



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 13/02/2023

تاريخ القبول: 2023/06/15

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام البديل

- قراءة في أطروحة "أوسكار نيغت" للفضاء العمومي البديل -

The role of social media in shaping dissenting public opinion

طفياي زكريا

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)

z.tafiani@univ-dbk.m.dz

الملخص:

ولم يعد الاعلام يسير في ذلك الاتجاه الأحادي الذي يقدم المعلومات والايخبار التي يتضمنها المحتوى الاعلامي دون أن يكون للجمهور دور في انتاجها، بل انتهى ذلك العصر وعدنا نتحدث عن مفاهيم مستحدثة جاء بها الاعلام الجديد بوسائله المختلفة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الفضاء العمومي، المجتمع الافتراضي، الرأي العام البديل.

ABSTRACT

Media is no longer moving in that unilateral direction, which provides information, news and messages contained in the media content without the public having a role in its production, But that era ended

This study aims to find out the role of social networks in shaping dissenting or alternative public opinion.

Keywords: : Social media, public space, virtual community, public opinion.

1. مقدمة:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منبرا جديدا لمستخدميها للتعبير عن اهتماماتهم وطرح آرائهم وأفكارهم بكل حرية ودون تقييد، فلم تعد وسائل الاعلام التقليدية تلتزم بنفس المبدأ الذي قامت عليه ولم يعد مفهوم السلطة الرابعة الذي أطلقه أدموند بورك في مجلس العموم البريطاني صالحا اليوم، ذلك أنّ تلك الوسائل التقليدية للإعلام تمّ استغلالها لخدمة السلطات السياسية خصوصا في الأقطار العربية، ودعت الحاجة الى ظهور فضاءات جديدة للتعبير ونشر الافكار والمطالبة بالحقوق والحريات الأساسية للأفراد والجماعات والاقليات المضطهدة، وفرض الرقابة الحقيقية على الانظمة السياسية وكشف الخرقات وتجاوزات السياسيين ورجال المال في الدولة واطلاع الجمهور عليها وجاءت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بسلطة جديدة لإعلام جديد وهي تلك التي تنبأ بها الاعلامي الفرنسي أنياسو رامونيه Ignacio Ramonet وأسمّاها السلطة الخامسة، وهي سلطة الجماهير الحقيقية، وتظهر سلطتها فيما وصلت اليه تلك الجماهير من تغيير للأنظمة السياسية بفضل التواصل الذي تحقق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والانتفاضات الشعبية التي جرى الترتيب لها من خلال تلك الوسائل الاتصالية الجديدة، التي ناهضت الاعلام الحكومي ووقفت نداء له واعادت الاعتبار لقيمة الجمهور الذي لم يكن له دور ايجابي ولم يكن متفاعلا عبر وسائل الاعلام التقليدية فيما سبق، كما أنّ شبكات التواصل الاجتماعي رسمت الصورة الحقيقية للشعوب وصدحت بمعاناتهم وساهمت في صناعة الرأي العام البديل.

2. إشكالية الدراسة:

لعلّ ميزان الديمقراطية العالمية قائم على مدى تأسيس معارضة قوية، ولعل أبرز تحليلات الديمقراطية تكمن في مدى انشاء مؤسسات اعلامية قوية أيضا، تجمع بين الأدوار المنوطة بوسائل الاعلام ممارستها، وبين قدرتها على ايصال صوت جماهيرها بما يساهم في تحقيق شروط الفضاء العمومي وفق المعنى الهابرماسي الذي يشترط وجود الديمقراطية من أجل تشكل هذا الفضاء، فهابرماس يقول أنّ الديمقراطية هي شرط أساسي لتشكيل الفضاء العمومي وهي نتاج له .

ويظهر اليوم أنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي أبرز وسائل التعبير الحرّ، وهي إحدى المنابر الاعلامية التي برزت بشكل كبير في هذه العصر، وكان لها دور كبير في الأحداث والمستجدات التي طرأت على المجتمع والسياسة والاتصال .

و نحن نحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على كيفية تشكل الرأي العام البديل عن التوجهات السياسية التي تريد الأنظمة العالمية رسمها، ولعلّه من الأهمية بمكان الوقوف على مثل هذه المواضيع، وربما هذا ما يبرز أهمية هذه الدراسة التي تحاول الخروج عن المألوف بدراسة الرأي العام البديل أو المعارض وليس فقط الرأي العام بمفهومه العام، وتحاول أن تتناول كيفية بناء هذا الرأي العام البديل من خلال طرح أوسكار نيغت . بالاشارة الى بعض الأحداث التي شهدتها العالم العربي باعتبار أنّها أبرز مثال يمكن أن يجسد بحثا حول الرأي العام البديل في البيئة العربية. ومنه نطرح التساؤل الرئيسي : ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام البديل، وما هي أهم أفكار "أوسكار نيغت" حول تجلياته ؟

3. التأطير المنهجي للدراسة:

1.3 تساؤلات الدراسة:

- 1.1.3 كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام المعارض؟
- 2.1.3 ما علاقة المجتمع الافتراضي بتشكيل الرأي العام المعارض؟
- 3.1.3 هل يعتبر الفضاء العمومي الافتراضي وسطا فعالا لتشكيل الرأي العام المعارض؟
- 4.1.3 ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في الانتفاضات الشعبية العربية الاخيرة؟

2.3 أهمية الدراسة:

- 1.2.3 تهدف هذه الدراسة الى الاحاطة بمفهوم الاعلام الجديد ومفهوم الشبكات الاجتماعية التي جاءت نتيجة للثورة التكنولوجية والاتصالية وما يحيط به من تسميات، أقسام وخصائص.
- 2.2.3 تحاول الدراسة معرفة العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الرأي العام وكيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام المعارض من خلال أنموذج عملي يتعلّق بالحراك السياسي
- 3.2.3 الوقوف عند تغير مفهوم الجمهور فيما يخصّ علاقته بوسائل الاعلام وأسباب نزوحه نحو الاعلام الجديد ووسائله كشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تضمّ أعدادا هائلة من المستخدمين الذين كانوا يشكلون في السابق جمهورا لوسائل الاعلام الجماهيرية ومعرفة أسباب هذا التحول ونطاق المنافسة المفروضة على وسائل الاعلام التقليدية لإعادة الاعتبار لجمهورها.

3.3 منهج الدراسة:

يعتبر المنهج جوابا لسؤال كيف نصل الى الاهداف؟ في حين أنّ التقنيات تشير الى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول الى الاهداف. (أنجرس، 2006، صفحة 115) واعتمدنا المنهج الوصفي الذي يعد مظلة واسعة قد تتضمن عددا من المناهج والاساليب الفرعية مثل المسوح الاجتماعية ودراسات الحالات والتطويرية والميدانية وغيرها اذ ان المنهج الوصفي يقوم على اساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها واسبابها واتجاهاتها وما الى ذلك من جوانب تدور حول سبر اراء مشكلة او ظاهرة معينة والتعرف على حقيقتها في ارض الواقع، ويعتمد المنهج الوصفي على تفسير الوضع القائم أي ما هو كائن وتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات. كما يتعدى المنهج الوصفي مجرد جمع بيانات وصفية حول الظاهرة الى تحليل وتفسير البيانات وتصنيفها وقياسها واستخلاص النتائج منها. (خيرى، 1996، صفحة 173)

ويندرج بحثنا في اطار البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة وصفا دقيقا وشاملا لاستخلاص الدلالات والنتائج من أجل الوصول الى تعميمات بشأن الظاهرة أو الموقف موضوع الدراسة، (الرفاعي، 1998، صفحة 112) كما أنّ البحوث الوصفية قائمة على تصوير وتحليل وتقويم موقف معين أو ظاهرة بهدف الحصول على معلومات حقيقية وكافية عنه، دون التدخل في أسبابها والتحكم فيها. (حسين، 1995، صفحة 131)

4. الاعلام الجديد: المفهوم والأقسام

1.4 مفهوم الاعلام الجديد:

مصطلح الاعلام الجديد New Media، هو اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة، أهم ما يميزها هو اعتمادها على التقنية الرقمية، و التي يتم من خلالها تحويل النصوص والمضامين الاعلامية الى شكل موحّد يمكن معالجته بالحواسيب الآلية، ويؤدي ذلك في نفس الوقت الى ما يعرف بظاهرة الاندماج بين المحتويات الاعلامية ومعالجتها وتوزيعها و تخزينها بطرق آلية، و من هذا المفهوم الذي يركّز على مجال التقنية و شكل المعالجة القائم على أسلوب "الرقمنة" تظهر تسمية أخرى للإعلام الجديد و هو الاعلام الرقمي Digital Media. (الحلوة، 2012، صفحة 2) ويقول Karol Jakubowicz و هو يتحدث عن الاعلام الجديد أنّه "في عام 1980 كان يطلق لفظ الاعلام الجديد على خدمات الكابل و التلفزيون الفضائي، و مسجّل الفيديو والآن يتم استخدام المصطلح أحيانا للدلالة على المدونات، ومواقع الشبكات الاجتماعية ورسائل الهاتف الخليوي، و غيرها من تطبيقات التكنولوجيا الجديدة، وبشكل عام ينطبق مصطلح وسائل الاعلام الجديدة على وجه الدقة على الوسائط الرقمية" (Jakubowicz، 2009، صفحة 13) ويشير مصطلح الاعلام الجديد الى كل أشكال الكتابة والترفيه والمتعة وطرق الاستهلاك الاعلامي عبر وسائل الاعلام وألعاب الكمبيوتر والنص التشعبي والمؤثرات السينمائية وهو شكل قائم على علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا. (Lister، 2003، صفحة 11)

و يعرف ابراهيم اسماعيل مصطلح الاعلام الجديد بقوله أنّه من بين المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل الاعلام التقليدي وظهور وسائل أخرى لم تعرف من قبل كشبكات الانترنت و الهاتف المحمول التي أصبحت عناصر أساسية في حياة المجتمعات وعليه فالإعلام الجديد هو ذلك الاعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر و البثّ الالكترونيّة متيحاً المشاركة للجميع كمنتجين و متلقين للمادة الاعلامية ووسطاء لتداولها و التفاعل معها بحرية و مرونة". (اسماعيل، 2014، صفحة 22) ومن بين التعريفات التي حاولت أن تبرز مفهوم الاعلام الجديد، نجد تعريف كلية شريدان للتكنولوجيا Sheridan، التي ترى أنّ الاعلام الجديد هو كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدّم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتين يمكن أن نتميّز من خلالهما الاعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتمّ بها بثّ مادة الاعلام الجديد، والكيفية التي يتمّ من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة، والفيديو، والصوت مع بعضها البعض، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميّزه و هي أهم سماته ومنه يمكن تقسيم الاعلام الجديد الى أربعة أقسام:

2.4 أقسام الاعلام الجديد:

2.4.1 الاعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها: و هو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبقة، و هو ينمو بسرعة و تتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.

2.2.4 الاعلام الجديد القائم على الاجهزة المحمولة: و تندرج ضمنه أجهزة قراءة الكتب والصحف وهو أيضا ينمو بسرعة و تنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الادوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف و المساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

3.2.4 نوع من الاعلام الجديد قائم على منصة الوسائل التقليدية: مثل الراديو و التلفزيون التي أضيفت اليها ميزات جديدة، مثل التفاعلية و الرقمية و الاستجابة للطلب.

4.2.4 الاعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline: و يتم تداول هذا النوع، إما شبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، والكتب الالكترونية وغيرها (صادق، 2011، صفحة 7).

بعد استعراض مجموعة التعاريف التي تحدثت عن الاعلام الجديد يمكن للباحث صاحب هذه الدراسة أن يعرف الاعلام الجديد وفق ما يشتمل عليه هذا الاعلام من تقنيات جديدة وأسلوب جديد في عملية التواصل، فالإعلام الجديد هو "مجموعة التقنيات والوسائل الاعلامية الرقمية التي أخذت شكلها بتطور التكنولوجيات الاتصالية و ظهور الانترنت، وهو دمج بين الوسائل التقليدية للإعلام في أشكال اتصالية جديدة تجمع بين استخدامات مختلفة كالصوت والصورة والفيديو، و هو ظهور لمنابر جديدة على الخطّ و فضاءات أتاححت فرص المشاركة والنشر و الاعلام والتوجيه والتأثير في عدد كبير من المستخدمين، كما انه تغير في طبيعة الجمهور و موقعه من الرسالة التي كان مجرد متلقي لها ثم أصبح من صنّاعها، و لا بد أن نشير الى أنّ مسألة الجودة لا تقف عند الوسائل والتقنيات فقط، فجودة الوسائل والتقنيات مستمرة دائما و هي حتمية يفرضها العلم و التطور والزمن لكن ما يهم أكثر الاعلام الجديد هو الجودة في أسلوب التواصل وشكل الاتصال و طبيعة الجمهور وقيمة التفاعل والثقافة الجديدة التي صاحبت ظهور هذا الاعلام والسلوكيات الملازمة له".

3.4 مواقع التواصل الاجتماعي:

1.3.4 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، ..) ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية Web يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية و منصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية Profile لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو ومن ثمّ الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الاصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب الى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين. (مركز الدراسات، 2016، صفحة 25)

كما أنها تعرف أيضا على أنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف عن أنفسهم والمشاركة في الشبكات الاجتماعية التي من خلالها يمكنهم إقامة علاقات اجتماعية. (Yao، 2009، صفحة 2) ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن

ثمّ ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات. (صلاح، 2015، صفحة 280)

2.3.4 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأ أول ظهور لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي Social Network في الدراسات العلمية في مقال علمي خاص بالأنثروبولوجيا وظّفه John A. Banes في 1954، (Boltanski, 1999, p. 6) وبالتالي فمصطلح الشبكات الاجتماعي له مدلول سوسيولوجي ويظهر ذلك في المقال الذي تم نشره في دورية Human Relations أين قام الباحث بتحليل المنظمات الاجتماعية لسكان مدينة بريم بالنرويج. (Lefebvre, 2002, p. 25)

وقد بدأت المواقع الاجتماعية في الظهور في نهاية التسعينيات، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي الأولى التي ظهرت هي موقع classmates عام 1995 وموقع SixDegree الذي ظهر في 1996، وهي التي مهّدت الطريق نحو ظهور مواقع أخرى وركز ذلك الموقع الأخير على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملقّات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخطيّة بين مجموعة من الاصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد عليه في الشبكات الاجتماعية الحالية الا أنّ تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا مالياً وكمّ إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الاعوام 1999 و2001 وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى.

لكن الميلاذ الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، فظهر موقع Freindster الذي حقّق نجاحا دفع شركة Google الى محاولة شرائها، ومع النصف الثاني من العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين ثمّ تحوّلت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع. (الشميلة، 2015، صفحة 201)

3.3.4 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي اليوم باتت جزء من حياة الأفراد والمجتمعات، وتخلّت استخداماتها في الكثير من المجالات بحيث أصبحت وسائل أساسية ومهمة خاصة في ميدان الاتصال والتوعية والمعونات الاجتماعية والترفيه والتعليم والشهارة والتسويق ...

و يُورد مُجد مصطفى رفعت أهم الاستخدامات التي تقوم عليها شبكات التواصل الاجتماعي في ما يلي: (رفعت، 2018، صفحة 41)

- استخدامات التواصل الشخصي: وهو الأكثر شيوعا، ولعلّ الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية كانت بهدف التواصل الشخصي بين الاصدقاء في منطقة معيّنة أو مجتمع معيّن، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصّة تبادل المعلومات والملقّات الخاصّة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنّها مجال رحب للتعارف والصداقة بين المستخدمين، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلميّة والثقافيّة.

- **الاستخدامات التعليمية:** تؤدّي الشبكات الاجتماعية دورا هاما في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على اضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كلّ الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرّر للطلاب للتواصل و المناقشة وإبداء الرأي، سواء في المدارس أو الجامعات.
- كما وتستخدم الشبكات الاجتماعية لتعزيز العلاقات بين بين المدرسين وطلبتهم، وفي الشراكة بين المحتويات العلمية.
- **الاستخدامات الحكومية:** اتّجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدّمة، وتتميّز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات و التواصل مع المسؤولين.
- **الاستخدامات الاخبارية:** أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميّز بأنّها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرّة غالباً وليست احترافية ولا استخدامات مختلفة سياسية أو دعائية.
- **الاستخدامات البحثية لجمع المعلومات:** تمكّن الشبكات الاجتماعية المثقفين من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وقد تكون أكثر تحديثاً من الكتب والدوريات مثل موقع Imedix، كما توفّر للباحثين تبادل المعلومات والبحوث والدراسات.
- **الاستخدامات التسويقية والتسويقية:** حيث اتّجهت المؤسسات الى استخدام الشبكات الاجتماعية كأداة تسويقية لمختلف المنتجات بل الأفكار أيضاً، فأحاديث المستخدمين مع بعضهم البعض حول منتجات معينة هو نوع من أنواع التسويق يعتبر أكبر دعاية مؤثرة لأنّها تولد لدى الشخص رغبة ملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس وبالتالي يقوم بتجربته.

يظهر من خلال هذه النقاط حاولت ضم أهم المجالات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي أنّ هذه المواقع متعددة الاستخدامات، لكن ما يجب الاشارة اليه هو أنّ هذه المجالات للتمثيل وليست للحصر لأنّه قد تكون هناك استخدامات أخرى لهذه المواقع، كما يمكن أن تكون هناك استخدامات جديدة مستقبلا خصوصا مع تطور التقنية.

5. الفضاء العمومي والرأي العام

1.5 المجتمع الافتراضي والرأي العام المعارض:

ذهب Shramm في تحديده لمفهوم المجتمع الافتراضي الى القول بأنّ المجتمع الافتراضي هو "عملية تقاسم فضاء للاتصال مع أفراد لا نعرفهم، وغالبا ما يتمّ هذا في الوقت الحقيقي وهو عبارة عن انعكاس للمجتمع الواقعي، لكن لا يوجد فيه اناس فعليّون واتصالات حقيقية كما في الواقع". (حمادة، 2001، صفحة 53) وعزّفه أيضا هارولد راينغولد بأنّه "تجمع اجتماعي ينشأ من شبكة الانترنت حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشاتهم بشكل علني لوقت

كاف من الزمن بمشاعر انسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبراني". (رحومة، 2008، صفحة 65) وعرف مُجد منير حجاب المجتمع الافتراضي بأنه مجتمع يتكوّن من أشخاص متباعدين جغرافيًا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتمّ عبر الشبكات الالكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الاحساس وبالولاء والمشاركة". (حجاب، 2004، صفحة 47)

2.5 سمات المجتمع الافتراضي:

إنّ المجتمع الافتراضي له سماته الخاصة، وهو مجتمع له خصائص تجعله حتماً يختلف عن المجتمع بمفهومه التقليدي لذلك فيمكننا القول أنّ المجتمع الافتراضي له خصوصياته، والتي حددها الباحث "ابراهيم جابر السيد" في مجموعة من النقاط فهو يرى أنّ المجتمع الافتراضي يتّسم بمجموعة من السمات الآتية: (السيد، 2015، صفحة 55)

1.2.5 المرونة واختيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا، بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كلّ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.

2.2.5 لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام يستطيع، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة. (الراوي، 2012، صفحة 100)

3.2.5 من سمات المجتمعات الافتراضية أنّها تنتهي الى عزلة على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، وهذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لشيري تيركل (Turkle, 2011, p. 384) "نحن معا لكننا وحيدان: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟" (مزيد، 2012) فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة وما يكتبون ويتبادلون على الفايبروك عن الزيارات، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كلّ فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.

4.2.5 لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

5.2.5 في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكّم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الافراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

6.2.5 إنّها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الانظمة السياسية، (السيد، 2015، صفحة 56) فالفرد داخل هذه الفضاءات بإمكانه أن يقول ما يشاء بعيدا عن الضوابط التقليدية للمجتمعات وخاصة في المجتمعات السلطوية فالإنترنت فتح مجالا جديدا للتفاعلات القائمة على الحرية وهي تخرج عن سيطرة الدولة فالمجتمع الافتراضي يشكل آلية رئيسية في مناهضة بعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق وذلك من خلال تقريب المسافات والاهتمامات. (Caroline S, 2013, p. 22)

7.2.5 تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج الى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها الى الهوية الشخصية لأنّ من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب، وتوجد أمثلة مهمّة على ظواهر تحوّل الهوية (ريد، 2018، صفحة 108) يدرّس دراسة جادّة ضمن مفاهيم عدّة مثل "التبديل العنصري"، وسياحة الهوية.

6. الطرح الهابرماسي للفضاء العمومي:

تناول المفكر الألماني يورغن هابرماس مفهوم الفضاء العمومي في أطروحته التي نشرت في عام 1960 والتي حملت عنوان "الفضاء العمومي اركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكّون بنيوي للمجتمع البرجوازي" وتطرّق في محتواها الى فكرة ميلاد الفضاء العمومي البرجوازي خلال القرن 18 الذي شهد ميلاد الصحافة التي كانت عبارة عن وسيلة تستخدمها السلطة لنشر أخبار المحاكم والامن وأسعار المنتجات، كما ظهرت فضاءات عامة كالمقاهي والمكتبات والنوادي العامة أين كان البرجوازيون يطرحون فيها أفكارهم ويتناقشون حول قضايا الفن والمسرح والادب. (Gingras, 2009, p. 14)

وتطوّرت هذه الفضاءات بالتوازي مع تنامي القرّاء وتبادل الكتب والمجالات والصحف وأتسم النقاش والحجاج في هذه الفضاءات بالتكافؤ والعقلانية، وعلى هذا النحو فإنّ النقاش العقلاني والحجاجي النقدي يمثلان الوسيلة التي يتشكّل من خلالها الرأي العام باعتباره المعيار الذي اتفق حوله المتحاورون للحسم في مسائل عمليّة تتعلق بالحياة العامة وليس جميعا للآراء الفردية، ومع انتشار التعليم وتطوّر الرأسمالية وظهور وسائط الاعلام الجماهيرية وتطور الاعلان أو الاشهار وتداخل الاخبار والترفيه وتنامي المركزية في كل المجالات تحوّلت الفضاءات العمومية التي تكوّن المجال العمومي الى فضاء للتأثير السياسي وللتسويق وللبحث عن الهيمنة والولاء، فتحوّل الاتصال من وسيلة لتحقيق التفاهم والاتفاق والبحث المشترك عن الحقيقة الى اتصال يسعى الى تكريس الهيمنة، ويعتبر هابرماس في هذا الاطار "وسائط الاعلام تستقطب جمهور المشاهدين والمستمعين ولكنها تسلبهم تلك المسافة التحرّرية أي امكانية الحجاج والكلام والنقض. (الحمامي، 2011، صفحة 16) ونجاح الفضاء العمومي حسب هابرماس مرهون بالعوامل التالية:

1.6 مدى الوصول والانتشار.

2.6 درجة الحكم الذاتي(المواطنون يجب أن يكونوا أحرارا، يتخلصون من الهيمنة والسيطرة)

3.6 رفض الاستراتيجية(كل فرد يجب ان يشارك).

4.6 الفهم والثقة والوضوح في المضمون الاعلامي.

5.6 وجود سياق اجتماعي ملائم.

ويشدّد هابرماس على وجود تعارض بين الدائرة العمومية والدولة وذلك لأنّ الدولة تسعى الى ضبط العلاقات وتطوير وسائل الهيمنة والسيطرة على الرأي العام وتوجيهه نحو أهدافها موظفة كلّ الترسانة القانونية وكلّ وسائل الدعاية في حين أنّ دور الفضاء العمومي يقتصر على نقد آليات السيطرة والهيمنة، معتمدا على العقل وحده لبناء رأي عمومي

قادر على لعب دور الوساطة، إذ يقول: "تلعب الآراء العمومية دور الوساطة بين حاجات المجتمع والدولة". (العلوي، 2016، صفحة 12)

7. طرح أوسكار نيغت للفضاء العمومي المعارض: (البديل)

لقد كان للنظرية التي قدّمها يورغن هابرماس الاثر البالغ على العديد من الباحثين والمنظرين للمدرسة النقدية ممن اهتموا بفكر هابرماس حول الفضاء العمومي البرجوازي وذلك بالنظر الى القيمة الفلسفية والسياسية التي تحملها النظرية، و أوسكار نيغت Oskar Negt أحد الباحثين في فريق هابرماس وقد صاغ نقدا هاما اتخذ شكل نظرية جديدة بديلة تدعى "الفضاء العمومي المعارض"، أو "الفضاء العمومي البروليتاري". (العلوي، 2016) و حاول أوسكار نيغت نقد نظرية هابرماس حول الفضاء العمومي البرجوازي من منطلق أنّ البرجوازية لم تكن وحدها من ساهم بشكل أساسي في نشأة الفضاء العمومي، بل إنّ هناك طبقة اجتماعية أخرى بدونها لا يمكن أن توجد البرجوازية، وهي "الطبقة العاملة"، الى جانب فئات اجتماعية أخرى من قبيل الطلاب الشباب الاجير، النساء، الاجراء...

ولا يلغي الفضاء العمومي البروليتاري (المعارض) الانتماء الطبقي في سبيل نظرية قائمة على منطق الثنائيات، وإنما يقصد به الفضاء المعارض حيث تتشكّل الآراء والمواقف السياسية لسلطة مضادة للسلطة السائدة أو المهيمنة، واستطاع أوسكار نيغت بفضل تجربته السياسية والنقابية والتصاقه بالطبقات الشعبية ابراز أهمية الخبرة والممارسة في تشكّل الفضاء العمومي كفضاء معارض. وميَّز نيغت بين الفضاء العمومي الذي يضم المهنيين (المسؤولين العموميين، المحررين الصحفيين، أطر المنظمات الجماهيرية...)، وبين الفضاء العمومي الذي يضم الجميع، فهو يذهب الى كون الفضاء العمومي يشمل العديد من المؤسسات والانشطة: القوة العمومية، الصحافة، الرأي العام، الجمهور، العلاقات العامة، الشوارع، وكذلك يمثّل حقل تجارب المجتمع، ويشمل كلّ ما يبدو هاما لأعضائه كيفما كانت واقعية أو مفترضة. (Habermas، 2006، صفحة 56)

8. الفضاء العمومي والرأي العام:

وقد أصبح للفضاء الالكتروني دور في تشكيل الرأي العام ليس فقط على المستوى المحلي بل العالمي أيضا وساعد على ذلك الارتباط العالمي بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وقد وبلغ عدد المستخدمين للإنترنت نسب كبيرة جدا، بما انعكس على ظهور فاعلين كثيرين في تشكيل الرأي العام، وذلك بعد تفكّك سيطرة الدولة لوسائل الاعلام والحدّ من قدرتها على التعبئة وحشد الجماهير، كما ساهم الاعلام الجديد أيضا في بروز دور الأفراد والجماعات الذين يمكنهم استخدام الفضاء الالكتروني لنقل وتبادل وانتاج المعلومات ونشرها بين قطاع عريض من الجمهور، وبما يفتح ذلك المجال للتأثير في أولويات القضايا لدى الرأي العام وطبيعة ونمط الفاعلين فيه، وطبيعة التأثير على تشكيل الرأي العام بالإضافة إلى طبيعة المساهمين فيه، وذلك مع بروز الاعلام الالكتروني بطابعه الفردي أمام الاعلام الحكومي الذي كان غالبا يسيطر ويؤثر في تشكيل الرأي العام، ومكّن الاعلام البديل ايضا الافراد من صنع وسيلة اعلام خاصّة بهم وهي سهلة الانتشار ورخيصة التكلفة كما أنّها تتميز أيضا بالتنوع الاعلامي على شكل نص او صوت أو صورة أو فيديو. (صلاح، 2015، صفحة 5).

حتى أنّ صحافة الانترنت هي الاخرى لها دور في تشكيل الرأي العام فهي بإمكانها أن تسهم في إثراء معارف الجمهور والمساهمة في تكوينهم الفكري من خلال المواد الصحفية المختلفة كما يؤدي الى تركيز أنظارهم نحو القضية التي تتصل باهتماماتهم ومن ثم دفعهم لاتخاذ الموقف الذي يتفاعل مع غيره من الآراء ليتبلور في نهاية المطاف الرأي العام إزاء القضية أو المشكلة محور الاهتمام، ومن جانب آخر فإنّ صحافة الانترنت قد استطاعت أن تخلق قادة رأي جدد يتميزون بامتلاك المعلومات المتنوعة التي توفرها صحافة الانترنت والمقدرة على الاتصال وإدارة المناقشات والتأثير وقيادة الرأي العام. (الفلاحي، 2013، صفحة 251)

9. شبكات التواصل الاجتماعي والتغيرات السياسية:

تزداد فاعلية الاعلام الجديد أثناء الازمات والاحداث التاريخية المتسارعة كما هو الحال اليوم حيث تشهد الساحات العربية منعطفات كبرى تجسدت في تغيير بعض أنظمة الحكم الصارمة وصحيح أنّ ما حصل في تونس ومصر وليبيا تحقّق بفعل ارادة الشعوب وتضحياتها وقدرتها على صنع التغيير، الا أنّ الصحيح أيضا أنّ وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي أدّت هي الاخرى دورا حيويا تعدّى مسألة تغطية الاحداث وتحليل المواقف وكشف الآراء وإيصال المعلومات الى دور التعبئة والتنظيم واشغال فتيل الثورات، وبقدر ما أضاف الاتصال الالكتروني الحديث وسائل اعلامية جديدة الى الترسانة الاعلامية للحكومات السلطوية ولكنه بالوقت نفسه وضع بين يدي الجماعات الراضية أو المناوئة للسلطة أدوات اعلامية جديدة للمقاومة والمعارضة دون أن تتمكن السلطة من معرفة مصادرها أو كيفية إدارتها ولم تفلح في منع وصولها، ومن جهة اخرى هناك علاقة طردية بين تطور وسائل الاعلام ونمو ظاهرة الرأي العام، بحيث أصبح يشكّلان وجهين لعملة واحدة. (راضي، 2014، صفحة 24)

ووَقّر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا ثورياً، نقل الاعلام الى آفاق غير مسبوقه، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلّا بشكل نسبي محدود، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطوّر يغيّر من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقّف احتكار صناعة الرسالة الاعلامية لينقلها الى مدى أوسع وأكثر شموليّة وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال وإنّ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفّرت فتحا تاريخيا نقل الاعلام الى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة الا بشكل نسبي محدود، وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثّل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربيّة عبر قدرة هذا النوع من الاعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسيّة، وإنذار لمنافسة الاعلام التقليدي. (عاطف، 2015، صفحة 116).

ولكن في حين يرجع الكثيرون ما حدث في الدول العربية الى شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الشباب الى أنّ هناك من يرى أنّ الحراك الذي عرفته الدول العربيّة لا يعود بالدرجة الاولى مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى أنّ الحراك السياسي هو وليد الازمات والظروف الاجتماعية المتدنيّة التي كانت تعيشها المجتمعات العربيّة، ونعتقد أنّ شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في احياء هذه الانتفاضات التي لم تكن لتتحيا في هذا الوقت بالذات لولا شبكات التواصل الاجتماعي فقد كانت بمثابة الوسيلة التي عجلت في ظهور الحراك، لأنّنا عندما نعود الى غاية هذه الشبكات فسنجد أنّها وسائل "للتواصل" وهذا ما كان ينقص المجتمعات العربيّة من أجل إيقاد شعلة الحراك فالوضع الاجتماعي

والاعلامى تتناهى الكثير من القيود والضغوطات المفروضة على حرية التعبير والتظاهر وكان التواصل الحر والسريع هو الحل. و لم تعد هذه المواقع مجرد وسيلة لنقل الخبر أو التعليق عليه، بل أصبح لها دور في معالجته واثارة النقاش حوله ناهيك عن سرعة الانتشار الكبير التي تنتقل بها المعلومة عبر الفضاء الافتراضى ومنه الى وسائل الاعلام الجماهيرية سواء في الداخل أو الخارج.

وفي نفس السياق أفاد أيضا تقرير لمعهد التنبؤ الاقتصادى للبحر المتوسط الصادر في أوت 2011، بأنّ الانترنت مثّلت أرضية للمقاومة في خدمة الثورات بعد أن لعبت دورا لا يستهان به على صعيد نشر المعلومة عبر المراقبة وهو نفس الاتجاه الذي ذهب اليه صحيفة الغارديان البريطانية التي أفترت هي الاخرى بالدور المحوري لمواقع التواصل الاجتماعى من خلال مستخدميها الذين استخدموا الهواتف النقالة لتسهيل المظاهرات وتوثيق الانتهاكات ثمّ تنزيلها بعد ذلك على شبكة الانترنت وبشكل أساسى على موقع اليوتيوب. (بايشى، 2017، صفحة 341)

واستمر استخدامها من قبل الشباب حتى بعد قيام الثورات نتيجة لإدراكهم بأهمية هذه الشبكات ودورها الفعال في ثورات الربيع العربى، فقد أنشأ العديد من المواطنين مواقع الكترونية على الفيس بوك لتأكيد مطالب الثورة وأهدافها، وحشد المؤيدين لها وتوثيق أحداث الثورة وتضحيات أبناءها، كما أنشأ العديد من المسؤولين مثل هذه المواقع الالكترونية تأكيداً وإعراباً عن الشفافية وتغيير السياسة والاحوال بعد الثورة واشراك المواطنين في ادارة الاوضاع، وقد حاولت أيضا السلطات المناوئة لهذه الثورات الاستفادة من التكنولوجيا المعاصرة في مواجهة الشباب الناصر باستخدام شبكات التواصل الاجتماعى. (شقرة، 2014، صفحة 180)

10. استنتاجات الدراسة:

1.9 ساهمت الثورة التكنولوجية بظهور الاعلام الجديد وتعد الشبكات الاجتماعية اليوم إحدى وسائله التي تضم عددا كبيرا من المستخدمين تجاوز ما تحوزه وسائل الاعلام التقليدية خاصة من الشباب.

2.9 اعادة الاعتبار للجمهور من خلال التفاعلية التي أتاحها الاعلام الجديد، فالجمهور لم يعد سلبيا في وظائفه بل أصبح يساهم في صناعة الرسالة الاعلامية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعى وخصوصا من خلال ما يعرف بصحافة المواطن.

3.9 المجتمع الافتراضى فضاء للاتصال بين مستخدمى الانترنت يتبادلون فيه الآراء ويثرون النقاشات التي تمم واقعه الحقيقى لكن دون أن يكون هناك اتصال مادي فشكل الاتصال يكون افتراضى، لكن هذا النوع من الاتصال ينتقل في بعض الظروف ليكون له أثر على الحياة الواقعية في المجتمع الفعلى والحقيقى.

4.9 انتقال الفضاء العمومى بالطرح الذي قدمه يورغن هابرماس من الواقع الحقيقى الى الفضاء الافتراضى، وتشكل الفضاء العمومى الافتراضى بمدلول جديد يتعلق بالانترنت.

5.9 شبكات التواصل الاجتماعى ليست العامل الوحيد في قيام الانتفاضات والثورات الشعبية بل هناك عوامل أخرى اجتماعية وسياسية أدت الى ظهور هذه الثورات، وكانت الشبكات الاجتماعية وسائل معجلة لقيامها.

6.9 تفكك سيطرة الدولة على وسائل الاعلام والحد من قدرتها على التعبئة وحشد الجماهير وظهور شبكات التواصل الاجتماعي كفضاءات لتشكيل الرأي العام.

11. خاتمة:

إنّ القراءة المتأنية لمفهوم الاعلام الجديد تحيلنا إلى معرفة الأدوار التي تقوم بها وسائله في السياق الاجتماعي والسياسي من أجل تمكين جمهوره من الاستفادة من تلك الوسائل من جهة، وكذا لمجابهة دور وسائل الاعلام التقليدية في ممارسة ما يعرف بالتضليل الاعلامي وخدمة مصالح الأنظمة السياسية على حساب حقوق وحرّيات المجتمعات العربيّة من جهة أخرى، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تعمل على صناعة الرأي العام المعارض عبر ما يتم تداوله من منشورات تدعو الى مقاطعة ما لا يتّفق مع انشغالات الجماهير، ومعارضة ما لا يخدم اهتماماتها، كما أنّها تمكنت من إسماع صوتها ليس فقط على مستوى نطاقها الداخلي بل حتى على الصعيد الخارجي، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي صوت الجماهير الحقيقيّة باعتبار خلوّها من كل أشكال القيود المفروضة على وسائل الاعلام التقليدية.

لذلك تزداد اليوم تحديّات الحكومات في الاستفادة الحقيقية من مزايا مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساهم في قيادة المجتمع الافتراضي قيادة قائمة على الاستغلال الأمثل للفضاء الافتراضي، بمنأى عن الاعتماد الأحادي على وسائل الاعلام التقليدية التي لم تعد فضاءً يستهوي الكثير من الجماهير، كما لم تعد أداة مناسبة من أجل بثّ الحقن السياسية والاعلامية، وهذا ما أكدته الاحصائيات الجديدة التي أفترت بتراجع مشاهدة التلفزيون ومتابعة برامج الأثير فضلا الى تدني مستويات مقروئية الصحف.

12. قائمة المراجع:

12. قائمة المراجع:

- 1- موريس أنجرس(2006) ، "منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية"، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف و سعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر،.
- 2- جابر عبد الحميد جابر، وأحمد خيرى كاظم (1996)، "مناهج البحث في التربية و علم النفس"، دار النهضة العربية، القاهرة،.
- 3- أحمد حسن الرفاعي (1998)، "مناهج البحث العلمي"، ط1، دار وائل للنشر ، الاردن،.
- 4- سمير مُجّد حسين1995، "دراسات في مناهج البحث العلمي" ط2، عالم الكتاب، لبنان.
- 5- خالد بن عبد الله الحلوة(2012)، "الاعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام"، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية لعلوم الاعلام والاتصال، الاعلام الجديد...التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض،.

-
- 6- Karol Jakubowicz(2009), "A New Notion of Media", 1ST Council of Europe Conference of Ministers Responsible for Media and New Communication Services, Reykjavik, Iceland,
- 7- Marlin Lister (2003), « New Media : A Critical Introduction» Routledge, London, Britain. .
- 8- ابراهيم اسماعيل(2014) "الاعلام المعاصر: وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته"، ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، الدوحة، قطر .
- 9- عباس مصطفى صادق(2008) "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة" م،س،ذ.
- 10- مركز الحرب الناعمة للدراسات(2016)، "شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب العالمية الأمريكية"، ط1، مؤمن قريش للنشر و التوزيع، بيروت، لبنان.
- 11- Xue Bai and Oliver Yao,(2009), " Facebook on Campus: the Use and Friend Formation in online Social Network", College of Business and Economics, p02 <http://ssrn.com/abstract=1535141>.
- 12- مروى عصام صلاح(2015)، "الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل"، ط1، دار الاصدار للعلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،.
- 13- بسيوني ابراهيم حمادة(2001)، "حرية الاعلام الالكتروني الدولي والسيادة الدوليّة"، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، مصر.
- 14- علي مُجّد رحومة(2008)، "علم الاجتماع الآلي"، علم المعرفة ، العدد 347، الكويت.
- 15- مُجّد منير حجاب(2004)، "المعجم الاعلامي"، دار الفجر، القاهرة، مصر.
- 16- ابراهيم جابر السيّد(2015)، "الاعلام والمجتمع"، دار التعليم الجامعي ، ليبيا.
- 17- بشرى جميل الراوي(2012)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري"، مجلّة العلوم السياسية، العدد44، بغداد.
- 18- Sherry Turkle, (2011)« A Lone Together: Why we Expect More from Technology and Less from Each Other», Basic Books, New York.
- 19- بماء الدين مُجّد مزيد "المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية"، جامعة الامارات المتحدة.
- 21- Caroline S, Sheedy(2013)« Social Media for Social Change: a Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution» Unpublished

MA Thesis Faculty of the School of communication, State University of New York,.

22- تي في ريد(2018)، "الحياة الرقمية: الثقافة والسلطة والتغير الاجتماعي في عصر الانترنت"، تر: نشوى ماهر كرم الله، العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية.

23- Anne Marie Gingras(2009), « Media et démocratie le grand malentendu », PU Québec ,.

24- الصادق الحمادي(2011)، "الميديا الجديدة والمجال العمومي: الاحياء والانبعاث"، مجلة الاذاعات العربية، اتحاد اذاعات الدول العربية.

25- رشيد العلوي(2022)، "الفضاء العمومي من هابرماس الى نانسي فريزر" مؤمنون بلا حدود للبحوث والدراسات، قسم العلوم الانسانية والفلسفة.

26- رشيد العلوي(2016)، "الفضاء العمومي المعارض: نقد أطروحة هابرماس"، مؤمنون بلا حدود للدراسات، <https://www.mominoun.com/articles/24456>

27- Habermas, (2006) “ l’espace public”, Paris, Payot .

28 - Alain Lefebvre, (2002)« Les Réseaux Sociaux Pivot de L’internet 2.0 » MM 2 Edition, Paris.

29 - Boltanski, L . (1999) « Le Nouvel Esprit du Capitalisme » Gallimard.

30- صلاح عبد الحميد، بمنى عاطف(2015)، "الاعلام والفضاء الالكتروني"، ط1، أطلس للنشر والانتاج الاعلامي، مصر.

31- حسين علي ابراهيم الفلاح(2013)، "الاعلام التقليدي والاعلام الجديد: دراسة في صور ومظاهر من الاعلام التقليدي والاعلام الجديد"، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن.

32- محمد فخري راضي(2014)، "دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي" ط1، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

33- صلاح عبد الحميد، بمنى عاطف(2015)، "الاعلام والفضاء الالكتروني"، ط1، أطلس للنشر والانتاج الاعلامي، مصر.

34- بايشي عبد الحميد(2017)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي"، مجلة رفوف ، العدد الحادي عشر، الجزائر.

35- علي خليل شقرة (2014) "الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان.

36- مُجَد مصطفى رفعت، (2018) "الرأي العام في الواقع الافتراضي: وقوة التعبئة الافتراضية"، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر.