

## تمثلات قيم نظرية الحتمية القيمية لدى الشباب الجزائري عبر الفايسبوك

أ. فجالى آمنة

جامعة أم البواقي. الجزائر

### مقدمة

تزداد أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالها، وازدياد عدد المستخدمين لها، ولا تنحصر أهميتها في مجال تبادل المعلومات فقط، فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية بالغة التأثير في الأنساق الاجتماعية عامة والرأي العام العربي بشكل خاص. هذا الأخير الذي يعيش رهان استخدام الشبكة في بناء ثقافة المستقبل التي ينبغي أن تكون منفتحة وتعددية، وقادرة على التفاعل مع الثقافة الكونية على قاعدة الندية إذ بإمكان الثقافة العربية أن تساهم في بلورة القيم الكونية، وأن تحترم ثقافة الآخر من منظور متساوٍ.

وقد أخذت شعبية وسائل الإعلام الاجتماعي بالذات من بين تطبيقات الإنترنت تتزايد خلال الربع الأول من عام 2011 إلى اليوم، واتسعت منصات وقاعدة مستخدمي فايسبوك وتويتر، ليتجاوز عدد مستخدمي فايسبوك 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 مشترك. كما تجاوز عدد مستخدمي تويتر 200 مليون في نهاية مارس للعام ذاته، ليلعب إجمالي عدد "التغريدات" التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدة شهرياً<sup>(1)</sup>.

وشهدت 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 والتحكم فيها. وفي حالات شديدة الإيجابية للتعبة الجماهيرية في نشاطات ثقافية، علمية، اجتماعية وسياسية إيجابية لفائدة فئات عديدة على رأسها الشباب العربي، عرفت العديد من الحركات والجمعيات الافتراضية التي نظمت تظاهرات علمية، ثقافية، بيئية، اجتماعية... الخ.

ومن ذلك نتأتى الدراسة الحالية، محاولة الكشف عن محددات العلاقة القائمة بين شبكات التواصل الاجتماعي والشباب الجزائري في بعدها الإعلامي القيمي عبر دراسة تمثلات قيم نظرية

الحمية القيمة لدى المجموعة الشبانية الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف" كنموذج. وتطرح الموضوع وفق منهج دراسة الحالة في النقاط الآتية:

### 1- الإطار النظري للدراسة

2- المجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف"

3- الشبكات الاجتماعية والحمية القيمة

### 1- الإطار المنهجي للدراسة

#### 1-1- الإشكالية

لقد أنهت ثورة المعلومات عدداً من المفاهيم كهرمية الاتصال، حارس البوابة، أحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: المجتمعات الافتراضية، التشبيك الاجتماعي، التفاعلية، الاقتدار السياسي، الديمقراطية المباشرة أو الطائفة... الخ، وأصبح الحق في الإعلام الذي طالما سهرت التعديلات الإعلامية والسياسية في العالم على توفيره واقعا مفروضا أمام السماء المفتوحة معلوماتيا.

وإن مراجعة مختلف الطفرات التقنية تسفر عن استنتاج مهم جداً؛ أن كل تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة، والتلفاز أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيراً أدى اكتشاف الحاسوب، والشبكات المعلوماتية كالانترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية.

من أجل ذلك تحاول هذه الدراسة الكشف عن مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى أوسع تطبيقات الإنترنت انتشاراً في دعم الحراك الإعلامي القيمي لدى الشباب الجزائري بالذات من جهة، ومن جهة أخرى التعرف على القيم المستحدثة لديه من خلال دراسة نموذج المجموعة الفايسبوكية الجزائرية "يد بيد من أجل إعلام هادف".

وتطرح في ذلك التساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى مساهمة الفايسبوك في تفعيل قيم نظرية الحمية القيمة لدى الشباب الجزائري؟

#### 1-2- أهمية وأهداف الدراسة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك ثالث ثورة في خدمات الإنترنت بعد البريد الإلكتروني والمدونات، فقد أصبحت تعرف شهرة كبيرة في أوساط مستخدمي الإنترنت لتمييزها بالتفاعلية، وسهولة إنشاء أرصدة فيها، وهي أداة يستخدمها الفايسبوكيون (خصوصاً) في التعبير عن انطباعاتهم، وأفعالهم، وأحاسيسهم، وأولويات اهتمامهم، وهي وسيلة للتعبير عن الرأي دون تدخل أو ضغط، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة للتعرف على مدى تأثير الفايسبوك على الشباب الجزائري ثقافياً عبر تحليل نموذج المجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف".

كما وتهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك
- الكشف عن مساهمة الفاييسبوك في تفعيل قيمتي الالتزام والاحترافية لدى مجموعة " يد بيد من أجل إعلام هادف".
- فهم القيم الجديدة التي يزرعها الفاييسبوك في الشباب الجزائري.

### 3-1 - منهج الدراسة

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتجه إلى "وصف ما هو كائن ونفسيره، ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع وتحليلها". واختارت منه منهج دراسة الحالة.

والحقيقة أن هناك تعريفات عديدة لدراسة الحالة، خاصة وأن عدداً من الباحثين يشير إلى أن دراسة الحالة منهج في البحث الاجتماعي يمكن تطبيقه عن طريق جمع البيانات ودراستها بحيث نستطيع أن نرسم من خلالها صورة كلية لوحدة معينة في العلاقات والأوضاع الثقافية والاجتماعية المتنوعة، كما تعتبر في الوقت نفسه تحليلاً دقيقاً للموقف العام للفرد. ويمكن تعريف دراسة الحالة (أو تاريخ الحالة كما يسميها بعض الباحثين) على أنه: أداة قيمة تكشف لنا وقائع حياة شخص أو جماعة معينة منذ ميلاده وحتى الوقت الحالي (2).

وتهدف دراسة الحالة إلى إلقاء الضوء على العمليات والعوامل والمظاهر التي يقوم عليها نموذج الحالة سواء أكان شخصاً أو أسرة أو جماعة.

وهو منهج ملائم للدراسة في جمع المعلومات عن المجموعة الفاسيويكية "يد بيد من أجل إعلام هادف" ودرجة تفعيلها لقيم الحتمية القيمية المحصلة من استخدامها للفايسبوك، وأجرت الباحثة خلاله مجموعة مقابلات مع أعضاء المجموعة ووزعت مجموعة استبيانات عليهم.

### 1-4- المدخل النظري للدراسة

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد، متمثلاً في دراستنا بأحد تطبيقاته؛ الفاييسبوك:

### أ- نموذج الحتمية التكنولوجية.

وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى

التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فنقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية<sup>(3)</sup>.

### ج- نظرية المجال العام.

صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) (Habermas) نظرية المجال العام (Public sphere) عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة وتكوّن الرأي العام وحالته، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، ونشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية التي كانت تُمارَس فيها المناقشات حول السياسات الحكومية وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام .

وعرّف هابرماس (Habermas) المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكوّن من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي<sup>(4)</sup>.

ويقسم هابرماس (Habermas) النظام المجتمعي إلى ثلاثة أنظمة فرعية هي: النظام السياسي، أنظمة وظيفية كالتعليم والصحة والخدمات، والمجتمع المدني.

وأشار هابرماس (Habermas) إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على:

1- مدى الوصول والانتشار .

2- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).

3- رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).

4- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.

5- وجود سياق اجتماعي ملائم<sup>(5)</sup>.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هابرماس (Habermas).

د- نظرية ثراء وسائل الإعلام

تدرس معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة. وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فنراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة<sup>(6)</sup>.

حرصا منا على الاستفادة مما تم تقديمه من نتائج بحوث تناولت نفس موضوع البحث، وبعد قراءة متأنية فيما أنتج لنا من دراسات جزائرية وعربية على قلتها، وجدنا أن أنسب ما يمكن إدراجه في إطار الدراسات السابقة، هو ما تم تقديمه من قبل د.علي أحمد الطراح<sup>(7)</sup> ضمن سلسلة دراسات تبحث في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية. ويتعلق موضوع بحثه بتأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال، محاولا إجراء مراجعة نقدية للاتجاهات التي تؤسس لوظائف وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ثقافيا، مقترحا طرقا جديدة لفهم العلاقات القائمة بين وسائل الإعلام والهويات الثقافية، وينطلق في ذلك من الإشكالية التالية:

هل تقوم تكنولوجيا الاتصال الجديدة، بشكل تلقائي، بإحداث أشكال جديدة من الوعي الوطني والهويات الثقافية؟

والتي حاول الإجابة عليها من خلال تفكيكها إلى التساؤلات التالية:

- هل يؤثر الإعلام على درجة الولاء والانتماء للمتلقي تجاه وطنيته وهويته؟
- هل أن عولمة الإعلام مسؤولة على إعادة رسم الخرائط الثقافية المحددة وطنيا؟
- وهل أن تقنيات المعلومات الحديثة توجد جماعات متخطية للحدود الوطنية متعاطفة ومتناسقة مع بعضها الآخر؟
- هل تساهم وسائل الإعلام والاتصال المحلية في تمتين الإحساس بالهوية الثقافية والوعي الوطني؟

وقد استخدم الباحث الملاحظة العلمية، كأداة للبحث، حيث عمل من خلالها على البحث في درجة تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الهويات الثقافية، من خلال تبين مواضع التأثير الجديدة التي استحدثتها المزايا الجديدة لوسائل الاتصال والإعلام بفعل الثورة التكنولوجية كما قدم من جهة ثانية عرضا للاتجاهات التي أسست لأدوار تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام من خلال إجراء مقارنات بين ما توصلت إليه من نتائج. وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- تساهم تكنولوجيا الاتصال والإعلام في إيجاد وعي جديد.
- إن العلاقة بين الإعلام والهويات الثقافية هي أكثر تعقيدا مما يذهب إليه أتباع مركزية الإعلام واتجاهاتهم.

- تعتبر وسائل الإعلام والاتصال، لاسيما في ظل ما تتيحه التكنولوجيا الحديثة، واحدة من الإجراءات الكثيرة المعقدة في تشكيل الهويات الثقافية.

- إن وسائل الإعلام والاتصال، لا تؤدي بشكل آلي تلقائي، إلى إنشاء أشكال جديدة من الهوية الثقافية، ذلك أنها لا تعد سوى عاملا لا يمكنه التأثير في تشكيل الهوية الثقافية إلا بالعمل رفقة عوامل أخرى كثيرة.

لقد توصل الباحث إلى أن وسائل الإعلام والاتصال في ظل ما عرفته من تغييرات بفعل التطورات التكنولوجية الحديثة تساهم في تشكيل وإعادة تشكيل الهويات الثقافية. إلا أن ذلك يظل مرتبطاً بشكل رئيسي بجملة من الإجراءات الأخرى التي لا يجب إغفالها، وفي دراسته هذه انطلق من فرضية أن الطاقات التكنولوجية لا تقوم وبشكل تلقائي آلي بإحداث وتوليد أشكال جديدة من الوعي الوطني والهوية الثقافية واقتصر مسار دراسته على إجراء مقارنات بين الدراسات التي اهتمت بنفس الموضوع، وإن اعتمد على الملاحظة في تحديد مواضع تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الهويات الثقافية، مما خلق فجوة في محتوى الدراسة التي بقيت في حاجة إلى جانب تطبيقي، يلجأ فيه الباحث إلى قياس درجة تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الهويات الثقافية في أرض الواقع، ذلك أن دراسة من هذا النوع تقتضي العمل في الميدان لتكتسب النتائج المتوصل إليها المصدقية العلمية اللازمة.

كما ارتأت الباحثة أيضاً الاستشهاد بدراسة (Te asdel,1997) (8) التي هدفت إلى توضيح أن العولمة الإعلامية قد جلبت معها أنماطاً ثقافية مغايرة، ولمواجهة ذلك؛ نمت حركة قوية في منطقة (الباسفيك) الآسيوي؛ لتعميم الثقافة المحلية والخصوصية المجتمعية وذلك من خلال برامج إعداد المعلمين حتى يكتسبوا ذلك الاتجاه وهم بدورهم ينقلونه لطلابهم، وقد ارتكزت على عدد من الركائز، أهمها:

- التوسع في نشر الثقافة المحلية مع ربطها بالمتغيرات العالمية.
  - فهم الذات والولاء للثقافة الوطنية، والهوية الثقافية.
  - التأكيد على مفاهيم الحرية والتسامح.
- وتجدر الإشارة إلى أن هناك دراسات عربية عديدة حرصت على تبيان تأثيرات الاتصال الاجتماعي عبر النت وعلى رأسه الفايسبوك خصوصاً بعد ظهور ثورات الربيع العربي في نشر التغيير بين أوساط الشباب العربي إلا أن الباحثة اختارت الدراستين السابقتين لارتباطهما المباشر بتأثيرات النت على الثقافة بالذات.

## 2- المجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف"

### 2-1- تأسيس المجموعة وشعاراتها

تأسست المجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف" يوم 25 جوان 2011 بعد لقاء افتراضي جمع بين عدد من الأعضاء من ولاية الوادي تم فيه رسم معالم المجموعة، وتضم هذه المجموعة أساتذة وطلبة في مجال الإعلام والاتصال وكذا الناشطين والمهتمين بالقطاع من مختلف ولايات الوطن (9).

واتخذت المجموعة لنفسها شعارات من أبرزها:

\*منبر حر للنقاش والحوار الهادف من أجل إعلام هادف، إعلام مثقف، إعلام محترف، إعلام راقٍ.

\*مجموعة الإعلام الهادف نبض المجتمع بالكلمة، والصورة والصوت المجموعة ليست ملكاً لأحد، ليس لها أي توجه سياسي، والعمل فيها بمبدأ الجماعة.  
وكان المؤسسون الأوائل لها:

- زكريا بوخزة: إعلامي وصحفي ولاية الوادي
- حكيمة يوسف: إعلامية ولاية الوادي
- نسبية فريجات: إعلامية وأستاذة بولاية الوادي
- إسلام بن عمر: إعلامية وأستاذة بتقريت ولاية ورقلة
- رشيد زهاني: إعلامي وصحفي وشاعر حاسي مسعود ولاية ورقلة
- سنيقرة سنيقرية: مهتم بالإعلام بولاية الوادي
- بدر الدين عباسي: صحفي وإعلامي بتقريت ولاية ورقلة
- عزام عبد القادر عوادي: ناشط إعلامي بولاية الوادي
- آمال شوية: صحفية بولاية الوادي
- عمار لقريد: صحفي ولاية بسكرة
- إيمان عمامرة: طالبة في الإعلام ولاية الوادي (10)

## 2-2- أهداف مجموعة الإعلام الهادف

أقر الأعضاء المؤسسون للمجموعة بأهداف محددة لها:

- 1- تنمية الإعلام في الجزائر والسعي إلى إعلام مفتوح وهادف احترافي وقيمي.
- 2- تنظيم جلسات عمل وملتقيات وطنية وندوات إعلامية حول أبرز المستجدات على الساحة الإعلامية الجزائرية، بغية تنمية كوادر إعلامية تتمتع بالكفاءة والاحترافية.
- 3- اقتراح حصص وأفكار واستضافة وجوه إعلامية وأساتذة في الاختصاص ومحاورتهم على الشبكة العنكبوتية.
- 4- الاهتمام بمسابقات الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والإعلانات الخاصة بها على المستوى الوطني وتبادل المراجع والكتب وتوفيرها.
- 5- الاهتمام بكل ما يتعلق بالإعلام والصحافة من مقالات صحفية وتحقيقات وريبورتاجات وكتابات أدبية للأساتذة والإعلاميين وطلبة علوم الاعلام والاتصال.
- 6- الاهتمام بمسابقات التوظيف على المستوى الوطني في ما يخص تخصص الإعلام والاتصال والإعلان عنها(11).

## 2-3- نشاطات المجموعة على الشبكة العنكبوتية

أ.حصة كرسي الاعتراف

تستضيف في كل مرة عضوا من أعضاء المجموعة ويتولى التنشيط في كل مرة أحد الإعلاميين المتواجدين لإبراز القدرات الإعلامية للإعلاميين الجدد ومهارات التنشيط الصحفي وآداب الحوار والنقاش. يسأل الضيف حول أمور كثيرة من حياته الخاصة إلى مسيرته الإعلامية وطموحاته.

ب. حصة ضيوف وحوار

حصة مباشرة على الشبكة العنكبوتية تستضيف وجوه إعلامية بارزة على الساحة الوطنية والعربية وقوم بمحاورته مجموعة من الإعلاميين حول مسيرته الإعلامية وأبرز القضايا على الساحة الإعلامية<sup>(12)</sup>.

## 2-4- أهم نشاطات المجموعة على أرض الواقع

أ. الملتقى الوطني الأول حول: "الممارسة الإعلامية للمراسل الصحفي في ظل القواعد القانونية" الواقع المهني وآفاق الإصلاحات

يومي 24 و25 ديسمبر بمدينة الوادي بالجزائر، بحضور أساتذة متخصصين ووجوه إعلامية بارزة وكذا مراسلين من مختلف ولايات الوطن في الإعلام المكتوب والسمعي والسمعي البصري. عالج الملتقى إشكالية أداء المراسل الصحفي من وجهة نظرية تستند إلى المرجعيات القانونية الوطنية بهدف ضبط جانب معالجة الوضعية القانونية للمراسل الصحفي في الجزائر، وتطرق في من وجهة تطبيقية إلى الاستفادة من خبرات وتجارب صحفيين جزائريين في الميدان والتي من شأنها أن توضح السبل الناجعة للتعامل مع الواقع الجزائري بصفة عامة. وقد قسم موضوع الملتقى إلى محاور ثلاثة، يتناول المحور الأول واقع المراسل الصحفي الجزائري في المؤسسة الإعلامية إذ يعالج هذا المحور الممارسة الإعلامية للمراسل الصحفي الجزائري في المؤسسات العامة والخاصة، ثم الأجنبية.

ويناقش المحور الثاني علاقة المراسل الصحفي بقوانين الإعلام الجزائري وتفاعله معها و آفاقه في ظل الإصلاحات الجديدة في قانون الإعلام، أما المحور الثالث فتعرض إلى تحديات الممارسة الإعلامية الميدانية للصحفي الجزائري ومقارنة معيار المهنية بينه وبين الصحفي الأجنبي.

\*أهم شخصيات الملتقى:

- الإعلامي والروائي رابح فيلاي.
- الإعلامي سليمان بخليلي.
- الإعلامي أحمد بن صبان.
- الإعلامي إبراهيم قارعلي.
- الأستاذ جمال العيفة، أستاذ وباحث في الإعلام بجامعة عنابة.
- الأستاذ زكريا بن صغير.

-توصيات الملتقى

أهم التوصيات التي خرجت بها لجنة صياغة الملتقى الوطني الأول للمراسل الصحفي يوم 25 ديسمبر 2011 بدار الثقافة محمد الأمين لعمودي بالشط بولاية الوادي والذي نظمه مجموعة يد بيد من أجل إعلام هادف الفايبروكية، وبعد المناقشة والإثراء أوصت بما يلي:

- 1- ضرورة إدراج دائرة المراسل الصحفي ضمن قوانين الاعلام .
- 2- إعداد دورات تكوينية لصالح المراسل الصحفي لتنمية قدرات المراسلين التحريرية
- 3- دعوة المؤسسات الإعلامية لاعتماد مراسلين ذوي كفاءات في ميدان الإعلام.
- 4- ضرورة تفعيل استراتيجيات للاستفادة من الخبرات والتجارب الصحفية .
- 5- الدعوة إلى إعداد ملتقى قادم حول المراسل الصحفي.
- 6- اقتراح إنشاء جائزة سنوية تعمل على تحفيز المراسلين وبناء روح التنافس فيما بينهم لتتويج أحسن عمل لصحفي مراسل
- 7- إطلاق مبادرة وطنية للدفاع عن حقوق الصحفي المراسل (13).

ب. اليوم الإعلامي: "الإعلام الجديد بين تحديات الواقع وتطلعات الشباب "جسور الافتراضية

تحديث بلغة الصمت يوم 26 مارس 2012 بحاسي مسعود بولاية ورقلة.

في ثاني ظهور لها على أرض الواقع نجحت مجموعة "يدا بيد من أجل إعلام هادف" الفايبروكية في تنظيم ثاني نشاط لها، وذلك من خلال تناولها في يوم إعلامي لموضوع: الإعلام الجديد بين تحديات الواقع وتطلعات الشباب، كان ذلك يوم: 26 مارس 2012 بعاصمة الذهب الأسود - حاسي مسعود-. المناسبة كانت فرصة جيدة لتباحث الخبرات وعرض التجارب، ومناقشة الموضوع من طرف أكاديميين وإعلاميين كبار على غرار الإعلامي رباح فيلالي الذي قدم مداخلة مباشرة من واشنطن عبر السكايب، والأستاذ الصحفي والناقد جمال غلاب، د. نبيلة بن يوسف أستاذة العلوم السياسية، الإعلامية هاجر قويدري وغيرهم؛ حيث اعتبر المتدخلون مجموعة يدا بيد وجها من أوجه الإعلام الجديد، كما ثمنوا دور المجموعة التي استطاعت في ظرف وجيز الانتقال من الساحة الافتراضية إلى الواقعية بما يؤسس لأداء إعلامي حديث، مُحترف وهادف (14).

\*أهم النقاط التي تمت معالجتها في اليوم الإعلامي

1- نظرة على أهم أدوات الإعلام الجديد.

2-العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

3- دور الشباب في ظل موازين العالم المختلفة.

4-الشباب وواقع الإعلام الجديد.

\*أهداف اليوم الإعلامي

1- زيادة الوعي بدور تكنولوجيا الإعلام والاستخدام الأمثل لها في الحياة اليومية لدى الشباب وخاصة في التنمية الوطنية في كافة المجالات .

2- معرفة كيفية تعامل الشباب مع الوسائل الحديثة للتواصل الإعلامي والمجتمعي .

3- تدريب الشباب على استخدام الإعلام الجديد لتطوير مهاراتهم ومعرفتهم وبناء علاقات ومهارات اجتماعية وزرع ثقافة تنمية لديهم.

4- معرفة مدى مساهمة الإعلام الجديد في تغيير واقع الشباب.

ج. الملتقى الوطني الثاني: إشكالية التكوين في الصحافة الجزائرية وانعكاساتها على

تشكيل الوعي المهني ... صناعة الإعلام ومنابر العمل النقابي

يومي 29 و 30 ديسمبر بولاية الوادي وأنت هذه النسخة الثانية بعد نجاح الملتقى في طبعته الأولى وناقش الحضور محاور الملتقى المتمثلة في أهمية التكوين في احتراف الصحفي الجزائري وأهم البرامج المسطرة ومواكبتها للتطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، كما تطرقت المحاور إلى الجانب النقابي ودوره في تحسين وضعية الصحفي، إلى جانب فتح ورشتين على هامش الملتقى عالجت محورين هاميين هما إشكالية التكوين وكذا دور العمل النقابي في تحسين وضعية الصحفي، أين فسح المجال أمام المشاركين والصحفيين الشباب والمحترفين للخوض في غمار عدة نقاط تخص الإعلام ومعوقاته في الجزائر، لم تثر من قبل وكذا تمكن الصحفيين الشباب سواء المشاركين أو منظمي الملتقى من طرح انشغالاتهم ووجهات نظرهم لمن هم أكبر خبرة وتجربة في مجال الإعلام (15).

\*أهم شخصيات الملتقى

- الإعلامي محمد بغداد

- الإعلامية المغربية مديحة كيلاني، ورئيسة تحرير مجلة خاصة بالمغرب.

- الإعلامي والبرلماني السابق إبراهيم قارة علي

- الإعلامي جمال غلاب

- الأستاذة بوخاري مليكة أستاذة الإعلام بالمدرسة العليا للصحافة بالجزائر العاصمة.

- الأستاذة فجالى آمنة أستاذة باحثة في الإعلام بجامعة أم البواقي.

-توصيات الملتقى

أهم التوصيات التي خرج بها المشاركون في فعاليات الملتقى الوطني الثاني في الإعلام حول إشكالية التكوين في الصحافة الجزائرية وانعكاساتها على تشكيل الوعي المهني المنعقد بولاية الوادي يومي 29 و 30 ديسمبر:

1- ترقية المجموعة الافتراضية "يدا بيد من أجل إعلام هادف" إلى جمعية وطنية تهتم بمختلف الوسائط الإعلامية الجديدة وتنمية الإعلام الجزائري.

2- العمل على تأسيس نقابة وطنية مستقلة للصحفيين والممارسين المهنيين واقتراح آليات تجسيدها.

- 3- الدعوة إلى إيلاء المواهب الرعاية المناسبة والتكفل بهم والعمل على تطوير قدراتهم.
- 4- العمل على إنجاز تصور شامل للقاموس الصحفي الذي يحمي اللغة المتداولة من الخروج عن إطار العمل الإعلامي.
- 5- دعوة تحويل ورشات الملتقى إلى حلقات تدريبية تكفل بإنجاز أعمال يمنح أصحابها تحفيزات مناسبة.
- 6- دعوة المؤسسات الجامعية إلى التجاوب مع مبادرة الملتقى عبر صيغ تفاعلية وعلمية للجمع بين الإطار النظري ومجال التدريب.

#### 4- الشبكات الاجتماعية وقيم الحتمية القيمة

##### 4-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، ومواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وقد عرفت "مواقع التواصل الاجتماعي" جدلاً مثيراً، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراستها. وعكس مفهومها، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

والإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل" (16).

ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل

وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية (17).

#### 4-2. الفايسبوك

وهو أحد موقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

والموقع مجاني للمستخدمين ويجنى إيرادات من الإعلانات، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع واهتماماتهم ونطاق أعمالهم، وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفيس بوك، وقد أشارت تصنيفات إيكسا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الرابع بعد كل من ياهو وجوجل ويوتيوب .. الخ.

وقد أسس الموقع (مارك زوكربيرج) (Mark Zuckerberg) وذلك في عام 2004م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان مشهورا بولعه الشديد بالإنترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيس بوك قاصراً على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي سبتمبر 2006م قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع .

وفي أكتوبر 2007م اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفيس بوك نسبتها 1,6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث تقدر قيمة الموقع بحوالي 15 مليون دولار (18).

وقد شهد الموقع في الثلاثة أعوام الأخيرة نشاطاً ملحوظاً من جانب نشطاء المجتمعات الافتراضية، ويعد منبرا لإبداء الآراء وتبادل التعليقات حول الأحداث الهامة، خاصة في الدول النامية، ولعل المثال الأشهر على دور وتأثير الفايسبوك على الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية على عدد من الدول العربية على غرار تونس، مصر، اليمن، ليبيا وسوريا.

#### 4-3. خصائص الفايسبوك

تعدّ مواقع الشبكات الاجتماعية من أكثر المواقع انتشاراً في العالم، وبت من لا يمتلك صفحة خاصة على أحد مواقعها يبدو كأنه منعزل عن العالم. وتشير بعض الإحصائيات إلى أنّ من بين 50 موقعاً الأكثر زيارة في العالم، نجد 10 مواقع للشبكات الاجتماعية.

في العالم العربي، اشتهر موقع الفايسبوك وانتشر بصورة مذهلة، واستطاع مستخدموه أن يستفيدوا من خدماته ليحققوا أهدافهم في تحريك وتعبئة الجماهير لإسقاط أنظمتهم الاستبدادية. بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي مطلع العام 2012 أكثر من 36 مليون مستخدم في 16 دولة، باستثناء سوريا، السودان، الصومال، موريتانيا، جيبوتي، وجزر القمر (لا إحصاءات تخصها) (19).

كما أن للفايسبوك مميزات عديدة جعلته الوسيط الأفضل بالنسبة إلى الثوار والمساعد في تحريك ثورتهم، منها: 1 - ميزة الاتصال السريع، 2 - الأوفر، 3 - سهولة الاستخدام، 4 - شبابي، 5 - متعدد اللغات، 6 - حضوره الدائم (وخاصة من خلال خدمات الهاتف النقال)، 7 - عالمي، 8 - قدرته على التعبئة، 9. التوقع المسبق للحركة، 10. خارج إطار السلطة السياسية، 11 - ديموقراطي.

كل هذه المميزات وغيرها جعلت من الفايسبوك أداة أساسية في الضغط وتصويب الهدف والنجاح في صنع قرارات معينة. نتوقف عند ثلاث مميزات أساسية خادمة للدراسة الحالية، بالرغم من أهمية المميزات الأخرى:

أ- ميزة الاتصال السريع.

من أهم مميزات الفايسبوك نقل الخبر بسرعة فائقة وآنية، إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه، تبادل الرسائل والأفكار والآراء، نقل الصور والفيديوهات والتعليق عليها. كما أنّ ما يميّز الفايسبوك أنّه وسيط تواصلية وتفاعلي يجعل من كل مشترك متلقياً للخبر وصانعه في وقت واحد، ما يسمح لأي متصفح بأن يتابع الأحداث، لا في بلده وحسب بل في أي بلد في العالم والتعرف على مجريات الأحداث، لحظة بلحظة، مدعمة بالصور والفيديوهات والتعليقات أينما كان وفي أي وقت.

ب- شبابي.

من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها موقع Socialbakers حول استخدامات الفايسبوك إحصائياً في أكثر من مئتي دولة، يتبيّن أنّ الموقع الشهير في العالم العربي هو تقنية شبابية بامتياز. ففي مصر 95% من مستخدمي الفايسبوك تتراوح أعمارهم ما بين 13 و44 سنة، وكذلك في اليمن 96%، وفي فلسطين 96%، العراق 94%، تونس 93%، ليبيا 93%، البحرين 93% (20)... هذا ما يدل على أنّ من يتحاور ويتفاعل ويشارك ويتحرك في الفضاء الإلكتروني هم الشباب، وهذا ما يجعل ثورتهم ناجحة، إذ إنّ أي ثورة تغييرية تحتاج إلى قدرات الشباب وحماسهم. وقد ساهم الفايسبوك في أن يكون أداة ثورية لهذه الفئات العمرية. لكن من

اللافت تفاوت مستخدمي الفايسبوك بين الذكور والإناث، إذ لا تزال نسبة الإناث متدنية في العالم العربي مقارنة مع الذكور من جهة، ومقارنة هذه النسبة ما بين العالم العربي والدول المتطورة من جهة أخرى.

ج- قدرته على التعبئة

يستطيع المستخدم من خلال الفايسبوك أن يستثمر جيداً قدرته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها (النص - الرسالة القصيرة - الصورة - الفيديو - التعليقات - الإعجاب بفكرة Like. إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث...). وقد استفادت فئات عديدة من خدماته في هذا المجال ومنها مجموعة "يد بيد من أجل إعلام هادف".

**4-4. دور الفايسبوك في نشر قيم الحتمية القيمية لدى الشباب الجزائري - مجموعة يد بيد من أجل إعلام هادف نموذجاً -**

خلصت الباحثة في النهاية إلى تنام ملحوظ لمساهمة فعالة لشبكات التواصل الاجتماعي في دعم الحراك القيمي الإعلامي لدى الشباب الجزائري بالذات، تمثل في الإقدام على المبادرات والإبداع الثقافي من باب المشاركة في الأنشطة المجتمعية، كما ودعمت هذه الوسائل قيم الحوار والنقاش والإيجابية لديه حيث أسفرت نتائج مقابلات واستبيانات وزعت على أعضاء المجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف" عن إجماعهم على إسهام الفايسبوك في الآتي:

- تكوين علاقات صداقة بين الأعضاء تُوجت بتشكيل المجموعة في النهاية وتنمية الحركة الفكرية لدى أعضائها والسعي إلى تنمية الإعلام الجزائري.
  - بلورة أهداف إيجابية للمجموعة من خلال الحوار والتفاعل والنقاش بين الأعضاء والجمهور انتهت بتنظيم فعاليات ثقافية إعلامية تنموية واقعية عدة.
  - الالتزام بالنسق الأخلاقي العربي الإسلامي في الإعلام وجعله مشروعاً تسيير على نهج المجموعة والسعي للدفاع عنه ونشره من خلال ما توفره الشبكة العنكبوتية للمجموعة من وسائل.
  - سهولة الاتصال وليونة تكوين علاقات تتيح للمجموعة السبل والوسائل المادية والبشرية لتحقيق نشاطات إيجابية تنموية للإعلام على أرض الواقع. توصلت في الفترة الحالية إلى مشروع إنشاء مجلة إلكترونية تصدرها المجموعة.
  - السعي إلى الوصول والانتشار محلياً وعربياً بغية صنع الالتفاف حول المجموعة ومبادئها وتقوية نشاطاتها.
  - السعي لرعاية وتوجيه جيل الشباب المتخرجين من معاهد الإعلام في الجزائر وتجمعهم على رسالة وأهداف أخلاقية إيجابية تنموية تصنع إعلاماً هادفاً.
- واتضح من خلال النتائج المتوصل إليها عبر الدراسة الميدانية لأعضاء المجموعة أن قيم نظرية الحتمية القيمية لديهم تجلت بأبعادها الثلاثة:

- الأفكار والقيم: اتضحت في ابتكار أفكار لتطوير وترقية المجال الإعلامي في الجزائر والحفاظ على القيم العربية الإسلامية الخاصة بالمجتمع.
- السلوكيات: الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي والسعي لترسيخ القيم التنموية الإيجابية لدى الصحفيين الزملاء.
- الجانب المادي أو الإنجازات: الأيام الدراسية، الحصص، المجلة، الملتقيات، الندوات والورشات التربوية.

#### -خاتمة-

إن استخدام الشباب شبكات التواصل الاجتماعي بدأ للردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، لكنه في الوقت الحالي يعرف منعرجا مهما في التوجه إذ أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية، ومن ثم يصنعون واقعا جديدا يتلاءم وروحهم المتعطشة للجدد دائما. وهو ما سبق وتوصلت إليه الباحثة في تناولها في هذه الدراسة لواقع ثقافة التنمية لدى الشباب الجزائري عبر الفيسبوك بتحليلها لحالة المجموعة الفيسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف". ومن ذلك فإن أهم التوصيات التي أسفرت عن الدراسة ؛ هي تكثيف الاهتمام بدراسة المجتمع العربي في ظل غزو الإلكترونيات، إذ أصبح أكثر من أي وقت مضى مختبرا غنيا وخصبا. أضاف مسؤوليات جسيمة لجل الباحثين العرب في العلوم الإنسانية والاجتماعية.

#### \*الهوامش و المراجع :

(1) كلية دبي للإدارة الحكومية ، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، دبي، الإمارات العربية المتحدة، ماي 2011، [www.ArabSocialMediaReport.com](http://www.ArabSocialMediaReport.com) ، (تاريخ الزيارة: 2013/03/20).

(2) سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2002، ص 370، 373.

(3) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، [www.philadelphia.edu.jo](http://www.philadelphia.edu.jo)، (تاريخ الزيارة: 2012/10/05).

(4) المرجع نفسه .

(5) Peter Dahlgren, The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation, p149, (http://www.cbilt.soton.ac.uk , 01/10/2012 ) .

(6) أولجاوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارنتنير، فهم الإعلام البديل، تر علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2009، ص71.

- (7) سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 15، 16.
- (8) فؤاد علي العاجز، محمود عبد المجيد عساف، دور التربية الترويحية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانوية من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة وسبل تطويره، مجلة الجامعة الإسلامية، ع 01، المجلد السابع عشر، يناير 2009، ص 426، [www.iugaza.edu.ps/ara/research](http://www.iugaza.edu.ps/ara/research)، (تاريخ الزيارة: 2013/03/24).
- (9) مقابلة مع رشيد زهاني إعلامي وشاعر، أحد المؤسسين للمجموعة، الفايسبوك، 2013/02/28.
- (10) مقابلة مع نسبية فريجات إعلامية وأستاذة بولاية الوادي، إحدى المؤسسين للمجموعة، الفايسبوك، 2013/02/22.
- (11) مقابلة مع عزام عبد القادر عوادي ناشط إعلامي بولاية الوادي، أحد المؤسسين للمجموعة، الفايسبوك، 2013/03/11.
- (12) مقابلة مع سنيقرة سنيقرية، مهتم بالإعلام بولاية الوادي، أحد المؤسسين للمجموعة، الفايسبوك، 2013/03/14.
- (13) مقابلة مع إسلام بن عمر، إعلامية وأستاذة بنقرت ولاية ورقلة، إحدى المؤسسين للمجموعة، الفايسبوك، 2013/03/15.
- (14) رحمة ق، حاسي مسعود: مجموعة "يدا بيد" الفايسبوكية تنظم يوما إعلاميا، نخبة إعلامية و ثقافية ناقشت موضوع الإعلام الجديد في ظل تحديات الشباب، صوت الجلفة، 28 مارس 2012، [www.sawtdjelfa.com](http://www.sawtdjelfa.com)، (تاريخ الزيارة: 2013/02/19).
- (15) الحضور الشخصي للباحثة والمشاركة في فعاليات الملتقى الوطني الثاني للمجموعة الفايسبوكية "يد بيد من أجل إعلام هادف"، يومي 29 و 30 ديسمبر 2012.
- (16) بشرى جميل الراوي، مرجع سبق ذكره.
- (17) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، الأردن، 2008، ص 17.
- (18) آمال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، بحث مقدم لمؤتمر البحرين الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 219-248.
- (19) نديم منصور، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية، العدد 1670، 28 مارس 2012،
- (20) المرجع نفسه. [www.al-akhbar.com/node/61097](http://www.al-akhbar.com/node/61097)، (تاريخ الزيارة : 2013/03/23).