

هذه الصفحة

إعداد: فدى دبوس



لم تعد وسائل التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً فحسب، يعيش من خلاله الناس حياة افتراضية عبر شاشة، يقرأون عبارات لا منطق لها. فالأزمات والثورات والآراء الفاعلة والناشطة لا تجد وسيلة أسرع من انتشارها عبر هذه الوسائل. آراء الشارع العام ومواقف السياسيين والناشطين والفنانين عبر

حرب إلكترونية على غزة!

لا يمكننا أن نذكر الأحداث الأبرز على مواقع التواصل الاجتماعي من دون الرجوع إلى الحرب على غزة. تلك الحرب التي نالت صدى كبيراً وكان لها أثر كبير لدى الناشطين. وجاءت الحرب هذه في المرتبة السادسة الأكثر تداولاً على موقع «فايسبوك» فضلاً عن إطلاق عدد من الهاشتاغ «على تويتر».

الحرب على غزة لم تكن حرباً على الأرض فحسب بل كانت أيضاً حرباً إلكترونية، ففي الولايات المتحدة ألغت جامعة أمريكية عقد توظيف لأحد أساتذتها المتحدر من أصول عربية، بسبب نشره تغريدات على موقع «تويتر» مؤيدة للفلسطينيين خلال الحرب في غزة. كما أغلق موقع «تويتر» حساب «إعلام القسام» الذي ينشر أخبار كتائب عز الدين القسام والذي نشط بشكل كبير خلال العدوان.

27 Aug @KhatereB ليك يا أقصى/Bassam/ سيكتب التاريخ أن العرب و الغرب كان لا فرقاً بينهما في الحرب على غزة فجميعهم دعموا إسرائيل للقضاء على المقاومة وجميعهم فشلوا #الغزةغزة

09 Aug @altunfee يا شيخ سليمان/ اسم العرب العيون على غزة لا العدوان على إسرائيل القسام لم تطلق صاروخاً واحداً إلا بعد أول عملية قصف إسرائيلية

6d @radiostar1994 صفاء تركي تسمع وتتكلم The hashtag of the year Rt @3arabawy #غزة تحت القصف #غزة تقاوم

20 Dec @236Noona الأفضى|| Noora #غزة تحت القصف اللهم كن عوناً لأخواننا في غزة اللهم احفظهم بحفظك واكفهم شر عدوهم

حمى السيلفي

أبرزت الشبكة الاجتماعية «تويتر» الازدياد الكبير في نشر الصورة الشخصية «سيلفي» من قبل مستخدميها، إذ استخدم مصطلح «سيلفي» أكثر من 92 مليون مرة على «تويتر»، بزيادة قدرها 500 في المئة من استخدامه عام 2013.

ومن أبرز الصور الشخصية التي حظيت بشهرة على موقع التدوين المصغر، صورة للاعب الألماني لوكاس بودولسكي على حساب @Podolski10 أثناء احتفال ألمانيا بفوزها ببطولة كأس العالم لكرة القدم، ثم صورة الأميركيين هاري وويليام في «سيلفي» الأولى لهما احتفالاً بانطلاق جوائز الممكات الشباب في قصر باكنغهام، وصورة لاعبي التنس آندى موراي ونوفاك ديوكوفيتش في قاعة ماديسون سكوير غاردن.

أفضل صور كروية

نوع عام 2014 بعدما شهد أحداثاً مثيرة في عالم كرة القدم، أهمها بطولة كأس العالم التي أقيمت في البرازيل، وفوز ريال مدريد في دوري أبطال أوروبا للمرة العاشرة. ودائماً ما يبقى عالماً في الأذهان، صور لن تمحى من مخيلة متابعي كرة القدم. وهنا أفضل صور تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي:



حملة «سوا»



لعل أبرز الحملات التي لاقت تداولاً كبيراً على موقع «فايسبوك»، كانت حملة «سوا» التي نظمها الناشطون انطلاقاً من الحملة الانتخابية للدكتور بشار الأسد التي كانت الحدث السياسي الأبرز في عام 2014.

الناشطون أنشأوا على «فايسبوك» صفحة خاصة بالحملة، وحملوها آراءهم ودعمهم وحجم الكبير للرئيس الدكتور بشار الأسد، كما عبروا من خلالها عن صمودهم ومقاومتهم إلى جانبه لدرج الأعداء. ولاقت هذه الصفحة مشاركة كبيرة من قبل الناشطين وأمناءات بصر الرئيس الأسد وكتب على الصور جميعها «سوا»، واحتلت لفترة طويلة شعارات «سوا» مختلف صفحات التواصل الاجتماعي لتكون بذلك الحملة الانتخابية الأبرز على «فايسبوك».

تحيا مصر!



لعل ثاني أبرز الحملات الانتخابية التي لاقت صدى كبيراً وتداولاً سريعاً على «فايسبوك» و«تويتر»، كانت حملة «تحيا مصر» التي نظمت للمشير عبد الفتاح السيسي الرئيس المصري. ونظم الناشطون هذه الحملة لدعم ترشح السيسي وأنشأوا للحملة صفحة خاصة على «فايسبوك» لاستقطاب أكبر عدد من الناشطين. وطلب مناصرو السيسي توحيد جميع الحملات لتكون موجّهة للسياسي وحده. وكتب على الصفحة: «توحيد جميع الحملات والجهود الشعبية لدعم المرشح عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية». رافعين شعار «ليس نجاحاً بل نصراً مبنياً».

أبرز فيديوات على «يوتيوب» خلال 2014



نشرت قناة «CNN» العربية، مقطع فيديو بعنوان «أبرز 10 فيديوات من حيث أعلى نسبة مشاهدة على موقع يوتيوب خلال عام 2014».

وأجرت القناة إحصائية عن نسبة المشاهدة لأبرز 10 فيديوات على «يوتيوب»، إذ جاء فيديو «First Kiss» - القبلة الأولى» في المرتبة الثالثة، بينما جاء في المرتبة الثانية مادة إعلانية لهواة كرة القدم «Nike fooball»، إذ يظهر في المادة الاعلانية النجم البرتغالي كريستيانو رونالدو والنجم البرازيلي نيمار، فيما جاء في المرتبة الأولى المقلب الكوميدى «الكلب العنكبوت» الذي نال أكثر من 113 مليون مشاهدة، ويقع تحت تصنيف مجموعة الكيميرا الخفية ويستحق الدراسة لحصوله على هذا العدد من المشاهدات.

لمشاهدة الفيديو الذهاب إلى الرابط التالي:

https://www.youtube.com/watch?v=NaFQf-S1etI

«الكلب العنكبوت»... مقلب بولندي يشعل «يوتيوب»



قام البولندي سيلستر ورديسغا بتسجيل مقلب كوميدى قوي، اقتحم به موقع «يوتيوب»، إذ حقق الفيديو ما يقارب ثلاثة ملايين مشاهدة في يوم واحد.

وتدور فكرة المقلب حول كلب يدعى «تشيكا»، يرتدي جسداً مصنوعاً لعنكبوت عملاق يثير رعب المارة لمجرد رؤيته.

ونشرت صحيفة «ديلي ميل» البريطانية، مقطع فيديو وصوراً خاصة بالمقلب تحت عنوان «أكثر مقطع فيديو مقالب مضحك ستراه طوال الأسبوع».

عنوان الفيديو: (Mutant Giant Spider Dog (SA Wardega)

لمشاهدة الفيديو الذهاب إلى الرابط التالي:

https://www.youtube.com/watch?v=YoB8t0B4jx4

المقاطع الموسيقية الأكثر مشاهدة عربياً في 2014



جاء فيديو كليب «بشرة خير» للفنان حسين الجسمي في المركز الأول في قائمة المقاطع الموسيقية الأكثر رواجاً في 2014 في المنطقة العربية (51 مليون مشاهدة)، يليه مقطع لأغنية «كلى ملك» للفنانة شيرين (19.7 مليون مشاهدة) في المرتبة الثانية، ثم فيديو كليب «شوق» للفنان إسماعيل مبارك في المرتبة الثالثة (13.5 مليون مشاهدة)، ثم في المرتبة الرابعة فيديو كليب «ما تنجي هنا» للفنانة نانسي عجرم.

وفي المركز الخامس جاء مقطع «بروزت طيفك» للفنانين وليد شامي وراشد الماجد (8.7 مليون مشاهدة)، وهي السنة الثانية التي يحل فيها مقطع للفنان وليد الشامي في المركز نفسه على المستوى العربي، فيما جاء في المركز السادس مقطع أغنية «دوق خبيثي» للفنانة بلقيس (8.1 مليون مشاهدة).

وفي المركز السابع حل مقطع أغنية «ما يستهلوشي» للموسيقي حسن الشافعي مع الديمة «أبلة فاهيتا» (7.8 مليون مشاهدة)، ثم في المركز الثامن بحسب ترتيب «يوتيوب»، حل مقطع أغنية «لو» للفنانة إيسا، يليه مقطع أغنية «يراودني» للفنان عصام كمال، وفي المرتبة العاشرة مقطع أغنية «أنا مش أناني» للفنان عمرو دياب.