

SOCIAL NETWORKING SITES مواقع الشبكات الاجتماعية شركة. إلخ كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر

مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض . ويعرفها عمر سامي على أنها خريطة من الروابط التي تصل الأفراد بعضهم ببعض بناء على نمط تفضيلاتهم أو قوة وصلاتهم أو تشارك اهتماماتهم. وفكرة الشبكة الاجتماعية معروفة حتى من قبل ظهور شبكة الانترنت، ويذكر أن أول استخدام للفظـة "شبكة اجتماعية" كان عن طريق الباحث في علم الاجتماع السيد بيرنرز، وذلك لوصف العلاقات الرابطة بين الأجناس البشرية. يعرفها محمد عواد بأنها : تركيبة إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة (Node)، بحيث يتم إصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات الدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الإجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الإجتماعية بينهم. ويعرفها محمد المنصور بأنها : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل المستخدم فيها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسمها الإجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الإجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة الفيس بوك)، التي لم يتجاوز عمرها الست سنوات وبلغ عدد المشتركين فيها عام ٢٠١١ - أكثر من (٨٠٠) مليون شخص من كافة أنحاء العالم . بدأ مفهوم الشبكة الاجتماعية يظهر بوضوح منتصف عام ٢٠٠٤ ليعكس مفهوم الروابط الافتراضية التي تصل الأشخاص بعضهم ببعض عبر شبكة الانترنت، كما تطور هذا المفهوم ليغطي أيضاً مواقع ترشيح المحتوى وذلك لكونه يجمع عدد كبير من البشر من ذوي الاهتمام المشترك. تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب ٢.٠ لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها. كما تتنوع اشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس. وقد ظهر مفهوم الشبكات الاجتماعية كتجسيد للمدي الكبير الذي وصلت إليه الإنترنت . وخدماتها وأدواتها وتكنولوجياتها . في العمل كقنوات للتواصل والتفاعل وتبادل للمعلومات بين مستخدميها، ويعبر هذا المفهوم عن سلسلة مواقع علي الإنترنت يشترك فيها الملايين من الأشخاص ويستخدمونها كقنوات تواصل وتفاعل اجتماعي فيما بينهم، بحيث بات الموقع أشبه بشبكة توفر روابط وقنوات تواصل بلا حصر بين مستخدميها، وخلال السنوات الأخيرة أصبحت هذه الشبكات واحدة من أسرع استخدامات الإنترنت انتشاراً ، وتوجد من هذه الشبكات ثلاثة أنواع الأول يطلق عليه شبكات إعادة شمل الأصدقاء Reuniting وهي المواقع التي تقوم بإعادة العلاقات بين الأشخاص الذين كانوا يعرفون بعضهم من قبل ولكن مع مرور الزمن لم تعد هذه الصلة موجودة. عندما يقوم مستخدم الإنترنت بالدخول علي أحد هذه المواقع فيطلب منه أن يدخل معلومات عنه Profile مثل الاسم وتاريخ الميلاد والمدرسة والجامعة التي تلقى تعليمه بها وأي معلومات أخرى تفيد الآخرين في التعرف عليه، ومن أشهر هذه النوعية من الشبكات الاجتماعية موقع Facebook الفيس بوك والنوع الثاني هو أصدقاء الأصدقاء Friend-of-a-Friend وهي مصممة لكي يقوم المستخدمون بالتعرف على أصدقاء جدد لم يكن يعرفونهم من قبل ولكن لديهم أصدقاء مشتركين نظرية هذه المواقع أن هناك احتمالاً كبيراً أن يكون صديق صديقك هو صديق جديد لك، وهي مخصصة للمشاركين الذين لديهم اهتمامات مشتركة ولا يعرفون بعضهم البعض من قبل ولا تربطهم صداقة. يقوم العمل في الشبكات الاجتماعية على جمع ملامح من أعضاء هذه البيانات يتم نشرها علناً إلى الناس الذين قد تكون لهم نفس المصالح أو الذي تبحث هذه الملامح. وهكذا ، أو تمكن من الأصدقاء القدامى للحصول على اتصال مع بعضهم البعض بعد سنوات من عدم وجود اتصالات من خلال الشبكة. ٢ وتتعد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة أو للهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية: تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي: 1- شبكات شخصية لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم، مثل (Face book). - شبكات مهنية تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية (linked in) فاعلة كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً، هي: 1- شبكات تتيح التواصل الكتابي. شبكات تتيح التواصل المرئي. وتتنافس

الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي. هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين: (Internal Social Networking) (١- شبكات داخلية خاصة ويتكون هذه الشبكات من مجموعه من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل شبكة (linked in). وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة (Facebook) أصدر أحد المواقع المتخصصة خريطة عالمية توضح الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبية في العالم على حسب الدول. ففي عام ٢٠١٢ استقر العالم على استخدام خمس شبكات اجتماعية، بعد أن كانت في عام ٢٠٠٩ أكثر من ١٥ شبكة. وقد جاء "فيس بوك" حاصلاً على المركز الأول في ١٢٧ دولة من أصل ١٣٧ دولة شملها البحث الذي قام به موقع "أليكسا". وقال التقرير إن عدد مستخدمي "فيس بوك" بلغ أكثر من مليار مستخدم؛ ٦٠٠ مليون منهم يستخدمون الجوال للتواصل عبر الشبكة، ومع بعض المصاعب التي يواجهها "فيس بوك" مثل حجب الموقع في بعض الدول؛ ففي آسيا يوجد ٢٧٨ مليون مستخدم لـ "فيس بوك" متجاوزاً بذلك عدد المستخدمين الأوروبيين البالغ عددهم ٢٤٣ مليون مستخدم، وفي أمريكا الجنوبية يبلغ عدد مستخدمي "فيس بوك" أكثر من ١٤٢ مليون مستخدم، وفي القارة الإفريقية تجاوز العدد ٥٢ مليون مستخدم، و ١٥ مليون مستخدم من نصيب أوقيانوسيا. وقد نشرت خريطة توضح أشهر الشبكات الاجتماعية في الدول، وقد استقرت جميع دول العالم في ٢٠١٢ على خمس شبكات اجتماعية كان في مقدمتها "فيس بوك"، تلاها سيطرة موقع QZone على أجزاء من آسيا بواقع ٥٥٢ مليون مستخدم. أما في روسيا فقد اشتهرت شبكتا Odnoklassniki و V Kontakte بواقع يزيد على ١٩٠٠ مليون مستخدم، وفي إيران التي حجبت "فيس بوك" فقد امتاز لديهم موقع Cloob و ١٤ شبكة شهيرة في يونيو ٢٠١٠، و ١١ في ديسمبر ٢٠١٠، وتواصل النزول لتصل إلى ٦ شبكات في ديسمبر من ٢٠١١، ثم ارتفعت إلى ٧ في يونيو ٢٠١٢، ومن ثم استقر الوضع في ٢٠١٢ على خمس شبكات شهيرة جمعت العالم. إضافة إلى عدد محدود من الدول، وإضافته عددا من التحسينات والميزات الجديدة لطريقة عرض الصور الموضوعة على صفحات موقعه للتواصل الاجتماعي. العالمية: حيث تلتفى الحواجز الجغرافية والمكانية، في بساطة وسهولة. التفاعلية، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم – التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبحث علمه وتعلمي الناس، والكاتب للتواصل مع القراء. وهكذا. – سهولة الاستخدام، فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل. ه التوفير والاقتصادية، اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى يوجد أكثر من ١٥ مقياساً في تحليل شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، لكن أقواها وأهمها على الإطلاق بالنسبة للمستخدم العادي مقياس التداخل، وهو المقياس الذي يقيس إمكانية ربط العقدة الواحدة بعقد مختلفة. ويعد هذا المقياس سر نجاح الفيس بوك أشهر الشبكات على الإطلاق حيث يقدم أساليب ربط مختلفة مثل الدين والحالة الاجتماعية والعمل والمجموعات والصفحات وينعكس هذا المقياس بشكل مباشر على إمكانية تحويل هذه الشبكة إلى مجتمع متكامل. لا شك في أن هدف مالك هذه الشبكة هو تجاري بحت، لكن بوسع المستخدم أن يحصل على الكثير من الفوائد من خلال استخدامه لهذه الشبكات ومنها : إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال هذا أن يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء مبرمج مثلاً بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكاً لك في عملك أو أفكارك. بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري، من خلال استخدام خاصية "الصفحات Page التي تتوفر في معظم الشبكات. وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار. اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكل الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع الكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها. هذا يجعلك على اطلاع دائم ومنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة. منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.

سلبات شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة. الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جواً من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها. اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من ٦ ساعات يومياً على هذه المواقع، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصاً عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان. إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جواً من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار. فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتماً بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلاً التواصل في الشبكة أو غير ذلك. أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية العالمية الفيس بوك Facebook : أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهل العاملين في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API أكواد برمجية مساعدة تختصر الكثير عليهم وتساعد في الوصول لملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه. ماي سبيس Myspace الموقع الذي كان الأكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخراً أوركوت Orkut منتج جوجل والذي لم يلق رواج كبير في أمريكا لوجود العملاقين فيس بوك وماي سبيس NetLog نت لوج هاي 5 Hi5 لنكد إن LinkedIn : شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليونين اشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة يتشاركون في مجموعات اهتمام. خاصية متميزة في الموقع هي خاصية التزكيات، فبإمكان مدير أو زملائك السابقين في وظيفة معينة شغلها تزكيتك عن عملك في الشركة. Xing : على غرار الموقع السابق، شبكة اجتماعية للمستخدمين محترفين حول العالم. ديفاننت آرت Deviantart : الموقع الأشهر لعرض التصميم الرقمي في شتى المجالات. أرتيكيان Artician شبكة اجتماعية تجمع المصممين الرقميين على شبكة الإنترنت على غرار الديفاننت آرت ولكن بشكل أكثر إتقان وبخصائص أكثر تنوع الشبكات الاجتماعية الخدمات والأدوار المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها. أبرز تلك الخصائص: الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية Profile Page: ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس تاريخ الميلاد البلد الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات. الأصدقاء / العلاقات Friends / Connections : وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك. إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، تجعل الشخص يرتبط بها. اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من ٦ ساعات يومياً على هذه المواقع، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصاً عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان. إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جواً من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار. فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيس بوك والمي سبيس Myspace بنسب تفوق الـ ٢٠% من حالات الطلاق. ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتماً بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلاً التواصل في الشبكة أو غير ذلك. أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية العالمية الفيس بوك Facebook : أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهل العاملين في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API أكواد برمجية مساعدة تختصر الكثير عليهم وتساعد في الوصول لملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه. ماي سبيس Myspace الموقع الذي كان الأكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخراً أوركوت

Orkut منتج جوجل والذي لم يلق رواج كبير في أمريكا لوجود العملاقين فيس بوك وماي سبيس NetLog نت لوج هاي 5 Hi5 لنكد إن LinkedIn : شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليونين محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة يتشاركون في مجموعات اهتمام. فبإمكان مديرك أو زملائك السابقين في وظيفة معينة شغلها تزكيتك عن عملك في الشركة.

Xing : على غرار الموقع السابق، شبكة اجتماعية المستخدمين محترفين حول العالم. ديفاينت آرت Deviantart : الموقع الأشهر لعرض التصميم الرقمي في شتى المجالات. تنوع الشبكات الاجتماعية الخدمات والأدوار المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها.

الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية Profile Page: ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس تاريخ الميلاد البلد الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات. الأصدقاء / العلاقات Friends / Connections : وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك. إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن. البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية للمستخدم إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها. المجموعات تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر واليوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين. الصفحات ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي. وبينما لبعض التقنيات الحديثة تأثير محدود، تكاد اليوم الشبكات الاجتماعية أن تحدث تغييراً جذرياً في كل ما يتعلق بالإعلام والأعمال، فقد تولدت عنها مصطلحات عديدة ونشأت على ضوئها توجهات تمس جميع القطاعات. SMPPR هو أحد أحدث تلك المصطلحات التي استحدثت في عام ٢٠٠٦م اختصاراً لـ Social Media Press Release بهدف إيجاد صيغة جديدة للبيانات الصحفية التقليدية حيث يتم إنشاء موقع إلكتروني للبيان الذي يطرح بصيغة حوارية وليست خبرية، ويرتبط محتواه بالشبكات الاجتماعية لإشراك جمهورها بالتعليق على البيان أو فتح نقاشات متعلقة أو الإجابة على استطلاع رأي، ومن أشكال ذلك الارتباط تحميل الملفات المرئية الملحقة بالبيان في مواقع مثل Youtube والصور في Flickr مع سهولة سحبها إلى facebook والمدونات الشهيرة، وفي تلك الآلية مخالفة للمفهوم الذي ظلت مواقع الشركات الكبرى تستند إليه حيث كانت تستضيف محتوياتها على قاعدة بيانات الموقع بينما اثبتت الآلية الجديدة أن توفر المحتوى الأساسي في مواقع الشبكات الاجتماعية التي ترتبط الجمهور بها واعتاد على زيارتها باستمرار يحقق للمحتوى فرص وصول وتسويق وانتشار أكبر الأهم أن حملات العلاقات العامة التي بدأت تصدر بآلية SMPPR قد نجحت بإنعاش العلاقة بين الجمهور ومنتجات وفعاليات الشركات التجارية بعد سنوات من الرقود في مقبرة التقارير الصحفية التقليدية التي لم تعد تودي غرضها أو تجذب الجمهور لقراءتها أو تحفز وسائل الإعلام على نشرها، فالتقرير الصحفي أصبح بعد التحديث مصدراً ثرياً بالمعلومات والصور، ودايناميكياً بمشاهدة المرئية، ومثيراً بروابطه المتعلقة وصيفته الحوارية المحفزة للتساؤل والتفاعل فئة واحدة فقط تعرضت لخسارة كبيرة من جراء هذا التطور الذي طرأ على التقارير والبيانات الصحفية وهي فئة الصحفي الكسول الذي اعتاد على تلقي خبر تقليدي جاهز للنشر، بينما أصبح عليه الآن أن يبذل جهداً مضاعفاً في قراءة موقع التقرير ومن ثم صياغة موضوع صحفي يناسب مطبوعته ويحترم جمهورها. مهام وأدوار مدير الاعلام الجديد / الاجتماعي في المنظمات؟ يمكن تقسيم الاستراتيجية التي تقوم المنظمة بوضعها والعمل عليها مع

عملائها في إدارة وتوظيف الاعلام الجديد والشبكات الاجتماعية في خدمة أهدافها إلى ثلاث مراحل أساسية: المرحلة الأولى الإطلاق. المرحلة الثانية الإدارة. المرحلة الثالثة القياس والتحسين المستمر. في كل من هذه المراحل الثلاثة نقوم بإتباع خطة محددة لتحقيق أهداف محددة ضمن إطار زمني محدد مع وضع آلية لقياس تحقيق هذه الأهداف Social Media Community Manager) يأتي دور مدير الاعلام الاجتماعي الثلاث مراحل سواء كان في التخطيط أو التنفيذ وحتى المتابعة ولو أردنا تلخيص هذه المهام لتشمل كامل المراحل فإنها ستكون ٤ بناء وإدارة الحسابات الخاصة بالجهة متابعة كل ما يتداول في الاعلام الجديد سواء كان يمس الجهة التي يعمل بها بشكل مباشر أو يمكن للجهة أن تستفيد منه زيادة وتوسع شبكة المهتمين والمتابعين لحسابات الجهة بث المحتوى النصي والوسائط المتعددة عبر مواقع التواصل الاجتماعية والاشارة لكل منها للأخرى إدارة الحوارات والردود مع المتابعين قياس مدى تحقيق الأهداف والعائد على الاستثمار تحسين واعداد استراتيجيات جديدة بناء على مخرجات القياس بشكل عام دور مدير الاعلام الاجتماعي لا يقتصر على وضع الاستراتيجيات وتنفيذها وقياس مدى نجاحها بل هو مطالب في العمل مع فريق الابداع لإنتاج وإعادة صياغة المحتوى النصي أو وسائط الميديا بشكل جديد وجذاب وإدارة الفريق التي تبدأ من اختيار أفراد الفريق وتحديد المهام المنوطة بهم كما هو الحال مع أي تقنية جديدة صاحبت ظهور الشبكات الاجتماعية العديد من القضايا الشائكة والتي أدخلت ملاك تلك المواقع في دوامة من المشاكل القانونية التي شكلت أو قد تشكل بعض المعوقات في مسيرة نمو الشبكات الاجتماعية. من تلك القضايا قضية الخصوصية، حيث يدور نقاش شديد أن الشبكات الاجتماعية تمدت على خصوصية الفرد وغيّرت مفهوم الخصوصية للفرد، فبإمكان أي شخص أن يتعرف على الكثير من خصوصيات شخص آخر بمجرد تمضية دقائق في ملفه الشخصي. الحل لهذه المشكلة من قبل أصحاب الشبكات الاجتماعية كان بإتاحة بعض الخصوصية مثل إتاحة خاصية التحكم في عرض بعض محتويات الملف الشخصي لمجموعة معينة من الأشخاص وإضافة بعض القوانين المتعلقة بإمكانية وصول الآخرين لتلك المحتويات قضية أخرى مهمة كذلك، هي المفهوم السائد عند كثير من مستخدمي شبكة الإنترنت أن الشبكات الاجتماعية لا يتم ارتيادها واستخدامها إلا مراهقين ولا تستخدم إلا الأغراض سيئة أو في أفضل الأحوال لتمضية الوقت بدون أي فائدة مرجوة. هذا المفهوم بدأ يتلاشى تدريجياً بعد أن بدأ كثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية استخدام أسمائهم الحقيقية وعندما بدأ ضخ كمية محتويات مفيدة في مواقع الشبكات الاجتماعية واستغلال البعض لها للوصول للخبرات والكفاءات من الأشخاص وتقديم عروض عمل لهم.