السنة: العاشرة المجلد: 10 العدد: 02 ص ص: 76- 90
EISSN 2676-1645 ISSN 2543-375X

تأثير منصات التشارك على تشكيل الرأي العام: دراسة في سياق يوتيوب وفليكر

The Impact of Sharing Platforms on Public Opinion Formation: A Study of YouTube and Flickr

خالفي نصيرة *، جامعة مولود معمري –تيزي وزو
nacera.khalfi@ummto.dz

تاريخ الاستلام: 2024/11/04 تاريخ القبول: 2025/05/21

ملخص:

تتناول هذه الدراسة تأثير منصات التشارك ممثلة في "اليوتيوب" و"فليكر" في تشكيل الرأي العام. وتُعرف منصات التشارك بأنها الأنظمة الأساسية التي تتيح للمستخدمين إنشاء ومشاركة المحتوى، مما يسهل التفاعل وتبادل الآراء. ويُعد يوتيوب من أكبر منصات مشاركة الفيديو، بينما يعتبر فليكر من أبرز مواقع استضافة الصور. وتُظهر الدراسة كيف يُساهم المحتوى الذي ينشئه المستخدمون في تشكيل آراء المجتمع من خلال التعليقات والتفاعلات. كما تعرض الدراسة حالات حقيقية، مثل استخدام يوتيوب في التحريض على احتجاجات ضد تفكيك الأسلحة الكيميائية في ألبانيا، مما يبرز دور هذه المنصات في تحريك الجمهور. إلى جانب ذلك تسلط الضوء على كيفية تأثير التعليقات والمحتوى المرئي على آراء المستخدمين في مختلف القضايا، مما يجعل منصات التشارك أدوات فعالة في تشكيل الرأي العام.تُختتم الدراسة بالتأكيد على أهمية هذه المنصات كأدوات تفاعلية تساهم في الديمقراطية الرقمية وتعزيز المناقشات العامة.

الكلمات المفتاحية: منصات التشارك، الرأي العام، اليوتيوب، فليكر.

Abstract:

public opinion. Sharing platforms are defined as foundational systems that enable users to create and share content, facilitating interaction and the exchange of views. YouTube is considered one of the largest video-sharing platforms, while Flickr is one of the leading photo-hosting sites.

The study demonstrates how user-generated content contributes to the formation of societal opinions through comments and interactions. It also presents real cases, such as the use of YouTube in inciting protests against the dismantling of chemical weapons in Albania, highlighting the role these platforms play in mobilizing the public. Additionally, the study emphasizes how comments and visual content influence users' perspectives on various issues, making sharing platforms effective tools in shaping public opinion.

The study concludes by affirming the importance of these platforms as interactive tools that contribute to digital democracy and enhance public discourse.

Keywords: Sharing Platforms, Public Opinion, YouTube, Flickr.

مقدمة:

ينشئ المستخدمون اليوم مقاطع الفيديو ويتشاركونها عبر مواقع كثيره، أهمها موقع اليوتيوب "YouTube" ويلتقطون صورًا عائلية وينشرونها للجميع لمشاهدتها على العديد من المواقع مثل موقع فليكر "Flickr"، وهذه الأنشطة تندرج تحت ما يسمى المحتوى الذي ينشئه المستخدم "The rubric of User Generated Content" (UGC)، حيث تتم مشاركة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون من خلال منصات المشاركة "Sharing platforms"، تلك المنصات التي تعمل كمنصات للأنشطة القائمة على المستخدم، فيتم مشاركة المحتوى الذي أنشأه المستخدمون الآخرون، والتعليق عليه، وهذا النوع من التشارك يلعب دورًا رئيسياً في تشكيل الرأي العام لمستخدمي هذه المنصات؛

وذلك نظرًا لسهولة تعبير الأفراد عن آرائهم بحرية عبر تلك المنصات التشاركية، بالإضافة إلى سهولة متابعة واطلاع المستخدمون الآخرين على هذه الآراء، ونشرها فيما بينهم بشكل موسع ليتابعه المستخدمون الآخرين، كما أن قراءة مستخدمو تلك المنصات للتعليقات التي يتركها الآخرون على المحتوى تؤثر في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم تجاه القضايا المختلفة. وعليه تعتبر إشكالية الدراسة مهمة لفهم العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع، وكيف يمكن لمنصات التشارك أن تعيد تشكيل الأطر العامة للنقاش والمشاركة في عصر المعلومات.

أهداف الدراسة

- استكشاف كيف تسهم منصات مثل يوتيوب وفليكر في تشكيل الرأي العام من خلال المحتوى الذي ينشئه المستخدمون.
- فهم كيفية تفاعل الأفراد مع التعليقات والمحتوى المرئي، وما تأثير ذلك على آراءهم ومواقفهم تجاه القضايا المختلفة.
- تحليل مدى تأثير نوعية المحتوى (إيجابي أو سلبي) على تشكيل الآراء وتوجهات المستخدمين.
- تقديم أمثلة عملية توضح كيف ساهمت هذه المنصات في تحريك الجمهور والمشاركة في قضايا سياسية واجتماعية، مثل الاحتجاجات ضد تفكيك الأسلحة الكيميائية في ألبانيا.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة في فهم تأثير منصات التشارك، مثل يوتيوب وفليكر، على تشكيل الرأي العام في العصر الرقمي. من خلال تحليل كيفية تفاعل الأفراد مع المحتوى والتعليقات، توفر الدراسة رؤى قيمة حول دور هذه المنصات في تحريك الجمهور والمشاركة في القضايا السياسية والاجتماعية. كما تسهم في تعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين، مما يمكنهم من استخدام هذه المنصات بشكل مسؤول وفعّال. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة أساسًا للبحث الأكاديمي في مجالات الإعلام الجديد، وتساعد الممارسين في وضع استراتيجيات لتعزيز الحوار العام والنقاشات. في المجمل، تعزز هذه الدراسة من

فهمنا للعلاقة بين التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي، مما يسهم في بناء مجتمع رقمي أكثر صحة وديمقراطية.

1ـ مفهوم ومميزات منصات التشارك:

كما يوحي اسمها، فإن منصات التشارك هي الأنظمة الأساسية التي يمكن للمستخدمين من خلالها مشاركة المحتوى الخاص بهم مع المستخدمين الآخرين في العالم بأسره، كما يمكنهم من خلال تلك المنصات عرض ومتابعة محتوى المستخدمين الآخرين بسهولة (Soliman, 2012, 291)

تمكّن هذه المنصات المستخدمين من عرض ومتابعة محتوى الآخرين بسهولة، مما يعزز من تفاعلهم الاجتماعي. كما تُعتبر منصات التشارك بمثابة فضاء مفتوح يتيح للأفراد نشر أفكارهم وآرائهم والتواصل مع جمهور واسع، مما يسهم في تعزيز الثقافة الرقمية والنقاش العام.

عرف كل من Yilmaz, Erdem & Resuloglu (2018, 27) منصات التشارك بأنها: مواقع لديها ملايين من المستخدمين حول العالم، توفر تدفقاً سريعًا للمعلومات متعدد الأطراف، حيث إنها تسمح للمستخدمين بإنشاء محتوى خاص بهم ومشاركته مع المستخدمين الآخرين، كما تسمح بالتفاعل بين المستخدمين وبعضهم البعض من خلال العديد من الأدوات والامكانات التي توفرها تلك المواقع.

بناءً على ما سبق يمكن أن نستشف أهم منصات التشارك كما يلي:

- إمكانية الوصول: تتيح منصات التشارك للمستخدمين من جميع أنحاء العالم الوصول إلى المحتوى ومشاركته، مما يسهم في تعزيز التواصل الثقافي واللغوي.
- التفاعل المباشر: توفر المنصات أدوات للتفاعل الفوري مثل التعليقات والرسائل، مما يتيح للمستخدمين تبادل الآراء والأفكار بشكل سريع.

- تيسير المناقشات :تعزز منصات التشارك مناقشة القضايا العامة والسياسية، مما يتيح للمستخدمين الانخراط في حوارات مفتوحة حول مواضيع تهمهم.
- تطوير المهارات :تعزز هذه المنصات من مهارات المستخدمين في الإنتاج والتصميم، حيث يتعلمون كيفية إنشاء محتوى جذاب ومؤثر.
- تنوع المحتوى: تدعم المنصات مجموعة متنوعة من أنواع المحتوى (مثل الفيديوهات، الصور، المقالات)، مما يلبي احتياجات اهتمامات مختلفة.
- مشاركة المعرفة :تساهم في نشر المعلومات والمعرفة بشكل واسع، مما يسهل الوصول إلى الموارد التعليمية والأخبار.
- دعم الابتكار :تتيح للمستخدمين التعبير عن أفكارهم الجديدة وتجاربهم، مما يعزز من الابتكار والإبداع.

2. نماذج عن أكثر منصات التشارك انتشارًا

هناك العديد من منصات التشارك، ولعل أكثر تلك المنصات شهرة وانتشارًا موقع اليوتيوب، وموقع فليكر، وفيما يلي عرض موجز لهما:

- موقع يوتيوب "YouTube"

تم إنشاء موقع اليوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "PayPal" وهم: تشاد هيرلي "Chad Hurley"، وستيف تشين "Steve Chen"، وجود كريم "Jawed Karim". وجاءت الفكرة عندما واجهوا صعوبات لمشاركة مقاطع فيديو لحفل عشاء في شقة "تشين" في سان فرانسيسكو في فبراير (2005م). وقد بدأ الموقع بتمويل (11,5) مليون دولار، من قبل شركة سيكويا كابيتال "Sequoia Capital" (Claud, 2006).

ومنذ تقديم موقع اليوتيوب إلى المشهد الإعلامي كان موطنًا لمقاطع الفيديو البسيطة، مثل الرحلات إلى حديقة الحيوان (Kosoff, 2015)، ثم نما وازدهر ليصبح ثاني أكبر موقع زيارة على الانترنت، حيث قدم الموقع خدمات الاشتراك

المميزة، وخدمات البث التلفزيوني، ومجموعة من المميزات الأخرى التي ساهمت في هيمنتها على سوق الفيديو عبر الإنترنت (Collins, 2018).

هذا، ويعد موقع اليوتيوب أكبر موقع مشاركة لمقاطع الفيديو الموجودة، كما أنه أكبر موقع تمت مشاهدته عبر الويب، حيث بلغت نسبة مشاهدته (14,6) مليار مقطع فيديو في الولايات المتحدة في مايو عام (2010م)، وقد استحوذ موقع اليوتيوب على الغالبية العظمي من مقاطع الفيديو الموجودة على الانترنت (ScoreCom Releases, 2010)، وقدم اليوتيوب نموذج شروط الخدمة (Terms of service model" (TOS"، وهو نموذج شامل، يمنح بموجبة اليوتيوب ترخيص واسع النطاق لاستخدام العديد من حقوق النشر الخاصة بالمستخدمين (YouTube Privacy Notice, 2010)، ويلتزم مستخدمو موقع اليوتيوب بشروط خدمة اليوتيوبن وبذلك يلعب موقع اليوتيوب دورًا تنظيميًا واسع النطاف.

كما أنه منذ يوم (25) يناير لعام (2019م) أعلن موقع اليوتيوب عن مبادرة جديدة لتحسين جودة المحتوى على منصته، تَدعى هذه المبادرة أنها تستخدم مزيجًا من التعلم الآلي والتقييم البشري لتحديد مقاطع الفيديو التي يتم عرضها على الجماهير، وهو بذلك يسمح بمزيد من الحريات لأنه لا يفرض على المستخدمين الفيديوهات التي تعرض لهم، بل يتم اختيارها وفقًا لتفضيلاتهم، كما أن ذلك أيضًا يعد نوعًا من تشكيل الاتجاهات والآراء للمشاهدين (YouTube Team. 2019).

بالإضافة إلى استخدامه الشائع, يقدم أيضًا موقع اليوتيوب برنامجًا يسمى برنامج شركاء اليوتيوب "YouTube Partner Program"، والذي يُمكن المستخدمين الذين يختارون الاشتراك في البرنامج من كسب عوائد (مادية) من المحتوى الأصلي من خلال السماح بتشغيل الاعلانات ذات الصلة مع إعلانات الفيديو (YouTube, 2023)، ومع ذلك، تثير هذه الخدمة مشكلات كبيرة

فيما يتعلق بالمحتوى الذي ينشئه المستخدمون، حيث إن هذا النوع من الخدمات قد يحول اليوتيوب إلى بيئة تجارية، كما أن هناك تساؤلات كبيرة حول تأثير هذه الخدمات على مشاركة المحتوى ومنها نوع المستخدمين الذين سوف يستخدمون هذه الخدمات (هواه - محترفون). فإذا كان هؤلاء المستخدمون هواه فلن يكون لهم تأثير كبير على الرأي العام للمستخدمين الآخرين، بينما إذا كانوا محترفين فسوف يلعبون دورًا كبيرًا في تشكيل الرأي العام للمستخدمين الآخرين (Soliman, 2012, 297).

واليوم، يحظى موقع اليوتيوب بأعلى حركة مرور (زحام) في العالم، باعتباره أكبر منصة لمشاركة الفيديو، يلعب اليوتيوب دورًا كبيرًا في الترويج لعدديد من منشئي المحتوى والتأثير على الإتجاهات الشعبية والعالمية، فله تأثير كبير على كمية ونوعية المحتوى الذي يتم انتاجه كل يوم، وهذا يؤثر بشكل مباشر على التحول في الاتجاهات، حيث إنه أكثر حرية من وسائل الإعلام التقليدية،وظهرت فاعليته في تشكيل الرأي العام بشكل واضح في عام (2020م) أثناء جائحة كوفيد (19)،حيث أثبت موقع اليوتيوب أنه أداة قوية لتوجيه الرأي العام وذلك من خلاله قيامه بتوجيه الوعي الصحي للأشخاص في مختلف دول العالم (Joemono & Oktavianti, 2021, 1278).

- موقع فليكر "Flickr"

يعد موقع فليكر واحدًا من أكبر مواقع استضافة الصور على الانترنت مع أكثر من (40) مليون مستخدم، ويستضيف الموقع أكثر من (6) مليارات صورة، وقد تم اطلاقه في فبراير عام (2004م)، وأصبح موقع فليكر الأن واحدًا من أكبر مواقع تخزين ومشاركة الصور الاجتماعية انتشارًا، ويُمكن هذا الموقع المستخدمين من وضع تعليقات، وبالتالي تشكيل شبكة اجتماعية كبيرة على الانترنت (Parfeni, 2011).

كما يُنظر أيضا إلى موقع فليكر على أنه منصة اجتماعية شائعة لمشاركة الصور، حيث يمكن للمستخدمين إنشاء روابط اجتماعية موجهة عن طريق متابعة المستخدمين الآخرين للحصول على تحديثات حول أنشطتهم، ويمكن

للمستخدمين تسمية صورهم بعلامات نصية مجانية ونشرها, كما يمكن التعليق على كل صورة بتعليق نصي من قبل أي مستخدم، كما يحافظ الموقع على صفحة "Explore Page" ويحدثها بشكل دوري، وهي عبارة عن عرض للصور المثيرة لاهتمام المستخدم, يتم تحديدها بناءً على تفضيلاته (Schifanella, Redi & Aiello, 2015, 3)، حيث تحتوي صفحة "Explore" على أكثر من (500) صورة، وعلى الرغم من أن خوارزمية التحديد سرية، إلا أنه يتم أخذ بعض الاعتبارات، منها: من أين تأتي النقرات، ومن يعلق عليها, بالإضافة إلى ذلك، يتيح الموقع للمستخدمين تصفح الصور ذات العلامات الجغرافية من خلال واجهة الخريطة التي تم تقديمها مؤخرًا (Lerman & Jones, 2007, 1).

وعلى غرار موقع اليوتيوب، يقدم موقع فليكر حقوق للنشر وذلك بموجب "TOU of Yahoo" (الشركة المالكة لفليكر)، ويمنح ذلك لمستخدمي فليكر ترخيصيًا واسعًا لاستخدام الصور ومشاركتها ونشرها وتعديها،[1] وعلى الرغم من افتقار فليكر لمركز للمعلومات حول حقوق النشر والملكية، إلا أنه يؤكد على احترام حقوق الآخرين، إلا أنه بشكل عام، فحقوق الملكية على موقع فليكر ليست شاملة على عكس موقع يوتيوب، وخاصة فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر (Soliman, 2012, 298).

3ـ العلاقة بين منصات التشارك والرأي العام

العلاقة بين منصات التشارك والمستخدمين ليست علاقة أحادية البعد «one-dimensional"، بل هي علاقة متعددة الاتجاهات، حيث إن المستخدمين يجسدون دورين عبر تلك المنصات، فإلى جانب قيام المستخدمين بمشاركة المحتوى الموجود على تلك المنصات فانهم أيضًا ينشئون المحتوى الخاص بهم، كما أنهم يتشاركون في محتوى الآخرين من خلال التعليق عليه (Elkin-Koren, 2010, 117-118).

كما تلعب منصات المشاركة دورًا كبيرًا فى تعزيز التفاعل بين مستخدمي تلك المنصات، فمن خلالها يعرض الأفراد آرائهم ويشاركون محتوى الآخرين، ويتعرفون على آراء المستخدمين الآخرين من خلال التعليقات سواء على محتواهم أو على المحتوى الذي ينتجه الأخرون، وهذا الأمر يلعب دورًا بارزا في تشكيل الرأي العام لمستخدمي هذه المنصات ((Elkin-Koren, 2010, 127.

هذا، ويمكن توضيح دور المنصات التشاركية في تشكيل الرأي العام من خلال آراء عالم الاجتماع والفيلسوف الألماني يورجن هابرماس "Jurgen Habermas" حيث أشار إلى أن خلق بيئة مناسبة للنقاش بين المواطنين، يتمتع فيها المواطنون بحرية عرض آرائهم، يعزز من ظهور نوع من الرأي العام المشترك تجاه القضايا المختلفة، وهو ما تقوم به منصات التشارك التي نتجت عن تطبيقات ويب (2.0)، حيث إنها سمحت بخلق بيئة مناسبة للحوار وتبادل الآراء بين مستخدميها (Shirky, 2011, 2).

كما أنه وفقًا (Boyd (2011, 53 فإن منصات التشارك أدت إلى ظهور مفهوم جديد للرأي العام، وهو الراي العام الشبكي "Networked public opinion" حيث إنه وفقًا للرأي العام الشبكي فإن الرأي العام يتشكل من خلال التبادلات الاجتماعية عبر المنصات التشاركية عبر الانترنت.

بالإضافة إلى ذلك, فقد أشار Fuchs (2014, 185) إلى أن منصات التشارك مثل موقع اليوتيوب, يساعد على تبادل الآراء والتفاعل بين المستخدمين بحرية، وبالتالي يمكن مستخدميه من الاجتماع معًا حول موضوع أو قضية محددة، كما أنه من خلال المحتوى الموجود على منصات التشارك أصبح الوصول إلى المحتوى المتعلق بقضية ما أمرًا سهلاً، وبذلك فإن منصات التشارك تزيل أحد أكبر العوائق أمام تشكيل الرأي العام ،وهى العوائق المادية والبنية التحتية، الأمر الذي يجعل الأفراد يجتمعون ويعبرون عن انتقاداتهم او مناقضة مسالة معينة تهم مجتمعًا معينًا.

ومن الأمثلة على تأثير منصات التشارك في تشكيل الرأي العام ما حدث في دولة ألبانيا حول الأنباء التي خرجت حول تفكيك الأسلحة الكيميائية في سوريا ووضعها في البانيا، فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام لم تعطي اهتمامًا لهذا الخبر، إلا أنه من خلال موقع اليوتيوب قام مجموعة من رواد اليوتيوب الألبان بعرض العديد من الفيديوهات التي تناهض هذا الفعل، الأمر الذي أدى إلى تشكيل رأي عام مناهض لذلك, مما ترتب عليه خروج العديد من الجماهير إلى الشوارع لمنع حدوث ذلك, ولعل هذه الاحتجاجات توضخ كيف يمكن لأدوات ومنصات التشارك أن تطور النقاش العام من خلال العمل كمجال عام بديل, حيث يتم من خلالها تشكيل الرأي العام، الأمر الذي جعل هذه القضية تصل إلى مستوى أعلى من القبول من طبقة واسعة من المجتمع الألباني، مما جعل الحكومة تضطر إلى رفض هذا المشروع بسبب المعارضة الشديدة من الرأي العام، ورفضت الطلب المقدم من الحكومة الأمريكية لتفكيك هذه الأسلحة في الأراضي الألبانية (Çela, 2015. 196).

كما أنه وفقًا (Johannessen (2013, 79 فإن التشارك عبر الإنترنت يمكن أن يساهم في تطوير المناقشة والنقاش العام، ويصبح تشكيل الرأي العام أسهل من رأس المال الاجتماعي "Social capital"، فمن خلال أدوات التشارك يمكن تيني وجهات نظر جديدة والتأثير في اتجاهات وآراء المستخدمين الأخرين.

وبالنظر إلى نظرية المشاركة الإلكترونية، فهي التي تربط بين الرأي العام الشبكي وأدوات التشارك عبر الانترنت، حيث أكدت أحد التقارير الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة في عام (2010م)، والتي تناولت الحكومة الالكترونية "e-government"، على أهمية المشاركة الالكترونية متمثلة في المعلومات الإلكترونية والاستشارات الإلكترونية والقرارات الإلكترونية من أجل تشكيل الرأي العام في الدولة، ووفقًا لهذا التقرير فإن تطبيقات ويب (2.0) بما تقدمه من منصات تشارك تعد بيئة جديدة يمكن للمؤسسات العامة إنشاء اتصال

تفاعلي أفضل مع الجماهير لتشكيل رأي عام إيجابي (Pereira, Rocha, & Popli, 2012, p. 492).

بالإضافة إلى ذلك، فقد أشار McGregor & Molyneux (2020, 597) إلى أن الصحفيين والحكومات يقوموا بتضمين تعليقات الأفراد عبر أدوات التشارك ضمن قراراتهم المستقبلية، وذلك لأن تلك التفاعلات التي تحدث على هذه المنصات عبارة عن رسائل تشير إلى شعبية الأفكار السياسية والشخصيات العامة.

وعلى الرغم من أن مثل هذه الإشارات قد تكون غير ممثلة للرأي العام، إلا أن التعرض للإشارات الكمية المتعلقة بالشعبية والآراء الشخصية للآخرين، والتي أصبحت تعرف بالإشارات النموذجية «Exemplar cues"، قد يكون لها تأثير كبير على تصورات الأفراد للراي العام، وقد بدأت الحكومات والجهات المهتمة بالرأي العام بالتحقيق في كيفية انحراف إنتاج وتداول هذه الإشارات الاجتماعية(Woolley & Howard, 2018, 64-66) .

وقد ركزت العديد من الدراسات على تأثير أدوات التشارك بما في ذلك موقع اليوتيوب على الرأي العام, حيث تناولت دراسة Zerback & Fawzi (2017) مقطع فيديو يصور مهاجرًا يتصرف بعنف تجاه مواطن ألماني أصلي، وهذا المقطع مصحوبًا بنسب مختلفة من التعليقات، التي تدعم أو تعارض إخلاء المهاجرين، وقامت الدراسة بعرض هذا المقطع الموجود على موقع اليوتيوب على مجموعة من الجماهير الألمانية لمشاهدته ومشاهدة التعليقات الموجودة عليه، وعلى الرغم من أن هؤلاء المشاركين لم يكونوا رافضين لفكرة قدوم المزيد من المهاجرين إلى المانيا إلا أنهم نتيجة لمشاهدة المقطع الموجود على اليوتيوب ونتيجة لقراءة التعليقات المعارضة، فقد تشكل لديهم رأي عام مناهض لقدوم المهاجرين إلى ألمانيا، وهو ما يفيد بأن منصات التشارك لها تأثير كبير في تشكيل الرأي العام، سواء من خلال المحتوى المعروض أو من خلال قراءة تعليقات المستخدمين الأخرين.

ولعل ما يؤكد تأثير التعليقات التي يتركها المستخدمين لأدوات التشارك تحت مقاطع الفيديو أو الصورة في تشكيل الرأي العام للمتابعين الآخرين، ما

وجدته دراسة Lee & Jang (2010) حيث عرضت الدراسة مقال على مجموعة من المشاركين وتحت المقالة يوجد تعليقات سلبية للمتابعين تتعارض مع موقف الصحفي، الأمر الذي أدى إلى أن كافة المشتركين تبنوا رأيًا مختلفاً ومعارضًا لرأي صاحب المقال، بينما عندما عرضت الدراسة نفس المقال على بعض المشاركين الآخرين ولكن بدون تعليقات، فكان هناك تباين في مواقفهم تجاه المقال، فكان هناك أراء مناهضه لآراء المؤلف وأراء أخرى تتفق معه، وهو ما يؤكد على الدور المؤثر للتعليقات في التأثير على أراء واتجاهات الآخرين.

كما أنه وفقًا (Anstead & O'Loughlin (2015, 204-206) فإن الصحفيين يحددون الرأي العام بعده طرق إلى جانب استطلاعات الرأي، وتتمثل أهم تلك الطرق في تعليقات الجماهير على مقاطع الفيديو والصور التي ينشرها الصحفيون، كما أشار كلا من Anstead & O'Loughlin (2012) على أنه يتم تحديد الرأي العام حول قضية ما من خلال التلقيح الدلالي "semanticpolling" والذي يتضمن جمع كميات كبيرة من تعليقات المستخدمين لأدوات التشارك ووسائل التواصل الاجتماعي.

إلى جانب ذلك، فقد قامت دراسة (Buckley, 2020) بفحص الدور الذي يمكن أن يلعبه موقع اليوتيوب كأحد منصات التشارك في المساهمة في مفهوم هابرماس عن المجال العام أو الرأي العام، وقامت بتحليل (1239) مقطع فيديو على يوتيوب، وأشارت النتائج إلى أن مقاطع الفيديو تلعب دورًا في تفاعل الجماهير، إلى جانب أن تعليقات الجماهير كانت رمزًا لاتجاهاتهم، وأن تلك التعليقات تؤثر في الرأي العام لدى المستخدمين الآخرين.

خاتمة

تعتبر منصات التشارك في العصر الرقمي من الأدوات الحيوية التي تعزز التواصل وتبادل الأفكار بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم. لقد أظهرت الأبحاث كيف أن هذه المنصات لا تقتصر على تسهيل نشر المحتوى فقط، بل تلعب أيضًا دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام من خلال التفاعل المستمر بين الأفراد. سواء كان ذلك عبر مقاطع الفيديو على يوتيوب أو الصور على فليكر، فإن هذه المنصات تساهم في بناء فضاء عام يتيح للناس مناقشة قضاياهم وآرائهم بحرية.

تُظهر الأدلة أن التعليقات والتفاعلات على المحتوى تملك تأثيرًا كبيرًا في تشكيل تصورات الأفراد تجاه القضايا المجتمعية، مما يعزز من أهمية هذه المنصات كمجال لتبادل الآراء والنقاشات. على الرغم من التحديات التي قد تواجه حرية التعبير، فإن هذه المنصات تظل مساحة قيمة لتعزيز الابتكار والمشاركة، وتمكين الأفراد من التأثير على الاتجاهات العامة.

من الضروري أن يستمر النقاش حول كيفية استخدام هذه المنصات بشكل مسؤول، لضمان بقاءها كأدوات فعالة في تعزيز الحوار الاجتماعي والفهم المتبادل. وبالتالي يمكن القول إن منصات التشارك ليست مجرد وسائل تكنولوجية، بل هي بمثابة محركات للتغيير الاجتماعي والثقافي، تلعب دورًا رئيسيًا في تشكيل المجتمعات المعاصرة.

قائمة المراجع:

Anstead, N., & O'Loughlin, B. (2011). The emerging viewertariat and BBC Question Time:Television debate and real-time commenting online. International Journal of Press/Politics, 16(4), 440-46.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. Journal Of Computer-Mediated Communication, Vol. 13, No. 1.

Buckley, S (2020). YouTube and the Public Sphere: What role does YouTube play in contributing towards Habermas' notion of the public sphere, Phd thesis, Cardiff University.

Çela, E (2015). Social Media as a New Form of Public Sphere, European Journal of Social Sciences, Volume 2, Issue 3, 195-200.

Claud, J (2006). The YouTube Gurus," *http://content.time.com*, 2006.

Elkin-Koren, N, (2010)User-Generated Platforms (July 25, 2010). WORKING WITHIN THE BOUNDARIES OF INTELLECTUAL PROPERTY, Rochelle C. Dreyfuss, Diane L. Zimmerman & Harry First, eds., Oxford University Press, Forthcoming, Available at SSRN: *https://ssrn.com/abstract=1648465*

Fuchs, C. (2014). Social Media, A critical introduction. London: Sage Publication.

Johannessen, M. R. (2013). Social media as public sphere. Kristiansand: Printing Office, University of Agder Kristiansand.

Joemono, I & Oktavianti, R (2021). Popular Culture in Video Content on YouTube, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 655 .

Kosoff. M., 2015, This is the first YouTube video ever uploaded —it was posted 10 years ago today, Business Insider UK, Tech. Available at: http://uk.businessinsider.com/first-youtube-video-2015-4?r=US&IR=T

Lee, E. J. and Jang, Y. J. (2010) 'What do others' reactions to news on internetportal sites tell us? effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception', Communication Research, 37(6), pp. 825–846.

Lee, E. J. and Jang, Y. J. (2010) 'What do others' reactions to news on internetportal sites tell us? effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception', Communication Research, 37(6), pp. 825–846.

Lee, E. J. and Jang, Y. J. (2010) 'What do others' reactions to news on internetportal sites tell us? effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception', Communication Research, 37(6), pp. 825–846.

Lerman K & Jones., L (2007). Social Browsing on Flickr, ICWSM, 2, 1-4.

McGregor, S. C. and Molyneux, L. (2020) 'Twitter's influence on news judgment: An experiment among journalists', Journalism, 21(5), pp. 597–613.

Pereira, G. C., Rocha, M. C., & Popli, A. (2012). e-Participation: Social Media and the Public Space . 12th International Conference on Computational Science and Its Applications (ICCSA 2012) (pp. 491-501). Salvador de Bahia, Brazil: Institute of Electrical and Electronics Engineers

Schifanella, R., Redi, M & Aiello,L 2015 An Image is Worth More than a Thousand Favorites:Surfacing the Hidden Beauty of Flickr Picture, *http://www.lajello.com/papers/icwsm15beauty.pdf*

Shirky, C. (2011, January). The political power os social media. Foreign Affairs, pp. 1-9.

Soliman, C (2012). REMIXING SHARING: SHARING PLATFORMS AS A TOOL FOR ADVANCEMENT OF UGC M SHARING, Bar--Ilan University.

Woolley, S. C. and Howard, P. N. (eds) (2018) Computational Propaganda. Oxford University Press.

Yilmaz, R., Erdem, V & Resuloglu, F (2018). Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Kocaeli, Turkey

YouTube Team. 2019. Continuing Our Work to Improve Recommendations on *YouTube.https://youtube.googleblog.com/2019/01/continuing-our-work-to-improve.html*