنسية هي اللغة المفضلة لدى معظم المستخدمين في خمس دول عربية. واللغة العربية هي اللغة المفضلة لمعظم المستخدمين في ثلاث دول عربية. وقد انقسم مستخدمي فيسبوك في باقي البلدان العربية بين اللغتين العربية والإنجليزية. ويفسر توافر واجهات بلغات متعددة إلى حد ما ارتفاع عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة مقارنة بمستخدمي تويتر. حيث لم يطلق تويتر إلى الآن واجهة باللغة العربية.
- فيما يتعلق باستخدام تويتر، تحتل دول مجلس التعاون الخليجي (وعلى الوجه الخصوص قطر والبحرين والإمارات العربية المتحدة والكويت) بالإضافة إلى مصر الصدارة لتسجل أعلى خمس دول في المنطقة من حيث عدد مستخدمي تويتر وعدد التغريدات التي يبثها المستخدمون. وبوجه عام توجد علاقة ارتباطية بين عدد التغريدات وعدد مستخدمي تويتر. ما يشير إلى أن العدد المقدر لمستخدمي تويتر في المنطقة يصنفون كمستخدمين نشطين (أي يقومون بإنتاج تغريدة واحدة على الأقل كل أسبوعين. ومتوسط يومي يعادل أقل من رسالة واحدة يومياً).

### أهم النقاط حول تويتر في كل بلد

فيما يتعلق بعدد مستخدمي تويتر كنسبة من عدد السكان. يمكن تقسيم البلدان العربية إلى ما يلي:

#### بلدان تمتاز بارتفاع عدد مستخدمي تويتر فيها

تشمل هذه البلدان قطر والبحرين. ويمتازان بارتفاع معدلات انتشار معدل استخدام فيسبوك وشبكة الإنترنت. وكذلك ارتفاع معدلات الاشتراك في خدمات الهواتف الجوالة (انظر الجدول 4). تأتي قطر كذلك كثنائي أكبر بلد من حيث نسبة مستخدمي تويتر في المنطقة (بعد الإمارات). وتأتي في المركز الثاني أيضاً من حيث إنتاج أكبر عدد من رسائل التويت في المنطقة (بعد الكويت). وتأتي غالبية التغريدات من مدينة الدوحة حديثاً. وبالنظر إلى تعداد سكان قطر الصغير مقارنة بهذين البلدين الخليجين. نجد بوضوح أسباباً أخرى تقف وراء انتشار الإنترنت فيهما. وهو ما قد يساعد في تفسير ارتفاع نسبة مستخدمي تويتر في الربع الأول من عام 2011. تتضمن العناصر المحتملة. فوز قطر بتنظيم بطولة كأس العالم لسنة 2022 العام الماضي. وهو ما أحدث ضجة واسعة على موقع تويتر. وشجع على انضمام مستخدمي جدد لتويتر. ويبدو أنه قد تم الإبقاء عليهم خلال الشهور الثلاثة الماضية.<sup>25</sup> كما استعانت الحكومة القطرية بتويتر بالإضافة إلى وسائل الإعلام الاجتماعي الأخرى كجزء من استراتيجيتها للإعلام الاجتماعي<sup>26</sup>. فضلاً عن ذلك. استضافت الدوحة حديثاً احتفالاً حمل عنوان «تويستيفال» (Twestival 2011). ما يدل على انتشار الاهتمام الواعي بتويتر بين سكان الدوحة.<sup>27</sup>

#### البلدان التي تمتاز بنسبة فوق المتوسطة من مستخدمي تويتر

وتتضمن تلك البلدان الإمارات العربية المتحدة. والكويت. وهما بلدان يمتازان أيضاً بارتفاع نسبة استخدام الإنترنت وفيسبوك واستخدام أجهزة الهواتف الجوالة. أنتجت الكويت أعلى عدد رسائل تويت في المنطقة خلال الربع الأول من عام 2011. بالرغم من أن نسبة مستخدمي تويتر فيها تساوي نصف عدد المستخدمين في دولة الإمارات العربية المتحدة. قد يكون أحد الأسباب الممكنة وراء ذلك عند فحص نماذج رسائل التويت التي تم التقاطها للعينة عن قرب. دلت هذه النماذج على نسبة أعلى من المتوسط (مقارنة بباقي دول المنطقة) من المستخدمين النشطين جداً وقد تتضمن رسائل غير مرغوب بها (spam) أو برامج خبيثة<sup>28</sup> (bots). كما تدل كذلك على صناعة التسويق المزدهرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي والتي تستخدم حملات تويتر.

<sup>25</sup> <http://dohatweetups.com/2011/01/qatar-2022-tweet-up/>

<sup>26</sup> <http://www.scribd.com/doc/50680415/ictQATAR-Creating-a-Strategic-Presence-in-Social-Media>

<sup>27</sup> <http://twitter.com/#!/dohatwestival>

<sup>28</sup> برامج الإنترنت الخبيثة هي تطبيقات تقوم بإجراء مهام آلية بسيطة ومتكررة عبر شبكة الإنترنت بمعدل أعلى بكثير من المعدل البشري.

يفضل مستخدمو فيسبوك في دول الخليج المذكورة أعلاه استخدام واجهة باللغة الإنجليزية وهو ما قد يفسر جزئياً تفوقهم في استخدام تويتر واحتلالهم المراكز الأولى في ذلك مقارنة بباقي البلدان العربية التي يفضل المستخدمون فيها استخدام واجهة فيسبوك باللغة العربية. مثل المملكة العربية السعودية وفلسطين- اللتان تمتازان بمعدل فوق المتوسط في انتشار استخدام الإنترنت وفيسبوك. قد يكون عدم الميل لاستخدام واجهة باللغة الإنجليزية أحد أسباب انخفاض أعداد مستخدمي تويتر في هذه البلدان. حيث لا يوفر موقع التدوين المصغر تويتر واجهة باللغة العربية بعد.

### البلدان التي تمتاز بمعدل أقل من المتوسط من مستخدمي تويتر

تقل نسبة استخدام تويتر في باقي البلدان العربية (تقل عن 0.5% في غالبيتهم. باستثناء لبنان والأردن وليبيا). وتبرز مصر على وجه الخصوص من بين هذه البلدان. لتسجل أدنى نسبة مستخدمين لتويتر في المنطقة. مع العلم بأن مصر بها ما يقرب من 7 مليون مستخدم لفيسبوك و 17-18 مليون مستخدم للإنترنت.

وهناك سببان محتملان لذلك: السبب الأول هو تركيز توزيع مستخدمي تويتر بمصر في القاهرة ( بنسبة 51% من مستخدمي تويتر) وتليها الإسكندرية (بنسبة 8%) مع تفرق نسبة ال 40% الباقية في مناطق أخرى تقل نسبة مستخدمي تويتر في كل منها عن 1.5%. حيث يوجد بالمنصورة. على سبيل المثال. 0.8% من مستخدمي تويتر. و0.7% في طنطا. ويشير تركيز مستخدمي تويتر في القاهرة إلى أن استخدام تويتر لم ينتشر بشكل حقيقي خارج العاصمة. قد يكون السبب المحتمل الثاني هو عدم توفر واجهة باللغة العربية على تويتر حتى وقت إعداد هذا التقرير. (كان من المقرر إطلاقها مبدئياً في الربع الأول من 2011). ومع انقسام مستخدمي فيسبوك في مصر بالتساوي بين استخدام اللغة العربية والإنجليزية كواجهة لفيسبوك. قد يعوق عدم توفير تويتر واجهة باللغة العربية اشتراك الكثير من المستخدمين المحتملين له.

بوجه عام. يبدو أن مستويات استخدام الإنترنت وفيسبوك تعتبر مؤشراً جيداً على استخدام تويتر. بالإضافة إلى معدلات الاشتراك في خدمات الهواتف الجوالة. علماً بأن الاشتراك في تويتر عبر الهواتف الجوال في ازدياد على مستوى العالم. ويظهر حاجز اللغة بوضوح أيضاً في بعض البلدان التي يفضل مستخدميها استخدام واجهة باللغة العربية بشكل أساسي على فيسبوك. في حين لم يتم توفير هذه الخاصية حتى الآن على تويتر. كما أثرت الأحداث الاجتماعية والسياسية على حجم رسائل التويت في المنطقة بأسرها. وهو ما أثبتته أكثر الموضوعات شيوعاً والتي تم رصدها على تويتر.

### الخلاصة

جرى تقييم دور الإعلام الاجتماعي في الانتفاضات الشعبية التي اجتاحت العالم العربي خلال عام 2011. إلا أن مستوى مساهمة وسائل الإعلام الاجتماعي في تصاعد هذه الانتفاضات ما زال مثاراً للجدل والنقاش. يطرح هذا التقرير أدلة مبنية على أبحاث تجريبية تشير إلى أن نمو وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية. وكذلك التغير في اتجاهات استخدامها. قد لعب دوراً مهماً في حشد الجماهير وتمكينها وتشكيل الآراء وتحقيق التغيير. وتوجد اليوم مجموعة كبيرة من الشباب ومستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي النشطين في الوطن العربي. ويقترن ذلك بتحول مستمر في اتجاهات الاستخدام من اتجاهات ذات طبيعة اجتماعية إلى اتجاهات ذات طبيعة سياسية عبر المنطقة. وبدت ردود أفعال الحكومات العربية متفاوتة تجاه هذه الظاهرة الجديدة. فلعقود طويلة. ظلت أغلب الحكومات العربية مسيطرة بشكل تام على تدفق المعلومات إلى مجتمعاتها. وبينما حاولت بعض الحكومات مقاومة التغيير. وكبت الأشكال الجديدة لتدفق المعلومات التي ظهرت في مجتمعاتها -من خلال حجب الوصول إلى مواقع الإعلام الاجتماعي. والإنترنت. أو شبكات الهاتف الجوال كلية- في حين استجابت بعض الحكومات بسرعة. وبدأت في التكيف مع التغييرات. وحاولت تلك الحكومات سريعة الاستجابة استغلال نمو استخدام الإعلام الاجتماعي بين أغلبية الشباب بوضع خطوط إرشادية وسياسات جديدة. مازال الوقت مبكراً لوضع تقييم نهائي لدور الإعلام الاجتماعي في انطلاق الحركات الشعبية العربية أو الدور الذي ستلعبه في تغيير الأساليب التي تتفاعل بها الحكومات مع مجتمعاتها في المنطقة. لكن الأمر المؤكد الوحيد هو أنه مع وجود النسبة الكبيرة من الشباب في المنطقة العربية وتزايد معدلات استخدام الإنترنت والإعلام الاجتماعي. سيستمر الإعلام الاجتماعي في لعب دور متزايد في التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في المنطقة العربية.



## الملحق 1

### المنهجية

#### بيانات فيسبوك

تم جمع البيانات الخاصة بعدد مستخدمي فيسبوك في الاثننتين وعشرين دولة العربية بالإضافة إلى إيران وإسرائيل وتركيا بصورة دورية في الفترة ما بين 5 يناير و5 أبريل 2011، وتم التركيز على الفئات العمرية التالية: الشباب (15 سنة - 29 سنة)، والكبار (من عمر 30 عاماً فأكثر).

تم جمع كافة البيانات الأولية الخاصة بجميع البلدان العربية من البيانات الرسمية الداخلية لفيسبوك (المجموعة أ)، باستثناء سوريا والسودان (المجموعة ب) والتي كان علينا أخذها من مصدر آخر غير فيسبوك. ونتيجة للقيود التي تفرضها قوانين تصدير التكنولوجيا الأمريكية، لا يقدم فيسبوك معلومات عن عدد المستخدمين في سوريا والسودان وإيران لأغراض إعلانية. تم تحديد الأرقام الحقيقية لعدد مستخدمي فيسبوك في سوريا وإيران (في نوفمبر 2007 ويونيو 2008 على التوالي) عن طريق البحث على الإنترنت، ولم يتم العثور على البيانات الخاصة بالسودان. ولهذا تم تقييم كافة البيانات الخاصة بالسودان باستخدام معدل النمو اليومي في المنطقة العربية (وقد تم تقييمه من بلدان المجموعة أ في الفترة ما بين 5 يناير و5 أبريل 2011). وقد استخدم هذا المعدل لحساب عدد المستخدمين في بلدان المجموعة (ب) لضمان اتساق البيانات المستخدمة، وضمان الحصول على هامش خطأ أقل من هامش الخطأ الناتج عن استخدام معدلات النمو في بلدان ماثلة لكل دولة. بالنسبة لسوريا، بعد السابغ من فبراير على وجه الخصوص، حيث لم تعد مواقع الإعلام الاجتماعي محظورة. تم استخدام معدل نمو يومي مختلف ليعكس الارتفاع المفاجئ في عدد مستخدمي فيسبوك. اعتمد هذا المعدل على متوسط معدل النمو اليومي في اليمن والتي تمتلك مؤشرات متقاربة من حيث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إضافة إلى المؤشرات الاجتماعية الاقتصادية المتقاربة مع سوريا، كما أنها شهدت انتفاضة تأثرت بفيسبوك كذلك. بالإضافة إلى ذلك، أضيف عامل حسابي فريد آخر إلى عملية حساب معدل نمو المستخدمين في سوريا بعد رفع الحظر على مواقع الإعلام الاجتماعي في 7 فبراير. وقد قدر ذلك على أساس الارتفاع المفاجئ في عدد مستخدمي فيسبوك في مصر بعد عودة خدمة الإنترنت مرة أخرى في 2 فبراير.

من الجدير بالملاحظة أنه فيما يتعلق بجميع الأشكال البيانية في هذا التقرير، فإن أعداد مستخدمي فيسبوك في سوريا والسودان وإيران هي مجرد أرقام تقديرية، في حين تم جمع أعداد المستخدمين في البلدان الأخرى من بيانات فيسبوك الرسمية.

#### بيانات تويتر

تم تقدير عدد مستخدمي تويتر وعدد التغريدات وأكثر الموضوعات شيوعاً في البلدان العربية الاثننتين والعشرين. بالإضافة إلى إيران، وإسرائيل، وتركيا في الفترة من 1 يناير إلى 30 مارس، بأخذ عينات مكونة من 190,706 مستخدم تويتر، و10,552,772 رسالة تويت من الفترات السابقة. أجريت الدراسة باستخدام واجهة برمجة تطبيقات تويتر (Twitter API) والتي تم إعدادها خصيصاً لهذا البحث.

بالنسبة لمستخدمي تويتر، كان تقدير حجم مستخدمي تويتر عملية سهلة تضمنت خطوتين:

• أخذ عدد من العينات (أو «مجموعات») من المستخدمين من كل بلد على حده.

• استخدم أسلوب التأشير-الاسترداد Mark-Recapture لحساب عدد المستخدمين التقديري.

أخذت العينات خلال جميع ساعات اليوم على مدار فترتين، مدة كل فترة أسبوع واحد (العيينة الأولى: من 2011/3/28 إلى 2011/4/4 (الساعة التاسعة بتوقيت جرينتش) العينة الثانية: من 2011/4/6 إلى 2011/4/13 (الساعة 14:20 بتوقيت جرينتش). تضمنت هذه العينات مستخدمي تويتر «النشطين» الذين ينتجون تغريدة واحدة على الأقل خلال فترة العينة التي امتدت لمدة أسبوعين. وبالتالي، تم استثناء المستخدمين الخاملين. يهتم أسلوب التأشير-الاسترداد Mark-recapture بالنظر إلى التداخل بين العينات المختلفة لتقدير عدد المستخدمين الكلي. ثم يتضمن عدد المستخدمين التقديري جميع مستخدمي تويتر الذي يقومون بإنتاج تغريدة واحدة على الأقل كل أسبوعين حتى ولو كانوا في «أجازة من تويتر» ولم يتم تسجيلهم فعلياً في العينة.

تم تقسيم المستخدمين حسب بلدانهم باستخدام خاصية تويتر للبحث عن المواقع. وتم تنقية البحث باستخدام ياهو! وخدمات جوجل لتحديد المواقع الجغرافية لتصحيح أية أخطاء. كان من الصعب تحديد موقع المستخدمين الفلسطينيين على وجه الخصوص، حيث كانت تشير جميع نتائج خدمات تحديد المواقع الجغرافية إلى «إسرائيل» للبلد بأكملها. وفي هذه الحالة، استُخدمت المواقع التي يحددها المستخدمون بأنفسهم. صُحِّحت المواقع المعلقة أيضاً من خلال حجم هذا الأثر في كل بلد ومحاولة تصحيحه.

يستعين أسلوب التعليم والاسترداد بصيغة «لينكولن بيترسن» القياسية لتقييم عدد المستخدمين. تعتمد هذه الصيغة على عدة افتراضات وهي:

- أن عدد المستخدمين لا يتغير بدرجة كبيرة بين العينات، بمعنى أنه لا ينضم إلى تويتر الكثير من الأفراد أو يتركونه خلال فترة العينة.
- أن إجراء أخذ العينة لا يؤثر على سلوكيات الأفراد (عند أخذ العينات من البيئة الطبيعية قد تؤدي عملية أسر الحيوان إلى موته في بعض الأحيان).
- أنه من المحتمل تسجيل جميع المستخدمين في العينة بشكل متساوي.

أول افتراضين صحيحين في هذه الحالة. بينما الافتراض الثالث لا ينطبق على أخذ العينات على أساس الرسائل. لأن هناك بعض مستخدمي تويتر أكثر إنتاجاً للتغريدات من غيرهم. وبالتالي، تم تصحيح التقديرات لتفادي عدم التجانس (بمعنى أنه تم تصحيحها نتيجة زيادة احتمالية انتقائها من بين مجموعة إذا كان الشخص أكثر نشاطاً).

بالنسبة لتحليل حجم التغريدات وأكثر الموضوعات شيوعاً، تم تتبع تاريخ نشر التغريدات حتى 3200 تغريدة تقريباً لكل مستخدم خلال فترة الثلاثة شهور (وقمنا بتحليل أكثر من 10 ملايين رسالة تويت في المِجْمَل لجميع المستخدمين المشاركين في العينة). كان لا بد من تصحيح ذلك بالنسبة للمستخدمين الأكثر نشاطاً، حيث لم يكن ممكناً تتبع رسائلهم خلال الفترة المحددة كاملة. مع العلم بأن حجم التغريدات المرتفع الذي أنتجوه وصل إلى حجم الرسائل المحدد بـ 3200 رسالة في وقت أسرع بكثير من باقي المستخدمين.

تم احتساب متوسط عدد التغريدات اليومية لكل شخص في كل دولة على حدة. وكان متوسط عدد التغريدات اليومية باستثناء المستخدمين الذين ينتجون أكثر من تغريدة كل ساعة أو أقل من تغريدة كل يومين. وتفترض هذه المنهجية أن هذه الطريقة هي الأفضل لحساب عدد التغريدات التي ينتجها مستخدم تويتر العادي يومياً. بدلاً من استخدام المتوسط المباشر الذي قد يتضمن نتائج متطرفة وبرامج خبيثة.

تم حساب معدل تكرار الكلمات للتعرف على أكثر الموضوعات شيوعاً. وتم استثناء قائمة من الكلمات الزائدة أو شائعة الاستخدام مثل «the» و «some» في كلٍ من اللغتين العربية والإنجليزية وكذلك بعض الكلمات الخاصة بتويتر مثل «RT». احتوت القائمة الإنجليزية على حوالي 700 كلمة، في حين تضمنت القائمة العربية أكثر من 13000 كلمة.

من الجدير بالملاحظة أن العينات المستخدمة لتقدير حجم التغريدات<sup>29</sup> وأكثر الموضوعات شيوعاً في كل بلد كانت مختلفة عن العينات المستخدمة لتقدير عدد مستخدمي تويتر. كانت أحجام العينات السابقة أصغر. مع هبوط أعداد العينة في بلدان معينة<sup>30</sup> عن 100 مستخدم، ولهذا يجب التعامل مع النتائج بحذر.

<sup>29</sup> تم حساب العدد الإجمالي للتغريدات باستخدام العدد المقدر للتغريدات اليومية لكل منطقة، بدلاً من مجموعة الأعداد اليومية لها. والتي تمثل أعداد تقريبية مقدرة من عينات صغيرة. وقد تكون البيانات غير دقيقة إلى حد كبير.

<sup>30</sup> جزر القمر، إيران، ليبيا، موريتانيا، فلسطين، الصومال، سوريا، اليمن.

## الملحق 2

### استخدام فيسبوك وتويتر والإنترنت، والهواتف الجواله في المنطقة العربية

#### الجدول رقم 4: مستخدمو فيسبوك وأعداد السكان في كل بلد في العالم العربي

\*أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة [/http://laborsta.ilo.org](http://laborsta.ilo.org)

انظر شكل 12 لترتيب المراكز على أساس بيانات السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي

البلد	عدد مستخدمي فيسبوك (2011/5/4)	النسبة المئوية لانتشار فيسبوك	عدد مستخدمي فيسبوك منذ 2011/5/1	النسبة المئوية للزيادة في عدد مستخدمي فيسبوك منذ 2011/5/1	مستخدمو فيسبوك الجدد منذ 2011/5/1 (كنسبة من عدد السكان)
الجزائر	1,947,900	5.42	560,820	40.43	1.56
البحرين	302,940	36.83	25,480	9.18	3.10
جزر القمر	9,080	1.28	2,800	44.59	0.40
جيبوتي	52,660	5.89	6,660	14.48	0.75
مصر	6,586,260	7.66	1,951,960	42.12	2.27
العراق	723,740	2.24	326,600	82.24	1.01
الأردن	1,402,440	21.25	313,640	28.81	4.75
الكويت	795,100	25.51	165,420	26.27	5.31
لبنان	1,093,420	25.50	113,940	11.63	1.74
ليبيا	71,840	1.08	-182,300	-71.73	2.73
موريتانيا	61,140	1.78	22,300	57.42	0.65
المغرب	3,203,440	9.78	724,500	29.23	2.21
عمان	277,840	9.37	65,010	30.55	2.19
فلسطين	595,120	13.10	124,720	26.51	2.75
قطر	481,280	30.63	-30,780	-6.01	1.96
السعودية	4,092,600	15.28	845,620	26.04	3.16
الصومال	21,580	0.22	14,820	219.23	0.15
السودان	443,623	1.01	101,780	29.77	0.23
سوريا	356,247	1.55	102,918	40.63	0.45
تونس	2,356,520	22.49	535,640	29.42	5.11
الإمارات	2,406,120	50.01	291,480	13.78	6.06
اليمن	340,800	1.37	161,380	89.95	0.65

## الجدول رقم 5: عدد رسائل التويت ومستخدمو تويتر في المنطقة العربية بين 1 يناير و30 مارس

\*أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة/ <http://laborsta.ilo.org>

انظر شكل 21 لترتيب المراكز على أساس بيانات السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي

عدد رسائل التويت اليومية المقدر (المتوسط بين 1 يناير و30 مارس 2011)	حجم مستخدمي تويتر المقدر (تراكمي: من 1 يناير حتى 30 مارس 2011)	انتشار تويتر (المتوسط بين 1 يناير و30 مارس 2011)	عدد السكان*	عدد مستخدمي تويتر المقدر (المتوسط بين 1 يناير و30 مارس 2011)	البلد
2,800	252,000	35,953,989	0.04	13,235	الجزائر
15,000	1,350,000	822,510	7.53	61,896	البحرين
120	10,800	706,622	0.12	834	جزر القمر
680	61,200	893,843	0.45	4,046	جيبوتي
24,000	2,160,000	85,950,300	0.15	131,204	مصر
3,800	342,000	32,266,577	0.07	21,625	العراق
7,100	639,000	6,598,615	0.85	55,859	الأردن
41,000	3,690,000	3,116,748	3.63	113,428	الكويت
11,000	990,000	4,287,610	1.85	79,163	لبنان
21,000	1,890,000	6,670,928	0.96	63,919	ليبيا
120	10,800	3,440,053	0.04	1,407	موريتانيا
2,800	252,000	32,770,852	0.05	17,384	المغرب
910	81,900	2,964,059	0.23	6,679	عمان
7,100	639,000	4,542,824	0.25	11,369	فلسطين
34,000	3,060,000	1,571,520	8.46	133,209	قطر
25,000	2,250,000	26,777,613	0.43	115,084	السعودية
880	79,200	9,605,189	0.04	4,244	الصومال
990	89,100	44,103,535	0.02	9,459	السودان
8,700	783,000	23,008,268	0.17	40,020	سوريا
6,400	576,000	10,476,355	0.34	35,746	تونس
31,000	2,790,000	4,811,345	4.18	201,060	الإمارات
8,100	729,000	24,943,950	0.12	29,422	اليمن

## الجدول رقم 6: معدلات الاشتراك في فيسبوك وتويتر والإنترنت، وخدمات الهواتف الجوال في المنطقة العربية

\* أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة <http://laborsta.ilo.org>

انظر الشكل 12 والشكل 21 لترتيب المراكز على أساس بيانات السكان الرسمية لدول مجلس التعاون الخليجي

\*\* إحصاءات الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2009 <http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx>

البلد	العدد المقدر لمستخدمي تويتر النشطين (المتوسط بين 1 يناير و30 مارس 2011)	انتشار تويتر	عدد مستخدمي فيسبوك (2011/5/4)	* النسبة المئوية لانتشار فيسبوك	مستخدمي الإنترنت لكل 100**	اشتركاكات الهواتف الجواله لكل 100**
الجزائر	13,235	0.04	1,947,900	5.42	13.47	93.79
البحرين	61,896	7.53	302,940	36.83	53.00	177.13
جزر القمر	834	0.12	9,080	1.28	3.59	18.49
جيبوتي	4,046	0.45	52,660	5.89	3.00	14.90
مصر	131,204	0.15	6,586,260	7.66	24.26	66.69
العراق	21,625	0.07	723,740	2.24	1.06	64.14
الأردن	55,859	0.85	1,402,440	21.25	26.00	95.22
الكويت	113,428	3.63	795,100	25.51	36.85	129.85
لبنان	79,163	1.85	1,093,420	25.50	23.68	56.59
ليبيا	63,919	0.96	71,840	1.08	5.51	77.94
موريتانيا	1,407	0.04	61,140	1.78	2.28	66.32
المغرب	17,384	0.05	3,203,440	9.78	41.30	79.11
عمان	6,679	0.23	277,840	9.37	51.50	139.54
فلسطين	11,369	0.25	595,120	13.10	32.23	28.62
قطر	133,209	8.46	481,280	30.63	40.00	175.40
السعودية	115,084	0.43	4,092,600	15.28	38.00	174.43
الصومال	4,244	0.04	21,580	0.22	1.16	7.02
السودان	9,459	0.02	443,623	1.01	9.19	36.29
سوريا	40,020	0.17	356,247	1.55	20.40	45.57
تونس	35,746	0.34	2,356,520	22.49	34.07	95.38
الإمارات	201,060	4.18	2,406,120	50.01	75.00	232.07
اليمن	29,422	0.12	340,800	1.37	9.96	35.25

أعد هذا التقرير رشا مرتضى وفادي سالم ببرنامج الحوكمة والابتكار بكلية دبي للإدارة الحكومية.

فادي سالم - زميل ومدير برنامج الحوكمة والابتكار بكلية دبي للإدارة الحكومية.

رشا مرتضى - باحث مشارك في برنامج الحوكمة والابتكار بكلية دبي للإدارة الحكومية

شكر وتقدير

يتقدم المؤلفان بالشكر والتقدير للأفراد والكيانات التالية أسماؤهم على جهودهم وما قدموه من إسهامات وملاحظات ومساعدة قيمة لإجاز هذا التقرير ومواده ذات الصلة: هبة شعبان، عبدالناصر محمود، جينيش إيلات، ستيفن برانون، صالحة بوقطارة، راكش كومار، دانييل وينترستين، جو هاليويل، سلمى نقبو

الآراء الواردة في هذا التقرير تخص المؤلفين ولا تعبر بالضرورة عن آراء أعضاء مجلس الأمناء ولا مسؤولي أو موظفي كلية دبي للإدارة الحكومية.

© كلية دبي للإدارة الحكومية 2011



تقرير الإعلام الاجتماعي العربي من إنتاج برنامج الحوكمة والابتكار - كلية دبي للإدارة الحكومية هو المرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي المشاركة على قدم المساواة-غير تجاري-نسب العمل 3.0 الأصلية الترخيص

بناء على العمل التالي: [www.arabsocialmediareport.com](http://www.arabsocialmediareport.com).

الاذونات الخارجية عن نطاق هذا الترخيص قد تكون متاحة في

<http://www.dsg.ae/NEWSANDEVENTS/UpcomingEvents/ASMRAcknowledgment2.aspx>

يتاح للقارئ نسخ وتوزيع وبث وتعديل هذا العمل بناء على الشروط التالية: يجب نسب ملكية العمل لكلية دبي للإدارة الحكومية. لا يتاح استخدام هذا العمل لأغراض تجارية مهما كانت، وإذا تم التشارك على هذا العمل أو تغييره أو تحويله أو البناء عليه، فيجب توزيع العمل الناتج عن ذلك تحت ذات الشروط المفروضة على العمل الأصلي. يمكن التنازل عن هذه الشروط فقط في حال الحصول على إذن مكتوب من كلية دبي للإدارة الحكومية. وإذا وضع هذا العمل أو أي جزء منه في أي نطاق عام تحت قانون معين، فلا يؤثر هذا الوضع بأي شكل من الأشكال على الترخيص.

## برنامج الحوكمة والابتكار

يسعى برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية إلى تعزيز قدرات صناع السياسات عربياً من خلال توفير الدراسات البحثية العلمية من منظور إقليمي ومحلي، وذلك لتحقيق أهداف البرنامج الأشمل المتمثلة بدعم جهود صانعي القرار في تنمية الأداء والإصلاح الحكومي من خلال تبني الحكومات تكنولوجيا المعلومات لتعزيز ثقافة الابتكار في المجتمع، والسعي نحو نموذج تشاركي في إدارة الحكم يعتمد على الشفافية المعلوماتية وإشراك المجتمع في آليات صنع القرار اعتماداً على التقنيات الحديثة. إضافة إلى تحقيق النمو الاقتصادي القائم على مجتمع المعرفة. أصدر البرنامج عدداً كبيراً من المطبوعات، كما يعقد دورياً مؤتمرات علمية ومنتديات عالمية حول السياسات بالتعاون مراكز البحوث المرموقة والمنظمات الدولية المتخصصة. ويعمل البرنامج على ثلاثة محاور:

- بحوث السياسات والبحوث الأكاديمية: تركز البحوث على السياسات الحكومية والتغيرات المجتمعية الناتجة عن الابتكارات التكنولوجية في المنطقة العربية.
- تقديم المشورات حول السياسات: أحد الأهداف الرئيسية للبرنامج هو تقديم النصح والمشورة لصناع القرار العرب الحاليين والمستقبليين حول تقييم أثر التغيرات جارية على مجتمعاتهم وحكوماتهم، والمساعدة في تطوير سياسات ملائمة للبيئة المحلية للمبادرات الحكومية المستقبلية.
- الأنشطة التنموية الإقليمية: يجمع البرنامج شبكة من الخبراء الممارسين والأكاديميين العاملين في القطاعات المتعلقة بمجال عمل البرنامج، وذلك من خلال نشاطات عملية وتعليمية تهدف إلى تشجيع التبادل الفعال للمعرفة وجسر الهوة بين البحوث والسياسات التطبيقية.

## كلية دبي للإدارة الحكومية

كلية دبي للإدارة الحكومية هي مؤسسة بحثية وتعليمية تركز على السياسات العامة في الوطن العربي. تأسست الكلية عام 2005 برعاية كريمة من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي. وتهدف الكلية لتعزيز إمكانات الإدارة الحكومية عن طريق زيادة قدرات المنطقة على اعتماد سياسات عامة فعالة. وفي هذا السياق، تتعاون الكلية مع كلية كينيدي للإدارة الحكومية بجامعة هارفارد ومع مؤسسات إقليمية وعالمية أخرى لتنفيذ برامج البحث والتدريب، كما تنظم الكلية منتديات ومؤتمرات دولية لتشجيع تبادل الأفكار والنقاش حول السياسات العامة في الوطن العربي.

تلتزم الكلية بإنتاج المعرفة ونشر أفضل الممارسات وتدريب صناع السياسات في الوطن العربي. ومن أجل تحقيق هذه الرسالة، تركز الكلية جهودها لدعم برامج البحوث والتعليم بما فيها:

- البحوث التطبيقية في السياسات العامة والإدارة العامة
- برامج الماجستير في السياسات العامة والإدارة العامة
- برامج تعليم تنفيذي لكبار المسؤولين والمديرين
- منتديات للمعرفة للباحثين وصناع السياسات

كلية دبي للإدارة الحكومية

برج المؤتمرات، الطابق الثالث عشر

ص.ب. 72229 دبي. الإمارات العربية المتحدة

هاتف: 971-4-329-3290 ، فاكس: 971-4-329-3291



كلية دبي للإدارة الحكومية  
DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT