

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاستهلاكي

حملة "خليها تصدي" الفايسبوكية أنموذجا

عبد الرؤوف مشري

أستاذ بحث بـ

مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية CRASC

وحدة البحث: أقاليم بارزة ومجتمعات TES

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي عامة وشبكة الفايسبوك خاصة، في تشكيل وتنمية الوعي الاستهلاكي لدى المواطن، من خلال تسليط الضوء على تلك الحملات التوعوية والتحسيسية المتداولة عبر نموذج الفايسبوك؛ وكيف أنها تسهم في تشكيل الرأي العام وتدفع بالأفراد طوعية إلى تبني موقف موحد اتجاه قضية ما تخدم الصالح العام.

وسنتطرق في هذا المقال على سبيل المثال لأحدث حملة توعوية استهلاكية تعرف ب حملة "خليها تصدي" الفايسبوكية متناولين بذلك ماهيتها، أسباب قيامها، سبل انتشارها وانعكاساتها على السوق الاستهلاكية.

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي، الفايسبوك، الوعي الاستهلاكي.

Summary

This article aims to illustrate the role of social networks in general and Facebook network in particular, in creating and developing Consumer awareness among citizens. All that by means of highlighting the awareness and sensitization campaigns, using Facebook as model, and how they contribute in forming the public opinion and push the individuals to voluntarily take a unified position that serves the public interest.

In this article, we will discuss, as an example, the latest Facebook Consumer awareness campaign known as “**Let it Rust**”. Taking into consideration its essence, reasons, ways of spread and its impact on the consumer market.

Keywords:

Social Networks, Facebook, Consumer awareness.

مقدمة:

يعيش العالم اليوم على وقع خطى متسارعة نحو بلوغ ذروة التطور التكنولوجي و الإعلامي، ولعل ظهور الجيل الثاني للإنترنت أو ما اصطلح عليه ب ويب"2.0" كان بمثابة الدفعة القوية نحو ذلك؛ إذ أتاح هذا الأخير تأسيس شبكات اجتماعية مكنت مستخدمي النت من التواصل و المبادرة بدلا من تصفح المواقع ومتابعتها فقط.

ومن بين أهم هذه الشبكات ما يعرف بشبكة الفاييبوك، شبكة ذات صيت واسع ، تعرف رواجاً كبيراً وسط مستخدمي النت من مختلف الفئات العمرية، فهي بالإضافة لما توفره من سبل التواصل وميزات الدردشة الحديثة تعمل على الترويج لأفكار وتوجيه آراء ترتبط أساساً بما يعيشه العالم من مستجدات على جميع الأصعدة ، تكون في الغالب على شكل حملات قد يتبناها أفراد أو جماعات و مؤسسات رسمية أو غير رسمية، يشارك فيها كل من يجد نفسه معنياً بذلك ، يروج لها من خلال صفحته الشخصية ويتبنى موقف الجماعة منها.

إن أحدث ما يتم تداوله عبر شبكة الفاييبوك هو المطالبة بخفض أسعار السيارات من خلال حملة تعرف بـ"خليها تصدي"، حملة انضم لها ملايين المواطنين وعبر مختلف ربوع الوطن، حملة تعبر عن سخط المواطن ورفضه للارتفاع الجنوني لأسعار السيارات فهي تهدف في العمق إلى تنمية الوعي الاستهلاكي للمواطن ورفض كل أنواع الاستغلال و ارتفاع اسعار المواد الاستهلاكية غير المبرر .

وسنحاول من خلال هذا المقال أن نبرز دور شبكات التواصل الاجتماعي عامة و الفايسبوك خاصة في تشكيل وتنمية الوعي الاستهلاكي لدى المواطن، من خلال طرح لأنموذج حملة "خليها تصدي" الرائجة عبر الفايسبوك وانعكاساتها على السوق الاستهلاكية.

1 . ضبط المفاهيم:

1.1 . مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي⁽¹⁾.

كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".

وكذلك يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت⁽²⁾.

وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد.

وتعرف أيضا بأنها: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم⁽³⁾.

1 . 2 . الفيس بوك:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط و صداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين

بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف بالمجتمع بهويتهم⁽⁴⁾.

1. 3. الإنستغرام:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حاليا من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين النقاط صورة وإضافة فلتير رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها. وكان دعم إنستغرام في البداية على الآي فون والآي باد والآي بود تاتش، وفي يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين⁽⁵⁾.

1. 4. تويتر:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفاً للرسالة الواحدة⁽⁶⁾.

1. 5. اليوتيوب:

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو «vidéo sharing site»، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها⁽⁷⁾.

1. 6 . الوعي الاستهلاكي:

يمكن تعريف الوعي الاستهلاكي بصفة عامة بأنه إدراك الفرد لكيفية الاختيار والاستخدام الأمثل للإمكانات المادية (السلع، الخدمات، النقود) والإمكانات البشرية (المجهود، الوقت، المهارات) في إشباع احتياجاته واحتياجات أسرته في حدود الموارد المتاحة.

2 . ماهية حملة "خليها تصدي":

إن المتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفايسبوك خاصة يلاحظ استفحال ظاهرة الترويج لعدد القضايا عبر حملات سواء تلك الدعائية الإشهارية أو التوعوية التحسيسية، وأحدث ما يتم الترويج له من هذه الحملات هو حملة "خليها تصدي" الفايسبوكية فمفهوم شعار الحملة العامي يدعو إلى ترك الصدا يصيب هياكل السيارات الجديدة حتى تصاب بالتلف وفقدان قيمتها المادية، لأنها وبالأحرى لم تعد في متناول المواطن البسيط وبات امتلاكها حلما عجز الكثيرون عن تحقيقه.

إن أول ظهور لهذه الحملة كان في دولة مصر سنة 2016، أين طالب ناشطون عبر شبكة الفايسبوك بالعزوف عن شراء السيارات الجديدة التي باتت أسعارها تعرف ارتفاعا جنونيا، كما طالبت هذه الحملة بتشجيع الصناعة المحلية للسيارات من خلال فتح مصانع للتركيب بدولة مصر، ولما لا صناعة بعض الأجزاء وقطع الغيار، حيث تمكن هذه المبادرة من فتح مناصب شغل وتسهم في امتصاص البطالة التي استفحلت في الجمهورية، كما تدفع بالأسعار إلى الاستقرار بحيث تكون في المتناول.⁽⁸⁾

ومع مطلع سنة 2018 أطلق رواد مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر اقتداءا بالأشقاء المصريين حملة لمقاطعة شراء السيارات المركبة محليا حملت نفس الشعار السابق، وقد لاقت هذه الحملة راجا كبيرا وسط مستخدمي الفايسبوك حيث عبر الناشطون عن سخطهم ورفضهم للأسعار المرتفعة؛ مطالبين بذلك الوزارة الوصية بتفسير الوضع ورفع اللبس عن الكثير من الأمور الغامضة التي أدت إلى هذا الوضع.⁽⁹⁾

3 . أسباب قيام حملة "خليها تصدي":

كما اشرنا سابقا فإن ارتفاع أسعار السيارات الجديدة وخاصة المركبة في الجزائر هو السبب الرئيسي في القيام بحملة المقاطعة، فهذا الفعل خلق عديد الضغوطات كانت لها انعكاسات على الساحة

الاقتصادية، مما دفع بوزارة الصناعة إلى نشر أسعار السيارات المركبة في البلاد والمعلن عنها من طرف العلامات المعتمدة و هي:(رونو، هيونداي، صيات، فولكس فاغن، كيا) و التي اختلفت كثيرا عن تلك الأسعار المعروضة في خطوة وضعت الحكومة والمجمعين في مفترق الطرق؛ فحسب القائمة التي نشرها وزير الصناعة والمناجم الجزائري «يوسف يوسف»؛ فإن الزيادات في الأسعار بين سعر السيارة الحقيقي عند خروجها من المصنع، والسعر النهائي المعروض على المواطن، تراوحت ما بين 100 ألف دينار جزائري (881 دولارًا) إلى أكثر من 300 ألف دينار (2640 دولارًا) وذلك حسب نوع السيارة .

كما أن تواطؤ سماسرة السيارات مع بعض إدارات علامات السيارات جعل الحصول على سيارة أمرا عسيراً، فالكثير من السيارات المركبة تباع للسماسرة مباشرة بعد التركيب وبأسعار أكبر من المعلنة، في حين ينتظر الزبون طلبيته لشهور عدة تنتهي في الكثير من الأحيان بالتنازل عن الطلب والتوجه نحو سوق السيارات المستعملة، لشراء نفس السيارة بسعر أكبر أو شراء أخرى مستعملة قد يفوق سعرها سعر تلك الجديدة في مفارقة عجيبة قد تعد الأولى من نوعها في العالم.

إضافة إلى هذا فإن الأمر الذي لفت انتباه مستخدمي مواقع التواصل هو تلك الهوة الواضحة بين أسعار السيارات في الجارتين الشرقية والغربية تونس والمغرب، مقارنة مع أسعارها في الجزائر، حيث ضربوا أمثلة عديدة عن الكثير من الطرازات التي تقل أسعارها في هذين البلدين عما هو عليه في الجزائر التي قد نجد السعر المعروض ضعف ذلك.

إن سياسة التقشف التي انتهجتها الدولة منذ ثلاث سنوات ماضية بسبب انخفاض أسعار النفط في السوق العالمية كان لها الأثر السلبي على القدرة الشرائية نتيجة رفع الدعم عن عديد المواد الاستهلاكية اضافة إلى رفع قيمة الضريبة المضافة لـ 19 % واستمرار قرار حضر استيراد السيارات المستعملة لأقل من 3 سنوات، كل هذا ساهم في بلوغ أسعار السيارات مستويات قياسية لم تعرفها من قبل.

4 . سبل انتشار حملة "خليها تصدي":

من خلال ما سبق عرضه يتضح جليا أن شبكة النت هي السبيل الرئيسي لترويج مختلف الحملات التوعوية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عامة وشبكة الفايبروك خاصة؛ الذي يعمل على حشد مجموعة من المدونين لدعم قضية ما والالتفاف حولها، لكن هذا لا ينفي دور مختلف وسائل الإعلام في طرح وإثراء النقاش حول مثل هذه القضايا من خلال تنظيم حصص تلفزيونية تستضيف رجال أعمال

وممثلين عن علامات السيارات المركبة بالجزائر إضافة إلى دعوة مسؤولين من مختلف القطاعات المعنية للإفاضة في الموضوع ورفع اللبس عن جوانب قد تبدو غامضة بالنسبة للمواطن.⁽¹⁰⁾

وفي خطوة جريئة بادرت قناة النهار ببث تصريح حصري مع المدير العام لمجمع (طحكوت) رجل الأعمال "محي الدين طحكوت" والذي رد من خلاله على ما نشر من صور على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تظهر سيارات هيونداي داخل حاويات الاستيراد منقوصة العجلات فقط، حيث جرى القول أن تلك السيارات المستوردة هي نفسها التي يزعم أنه يتم تركيبها بمصنعه بتيارت، وأفاد رجل الأعمال لقناة النهار أنه يتعرض لحملة منظمة تستهدف مصنع هيونداي؛ موضحا أن وزارة الصناعة تتابع سير نشاطه ومختلف تطوراتها، كما تشرف على مراقبة عمل المصنع خطوة بخطوة.⁽¹¹⁾

وعلى خطى قناة النهار طرحت قناة الشروق في حصتها (نقاط على الحروف) من تقديم الإعلامية "ليلي بوزيدي" موضوع تركيب السيارات في الجزائر، أين استضافت في فقرة (نقطة على السطر) عضو اللجنة المالية بالمجلس الوطني "أحمد خليفة"، وانطلق النقاش باعتبار الصحفية أن قضية السيارات يمكن اعتبارها قضية فساد اقتصادي يؤثر على البلاد بالدرجة الأولى وينهب جيوب المواطنين البسطاء، وفي تعليق للمدعو أفاد أنه لا ينكر وجود فساد اقتصادي، وأن مؤسسات الرقابة لا تؤدي عملها على أكمل وجه.

وأضافت الإعلامية أن هناك تواطؤا في استغلال الشعب، وأن مثل هذه المشاريع لم تسهم في تنمية اقتصاد البلد بقدر ما ساهمت في تكوين ثروات لأفراد ومصالح ضيقة على حساب جيب المواطن.

كما استضافت القناة في حصتها (الشروق مورنينغ) الضيف "يوسف نباش" رئيس جمعية وكلاء السيارات متعددة العلامات والذي أقر بدوره أنه لا يمكن اعتبار تركيب السيارات بالجزائر صناعة بقدر ما هو نشاط يهدف للربح على أبعاد قصيرة، فرجال الأعمال و الممثلون للعلامات المركبة معفيون من ضريبة القيمة المضافة كما ذكرنا سابقا، إضافة إلى الامتيازات الجمركية التي استفادوا منها وعلى الرغم من كل هذا نجد أن سعر هذه السيارات مرتفع جدا.

كل هذا وإضافة لعديد من المقالات في الصحف الوطنية وحتى الدولية وحوارات تلفزيونية اهتمت بموضوع تركيب السيارات بالجزائر ومقاطعة شرائها لاقت حملة "خليها تصدي" راجا كبيرا وكان لها الأثر الجلي على الساحة الاقتصادية.

5 . انعكاسات حملة "خليها تصدي" على السوق الاستهلاكية:

بعدما لقيت الحملة تفاعلا كبيرا تعدى مواقع التواصل الاجتماعي وصولا إلى الشارع، قام المواطن الجزائري في سابقة بمقاطعة وكلاء السيارات بمختلف أنواعها، وامتدت المقاطعة لتشمل أسواق السيارات المستعملة مخلفة بذلك حالة رهيبة من الركود، مما دفع بالوكلاء إلى إعادة النظر في الأسعار المعروضة خصوصا بعد إفراج وزارة الصناعة عن قائمة أسعار السيارات المركبة عند خروجها من المصنع مغفاة من ضريبة القيمة المضافة في مبادرة لقيت استحسانا لدى المواطن، في حين استهجن الوكلاء هذا الفعل الذي وضعهم في دائرة الضوء وجعل أصابع الاتهام تتجه مباشرة نحوهم بعدما برأت الوزارة نفسها⁽¹²⁾.

وأول رد فعل يمكن تسجيله هو إعلان علامة (كيا موتورز) عن تخفيضات مغرية تمس مختلف موديلاتها الجديدة وخاصة موديل "بيكانتو" الذي استفاد من تخفيض تجاوز 30 مليون سنتيم حيث عرضت السيارة ابتداء من سعر 139 مليون سنتيم بعدما كان سعرها يتجاوز 180 مليون سنتيم. كما عرفت باقي العلامات تخفيضات محسوسة شملت علامة "رونو" من خلال سيارتيها المركبتان بالجزائر "سامبول" و"سانديرو" بعدما امتلأت مستودعات التخزين وبات الطلب عليهما شبه منعدم؛ فبات اتخاذ تدابير جديدة واستعجالية أمرا محتوما خصوصا وأن المقاطعين يطالبون بأن لا يتجاوز سعر سيارة الـ"سامبول" مثلا 100 مليون سنتيم⁽¹³⁾.

علامة (هيونداي) هي كذلك أعلنت عن تخفيضات مغرية حيث استفادت "جراند اي 10" في نسختها المجهزة بعلبة سرعة آلية بخصم قيمته 71.200 دج، كذلك نجد أن نوع "سانتافي" قد استفاد هو الآخر من خصم بقيمة 20 مليون سنتيم مع آجال تسليم لا تتجاوز 45 يوم. كذلك هو الحال بالنسبة لمجمع صوفاك ممثل علامتي (صيات وفولكس فاغن) فقد أعلن عن تخفيضات من 10 إلى 20 مليون سنتيم فقد استفاد مثلا نوع "كادي" من تخفيض قدره 10 مليون في نسخته (كونفور) و20 مليون في نسخته (هايلين)⁽¹⁴⁾.

وفي شريط العاجل لقناة النهار ليوم 2018/04/11 على الساعة 8 صباحا، كتب أن البنوك تراجعت عن تمويل قروض السيارات المركبة في الجزائر بحجة أن تخفيض أسعارها يؤثر سلبا على نسبة فوائدها وهذا ما من شأنه أن يزيد الوضع تعقيدا بالنسبة للوكلاء ويؤدي بمنتوجهم إلى الكساد.

هذا فيما يخص أسعار السيارات الجديدة وتأثرها بحملة المقاطعة، أما فيما يخص آثار الحملة على سوق السيارات المستعملة، فقد عرفت هذه الأخيرة عزوفا غير مسبوق وندرة في الطلب في مشهد يعبر عن حجم الصدمة وتأثيرات الحملة.

لقد أصبح وسم **خليها تصدي** العنوان الأبرز لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد انضمام ناشطين ينتمون إلى أسلاك مهنية رسمية كأفراد الجيش، الأمن، الدرك و الدفاع الوطني ومنتسبي مؤسسات حكومية في صورة نادرة تعكس مستوى الوعي والتضامن، ملغية بذلك كل أنواع التمايز والاختلاف بين أفراد الوطن.

الخاتمة:

أضحت صور الإعلام الجديد وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي دفة تعمل على توجيه الرأي العام وتدفع بالأفراد إلى الالتفاف حول مختلف القضايا الراهنة وتبني موقف الجماعة منها؛ من خلال توفير مساحات إلكترونية تسمح بمتابعة وتقييم المسائل محل الطرح، وتعد حملة "خليها تصدي" خير نموذج لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي وتشكيل موقف موحد عجزت فيما مضى وسائل الإعلام التقليدية عن تحقيقه، فمثل هذه الشبكات والمواقع باتت منصة إعلام بديل تعبر عن انشغال المواطن وتبرز مواقفه.

هوامش المادة العلمية:

(1) مصطفى صادق، عباس (2008)، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، القاهرة، دار الشروق للنشر و الطباعة، ص 218.

(2) رحومة، علي محمد (2007)، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص. 75 .

(3) الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011)، الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية، الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، ص. 183.

(4) خليفة، إيهاب (2016)، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، القاهرة، المجموعة العربية

للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، ص. 114.

-
- (5) www.wikipedia.com ، تاريخ الزيارة 2018-4-18 ، على الساعة 17.40.
- (6) خليفة، إيهاب، مرجع سبق ذكره، ص. 118.
- (7) ساري، حلمي خضر (2008)، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول و الثاني، ص. 302.
- (8) خليها تصدي حملة لمقاطعة شراء السيارات لارتفاع أسعارها، الجريدة الالكترونية بوابة الأهرام، gate.ahram.org.eg ، تاريخ الزيارة 2018-4-10 على الساعة 9.30.
- (9) حملة خليها تصدي تنتقل من مصر الى الجزائر، <http://www.marchdair.com>، تاريخ الزيارة 2018/03/31- ، على الساعة 11.
- (10) خليها تصدي تؤتي أكلها في الجزائر، أصوات مغربية، www.maghreb-voices.com، تاريخ الزيارة 2018/4/9 ، على الساعة 15.
- (11) طحكوت يخرج عن صمته ويكشف المستهدف من حملة التشويه، www.ennaharonline.com ، تاريخ الزيارة 2018/04/10 على الساعة 10.
- (12) زلزال خليها تحدي يضرب سوق السيارات ويتجه نحو اليورو-، جريدة العين الاخبارية، al-ain.com، تاريخ الزيارة 2018/04/10 ، على الساعة 13.45 سا
- (13) www.sasapost.com، تاريخ الزيارة 2018/4/10 ، الساعة 13.45.
- (14) www.Autobip.com ، تاريخ الزيارة 2018/05/11، على الساعة 14.