



جمعية نجوم الأمل
لتمكين النساء ذوات الإعاقة
Stars Of Hope
٢٠١٤

الإعلام الاجتماعي لمشاركة سياسية فاعلة للنساء ذوات الإعاقة

دليل تدريبي





إصدار جمعية نجوم الأمل لتمكين النساء ذوات الإعاقة

بالتعاقد مع شركة أجيليتي للاستشارات الإدارية والمالية بالتعاون مع الاستاذ احمد غانم

اشراف و دعم فني : علا ابو الغيب

كانون الثاني ٢٠١٤

تم إصدار هذا الدليل التدريبي ضمن مشروع: "علي صوتك"

لتعزيز المشاركة السياسية للنساء ذوات الاعاقة في مصر، والاردن، وفلسطين

٢٠١٣ - ٢٠١٤

بدعم مادي من "صندوق دعم المساواة بين الجنسين /هيئة الأمم المتحدة للمرأة".

حيث ان الاراء الواردة في هذا الدليل تعبر عن وجهة نظر جمعية نجوم الامل لتمكين النساء ذوات الاعاقة ولا تعكس بالتالي وجهة النظر الرسمية للصندوق، او هيئة الامم المتحدة للمرأة، او الامم المتحدة، او اي منظمة منبثقة عنها.

المحتويات

٤	مقدمة عن هذا الدليل
٥	مقدمة عن الشبكات الاجتماعية
٥	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية الدامجة
٦	النوع الاجتماعي والإعاقة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
٨	وسائل الاعلام الاجتماعي
٩	دور وسائل الاعلام الاجتماعي في:
٩	دور وسائل الاعلام الاجتماعي في التمكين المرأة في الشرق الأوسط
١٠	دور وسائل الاعلام الاجتماعي في المشاركة السياسية والتغيير في الشرق الأوسط
١٠	دور وسائل الاعلام الاجتماعي في الدعوة وكسب التأييد
١١	استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي:
١١	أدوات وسائل الاعلام الاجتماعي
١١	تويتر
١٣	الفيسبوك
١٥	المدونات
١٧	يوتيوب
٢٠	تطوير المحتوى لوسائل الإعلام الاجتماعي
٢١	إتاحة المحتوى لوسائل الإعلام الاجتماعي
٢٣	الإشراك والدمج الاجتماعي للنساء ذوات الإعاقة من خلال وسائل الاعلام الاجتماعي:
٢٣	التخطيط
٢٥	الرصد والتقييم
٢٧	ملحق ١: قالب خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعي
٣٠	ملحق ٢: استبيان حول استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
	ملحق ٣: إنفوجرافيك نمط استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين الناشطات في مجال حقوق
٣٥	المرأة ذات الإعاقة
٣٨	المراجع

تم استخدام صناديق النصوص لتحتوي علي:

معلومات إضافية

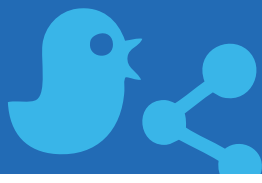


موارد وأدلة هامة يمكن استخدامها من على شبكة الإنترنت



تحذير عن أمور هامة يجب الانتباه إليها أثناء التطبيق





مقدمة عن هذا الدليل

تم تأسيس جمعية نجوم الأمل كمحاولة لتلبية احتياجات النساء ذوات الإعاقة وتقديم الدعم لهن في سبيل نيل حقوقهن. حيث ان مبادرة تأسيس جمعية نجوم الأمل والتي أنشأت من قبل مجموعة من النساء ذوات الإعاقة الناشطات في مجال الاعاقة تبلورت بواقع الإدراك العميق بالواقع الصعب الذي تمر به أخواتنا من النساء ذوات الاعاقة. ومنذ تأسيسها في ٢٠٠٧، حرصت الجمعية على زيادة الوعي حول النساء ذوات الإعاقة، بالإضافة لتعزيز المساواة في التعليم، والعمل وجميع مناحي الحياة. وعلاوة على ذلك، فقد كان للجمعية ادوار فاعلة في زيادة وعي النساء ذوات الإعاقة لحقوقهن، وكذلك بناء قدراتهن وتطوير مهارتهن المهنية لزيادة فرصهن في الوصول لفرص عمل متكافئة.

كما تهدف جمعية نجوم الأمل إلى تطوير واقع المرأة ذات الإعاقة وتعزيز قدراتها على المشاركة في خدمة مجتمعه من خلال تشجيع مشاركة المرأة ذات الإعاقة بالمجتمع بشكل فعال، في جميع نواحي الحياة الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية والثقافية. وكذلك الدفاع عن القضايا التي تهم المرأة ذات الإعاقة والسعي لرفعها وتقديمها. وتسعى الجمعية لتمثيل المرأة ذات الإعاقة على المستوى الوطني من خلال الدفاع عن قضاياها بشكل مستمر، وتقديم المشورة حول صياغة استراتيجيات وطنية لإدماجها وتوفير فرص العمل والتدريب، وهذا يعني أنه أينما يكون ذلك ممكناً سنقوم بتوظيف النساء ذوات الإعاقة لإدارة المشاريع وتقديم المشورة، وتقوم فلسفتنا على أنه يجب مكافأة هؤلاء النساء بشكل عادل عن عملهن وقدرتهن بما في ذلك إدخالهن في العمليات الاستشارية، وعمليات المراجعة، واللجان الإدارية، والاستشارية، والمجموعات العاملة على المستويات المحلية والوطنية.

يأتي مشروع "علي صوتك" كاحدى اهم مبادرات جمعية نجوم الأمل والذي يهدف لتعزيز المشاركة الفعالة للنساء ذوات الإعاقة و منظماتهن في فلسطين، والأردن، ومصر في عمليات الانتقال السياسي وتأثيرها على الجهات الحكومية والجهات المدنية الفاعلة في المجتمع وذلك من خلال تطوير قدرات النساء ذوات الإعاقة ومنظماتهن في مجال حقوق الإعاقة والجندر، الممارسات السياسية وحملات التأييد، وتعزيز الحملات المبتكرة والممارسات الجيدة في تعزيز المشاركة السياسية، بالإضافة لتطوير الشبكات والتنسيق وتعزيز حوار النساء ذوات الإعاقة ومنظماتهن مع غيرها من منظمات المجتمع المدني الفاعلة (وخصوصاً منظمات حقوق المرأة) والفاعلين السياسيين، والمؤسسات على المستوى الوطني والإقليمي والذي يهدف الى ضمان سماع أصوات النساء ذوات الإعاقة وأنها تلعب دوراً ناشطاً في عمليات الإصلاح القانوني والسياسي في هذه الفترة الإنتقالية الحرجة في المنطقة.

ونظراً للقيود التي تواجهها النساء ذوات الإعاقة بسبب الإعاقة والنوع الاجتماعي، يعتبر استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكثر الوسائل فعالية في العمل السياسي، والتواصل والتمكين. لهذا تم تطوير هذا الدليل التوجيهي بشأن الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام الاجتماعية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بواسطة ومن أجل النساء ذوات الإعاقة لتعزيز فهمهن ومشاركتهن السياسية في الأردن وفلسطين ومصر. أعتمد الدليل في محتواه على خبرات نجوم الأمل وخبرات منظمات المجتمع المدني الأخرى في تسخير وسائل الإعلام الاجتماعي في الدعوة والمناداة والتحرك المجتمعي.

ويعتبر هذا الدليل التوجيهي خطوة من ضمن عدة خطوات من أجل توظيف فعال لوسائل الإعلام الاجتماعي في قضايا النساء ذوات الإعاقة حيث سبقها تقييم المعارف والمهارات والاحتياجات ذات الصلة الحالية للنساء ذوات الإعاقة في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيتبعها دعم المنظمات الشريكة من خلال التدريب ودعم عملية وضع خطط لتوظيف وسائل الإعلام الاجتماعي في كل بلد لإستخدامها من قبل النساء ذوات الإعاقة واللجان التوجيهية.



مقدمة عن الشبكات الاجتماعية

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات.

ماهي الشبكات الاجتماعية؟

شبكات التواصل الاجتماعي هي مجموعات من الأشخاص والمنظمات يرتبطون مع بعضهم البعض بطرق مختلفة بشكل طوعي من خلال مصالح أو انتماءات مشتركة بحيث يمكننا الاستفادة منها من أجل العمل الاجتماعي الذي نقوم به. وهكذا ندخل أشخاص جدد وموارد جديدة ونوفر الوقت. فيما يسمى بتعظيم رأس المال الاجتماعي والذي يجعل العلاقات ذات معنى ومرنة تتسم بالثقة والتبادل. يمكن أن تساعد وسائل الإعلام الاجتماعي على بناء رأس المال الاجتماعي للأسباب التالية:

- شبكات التواصل الاجتماعي تجعل من السهل العثور على الناس على الانترنت
- تعزيز عامل الصدفة عن طريق مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حيث يتواصل الناس على أساس مصالحهم أو صداقاتهم
- سهولة التبادل^١

ويعتبر التسويق الاجتماعي من أهم استخدامات الشبكات في العمل الاجتماعي حيث يتم "التعريف بقضيتك للجمهور المستهدف بطريقة تضمن تحقيق رد الفعل المرغوب فيه من قبل هذا الجمهور بشكل يمكن قياسه بمدى مؤثراتهم لهذه القضية"

حيث لا يهدف التسويق الاجتماعي في حد ذاته إلى تسويق منتج أو خدمة بل التأثير على سلوك اجتماعي لإفادة الجماهير المستهدفة والمجتمع عامة من خلال تغيير السلوكيات بما يفيد الأفراد والمجتمعات ويمكن لأي شخص تنفيذ برامج التسويق الاجتماعي: الأفراد، والجماعات غير الرسمية، وكذلك المنظمات الرسمية سواء كانت تسعى للربح أو لا تسعى^٢.

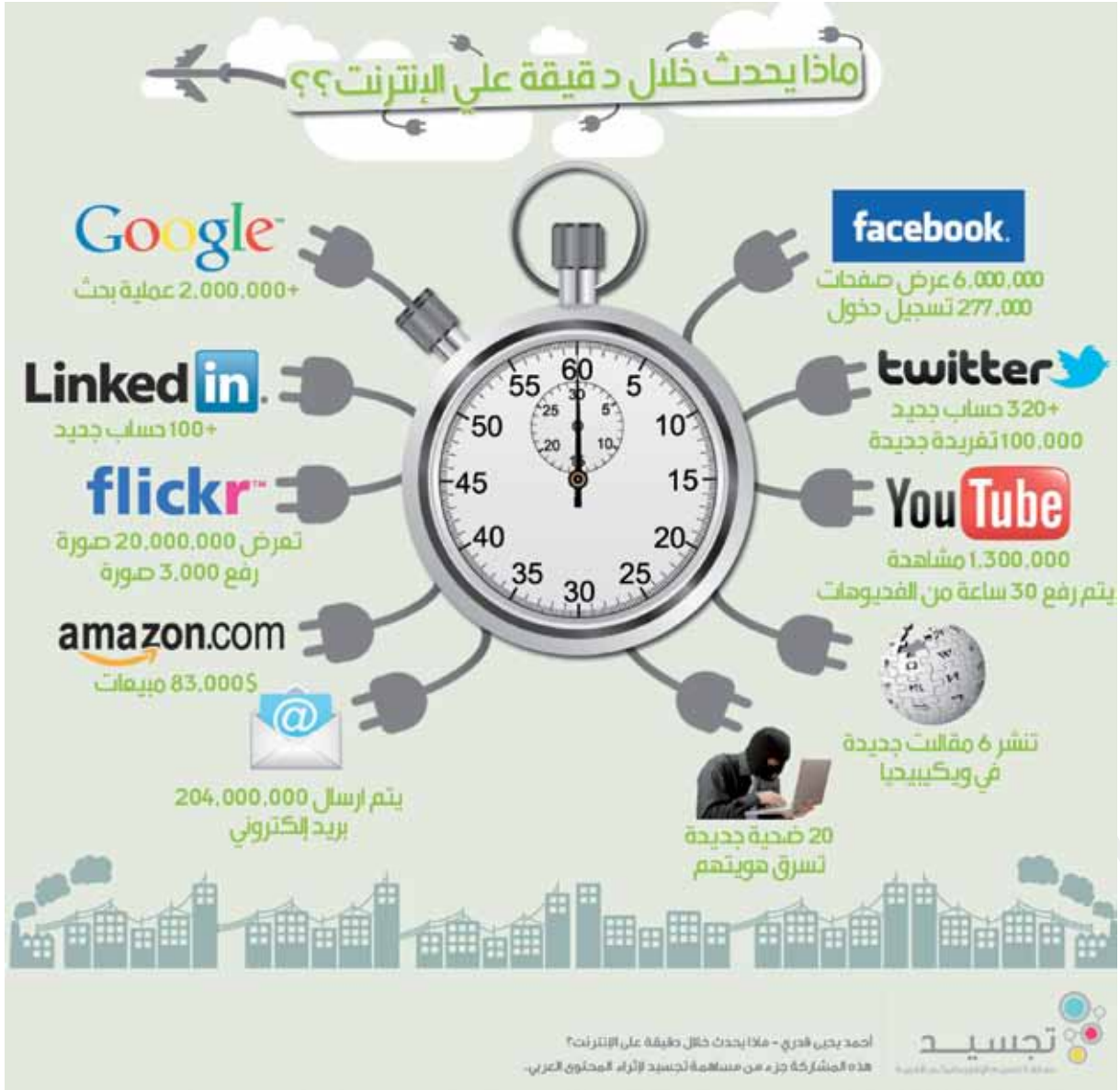
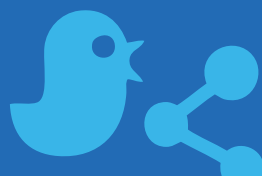
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية الدامجة

"إذا كانت المعلومات والمعرفة أساسيتان بالنسبة للديمقراطية، فهما شرطان للتنمية"

كوفي أنان، السكرتير العام للأمم المتحدة

إن دمج الأشخاص ذوي الإعاقة وخاصة النساء في جميع جوانب المجتمع هو أحد التحديات المتبقية من جدول أعمال التنمية العالمية. فمع التصديق واسع النطاق لاتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة أصبحت تلك خطوة هامة إلى الأمام في تعزيز إدماج الأشخاص ذوي الإعاقة وتحويل استبعادهم الاجتماعي والاقتصادي إلى قضية حقوق إنسان.

وفي نفس السياق أصبح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يسمح بإزالة العديد من الحواجز المتبقية التي تواجه الأشخاص ذوي الإعاقة على نحو متزايد في كل جانب من جوانب العالم المعاصر، وأصبحت هذه التكنولوجيا في كل مكان قوة إيجابية في التحول وعنصراً حاسماً في التنمية الشخصية والتمكين وإطار مؤسسي للتنمية الشاملة. وعندما يمكن للأشخاص ذوي الإعاقة الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يصبح لديهم القدرة غير المسبوقة في الحصول على التعليم والتدريب على المهارات وفرص العمل، فضلاً عن فرصة للمشاركة في الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لمجتمعاتهم.



وكذلك أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدوات حيوية لتطوير حلول مبتكرة لمواجهة تحديات التنمية. ومع ذلك، من أجل تعزيز التنمية ذات مغزى فمن الضروري أن يفهم الناس كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمنافع التي يمكن أن توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى بلادهم والمنطقة وكذلك قضيتهم.

كما على الفئات المهمشة الماضي قدما للدفاع عن قضاياهم في المجتمع في السنوات المقبلة، ولعب دور رئيسي في توعية وتحريك واضعي السياسات وصانعي القرار الرئيسيين في الحكومة والأوساط الأكاديمية والقطاع الخاص والمجتمع المدني من خلال رفع قدرتهم على التعرف والاستفادة من الربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأهداف التنموية الدامجة لهم.

ومن هذا المنظور، فإن خلق كتلة حرجية من النشطاء وقادة المستقبل يمتلكون فهم شامل لإمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية الدامجة مع وجود المهارات الأساسية للاستفادة من الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو شرط ملح لتحقيق تكافؤ الفرص والمساواة.

النوع الاجتماعي والإعاقة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم العوامل في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية في العالم، أنها الأداة التي توفر أهداف التنمية في القضاء على الأمية والفقر والجوع وتمثل مكوناً هاماً من مكونات

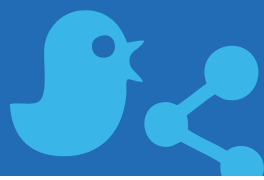


التنمية المستدامة في الاقتصاد القائم على المعرفة وذلك من خلال إدماج التكنولوجيات الجديدة في خطط واستراتيجيات التنمية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية مع العمل على تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية. لقد استطاعت هذه التقنية أن تحتل مكانة أساسية في شتى مجالات الحياة، وأصبحت المحرك الديناميكي للتطور، تنمية القدرة على الإبداع وبناء القدرات لتعزيز التنافسية وزيادة النمو الاقتصادي وتوليد فرص عمل وتقليص الفقر وخاصة إذا تم استخدام هذه التكنولوجيات من قبل الفئات المهمشة حيث تؤثر قلة الفرص الاقتصادية والتعليمية والاجتماعية تأثيرا بالغاً عليهم ، وغالبا ما تكون التحديات التي تواجههم عند الانضمام إلى الحياة الاجتماعية والاقتصادية تحديات معقدة.^٢

ومن هنا كان من الضروري إعتداد التنمية الدامجة التي تستهدف ضمان اخذ وضع النساء والرجال والأشخاص ذوي الإعاقة والفئات الأخرى في الاعتبار عند وضع وتطبيق ومتابعة وتقييم السياسات والبرامج في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعلى كافة الأصعدة بحيث يتمكن الجميع على السواء الاستفادة منها.

حيث يتم إزالة الحواجز البيئية، المعلوماتية والتوجهاتية (المبنية على الاتجاهات) التي يمكن أن تمنع بعض الأشخاص من المشاركة، بالإضافة إلى توفير خدمات نشطة تهدف لمساندة ودعم المشاركة. ليكون المجتمع شاملا.





وسائل الاعلام الاجتماعي

الإعلام الاجتماعي: «هو 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».

وتشير أيضاً إلى: «الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع»^٤.

حيث تمثل وسائل الإعلام الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.^٥

التغيير الاجتماعي يعني أي جهود تتخذ من قبل الناس والمنظمات لجعل العالم مكاناً أفضل. ويشمل جهود حملات التأييد والخدمات المباشرة، فضلاً عن التواصل بين الناس خارج المنظمات حول التحديات التي تواجه الشعوب والمجتمعات. إذا كان القصد من ذلك هو فهم وتحديد المشاكل، وتحسين حياة الناس، أو تعزيز المجتمعات المحلية، فإننا نعتبر هذه الجهود جزءاً من مجموعة واسعة من التغيير الاجتماعي.

إن وسائل الاعلام الاجتماعي تزود الشبكات الاجتماعية بالقوة من أجل التغيير الاجتماعي. ولكن يجب أن لا يكون التركيز على الأدوات التكنولوجية أكثر من الطرق الاجتماعية في العمل. فالبشر يريدون ويحتاجون للتواصل مع بعضهم البعض بطرق ذات معنى. هذه التواصل التي يجري من خلال الشبكات الاجتماعية هو بمثابة قنوات لإجراء المحادثات التي تغذي التغيير الاجتماعي. والهدف من الوسائل التكنولوجية هنا هو تحفيز وإدارة تلك المحادثات. والتواصل من خلال وسائل الاعلام الاجتماعي تشمل اتجاهين:

- التواصل بين الجمهور بعضه البعض.
- التواصل بين الجمهور والمنظمات.

كما يشمل التواصل أيضاً تبادل المعلومات على الانترنت، مثل الصور الفوتوغرافية والفيديوهات للأصدقاء أو عامة الجمهور لرؤيتها والتعليق عليها، وكتابة ونشر مدونة يشير حديث في قسم التعليقات، وزيادة الوعي لمسألة ما على الفيس بوك. التواصل هي شريان الحياة لجهود التغيير الاجتماعي. بدونها، فإن الناس لا يتبرعون أو يحتجون أو يغيرون أفكارهم، أو يضعون قوانين جديدة.^٦

وسائل الاعلام الاجتماعي في العالم العربي^٧

عندما نتحدث عن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي في العالم العربي، علينا أن نأخذ بعين الاعتبار العديد من الاختلافات التي تميز العالم العربي عن أجزاء أخرى من العالم. فمن السهل العثور على دليل وأدوات مكتوبة من منظور غربي، ولكن ليس من منظور عربي. فيما يلي بعض النقاط التي يجب وضعها في الاعتبار:

- عدم تطور استخدام الإنترنت في العالم العربي كما هو الحال في أجزاء أخرى من العالم.
- اختلاف البنية التحتية بين بلد وآخر وداخل البلدان نفسها. فاستخدام الانترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي يختلف اختلافاً كبيراً من بلد إلى آخر. ويمكن الإشارة إلى أن الفيس بوك يحظى بشعبية كبيرة في جميع أنحاء المنطقة.
- ينظر إلى وسائل الاعلام الاجتماعي كصلة اتصال مفيدة بوسائل الإعلام الغربية وحكوماتها، كما اتضح في تونس ومصر.
- تكلفة الوصول إلى الإنترنت والاتصالات في المتوسط أعلى في العديد من الدول العربية مما هي عليه في أجزاء أخرى من العالم.
- المحتوى العربي يشكل أقل من حوالي ١٪ من محتوى شبكة الانترنت، وهذا يعني أن استخدام شبكة الاتصالات في كثير من



الأحيان يعني الحاجة إلى العمل بلغة وثقافة أخرى.

- تقوم الدولة و / أو الأحزاب السياسية بالسيطرة على وسائل الإعلام التقليدية على نطاق واسع، وأحياناً تتعرض وسائل الإعلام تلك للرقابة.
 - أجهزة الهواتف المحمولة قد تكون أكثر فائدة في المناطق الريفية و / أو البلدان التي تشهد انتشار كثيف للهواتف المحمولة.
 - وبصفة عامة، فإن الثقافة العربية تعتمد على المعلومات من الروابط الاجتماعية أكثر من اعتمادها على المؤسسات الرسمية أو البيانات.
 - الخصوصية والقضايا الأمنية تختلف عن تلك الموجودة في الغرب، وخاصة فيما يتعلق بالرقابة الحكومية والبريد غير المرغوب فيه (spam)
 - يجب أن نكون أكثر حذراً في كيفية تمثيل الآخرين، حتى لا نكشف هويتهم دون أن ندري
 - يجب أن نعرف بيئة وسائل الإعلام الخاصة بنا وقوانينها، حتى يتسنى لنا فهم المخاطر، على سبيل المثال، السماح للآخرين بالنشر و/أو بالمساهمة في وجودنا على الانترنت.
- ونظراً لهذه التحديات، قد تكون وسائل الاعلام الاجتماعي، في كثير من الأحيان، طريقاً غير مباشر للتغيير بالمقارنة مع الأساليب الأخرى وإن كانت لا تزال هامة.

دور وسائل الاعلام الاجتماعي:

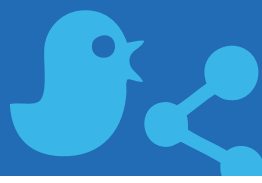
تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدواراً عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: ”نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً^٨.

دور وسائل الاعلام الاجتماعي في التمكين المرأة في الشرق الأوسط

تتحقق التنمية عندما يتم توفير الآليات والأساليب لكل فرد للحصول على فرص متساوية ومتكافئة ومن خلال توفير الظروف المناسبة للأفراد حتى يتمكنوا من رفع إنتاجيتهم في ظل عدالة اجتماعية: تساوي الأفراد في الحصول على نفس الفرص. ولكن لتحقيق ذلك يجب تمكين الفئات المهمشة من خلال توفير الوسائل الثقافية والتعليمية والمادية حتى يتمكن الأفراد من المشاركة في اتخاذ القرار والتحكم في الموارد التي تعنيهم.

إن التغييرات الجذرية الناتجة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد خلقت فرصاً اقتصادية واجتماعية جديدة في أنحاء العالم كافة. لكن استغلال هذه الفرص لا يزال، في واقع الأمر، محكوماً بمختلف علاقات القوى في العالم حيث عادة ما تفتقد النساء، وخاصة الفقيرات وذوات الإعاقة، إلى البنية الأساسية، والمهارات، والتعليم ومعرفة اللغة الإنجليزية - وهي العناصر الضرورية لاستفادتهن من الفرص التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. بشكل عام ووسائل الإعلام الاجتماعي بشكل خاص بيد أن بعض الأفراد والمنظمات تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز المساواة والتغيير الاجتماعي.

فعلى الرغم من التحديات العديدة التي تواجه تحقيق الإنصاف في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، استخدم كثير من الفاعلين في المجال الاجتماعي تلك التكنولوجيا بوصفها أداة للتحويل الاجتماعي والمساواة. فقد بدأت برامج الحكومة الإلكترونية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم بعض الخدمات الحكومية (البحرين ومصر والأردن والكويت ولبنان وموريتانيا والمغرب وقطر والسعودية وسوريا وتونس والإمارات العربية)^٩، وفي بعض الحالات من خلال استراتيجية واضحة تضمن وصول تلك الخدمات إلى النساء والأشخاص ذوي الإعاقة وغيرهن ممن يواجهون صعوبات في الوصول إليها وأسهم البريد الإلكتروني ونشرات الإنترنت في تمكين النساء من التواصل على مستوى عالمي، مما أسفر عن زيادة التعاون لإعطاء دفعة إلى أجندة المساواة بين الجنسين.



تقدم وسائل الاعلام الاجتماعي ميزات رائعة بالفعل من زاوية تيسير الاتصال، وتوفير إمكانات للتفاعل غير مسبوق، وتحقيق فاعلية تخزين واستدعاء المعلومات، لكن تلك التكنولوجيا لا تتوفر عالمياً.

لقد ساهمت التحولات الاجتماعية والسياسية التي تجتاح المنطقة العربية في تمكين قطاعات عريضة من المجتمع، وأزالت الكثير من الصور النمطية عن الشباب العربي والنساء إلى القوى الأساسية الدافعة للتغيير في المنطقة، وفي حين زادت مشاركة المرأة على وجه الخصوص في الحركات السياسية والشعبية، ولعبت دوراً قيادياً رئيسياً في تلك التغييرات التاريخية السريعة التي اجتاحت المنطقة.^{١١}

حيث من الواضح عمق تأثير الإعلام الاجتماعي على المرأة العربية ودورها كأداة لتمكينها. حيث أن وسائل الإعلام الاجتماعي قادرة فعلياً على تعزيز مشاركة النساء في الساحات القانونية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والشعبية، على الرغم من الاختلاف حول ما إذا كان غياب التغيير الفعلي في التشريعات والحقوق المعنية بالمساواة على أرض الواقع سيحد من آثار الإعلام الاجتماعي في تمكين النساء فعلياً.^{١٢}

دور وسائل الاعلام الاجتماعي في المشاركة السياسية والتغيير في الشرق الأوسط

لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها.^{١٣}

ولقد لعبت التحولات الاجتماعية والسياسية التي حدثت عبر المنطقة دوراً مهماً في مجابهة الصور النمطية للمرأة العربية باعتبارها طرفاً مهزوماً وخانعاً. وساهم الدور القيادي الذي لعبته المرأة في تنظيم الحراك المدني والمشاركة فيها للرجل في تغيير المشهد السياسي في بلدهم. في تونس ومصر واليمن على وجه الخصوص في دعم مكانتها كشريك مساو وكان أوضح اعتراف بهذا الدور القيادي هو منح جائزة نوبل للسلام لسيدة عربية وهي توكل كرمان، الناشطة السياسية والقيادية اليمنية. وسيوضح في الفترة القادمة ما إذا كانت مشاركة المرأة العربية السياسية والأهلية ستبقى قوية بعد انقضاء ما بات يسمى بـ «الربيع العربي».

على المستوى الإقليمي، أظهر تقرير الإعلام العربي الثالث أن وسائل الإعلام الاجتماعي يمكنها أن تشكل أداة لتمكين المرأة، وتعزيز مشاركتها في أوجه حياتها المتعددة بما في ذلك المجالات القانونية بتشجيع حقوق المرأة، والاقتصادية بتعزيز فرص العمل وزيادة الأعمال، والسياسية بزيادة المشاركة السياسية، والاجتماعية عن طريق التعبير عن نفسها وتشجيع التغيير الاجتماعي. مع التركيز على الدور الإيجابي الذي تلعبه وسائل الإعلام الاجتماعي في تحقيق المساواة في المشاركة السياسية.^{١٤}

الفضوة:

ما زال الرجال يشكلون ضعف عدد النساء المستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعي في الوطن العربي. حيث تواجه النساء في الوطن العربي عقبات كثيرة تعيق استخدامهن لوسائل الإعلام الاجتماعي مثل العقبات البيئية والشخصية. حيث تشكل العوامل البيئية أكبر عقبة تعيق استخدام المرأة العربية لوسائل الإعلام الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص القيود المجتمعية والثقافية، بالإضافة إلى إمكانية الوصول لتقنيات المعلومات والاتصالات ونقص المحتوى المعني بالمرأة. من ناحية أخرى، العوامل الشخصية والتي ترتبط أكثر بمهارات وقدرات مستخدمى وسائل الإعلام الاجتماعي من النساء أنفسهن مثل مستوى التعليم، والإلمام بتكنولوجيا المعلومات والثقة في الإعلام الاجتماعي كوسيلة للتواصل ومستويات الثقة في أمن وخصوصية تكنولوجيا المعلومات.

وبالرغم من عدم وجود إحصاءات دقيقة تخص النساء ذوات الإعاقة إلا أنه يمكن تقدير أن النسبة أقل بكثير إذا وضعنا في الاعتبار غياب وسائل الإتاحة الإلكترونية كالفارمات الإلكترونية مثلاً، وزيادة المعوقات المشتركة نتيجة للتمييز المزدوج.

دور وسائل الاعلام الاجتماعي في الدعوة وكسب التأييد

المقصود من الدعوة هو التأثير لتغيير الأفكار والآراء، وإعادة هيكلة المناقشات لتغيير موازين القوة، داخل الحركات الاجتماعية وتقليدياً كانت الدعوة وكسب التأييد منحصر في جماعات الضغط، النشاط، ومنظمات المجتمع المدني. ولكن مع ظهور وسائل الاعلام الاجتماعي يتم توسيع من يستخدم الدعوة للتأثير من خلال الشبكات والعلاقات الاجتماعية حيث من الممكن أن يصبح



للجميع صوت مسموع.

ويمكن اعتبار الاعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل وشريك أساسي أكثر منه متلقي سلبي. حيث يوفر الفرصة للمجتمع المدني والنشطاء من خلال مكوناته المختلفة للتواصل مع بعضهم البعض ولتجاوزوا في ما بينهم ومع المجتمع ويقدم أيضا امكانية مفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفعالية في تواصل مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.

ويوفر الإعلام الاجتماعي للدعوة وكسب التأييد إثراء علي عدة مستويات:

- البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الاتصال".
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.
- أنماط معالجة اعلامية تخرج عن الأمور الإعتيادية.
- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً.
- لكل متلقي الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل.^{١٤}

إن الإعلام الاجتماعي أصبح من أفضل الوسائل لايصال رسالتك إلى أكبر عدد من الناس. ولكن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي لا يعني إنك تقوم بالدعوة بصورة فعالة، ينبغي أن يكون لدينا خطة واضحة عن من هو الجمهور المستهدف لكسب التأييد، ما هو وسائل الإعلام الاجتماعي الأكثر ملاءمة لهذا الجمهور، وما النتائج التي نأمل أن نصل إليها.

كما يجب أن نضع في اعتبارنا أن مثل كل التكنولوجيا وسائل الاعلام الاجتماعي في تغير مستمر ومتزايد مما يستلزم إعادة تقييم الإعلام الاجتماعي كأداة للمناداة بشكل مستمر.

استخدام الاعلام الاجتماعي في الدعوة الرقمية ضمن دليل التنظيم للمناداة الفعالة (اللغة الانجليزية)
<http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/advocacy/direct-action/electronic-advocacy/main>



استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي

أدوات وسائل الاعلام الاجتماعي

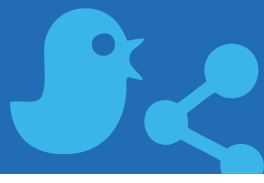


تويتر

فكرة تويتر الرئيسية هي تقديم خدمة "تدوين مصغر"، بحيث يسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم أو آرائهم أو الأنشطة التي يمارسونها في هذه اللحظة بعد أقصى ١٤٠ حرف للتدوينة الواحدة. سواءا بطريقة مباشرة عن طريق الموقع أو عن طريق ربط الهاتف النقال بالموقع، أو عن طريق ربط الموقع بمواقع اجتماعية أخرى مثل الفيس بوك وغيرها.

كما يتيح الموقع للمستخدم الإطلاع على كافة الاهتمامات التي يتابعها، عن طريق متابعته Follow للصفحات التي يهتم بها، حيث يمكنه متابعة كافة التحديثات في المواقع التي يفضلها، والتعليق عليها ومشاركتها مع أصدقائه.^{١٥}

باعتباره وسيلة للتدوين المختصر بما لا يتجاوز ١٤٠ حرفاً كحد أقصى، يسمح تويتر بقراءة المعلومات المتسارعة الوتيرة على الإنترنت أو إرسالها على شكل رسالة نصية إلى جهاز جوال. ثم يمكن بعد ذلك إعادة تداول المعلومات وإرسالها من جديد عبر تويتر لآخرين، مما يؤدي إلى تداول المعلومات وتوزيعها بكثافة على نطاق واسع فتكون أكثر انتشاراً مما لو توزعت من خلال قنوات وسائل الإعلام التقليدية.



يمكن أن يكون تويتر فعالاً للغاية في الاتصالات المتعلقة بحالات الطوارئ والاستجابة السريعة - سواء لإرسال معلومات عن الموارد المتاحة عند حدوث الأزمات أو للحصول على معلومات حول الأشخاص الذين يحتاجون إلى المساعدة. وطبقاً لما ذكره مكتب ولاية ماستشوستس للشؤون الإدارية والمالية في حزمة المعلومات المنشورة على الإنترنت حول استخدام تويتر، «إن عدم المشاركة والانخراط على موقع تويتر، في بعض الأحيان، يؤدي إلى إطالة فترة الأزمة، لأن المشكلة فقط، وليس الحل، هو ما يجري تداوله وإعادة إرساله.»

يمكن أيضاً أن يكون تويتر وسيلة رائعة لإجراء حوارات مع المواطنين. فمن خلال خاصية البحث عن الرسائل في تويتر يمكنك أيضاً القيام بالبحث عن "مستوى الاهتمام الجماهيري" بالقضايا أو ما يشغل بال المواطنين ومعرفة آرائهم حول سياسة بعينها. كما أن الأسئلة المتداولة في تويتر هي طريقة رائعة لاختبار صلاحية الأفكار بين الناس واستباق تحقيقات وسائل الإعلام.

وباستخدام علامة هاشتاغ (المعروفة أيضاً باسم مدخل المدونة الصغيرة) - وهي علامة # توضع قبل كلمة أو عبارة لتسهيل تتبع ما كتب عنها - يمكنك توجيه القراء إلى محتوى معين. على سبيل المثال، فإن #الموضوع سوف يوجه المستخدم إلى موضوع معين. ويمكن توجيه الحاضرين في اجتماع ما إلى هاشتاغ محدد بحيث يمكن البحث عن جميع الرسائل المتعلقة بذلك الحدث واستعادتها بسهولة.

أساسيات لاستخدام تويتر في قضايا حقوق المرأة والأشخاص ذوي الإعاقة:

- كن مقنعاً. فرسائل تويتر يجب أن تكون قصيرة وتجذب الاهتمام إذ لا تزيد الرسالة الواحدة عن ١٤٠ حرفاً كحد أقصى.
- أكتب بأسلوب حوارى وكأنك تتحدث إلى القراء. لا تستخدم لغة الحكومة أو مفرداتها المتخصصة.
- أكتب على تويتر من ثلاث إلى عشر مرات في اليوم.
- أكتب على تويتر حول التصريحات الصحفية الخاصة بك، والبيانات والخطب، وضع روابط إلى النص الكامل على صفحة الإنترنت الخاصة بك.
- كن متسماً بالشفافية. اكشف عن هوية كاتب الرسالة على تويتر وكيف يمكن للجمهور الوصول إلى الشخص كاتب الرسالة.
- احسب عدد متابعيك. هذه هي إحدى الطرق لمعرفة مدى شعبيتك على تويتر.
- قم بالرد على التعليقات والتنويهات على تويتر. وإذا كنت تتلقى رسائل كثيرة حول نفس الموضوع، فيمكنك استخدام وسيلة أخرى للرد، مثل موقع يوتيوب.
- اطرح أسئلة. علامات هاشتاغ # يمكن أن تُبقي على المواضيع منفصلة.
- قم بالرد بسرعة وإلا سوف يظن الناس أنك لا تريد المشاركة.
- أعد إرسال وتداول الرسائل التي تتعلق بالموضوع الخاص بك على تويتر.
- قم بالإعلان والترويج لصفحتك على موقع تويتر. ضع رابط لها على صفحة الإنترنت الخاصة بك، وعلى مدونتك، وعلى صفحتك في موقع يوتيوب، وبالمثل، ضع رابط على صفحتك في تويتر إلى كل تلك الصفحات السابق ذكرها.
- ضع رابط على صفحتك التي تذكر لمحة مختصرة عنك في تويتر إلى الصفحة الرئيسية في موقعك الخاص بحيث يمكن لمتابعيك أن يروا مصداقية صفحتك.
- اعتبر الرسائل المرسل والمستلمة على تويتر بمثابة سجلات وملفات عامة، واحتفظ بنسخ منها.^{١٦}

مصطلحات التويتر:

- تغريدة: tweet: وهي ما تكتبه ويكون للنشر.. وتستطيع بحد أقصى نشر ١٠٠ تغريدة خلال ساعة أو ١٠٠٠ تغريدة خلال يوم واحد



- متابعين لك : follower : وهي قائمة بأسماء من يتابعونك .. ويرون ما تقوم بكتابته او تغريده
- متابع لهم : following : وهي قائمة بالأشخاص الذين تقوم بمتابعتهم انت ..
- خط الزمن : time line : وهو عبارة عن التحديثات والتغريدات التي تظهر من قبل من تقوم بمتابعتهم .. ويتم التحديث بعد ثواني قليلة .. في حال كانت هناك تغريدات جديدة ..
- سجل البحث : searches : وهي تستخدم لحفظ مفضلتك .. التي تريد العودة إليها لتسهيل عليك كتابتها او استخدامها بكثرة ..
- اعادة نشر او ريتويت RTs او Retweets : وهي تمكنك من نشر تغريدات اعجبتك .. باسم صاحبها لتظهر لأصدقائك بخط الزمن .. ومن الممكن ان يكون اقتباس .. وذلك بوضع اسمك مع اسم المغرد .. ولكن هذه تستخدم للرد عادة على صاحب التغريدة
- التنويه او منشئ @ mention : والمنشن يمكن من نشر تغريدة مرسلة لشخص معين .. ويتمعن طريق الموقع اخبار المغرد له بان هذه التغريدة لها علاقة بها ..
- الرد replay : وهذه تكون للرد على تغريدة معينة .. وتقوم تلقائياً بعملية المنشن او التنويه
- المفضلة favorites : يمكن من اضافة تغريدات ونسخها بعيدا عن التغريدات الباقية .. لتتطلع عليها فيما بعد ويستطيع متابعوك مشاهدتها ..
- هاشتاق او الوسم hashtag # : وهي لتصنيف التغريدات التي لها علاقة معينة .. لتظهر سويةً لكل المستخدمين الذين يحاولون البحث عن هذا الموضوع .
- فولو و انفولو او متابعة وعدم متابعه follow / unfollow : عندما احد يقوم بمتابعتك تسمى هذه follow او متابعة .. وفي حال لم يريد متابعتك يقوم بعدم المتابعه unfollow

مركز مساعدة ودليل استخدام تويتر الرسمي باللغة العربية:
<https://support.twitter.com/articles/20170361-twitter>

دليل مصور للمبتدئين علي تويتر
<http://thawratalweb.com/twitter/41>



الفيس بوك

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً، حيث يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية، ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء.. وكوضع افتراضي فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى.

يتضمن الفيس بوك عددًا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. ومن بين هذه السمات سمة لوحة الحائط Wall، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، / وسمة Pokes أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وخاصة الـ Photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك خاصية الـ Status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.



جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقاً لإعدادات الخصوصية ، وأنه من الممكن إرسال رسائل صور أو فيديوهات أو رسائل نصية مختلفة الى لوحة الحائط.

ويقدم الفيس بوك أيضا خواص تفاعلية مختلفة ، من القدرة على تحيث الملفات الملف الشخصي ، وكذلك الاحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم ، والتغذية الاخبارية أو News Feed التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ، وغيرها من السمات التي تتيح أكبر قدر للتواصل الاجتماعي بين المستخدمين ، والتي من الممكن أن يتحكم فيها المستخدم كما يريد ، على نحو يحفظ خصوصيته بشكل كامل.

وبالإضافة الى كل ما سبق ، فالموقع يقدم تطبيقات ترفيهية بمجموعة من الألعاب المختلفة ، وخاصة إرسال الهدايا والأشياء الطريفة ، الى جانب القدرة على ربطه مع العديد من المواقع التفاعلية الاخرى مثل تويتر وياهو وغيرها.^{١٧}

إن الشعبية الواسعة للفيسبوك والوقت الذي يمضيه الناس فيه يجعلانه قناة مثالية بالنسبة لنا لنشر الرسائل المتعلقة بالتغيير الوعي وكسب التأييد.

أساسيات لإستخدام تويتر في قضايا حقوق المرأة والأشخاص ذوي الإعاقة :

- حدّد الأهداف الخاصة بك.
- حدّد نوعية جمهورك. هل هو الجمهور العام أم جمهور متخصص؟
- قرّر ما إذا كنت ستنشئ صفحة رئيسية واحدة أو صفحات رئيسية مختلفة لنوعيات مختلفة من الجمهور. مثلاً صفحة عامة واحدة لمنظمتك وصفحات أخرى مخصّصة للقضايا الخاصة والحملات الحقوقية، مثل المشاركة السياسية للنساء ذوات الإعاقة أو التعليم الدامج أو.....

أنشئ صفحات فيسبوك متعددة إذا : • كانت المعلومات لديك تتطلب تحديثات وثيقة الصلة بها • كان يمكنك المشاركة بالنشر يومياً • كان الموضوع للصفحة الفرعية سيدفع الجمهور إلى المشاركة والانخراط • كان لديك ما يلزم من موظفين لإدارة عملية التواصل، • كان مدى الحملة أو الحدث أو الموضوع الخاص بك يستغرق وقتاً طويلاً • فإن لم يتوفر ذلك، يمكنك وضع رابط في صفحتك العامة للموضوع الفرعي	
--	---

- قم بتعيين مشرف أو منسق لإدارة كل صفحة.
- ضع جدولاً زمنياً. انشر ما بين مرة واحدة إلى أربع مرات يومياً، مع وجود فارق زمني بين كل نشرة وأخرى. لا تنشر كل شيء مرة واحدة في نهاية اليوم.
- حدّد سياستك الخاصة بالتعليقات وسياسة الخصوصية لكل صفحة أو مجموعة على فيسبوك. ثم انشر تلك السياسات.
- تأكد من أن لديك على الحائط الخاص بصفحة فيسبوك ما ينص على أن التعليقات المنشورة تعبّر عن آراء أصحابها ولا تعبّر عن رأيك.
- انشر الردود على التعليقات في غضون ٢٤ ساعة.
- اكتب مسودّة للرد المحتمل ومسودّة لمشاركات جديدة بها معلومات إضافية قبل النشر النهائي في حال ما إذا كان الموضوع مثيراً للجدل، وربما يثير موجة من الردود العاطفية.
- أترك انطباعاً إيجابياً وشجّع القارئ على اتخاذ إجراء محدد أو الحصول على مزيد من المعلومات.
- ضع روابط إلى مصادر وسائل الاعلام الاجتماعي الأخرى مثل موقع يوتيوب، والمدونات والمواقع الأخرى.



- قم بتمييز صفحاتك بعلامة أو شعار مميز. ضع شعارًا يمكن تمييزه على كل صفحة تقوم بإنشائها.
- قم بعملية تقييم. يمكنك قياس عدد المتابعين، سواء كانوا متابعين عاديين أو ناشطين أو جدد، ومعرفة الخصائص الإحصائية لتركيبهم السكانية (مثل الجنس والعرق والعمر والوضع الوظيفي والموطن).
- قم بتتبع مسار حركة الزيارات على موقعك لمعرفة عدد زائري الموقع الخاص بك أو غيرها من المواقع المحددة للحصول على معلومات.
- تذكر أن صفحة فيسبوك العامة تختلف عن صفحة السيرة الفردية الموجزة في فيسبوك. فالأولى هي للمؤسسات والشركات والأخيرة هي عرض مختصر عن الأفراد. صفحات فيسبوك لا تحتوي على صندوق البريد الوارد أو إمكانيات لتبادل الرسائل القصيرة، و صفحة السيرة الفردية هي لشخص حقيقي. الصفحات العامة للمنظمات، وهي مخصصة للتواصل مع عدد أكبر من الجمهور.^{١٨}

مصطلحات الفيسبوك:

- تعليق (Comment): رد مكتوب الشخص على مشاركة.
- صديق () : الشخص الذي وجهت الدعوة إلى أن يكون "صديق" أو الشخص الذي كنت قد قبلت دعوة صديق. صديق سوف يكون قادرا على رؤية الصفحة الخاص بك أو الملف الشخصي.
- أعجبني (Like): النقر "أعجبني" في إطار مشاركة الفيسبوك يشير إلى أنك استمتعت به. الخاصة بك "أعجبني" ويلاحظ تحت هذا البند، ونشرها إلى الحائط الخاص بك.
- رد (Post): لكتابة أو نشر المحتوى على صفحة الفيسبوك للمنظمة أو الفرد. يمكن أن تتضمن مشاركة الصور والنصوص والروابط الشعبية.
- الملف الشخصي (Profile): صفحة الفيسبوك الشخصية للفرد، والتي قد تحتوي على تحديثات الحالة والصور والفيديو، قائمة من الأصدقاء، والأنشطة الأخيرة.

مركز مساعدة ودليل استخدام الفيسبوك الرسمي باللغة العربية:

<https://www.facebook.com/help/?ref=contextual>

دليل مصور للمبتدئين عن إنشاء صفحات الفيسبوك Facebook Pages
<http://thawratweb.com/facebook/facebook-pages>

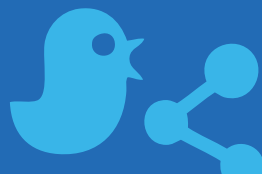


المدونات

هي موقع شخصي يقوم صاحبه بكتابة تدوينات فيه، التدوينات هي مدخلات يقوم المدون بإضافتها إلى محتوى مدونته هذه المدخلات أما أن تكون نصوص أو صور أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات، هذه التدوينات تعرض في المدونة بتسلسل زمني تنازلي أي عندما تقوم بإستعرض مدونة ما تظهر لك المواضيع التي كتبت آخر شيء ومن ثم المواضيع التي قبلها، كل التدوينات تخزن في المدونة بهذه الشكل ويقوم الزائر للمدونة بمتابعتها وقراءتها عن طريق الأرشيف وهو مصنف بترتيب زمني أو عن طريق التصنيفات وهي مرتبة حسب التصنيف الذي أختاره المدون، ويمكن للزائر أن يكتب تعليقا على التدوينات التي كتبت.

مدونة هي أداة للحوار. فهي أداة حيوية للنشطاء تمكنهم من توصيل أفكارهم وآرائهم والمعلومات التي لديهم مباشرة إلى الجمهور. يجب أن تؤدي المدونات إلى مزيد من الشفافية والتواصل مع المواطنين وتتيح وسائل إضافية لتقديم المعلومات. وهي أدوات سهلة ورخيصة: فأنت تكتب كما لو كنت تتكلم.

يمكن توصيل محتوى المدونات عن طريق البريد الإلكتروني وخدمة توزيع المحتوى المبسط (RSS) التي يتم تجميعها في موجز



بريدي، ثم توضع على مواقع الإنترنت وينشرها آخرون على مواقع وسائل الاعلام الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك. ومن خلال المدونات، يمكنك إجراء حوار تفاعلي ثنائي الاتجاه، ومعرفة احتياجات الجمهور، وإبلاغهم كيف سيتم تلبيتها.

أساسيات لإستخدام التدوين في قضايا حقوق المرأة والأشخاص ذوي الإعاقة :

- تأكد من أن لديك هدفًا. إعرف لماذا تريد إنشاء مدونة والكتابة فيها.
- قم بالكتابة والنشر في المدونة مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع على الأقل حتى لا تفقد جمهورك.
- قم بالتحديث على نحو متكرر وبانتظام، وتأكد أن يتم ذلك بشكل متسق. فهذا ما يتوقعه قراؤك.
- قرر من الذي سينشر على المدونة. تأكد من وجود اسم كاتب المقالة حتى يعرف الجمهور من هم الكتاب والمؤلفون. ويجب أن يقوم منسق الموقع بالإشراف على المقالات المنشورة.
- قم بالتخطيط للمواضيع التي تريد نشرها.
- ضع تقويمًا مؤرخًا للمواضيع والأفكار والمؤلفين التي تنوي نشرها. وينبغي أن يشمل ما لا يقل عن شهر أو شهرين في المستقبل. فسيساعدك ذلك على أن يكون لديك استراتيجية للمحتوى وسيجعل أيضًا ما تنشره متسقًا. ولكن في الوقت نفسه يجب أن تكون مرناً، فالأحداث الجارية يمكن أن تغير بؤرة الاهتمام والتركيز.
- حدد نوعية جمهورك. يجب أن تعرف طبيعة الجمهور الذي تريد أن تصل إليه. ماذا تريد أن تقول لهم ولماذا، ما هي المعلومات التي يريدون أن يعرفوها؟
- استخدم العناوين الرئيسية اللافتة لجذب انتباه القراء. ويمكن قراءة العناوين من خلال وسائل عديدة- مثل خدمة قارئ المحتوى المبسط (Reader RSS) أو بوابات المواقع الإخبارية التي تجمع المحتوى من مصادر مختلفة. إجعل العناوين الرئيسية مفيدة وبلغة.
- انشر فقط المحتوى الشيق المثير للاهتمام، والذي تم تحديثه وكتابته بعناية. أوجز في الكتابة. واكتب جملًا فقرات قصيرة حتى لا تفقد القارئ. لا تستخدم مفردات لغة صعبة. فقد أظهرت الاستبيانات أن فترات التركيز والانتباه لدى قراء ومشاهدي المواقع الإلكترونية على الإنترنت قصيرة. امنحهم أقصى قدر من المعلومات بأقل الكلمات.
- اكتب بأسلوب هرمي. فمثل البيانات الصحفية، يجب أن تكتب أهم الأنباء أولاً ثم قم بإضافة التفاصيل في الفقرات اللاحقة. إن نمط القصة الإخبارية الهامة الذي يتضمن "من وماذا ومتى وأين ولماذا وكيف" يجب أن يظهر في الفقرتين الأوليين لديك.
- اكتب بأسلوب حوارى وكأنك تتحدث إلى القراء.
- اكتب في التوقيت المناسب للموضوع وعمّا يتعلق به.
- قم بتضمين الكلمات الرئيسية. فهذه الطريقة يمكن لمقالاتك الظهور بسهولة أكبر في محركات البحث.
- قم بترويج مدونتك، وضع روابط إلى البيانات الصحفية والخطب ومقاطع الفيديو والصور الخاصة بك وكذلك إلى المقالات المثيرة حول القضايا التي تهتم بها وإلى الصفحات الخاصة بك على مواقع وسائل الاعلام الاجتماعي.
- استخدم الروابط في مدونتك. الرابط الأول هو أكثر الروابط التي ينقر عليها معظم الناس، ولذلك اجعله أهم رابط لديك. لا تضع روابط كثيرة جداً تقترب إلى حد كبير من بعضها البعض.
- انشر التعليقات الإيجابية والسلبية على حد سواء. تأكد من أن لديك مشرفاً أو محرراً يقرأ ويوافق على ما يتم نشره على الإنترنت. كما أن إلزام أصحاب الردود بكتابة أسمائهم يؤدي إلى تقليص التعليقات السيئة.
- الصور، والمؤثرات البصرية، والنقاط المرتبة رأسياً، والقوائم، والعناوين الفرعية، كل ذلك يساعد على جعل المدونة أكثر



سهولة ووضوحاً.

- تأكد من تخزين المعلومات إلكترونياً (أرشفة المعلومات). وذلك بهدف توفير نسخة احتياطية من المقالات والتعليقات المنشورة على المدونة.^{١٩}

مصطلحات التدوين:

- التدوينات (post) هي المدخلات التي يقوم المدون بأدراجها في مدونته كانت نصاً أو صورة أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات
- التعليقات (Comments) هي ما يتركه الزائر على صفحات المدونة
- الصفحات (Pages) هي صفحات ثابتة ليس لها ترتيب زمني في أرشفة الموقع مثل صفحة الاتصال بمالك المدونة أو صفحة تعريفية بالمدون
- التصنيفات (Categories) هي أقسام حدده المدون ليضع فيها تدويناته حسب التصنيف المناسب
- الروابط (links) هي روابط يتابعها المدون و يجب أن يشارك زوار مدونته بها ممكن ان تكون روابط نصية أو روابط بصور بقياس صغير كما تشاهد في مدونتي
- الأرشيف (Archive) هو أرشيف التدوينات في المدونة منذ بدء التدوين فيها
- لوحة التحكم (panel) هي لوحة تحكم للمدونة و هي حكر على المدون^{٢٠}

مركز مساعدة ودليل استخدام البلوجر الرسمي باللغة العربية:

<https://support.google.com/blogger/?hl=ar#topic=3339243>

دليل مصور للمبتدئين "أ ب تدوين"

<http://magrabi.files.wordpress.com/2010/11/how-to-be-a-blogger.pdf>

دليل دون من أجل قضية!

<http://advocacy.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/ar-blog-4cause.pdf>



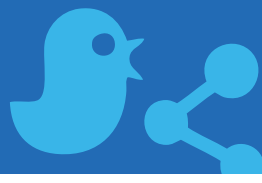
يوتيوب

هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني

مشاهدة الفيديو هي تجربة مختلفة إذ تخاطب أكثر من حاسة مما يجعل القصة تبدو وكأنها حقيقية للغاية وتحدث في وقت مشاهدتها. فالفيديو يمكن أن يضع وجهاً إنسانياً على مبادرة سياسية ويحوّل مفهوماً معقداً إلى عبارات بسيطة. يمكن أن يأخذ الفيديو معلومات مكثفة وعميقة ثم يجعلها أكثر سهولة ووضوحاً. إن نشر مقاطع فيديو تعليمية لشرح كيفية القيام بمهام معينة، مثل طلب خدمة بلغة الإشارة أو تقديم طلب للحصول على ميزة هي وسيلة فعالة بشكل خاص.

أساسيات لإستخدام اليوتيوب في قضايا حقوق المرأة والأشخاص ذوي الإعاقة:

- إعرف لماذا قرّرت تصوير الفيديو. قد تتضمن الأسباب رغبتك في الإعلام أو التسلية أو إثبات شيء ما. اسأل لماذا سيفضّل شخص ما مشاهدة ما لديك على سماعه أو قراءته.
- اكتب وصفاً موجزاً لما يحويه مقطع الفيديو، وما هو الانطباع الذي تريد أن يخرج به جمهورك بعد مشاهدته، وما هو المحتوى اللغوي والمقومات البصرية التي ستعرضها. سوف يساعدك ذلك على توضيح الغرض من الفيديو.



- افتتح مقطع الفيديو بشيء يجذب البصر، فالمشاهدون عادةً ما يتفحصون المحتوى في الثواني القليلة الأولى لمعرفة ما إذا كان يستحق المشاهدة.
- ابدأ مقطع الفيديو الخاص بك بشعار وعنوان منظمتك أو حملتك.
- تأكد من أن لديك أكثر من مشهد واحد. لا تثبت المشهد على صورة واحدة أو على رأس شخص يتحدث.
- تأكد من أن مشاهد الفيديو الخاص بك تحتوي على بعض الحركة، مثل مقابلة تتحرك فيها الكاميرا على أكثر من شخص، أو مقطع يعتمد على الإثارة الحركية. تأكد من أن هناك شخصاً يفعل شيئاً ما. فالمعلومات المعروضة على الفيديو في شكل ثابت لا تثير الاهتمام.
- قم بتعديل المواد الطويلة، مثل الخطب، وتحويلها إلى مقاطع صغيرة ثم قم بنشرها في أجزاء أصغر على موقع يوتيوب.
- اجعل الفيديو الخاص بك قصيراً. لا يزيد عمّا يتراوح بين ثلاث إلى خمس دقائق.
- احصل على إذن لتصوير الأشخاص أو الأماكن بالفيديو أو لاستخدام الموسيقى.
- ضع اسم منظمتك أو حملتك وشعارها وغيرها من المواد التعريفية على صفحتك الخاصة في موقع يوتيوب.
- ضع الفيديو على موقع الإنترنت الخاص بك.
- قم بكتابة نص الحوار الوارد في الفيديو وضعه على موقع الإنترنت الخاص بك مع رابط إلى مقطع الفيديو. فهذا يجعل البحث يسيراً ويجعله متاح لذوي الإعاقات البصرية.
- قم بمراقبة التعليقات كما تفعل مع المدونات.^{٢١}

مصطلحات اليوتيوب:

- **التعليقات التوضيحية (Annotations)** التعليقات التوضيحية للفيديو هي طبقة ديناميكية يتحكم فيها القائم بتحميل الفيديو، ويتم تركيبها على مقاطع الفيديو التي تتيح له تركيب نص على الفيديو و/أو جعل أجزاء من الفيديو "قابلة للنقر". يمكنك إضافة تعليقات توضيحية إلى مقاطع الفيديو أو تعديلها أو حذفها منها، كما يمكنك التحكم في نصها وموضعها وتوقيت عرضها وعناوين URL للرابط. ولا يمكن استخدام عناوين URL إلا للتوجيه إلى YouTube.com.
- الصورة الرمزية (Avatar) الصورة المربعة التي تظهر على صفحة القناة وتمثل قناتك على مستوى الموقع.
- القناة أو صفحة القناة YouTube.com/CHANNELNAME. القناة هي الصفحة العامة لحساب مستخدم على YouTube. وتتضمن القناة مقاطع الفيديو المحملة وقوائم التشغيل ومقاطع الفيديو التي تم إبداء الإعجاب بها ومقاطع الفيديو المفضلة والتعليقات على القناة والأنشطة العامة. ويدير بعض المنشئين المحتوى أو ينشئونه عبر عدة قنوات.
- التعليقات (Comments) هي التعليقات المكتوبة على مقاطع الفيديو أو القنوات أو قوائم التشغيل أو ردّاً على تعليقات أخرى. ويمكن نشر التعليقات في صفحة المشاهدة أو في إحدى صفحات القناة.
- الاشتراك (Engagement) والمقصود به التفاعل بين منشئ المحتوى والجمهور، أو بين المشاهد ومقطع الفيديو، أو بين منشئ المحتوى والموقع. ويمكن قياسه عن طريق عدد التفاعلات (التعليقات وعمليات الإبداء المفضلة وعمليات إبداء الإعجاب والاشتراكات الجديدة) لكل مشاهدة.
- الخلاصة (Feed) هي مجموعة لبث الأنشطة سواء كانت هذه الأنشطة لقناة واحدة (عبر خلاصة صفحة القناة) أو لقنوات متعددة (خلاصة الصفحة الرئيسية). تتضمن أنشطة الخلاصة التحميلات وقوائم التشغيل والمحدثات والتعليقات على الفيديو والتعليقات على القناة والاشتراكات الجديدة والنشرات وعمليات إبداء الإعجاب وعمليات الإضافة إلى المفضلة



والمشاركة. ويتحكم المستخدمون في أنشطة الخلاصة التي يتم بثها، كما يتحكمون عن طريق الاشتراك في القنوات في أنشطة الخلاصة التي يتم بثها لديهم في خلاصة الصفحة الرئيسية.

- Hangouts على الهواء Google+ Hangouts هي عبارة عن ميزة لدرشة الفيديو المباشرة ويمكن بثها على قناة YouTube.
- عمليات إبداء الإعجاب (Like) إجراء مستخدم يُبدي من خلاله إعجابه بمقطع فيديو. يمكن نشر هذا الإجراء للمشتركين في الخلاصة.
- مشاركة (Share) إمكانية توزيع مقاطع الفيديو عبر الشبكات الاجتماعية أو البريد الإلكتروني أو الروابط المباشرة. ويمكن نشر هذا الإجراء للمشتركين.
- العلامات (Tags) الكلمات أو العبارات المستخدمة لوصف محتوى مقاطع الفيديو؛ حيث تتم إضافتها لمقاطع الفيديو عند التحميل (راجع البيانات الوصفية).
- YouTube Analytics أداة تقدم معلومات عبر مقاييس مختلفة لمقاطع الفيديو والقنوات والجمهور. وتتوفر هذه الأداة في حسابك كمستخدم.

مركز مساعدة ودليل استخدام يوتيوب الرسمي باللغة العربية:

<https://support.google.com/youtube/?hl=ar>

دليل مصور للمبتدئين عن قنوات اليوتيوب:

<http://thawratalweb.com/youtube-channels>



الهوية الرقمية

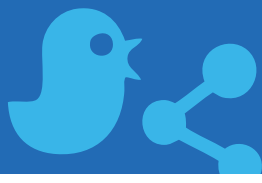
الهوية الرقمية مصطلح يصف الشخصية التي يحددها الفرد في المجتمعات الرقمية المختلفة التي يكون جزءاً منها.

مع تزايد اعتمادنا على خدمات الإنترنت التي تتيح للمستخدم كتابة المحتوى والنقاشات أكثر فأكثر، كما في فايسبوك وتويتر وغوغل والمدونات وإلى ما هنالك، فإننا نترك "بصمة رقمية". هذه البصمة هي هويتنا الرقمية - إنها كل الأمور التي يمكن معرفتها عنك من خلال محتوى مدوناتك والبروفيلات التي تنشئها عن نفسك، والتواصل التي تقيمها والأمور التي ينشرها الآخرون عنك.

يبقى الكثير من هذه المواد متاحاً لفترة غير محددة من الوقت. وعلى عكس محادثة في الواقع، فإن ما يتم نشره على الويب سيبقى على الويب. ومع تزايد قدرة الكمبيوتر على معالجة المعلومات، سيكون غاية في السهولة مع مرور الوقت، جمع المعلومات هذه لبناء بروفایل لأحد ما. لقد بدأت الكثير من مواقع الويب بذلك، طبعاً مع اختلاف في درجات الدقة.

ماذا يمكن لأحد يبحث عنك على الويب أن يجد؟ وهل يعكس ذلك صورة عنك تود أن تظهرها؟ إذا كان من معلومات عنك على الويب، كيف بإمكانك أن تعرف ما هي؟ وماذا يمكننا القول عمّن لا يتمتع بوجود على الويب في أيامنا هذه؟ إذا كنت مسؤولاً عن أحد آخر، مثال ولي أمر أو معلم خاص أو شريك في المجال أو المهنة، هل من إجراءات وقائية أخرى عليك اتخاذها؟ هل يمكن للمعلومات العامة أن تتهدد حياتك، كما العمل في مناطق النزاع أو مع الأقليات. هل أنت مسؤول عن تشجيع الآخرين لاتخاذ هوية رقمية؟ إن كانت هي الحال، ما هي الأمور التي عليك إخبار الآخرين بها عن هويتهم الرقمية. ما هي المعايير الأخلاقية التي علينا التفكير بها؟^{٣٢}





تطوير المحتوى لوسائل الإعلام الاجتماعي

من السهل الانشغال بالتكنولوجيا عندما نتحدث عن وسائل الإعلام الاجتماعي، ولكن الأدوات التقنية المبهرة وحدها لا تجعل حملتك فعالة وإنما المحتوى الجيد هو المؤثر الحقيقي .

محتويات وسائل الإعلام الاجتماعي يجب أن تكون:

١. ذات صلة ومفيدة ومثيرة للاهتمام

٢. من السهل فهمها ومشاركتها

٣. ودية، غير رسمية وتشاركية

٤. تشجع العمل

إن وسائل الإعلام الاجتماعي أكثر فعالية عندما يتعلق المحتوى بمصلحة أو رغبة مجموعة معينة من الناس. لأن جمهورك المستهدف يمكنه استلام رسائل متعددة من مصادر متعددة كل يوم ، فحاول أن تجعل رسائلك ذات الصلة، ومفيدة ، ومثيرة للاهتمام حتى يتفاعل و يشارك .

ذات الصلة

محتوى وسائل الإعلام الاجتماعي ذات الصلة يجعل الناس يعتقدون «هذا يهم بالنسبة لي». ويمكن أن تعتمد المعلومات ذات الصلة علي:

- الوقت
- المكان
- الجمهور
- الاهتمامات

مفيد

تكون المحتويات مفيدة عندما يمكن للناس استخدام المعلومات لرؤية حياتهم بطرق جديدة ، وتغيير السلوك ، أو تعلم شيء لم يعرفوه من قبل. يمكن جعل المعلومات المفيدة عن طريق اقتراح الخطوات العملية أو نقلا عن إحصاءات مقنعة أو نتائج التقرير.

مثيرة للاهتمام

إثارة الإهتمام ضرورية لجذب انتباه القارئ ، وخلق المحتوى الذي يجذب الفضول . كلما كان محتوى وسائل الإعلام الاجتماعي أكثر إثارة للاهتمام هناك احتمالية أكبر أن يتم مشاركته. وبالطبع ، يجب أن يكون المحتوى مهني وذات الصلة.

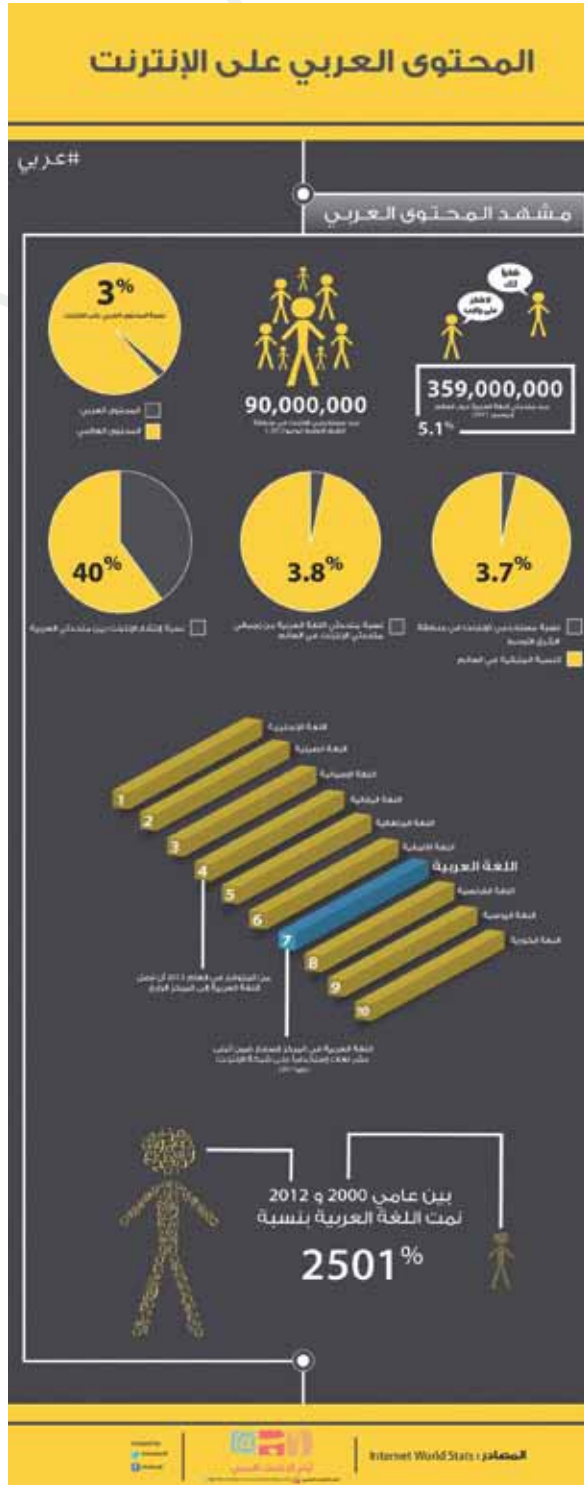
من السهل فهمها ومشاركتها

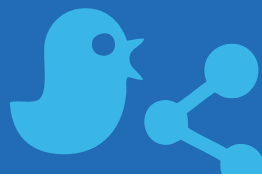
رسالتك تتنافس بشراسة مع الآخرين لجذب انتباه القراء في قنوات وسائل الإعلام الاجتماعي. ولهذا السبب من المهم استخدام لغة واضحة في صياغة الرسالة فيكون من السهل استيعاب وفهم المعلومة ومن المهم أيضا الأخذ في الاعتبار مدى سهولة مشاركة رسالتك علي الفيسبوك أو تويتر وإذا كان لا بد للمستخدمين تعديل رسالتك لمشاركتها.

وهنا بعض الطرق لضمان أن تكون الرسائل الخاصة بك من السهل فهمها ومشاركتها:

- ضع المعلومات ذات الصلة والمثيرة للفضول في بداية رسالتك. يمكن صياغتها كسؤال مثلا

- وسائل الاعلام الاجتماعي غيرت الطريق التي يتم من خلالها التفاعل مع المعنيين، مما يسمح للمنظمات بتبادل المعلومات وتقديم الخدمات بسرعة وفعالية أكثر من أي وقت مضى. كما ان المحتوى الاجتماعي أصبح أكثر تنوعا، ومن هنا تقع علي المنظمة مسؤولية ضمان أن تكون هذه الخدمات والمعلومات





الرقمية في متناول جميع الأشخاص، بمن فيهم الأشخاص ذوو الإعاقة. وخاصة أن القضية الرئيسية التي سيتم تناولها هي قضية حقوق الأشخاص والنساء ذوات الإعاقة مما يحتم تقديم نموذج جيد للإتاحة والدمج في عملنا.

كل أداة وسائل الاعلام الاجتماعي لديه مشاكل متعلقة بإمكانية الوصول ، وهناك تقنيات معينة والتي يمكن استخدامها للتغلب على تلك الصعوبات: ^{٢٣}

الفيسبوك

لا يزال هناك عدد من المسائل المتعلقة بإمكانية الوصول في موقع الفيسبوك . ومع ذلك، هناك عدد من الطرق التي يمكن من خلالها التغلب على هذه القضايا بما في ذلك:

- استخدام للموقع الفيسبوك المحمول m.facebook.com . على الرغم من أن موقع الويب محدودة في الميزات، وقد أشار العديد من المستخدمين من أنه يعمل بشكل أفضل مع التكنولوجيات المساعدة .
- اختصارات لوحة المفاتيح الإضافية : يشمل الفيسبوك عدد من اختصارات لوحة المفاتيح إضافية للمساعدة في الانتقال من قسم إلى آخر.
- دعم إمكانية الوصول: الفيسبوك يوفر أيضا دعم محددة ل استخدام التكنولوجيا المساعدة .
- قدم دائما وصف توضيحي مكتوب / نسخة نصية مكتوبة من الصورة ، والفيديو ، أو الصوت .
- بعد نشر الصورة ، والفيديو ، أو الصوت، إضافة على الفور تعليقا يوجه المستخدمين إلى شرح كامل أو النص الكامل. ^{٢٤}

دليل إتاحة محتوى الفيسبوك مترجم باللغة العربية:
http://mada.org.qa/resourcecenter/ar/factsheets/making_social_media_accessible/Blogging.doc



اليوتيوب:

إذا كان لديك قناة يوتيوب ، حمل الفيديو إلى قناتك وتأكد من تمكين التسميات التوضيحية المغلقة (وصف توضيحي مكتوب / نسخة نصية مكتوبة) .

كيف يتم إنشاء أو تحرير التسميات التوضيحية المغلقة (وصف توضيحي مكتوب / نسخة نصية مكتوبة)؟

- إذا كنت ترغب في إنشاء التسميات التوضيحية للفيديو الخاص بك من الصفر ، أو كنت ترغب في تعديل مشاركاتك التسميات التوضيحية الموجودة حاليا في YouTube ، وهناك عدد من الأدوات المجانية التي يمكن أن تساعد في ذلك:
- Overstream: أداة على شبكة الإنترنت تسمح بإضافة ترجمة وتعليقات على الفيديو المنشور في يوتيوب . <http://www.overstream.net/tutorial/tutorial1.html>
- كابشن تيوب CaptionTube: أداة ويب لإضافة التعليقات مصممة خصيصا لليوتيوب. ^{٢٥}

دليل إتاحة محتوى اليوتيوب مترجم باللغة العربية:
http://mada.org.qa/resourcecenter/ar/factsheets/making_social_media_accessible/Youtube.doc





التويتير

- ضع # الهاش أو @ في نهاية التويت. هذا يسمح للقارئ الشاشة للتعبير عن المحتوى الرئيسي للسقسة أكثر وضوحاً في البداية.
- إذا كان ذلك ممكناً، تجنب استخدام اختصارات غير مألوفة التي يبدو غريباً لو قرأت بواسطة قارئ الشاشة.
- إذا كان ذلك ممكناً، استخدم ميزة الصوت على الهاتف الخاص بك للاستماع إلى التويت الخاصة بك قبل توزيعها حتى تعرف إذا كانت ستناسب الشخص ذوي الإعاقة البصرية.^{٢٦}

دليل إتاحة محتوى التويت مترجم باللغة العربية:
http://mada.org.qa/resourcecenter/ar/factsheets/making_social_media_accessible/Twitter.doc



الأمن علي الإنترنت

<https://securityinabox.org/ar>

عدة الأمان مشروع بالتعاون ما بين Tactical Technology Collective و Front Line، وقد أنجز بغرض تلبية احتياجات السرية و الخصوصية للمدافعين عن حقوق الإنسان و النشاطين. تتضمن العدة دليلاً للممارسات يغطي عدداً من موضوعات الأمان الرقمي، كما تتضمن دليلاً للأدوات يغطي أدوات برمجية حرّة أو مجانية يساعد استخدامها في زيادة الأمان الرقمي و حماية البيانات و الحفاظ على الخصوصية أثناء استخدام الحواسيب و إنترنت.



الإشراك والدمج الاجتماعي للنساء ذوات الإعاقة من خلال وسائل الاعلام الاجتماعي؛

التخطيط؛

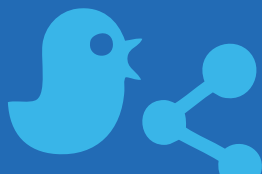
قد يبدو تأسيس وسائل الاعلام الاجتماعي الخاصة بك شاقة. ومع ذلك، مع قليل من التخطيط والفهم، فلن يكون من الصعب التميز في وسائل الإعلام الاجتماعي.

ويعتبر خلق استراتيجية اجتماعية أو خطة عمل نقطة انطلاق كبيرة، والتي يمكن أن تساعد في توفير التوجيه والهيكل العام إلى نشاطك في وسائل الاعلام الاجتماعي. ولعل هذه هي أهم خطوة يمكن أن تتخذها المنظمة أو المجموعة في استخدام الاعلام الاجتماعي.

كيف يمكن وضع إستراتيجية للإعلام الاجتماعي؛

عن طريق وضع إستراتيجية سوف تكون منظمتمكم قادرة على تقييم أهدافها ومدى مساهمة الأنشطة في الإعلام الاجتماعي في تحقيق هذه الأهداف. من خلال ست مراحل رئيسية:

١. تحديد الغاية والأهداف
٢. تحديد الفئة المستهدفة
٣. وضع الخطة التنفيذية
٤. رصد الموارد البشرية والمادية



٥. تحديد وتوزيع المسؤوليات

٦. الرصد والتقييم

تحديد الغاية والأهداف:

ما هي أهدافنا للإعلام الاجتماعي هذا هو السؤال الذي يجب علي جميع الجماعات والمنظمات أن يسألوه عندما بدء العمل في الإعلام الاجتماعي. الجواب على هذا السؤال ينبغي أن يركز على كيف تعتقد أن الإعلام الاجتماعي يمكن أن يفيد الأهداف العامة الخاصة بك.

مثال علي الأهداف:

- ونود أن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي لزيادة الوعي عن أنشطة وفاعليات منظماتنا.
- ونود أن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي كوسيلة لزيادة المشاركة في حملة دعم حق الأشخاص ذوي الإعاقة في التصويت.
- ونود أن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي باعتبارها وسيلة للوصول إلى الأعضاء المحتملين في المنطقة.

تحديد الفئة المستهدفة

وصف الأشخاص الذين تريد الوصول إليهم مع خلال الإعلام الاجتماعي؛ ويجب أن تكون محددا قدر الإمكان. ويمكن إدراج أكثر من جمهور وتضمنين جمهور الأولي والثانوي إذا كان ذلك مناسباً. (أمثلة: النساء ذوات الإعاقة ولهم حق التصويت، المسؤولين والمعنيين بالترشح في الأحزاب السياسية)

وضع الخطة التنفيذية

الهدف الأول و الرئيس من الخطة التنفيذية هو تحديد ماذا يجب أن يتم تنفيذه لتحقيق هدفك. و إختبار مدى صلاحية خطتك للتنفيذ. ويتم ذلك من خلال تحديد:

- النشاطات أو النتائج التي يمكن أن تساهم في تحقيق هدفك
- المشاكل أو العقبات المعينة التي يجب حلها كي تستطيع تحقيق هدفك
- ترتيب الإجراءات التي يجب إتباعها
- الأدوات التي سيتم استخدامها ولماذا

رصد الموارد البشرية والمادية

ما هي الموارد التي يمكن أن نلتزم بها في تنفيذ استراتيجية الإعلام الاجتماعي؟ هذا هو السؤال الرئيسي الذي يمكن تحديد حجم الوجود في الإعلام الاجتماعي. حيث أن مفتاح النجاح على المدى الطويل في الإعلام الاجتماعي هي القدرة على الحفاظ على الأنشطة وإنتاج محتوى جديد وجذاب. وتشمل الموارد الرئيسية المطلوبة: الوقت، والمهارات، والموارد المادية الأخرى.



الجدوى الاقتصادية :

ينبغي قبل اتخاذ قرار ملزم بإدخال التكنولوجيا الجديدة واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، تحديد ما إذا كان ذلك قابل للتطبيق من الناحية المالية، عن طريق الحصول على بيان كامل لكل أوجه التكلفة والتوفير، وتحديدًا:

- التكلفة الأساسية الأولية للتكنولوجيا نفسها كالكمبيوترات و المعدات الإضافية كالمحقات ووسائل الاتصال
- تكلفة التركيب والتنفيذ والتوصيل بالإنترنت
- التكلفة المتوقعة من جراء عمليات الكشف عن الأخطاء والصيانة المستمرة (وإضافة المميزات الجديدة وتحسين الأداء والسعة إلى الحد الأقصى) مقارنة بعمر النظام
- التكلفة المقارنة لوسائل التكنولوجيا الأخرى المتاحة التي تقوم بنفس الوظائف مثل الهواتف المحمولة الذكية



- تقييم احتمالات التشارك في النظام الجديد وتكلفة الصيانة مع هيئات ومؤسسات أخرى
- قد تساعد هذه الاعتبارات في تحديد الوظائف الإضافية والمنافع ودرجة رضا المستخدمين التي ستوفرها التكنولوجيا والإعلام الاجتماعي. كذلك من الممكن أن تعمل هذه الاعتبارات على تقديم تقديرات واقعية للتكلفة وجوانب التوفير المتوقعة المطلوبة من أجل الوصول إلى تقييم شامل لنسبة التكلفة/الفعالية للتكنولوجيا. وهذا في المقابل قد يساعد على تحديد ما إذا كانت التكنولوجيا تستحق العناء، وقابلة للتطبيق وإذا ما كانت تكلفتها في المتناول.^{٢٧}

تحديد وتوزيع المسؤوليات

تحديد من في منظمتكم سوف يكون مسؤولاً عن تنفيذ المهام المختلفة، وتحديد عدد الساعات التي تستطيع تخصيصها لإنشاء المحتوى والصيانة.

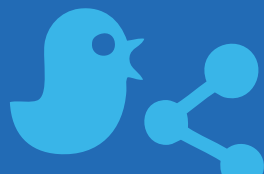
الرصد والتقييم

كما هو الحال مع أي نشاط اتصال ، من المهم تقييم الجهود التي تبذلونها في الإعلام الاجتماعي. حيث أن التقييم المستمر والرصد هو عنصر حاسم في استراتيجية الاتصالات الخاصة بك ويساعد على تحديد مقاييس النجاح استناداً إلى الأهداف والغايات الخاصة بك. وبمجرد تحديد أهداف الاتصال الخاصة بك وأساليب محددة ووسائل الاعلام الاجتماعي، يمكنك تحديد أفضل السبل لتقييم عملية ونتائج وتأثير ما تبذلونه من جهود في وسائل الاعلام الاجتماعي. أن رصد الاتجاهات والمناقشات في وسائل الاعلام الاجتماعي تساعدك على فهم أفضل للاهتمامات الحالية ومستويات المعرفة وسوء الفهم المحتمل حول الموضوعات الخاصة بك. وهناك مجموعة متنوعة من الأدوات المجانية المتاحة التي يمكن أن تساعد في جهود الرصد.

إن الرصد والتقييم يجب أن يعتمد على أهداف محددة، قابلة للقياس، يمكن تحقيقها يتم صياغتها داخل خطة إستراتيجية الإعلام الاجتماعي بحيث تربط إستراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعي، وتدعم وتعزز إستراتيجية شاملة للتواصل وترتبط في تغيير سلوك أو عمل في المجتمع.

وكأي عملية رصد وتقييم يتم الاهتمام بمتابعة المدخلات والعمليات الخاصة بوسائل الاعلام الاجتماعي كما يتم رصد وتقييم نتائج تلك العملية في مرحلتين أساسيتين:

- المخرجات المباشرة
- تأثير الإعلام الاجتماعي



المخرجات المباشرة:

وهي منتج مباشر تنجم عن إنجاز أنشطة في إطار وسائل الإعلام الاجتماعي مثل نشر مدونة أو إضافة تعليق ويمكن بسهولة قياس المخرجات المباشرة من خلال المقاييس العددية تستخدم للمساعدة في تركيز وتحسين الجهود المبذولة في الإعلام الاجتماعي. بحيث يمكن أن تشمل:

• اليوتيوب:

- عدد المرات التي تم الاطلاع علي الفيديو
- عدد أعجبني ولم يعجبني
- عدد تقييمات وتعليقات الزوار
- عدد مشترك في القناة
- عدد إعادة المشاركة (SHARE)

• التويتر:

- عدد المتابعين لك : follower
- عدد التحديثات علي خط الزمن : time line
- عدد اعادة نشر او ريتويت RTs او Retweets
- عدد التتويه او منشن @ mention لحسابك
- عدد الرد replay
- مدي إنتشار هاشتاق او الوسم hashtag # الخاص بك

• التدوين:

- عدد الأشخاص الذين زاروا الصفحة في فترة زمنية معينة.
- عدد التعليقات على كل تدوينة

• الفيسبوك:

- عدد المتابعين / الأصدقاء لديك علي الحساب
- عدد المستخدمين الذين علقوا على مشاركات الزوار
- عدد أعجبني
- عدد إعادة المشاركة (SHARE)

نتائج وتأثير الإعلام الاجتماعي

هي النتائج المتوقعة من الأنشطة والمخرجات والتي تكون عادة غير ملموسة (مثال: زيادة الوعي من حملة الدمج) وتعبّر عن التغيير في السلوك أو العمل الذي تريد إستراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعي التي تنتهجها أن تساعد في دفعه إلى الأمام أو التأثير عليه.



لم تنجح العديد من المنظمات غير الحكومية في أجزاء أخرى من العالم باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعي للأسباب التالية:

- عدم وجود منهجية وخطة اتصالات مدروسة جيداً ترتبط بالإستراتيجية التي ينتهجونها لوسائل الاعلام الاجتماعي الخاصة بهم
- تحاول تلك المنظمات أن تكون متواجدة على عدد كبير جداً من مواقع وسائل الاعلام الاجتماعي دون قدرة أو إستراتيجية لدعم التطبيق الفعال
- ليس لدى موظفي تلك المنظمات الوقت الكافي أو المهارات اللازمة لتطبيق خطة وسائل الاعلام الاجتماعي بشكل متواصل
- لا يُقدر الأشخاص في المنظمة قيمة استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي أو ليس لديهم الرغبة في تعلم طريقة جديدة مختلفة للعمل
- تتطلب وسائل الاعلام الاجتماعي المشاركة في قيادة على العلامة التجارية الخاصة بمنظمتك، والقيام بمحادثات مع أصحاب المصلحة على الانترنت، وغيرها من وسائل العمل الجديدة التي قد تكون غير مريحة
- أولئك الأشخاص يفتقرون إلى وسيلة لقياس نجاح إستراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعي الخاصة بهم، ولتوثيق النتائج، وللتفكير في كيفية الوصول إلى الأفضل فيما يقومون به^{٢٨}



ملحق ١: قالب خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية^١

١. الأهداف

صف أهداف الخطة الإستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بمنظمتك على أن تكون تلك الأهداف محددة قابلة للقياس والتحقيق، ذات صلة، وفي الوقت المناسب.

الهدف ١:
الهدف ٢:
الهدف ٣:

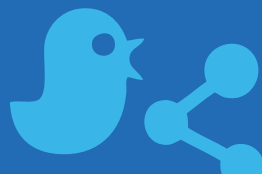
صف كيف تدعم هذه الأهداف مهمة منظمتك:

صف ما تعلمته من المقارنة مع المنظمات المماثلة وأهداف وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بهم. كيف تكون هذه الأهداف تطور منطقي لخطة الاتصالات والتسويق الخاصة بك؟

٢. الجمهور

حدد أدناه شرائح الجمهور الذي تأمل في الوصول إليها:

١. تم تطوير هذا القالب من خلال اي-ميديا ورشة عمل تحت عنوان "وسائل الاعلام الاجتماعية والمنظمات الشبكية غير الحكومية الخاصة بالمجتمع المدني: نظرة عامة و تخطيط استراتيجي"



الهدف	الوصف	الشريحة
		الجمهور المستهدف ١:
		الجمهور المستهدف ٢:
		الجمهور المستهدف ٣:

٣. أمور داخلية

صف كيف سيتم مراجعة خطة وسائل الإعلام الاجتماعية وتلقيها من قبل الإدارة العليا وأعضاء مجلس الإدارة. ما هي الأسئلة هل تتوقعها؟

صف أو أرفق سياسة وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك – وكيفية سير العمل بها لضمان أنها سياسة فاعلة وقابلة للحياة.

٤. تكامل المحتوى

أين يمكن إستراتيجية اجتماعية أن تحصل على أفضل النتائج؟ وأين يمكن أن تعزز إستراتيجية التسويق، أو البرنامج أو الاتصالات القائمة؟

القناة	التكامل الاجتماعي
الموقع الإلكتروني	
الأحداث المباشرة	
البريد الإلكتروني	
المواد المطبوعة	
وسائل الإعلام السائدة (MSM)	

حدد المحتوى الذي يمكن تحويله إلى أغراض أخرى، أو إعادة دمجه، أو إعادة تدويره من أجل إستراتيجية وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك.

٥. الاستماع والبحث المتعلق بالجمهور

لخص ما تعلمته عن جمهورك من مراجعة وسائل الإعلام الاجتماعية، والبحوث الأساسية أو الثانوية، وتقنيات الاستماع. لماذا تركز على مجموعات الجمهور هذه؟ ما هي خطتك للرصد المستمر والمسح الضوئي خلال التطبيق؟



١. الإستراتيجية الاجتماعية

يرجى وصف الإستراتيجية الاجتماعية الخاصة بك:

- المشاركة
- التعزيز
- المحتوى الاجتماعي
- بناء الشبكة

٢. اختيار الأدوات والتقنيات

صف الأدوات المحددة التي سوف تستخدمها لتنفيذ إستراتيجية وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك. لماذا اخترت استخدام هذه الأدوات؟

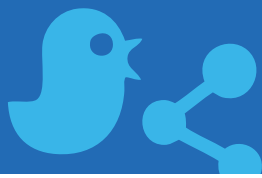
الأداة	الاستخدام
فيس بوك	
تويتر	
مدونة	
يوتيوب	
أضف المزيد	

٣. قياس

صف المقاييس التي تعتمد عليها للنجاح. ما هي النقاط المحددة التي ستجمعها وكيف تجمع وتحلل هذه المعلومات؟ كيف ستقوم باستخدام هذه المعلومات لتوثيق النتائج؟

٤. الموظفون والتدريب

من سيكون مسؤولاً عن التطبيق؟ كم ساعة في الأسبوع؟ ما هي الوظائف والمسؤوليات المحددة؟ ما هو التدريب الذي ستقوم بتقديمه؟



٥. تقييم وإرشاد

الرجاء أن تصف كيف ستقوم برصد وتقييم خطة وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك. كيف ستقوم باستخدام البيانات لتحسين الممارسة؟ ما هي العينة التجريبية التي ستقوم بدراستها. حدد الجمهور المستهدف لتلك العينة. كيف سيتم جمع وتطبيق ردود الفعل؟

٦. الجدول الزمني

الرجاء تضمين جدول زمني للمهام الرئيسية.

٧. الميزانية

الرجاء تجهيز ميزانية مفصلة لكيفية استخدامك الموارد المالية لتنفيذ خطتك.

ملحق ٢: استبيان حول استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

مقدمة :

يهدف مشروع «علي صوتك» لتعزيز المشاركة الفعالة للنساء ذوات الإعاقة ومنظماتهن في فلسطين والأردن ومصر في عمليات الانتقال السياسي وتأثيرها على الجهات الحكومية والجهات المدنية الفاعلة في المجتمع وذلك من خلال تطوير قدرات النساء ذوات الإعاقة ومنظماتهن في مجال حقوق الإعاقة والجنس، الممارسات السياسية وحملات التأييد، وتعزيز الحملات المبتكرة والممارسات الجيدة في تعزيز المشاركة السياسية، بالإضافة لتطوير الشبكات والتنسيق وتعزيز حوار النساء ذوات الإعاقة ومنظماتهن مع غيرها من منظمات المجتمع المدني الفاعلة.

وبناء على ذلك يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة معلومات عن نمط استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين الناشطات في مجال حقوق المرأة ذات الإعاقة.

وقد تم توزيع هذا الاستبيان على شركاء جمعية نجوم الأمل ضمن مشروع مشروع «علي صوتك»

معلومات أولية

• الاسم:

• جهة العمل:

• الجنس:

• أنثى

• ذكر



• كم تبلغ من العمر؟

- أقل من ٢٠
- ٢٠ الي ٤٠
- من ٤١ الي ٦٠
- أكثر من ٦٠

• أين تققيم؟

- مدينة
- ريف
- منطقة نائية

• ما هو مستوي اللغة الانجليزية لديك؟

• هل أنت شخص ذوي إعاقة؟

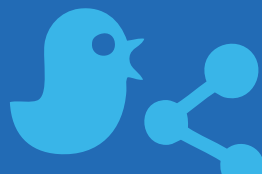
• ما هو تأثير الإعاقة ؟

- أستخدم كرسي متحرك أو مشاية
- أستخدم أدوات مساعدة للكتابة علي الكمبيوتر أو الورق
- أستخدم قارئ شاشة ألي
- أستخدم أدوات مساعدة بصرية للرؤية
- أستخدم أدوات مساعدة سمعية

استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

• أي من التالي تستخدمه (يمكنك إختيار أكثر من إجابة واحدة)؟

- الهاتف المحمول
- الهاتف المحمول مع الإنترنت
- الهواتف الذكية
- الكمبيوتر مع الإنترنت
- الكمبيوتر دون إنترنت
- كمبيوتر محمول



- يمكنني استخدام الإنترنت في الأماكن العامة (مثل المكتبة ومقهى إنترنت)
- أخرى يرجى الوصف

• هل تمتلك وصول كامل لشبكة الإنترنت

- نعم
- لا

• لو كانت الإجابة لا، ما هي أسباب صعوبة الوصول؟

- لا أستطيع تحمل الكلفة
- لم تتح لي ما يكفي من التدريب
- أنا لا أريد استخدام الإنترنت
- تصميم المعدات غير مهيأ
- الخطوط غير كافية في بلدي
- أملك المعدات ولست بحاجة، ولكن تكلفة تقديم الخدمة، على سبيل المثال. الانترنت ، مكلفة للغاية
- أخرى

• هل لديك تعليق إضافي عن مشكلة الوصول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

استخدام الشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت

• أي من مواقع الشبكات الاجتماعية التالية لديك حالياً حساب بها (يمكنك اختيار أكثر من إجابة واحدة) ؟

- Twitter تويتر
- Facebook فيسبوك
- Blogs المدونات
- YouTube يوتيوب
- Google+ جوجل بلس
- LinkedIn لينكيدين
- Skype سكايب
- Viber فايبر
- أخرى



• ما هو معدل استخدامك لمواقع الشبكات الاجتماعية ؟

- نادرا
- مرة بالشهر
- مرة أو مرتان بالإسبوع
- يوميا
- أكثر من مرة في اليوم الواحد

• تقريبا كم صديق تمتلك حاليا في من مواقع الشبكات الاجتماعية ؟

• ما هو معدل استخدامك لشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت في مناقشة قضايا الإعاقة والجنود والحقوق ؟

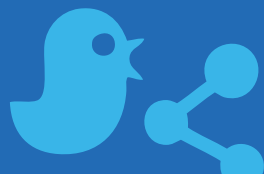
- أبدا
- نادرا
- أحيانا
- كثيرا

• ما هو معدل استخدام منظمتك لشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت في مناقشة قضايا الإعاقة والجنود والحقوق كأداة من أدوات العمل ؟

- أبدا
- نادرا
- أحيانا
- كثيرا

• هل توافق أو لا توافق على العبارة التالية : « المنظمات التي تستخدم أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية للتفاعل مع المجتمع والمعنيين ينجحون في المناداة وكسب التأييد والحشد أكثر من المنظمات التي لا تفعل ذلك »

- أوافق بشدة
- أوافق إلى حد ما
- لا أوافق ولا أرفض
- أعارض نوعا ما
- لا أوافق بشدة



• هل تري أن استخدام الشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت في مناقشة قضايا الإعاقة والجنذر والحقوق مفيد؟

- نعم
- لا
- لا أعرف
- لماذا؟

• إذا كنت تري أن استخدام الشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت في مناقشة قضايا الإعاقة والجنذر والحقوق مفيد ، كيف يمكن تعظيم تلك الفائدة بها (يمكنك اختيار أكثر من إجابة واحدة) ؟

- إتاحة أدوات الاتصال والانترنت والتدريب عليها
- التدريب علي استخدام الشبكات والإعلام الاجتماعي علي الانترنت
- وضع خطط عمل مدعومة من المؤسسات المعنية
- تطوير محتوى الكتروني أكثر جاذبية
- أخرى
- هل لديك تعليق إضافي؟
- شكرا لك على المشاركة في هذا الاستبيان



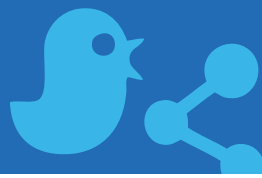
ملحق ٣ :

إنفوجرافيك نمط استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين النشاطات في مجال حقوق المرأة ذات الإعاقة



معدل
المشاركات
ونسب الوصول
للإنترنت





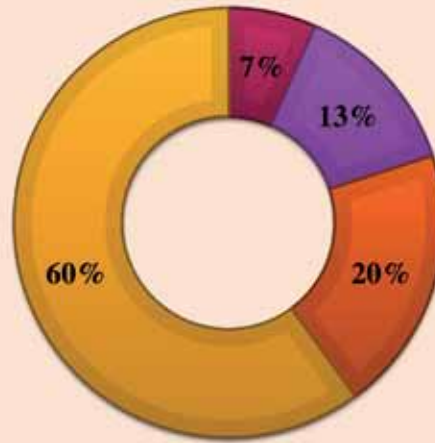
توزيع استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات



نسب استخدام أدوات الإعلام الاجتماعي



معدل استخدام الاعلام الاجتماعي



- لا يوجد
- مرة أو مرتين بالأسبوع
- يوميا
- أكثر من مرة في اليوم الواحد



20%

لا يوجد



33.3%

أحيانا



46.7%

بشكل منتظم

معدل استخدام
الإعلام الاجتماعي
في مناقشة قضايا
الإعاقة والجنود

المراجع

١. <http://blogs.reading.ac.uk/this-is-me/>
٢. الانتخابات والتكنولوجيا . شبكة المعرفة الانتخابية ، <http://aceproject.org>
٣. The Networked Nonprofit by Beth Kanter and Allison Fine by John Wiley and Sons. <http://www.bethkanter.org/the-networked-nonprofit/>
٤. <http://emediat.wikispaces.com>
٥. <http://blog.itqanbs.com/posts/360>
٦. نبيل عيد ٢٠١٣ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للأشخاص ذوي الإعاقة في المنطقة العربية
٧. <http://computing.dictionar.the.freedictionary.com/new+media>
٨. بشري جميل الراوي (٢٠١٢) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير / مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، الإصدار ١٨، جامعة بغداد، العراق
٩. Beth Kanter and Allison H. Fine (2010) The Networked Nonprofit: Connecting with Social Media to Drive Change, John Wiley & Sons
١٠. <http://emediat.wikispaces.com/Arab+Social+Media>
١١. محمد المنصور ٢٠١٢ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية
١٢. مجموعة المرشدين العرب (Arab Advisors Group) ”مبادرات الحكومة الإلكترونية في الوطن العربي ٢٠٠٩“
١٣. كلية دبي للإدارة الحكومية ٢٠١١ تقرير الاعلام الاجتماعي العربي الثالث
١٤. المرجع السابق
١٥. محمد المنصور ٢٠١٢ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية
١٦. كلية دبي للإدارة الحكومية ٢٠١١ تقرير الاعلام الاجتماعي العربي الثالث
١٧. (د. نهوند القادري، ”قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك“ ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٨م، ص ٢٣١.
١٨. <http://www.arageek.com/2011/12/14/how-twitter-started.html>
١٩. صفحات الإنترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي ، مكتب برامج الإعلام الخارجي . <http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2012/05/20120504085127x0.418739.html>
٢٠. <http://www.arageek.com/2011/12/13/about-facebook-history.html>
٢١. صفحات الإنترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي ، مكتب برامج الإعلام الخارجي . <http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2012/05/20120504085127x0.418739.html>
٢٢. المرجع السابق
٢٣. <http://www.redman4u.com/2006/12/02/blog-and-blogging/>



٢٤. صفحات الإنترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي ، مكتب برامج الإعلام الخارجي . <http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2012/05/20120504085127x0.418739.html>

٢٥. Media Access Australia 2012 SociABILITY : social media for people with a disability

٢٦. Improving the Accessibility of Social Media in Government <http://www.howto.gov/social-media/using-social-media-in-government/improving-accessibility>

٢٧. Media Access Australia 2012 SociABILITY : social media for people with a disability

٢٨. Improving the Accessibility of Social Media in Government <http://www.howto.gov/social-media/using-social-media-in-government/improving-accessibility>



Palestine-Ramallah-Al Balou'
Behind Plaza Mall- Al Mahsiri Bldg. 3rd Floor

www.starsofhope.org, Email: info@starsofhope.org

Tel: +972 2 242 0840

Telfax: +972 2 242 2345