

وسائل الإعلام الاجتماعي والجيش

تشوندر بيرى

ولوسائل الاعلام الاجتماعية تأثير يصعب إنكاره على الطريقة التي نعيش بها ونعمل ونتواصل في جميع أنحاء العالم. ويعترف القادة العسكريون بأهمية وسائل الاعلام الاجتماعية، وهم يتخذون خطوات لإدخال التغيير في الثقافات التنظيمية لمؤسساتهم. ويرجع ذلك جزئياً إلى العدد الكبير من المستخدمين في المجتمع العسكري الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية كوسيلة للبقاء على اتصال وللتحدث عن روايتهم. هناك أكثر من 250 مليون مستخدم لفييس بوك، موقع الشبكات الاجتماعية، وأكثر من 120 مليون منهم يدخلون الموقع ما لا يقل عن مرة واحدة في كل يوم.¹ وفي كل دقيقة، يحمل مستخدموا يوتيوب 10 دقائق من الفيديو ويشاهدون مئات الملايين من أشرطة الفيديو.² لقد أدخلت وسائل الاعلام الاجتماعية لغة جديدة تماماً، حيث أصبحت الكلمات الكاملة الآن حرفاً واحداً وتظهر الوجوه المبتسمة وايقونة العاطفة الحنو والشعور. وتزدهر هذه التكنولوجيا المتطورة باستمرار في ثقافة تعتبر الوقت مورداً ثميناً وحيث التفاعل الاجتماعي أمر لا يمكن توقعه.

إن مفاهيم الكمبيوتر في وسائل الاعلام الاجتماعية ليست جديدة حيث كانت موجودة في

ملاحظة المحرر: تشير السيدة بيرى إلى أن وزارة الدفاع خفضت مؤخرًا القيود التي تفرضها على بعض مواقع الشبكات الاجتماعية مثل يوتيوب وماي سبيس، وإن كان ما زال بإمكان القادة أن يحدوا من الدخول إلى الشبكات بسبب المخاوف الأمنية أو قيود عرض النطاق الترددي.

ألا تذكر عندما كان تعبير كن اجتماعياً يعني تقاسم مشروبك شرابك المفضل مع صديق في ملتقى محلي مفضّل أو مع الجيران وقد انحنوا فوق سياج الفناء الخلفي لبيتهم نتحدثون عن كل شيء من السياسة الى فريق كرة القدم المحلي؟ لقد أضحيت تلك الأيام في عداد الماضي. لقد نمت الاتصالات على الصعيد العالمي على مدى السنوات، وتفتح التكنولوجيا اليوم طريقاً جديداً تماماً لتبادل الخواطر والأفكار وآخر الأخبار حول عن القيل والقال. وقد احتضن جيشنا عالم وسائل الاعلام الاجتماعية عندما اتخذت قوة الاتصال منعطفاً جديداً. لقد عفا الزمن على الآلات الكاتبة وخطوط الهاتف الأرضية وأجهزة الإشعار. فقد خلق جيل جديد من الفورية عاصفة من أدوات وسائل الاعلام الاجتماعية التي تشجع التفاعل والحوار بمجرد النقر على فأرة الحاسوب.

الماجستير من جامعة تكساس الحكومية.

إن تشوندر بيرى متدرب في الشؤون العامة للجيش الأمريكي. حصلت على بكالوريوس في التمارين والرياضة ودرجة

العلاقات. ويمكن للمستخدمين إدخال كلمة الجيش على موقع جوجل على الانترنت ليحصلوا على أكثر من 228,000,000 مرة دخول على الموقع. إن المعلومات المتوفرة مذهلة وغير رسمية دائما في طبيعتها. وأظهرت جهود الجيش الأولي لإقامة وجود على الفيس بوك العديد من صفحات الشبكة التي لم يقم الجيش بإدراجها. قلق القادة حول من كان يحكي القصة وما إذا كان هناك وجود قانوني شرعي للحكومة. وبتوجيه من اللواء كيفن ج. بيرغرنر، رئيس الشؤون العامة في الجيش عندها، فَعَلَ الجيش شعبة أون لاين ووسائل الاعلام الاجتماعية الجديدة في مكتب رئيس الشؤون العامة في يناير/كانون الثاني عام 2009. وقرر الجيش أن الوقت قد حان لفتح خطوط الاتصال وتوسيع الحوار. ويقول المقدم كيفن أرانا، مدير شعبة أون لاين ووسائل الاعلام الاجتماعية أن وجود الجيش في وسائل الاعلام الاجتماعية جاء في المقام الأول لأن شبكة الإنترنت كانت الوسيلة التي يحصل منها الأفراد على معلومات عن الجيش. ومن المهم أن يصل الجيش عبر كل الأجيال والتركيب السكانية. بما في ذلك الجنود. عند الاتصال مع الجمهور. وهذا تعتبر وسائل الاعلام الاجتماعية وسيلة جيدة لأنها ليست موصومة جيليا أو ديموغرافيا.

يرتبط محتوى ما يستخدم الجيش على مواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة الخاصة به دائما تقريبا بمواقع الجيش التقليدية. مما يضيف شرعية لصحة هذه الأنباء. والهدف هو محادثة وتبادل للآراء يركز على الحوار. تقول المتخصصة في الشؤون العامة لدى شعبة أون لاين ووسائل الاعلام الاجتماعية ليندي كايزر أن الشعبة كانت قادرة على استخدام هذه المواقع لدمج صورة الجيش على شبكة الإنترنت بسلاسة ولتسهيل الحوار الجذاب للزوار لأن المستخدمين يعرضون تجاربهم الخاصة وتغذيتهم العكسية.⁵

الواقع منذ أكثر من 20 سنة. فقد ظهر أول نظام دردشة عبر الانترنت في عام 1980 بظهور محاكي سي بي في كومبيو سيرف.³ فقد أوصل المحاكي الشركات الأمريكية بالقضاء الإلكتروني. وفي عام 1986، اتسع نطاق هذه الخدمات لتشمل أوروبا، وأصبح استخدام الشبكات ظاهرة عالمية. أعلنت شبكة الويب العالمية. وينبغي عدم الخلط بينها وبين شبكة الإنترنت. للجمهور في عام 1991، وأُنْجِبت طفرة دوت كوم التي مكنت الشركات والمؤسسات من الوصول إلى جمهور أوسع. واليوم، أعطت هذه المفاهيم نفسها المنظمات والأفراد مواقع الشبكات الاجتماعية مثل ماي سبيس وفيس بوك ويوتيوب وفليكر وغيرها من سبل التواصل الاجتماعي لتقاسم المعلومات.

ان العدد الكبير من تطبيقات الويب 2.0 المتاحة يسهل الاتصال مع العائلة والأصدقاء من بعيد. والقادة العسكريون ذوو البصيرة بصدد فتح منظماتهم للجنود والمدنيين وأفراد الأسرة باستخدام أدوات الشبكات الاجتماعية مثل تويتر والمدونات. وقد اتخذت اجتماعات قاعة المدينة بعدا جديدا، ما يتيح المجال لمزيد من الأفراد للمساهمة في المنتديات بالوقت الحقيقي.

ويحدد كبير الإستراتيجيين لوسائل الاعلام الناشئة في وزارة الدفاع جاك هولت وسائل الاعلام الاجتماعية كـ «بيئة خارج التسلسل الهرمي. حيث سمحت ديمقراطية النشر بأن يكون لكل فرد صوت. . . انها خارج التسلسل الهرمي ولدى الجميع حرية المشاركة».⁴ وهذا الفهم لوسائل الاعلام الاجتماعية ومستوى الشفافية الذي يشجع على الحوار. ساعد جهود وزارة الدفاع المتعلقة بوسائل الاعلام الاجتماعية.

وسائل الاعلام الاجتماعي في الجيش

تدور وسائل الاعلام الاجتماعية حول إجراء محادثة والتفاعل مع الأصدقاء أو الأتباع وتطوير

أنواع وسائل الإعلام الاجتماعية

للجيش الأمريكي وجود نشط في العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية، بما فيها الفيس بوك ويوتيوب والتويتير وفليكر.

فيس بوك. إن فيس بوك موقع شبكات اجتماعية يسمح للأفراد بالتواصل وتبادل المعلومات مع الأصدقاء والعائلة من خلال اللوحات الشخصية. في يونيو/حزيران 2009، طلب الجيش من خلال أمر العمليات (09 (OPORD-01) من القواعد الكف عن إعاقة استخدام القوات للفيس بوك ووسائل الإعلام الاجتماعية الأخرى. ورغم أن الأمر مقيد تبعاً لسلطة التنفيذ ونطاق التطبيق، فإن القصد من وراء إصداره واضح: تم تجنيد وسائل الإعلام الاجتماعية في الجيش. يستخدم الجيش الموقع بوصفه آلية لتبادل المعلومات وتوفير آخر الأخبار العسكرية. كما أن فيس بوك منبرا فعالا للقادة للوصول إلى جمهور مستهدف أكبر للتحدث عن هموم الحياة والمستجدات. والمبادئ الأساسية لفيس بوك تتماشى مع موقف الجيش من الشفافية والالتزام لأعظم أصوله: الناس.⁸

يوتيوب. إن يوتيوب عبارة عن منتدى يسمح للأفراد تحميل وتبادل ملفات الفيديو. ويمكن للمستخدمين التعبير عن أنفسهم وتبادل التعليقات حول إبداع المستخدمين الآخرين. وتستخدم الشركات أيضا يوتيوب كوسيلة لتعليم وتدريب العاملين والجمهور. ويستخدم الجيش يوتيوب لإيصال جهود الجيش إلى مجتمع متنوع في جميع أنحاء المعمورة. يظهر كبار القادة بصورة مرئية في أشرطة الفيديو. داعين الجنود لإبداء ملاحظاتهم. ويحفز الحوار الناتج والتعليقات الاهتمام بقصة للجيش. ويمكن لمتابعي الجيش بواسطة يوتيوب مشاهدة أشرطة فيديو تظهر معارك تجري في شوارع العراق أو مشاهدة القوات الأمريكية تساعد في الجهود الإنسانية. وتنقل

يتقبل القادة على أعلى المستويات بسرور وسائل الإعلام الاجتماعية ويدرجونها في عملياتهم الأساسية. ولا يوجد حاليا دائرة لسياسات الجيش بشأن وسائل الإعلام الاجتماعية، إلا أن على القادة النظر في اعتبارات وسائل الإعلام الاجتماعية الأساسية التالية:

● **الوجود.** إذا لم تكن هناك لتوصيل رسالتك، سيقوم بذلك شخص آخر نيابة عنك.

● **الصلة.** إن التواجد في وسائل الإعلام الاجتماعية ضروري ولكنه غير كافٍ. تتطلب هذه الوسيلة محتوى يضيف قيمة. تفحص البرنامج وضع استراتيجيات اتصالات.

● **الشهرة.** عند تطوير وجودك على وسائل الإعلام الاجتماعية، تأمل في مدى الشهرة الذي ترغب به وكيف لك سفن ذلك بمدى فاعل ومشاركته تبعاً لذلك.⁶

وينبغي على الجنود والمدنيين وأفراد الأسرة تذكر مبادئ أساسيين هما: أمن العمليات والقانون الموحد للقضاء العسكري. وقد وضع الجيش مجموعة من أفضل الممارسات التي تتضمن القواعد الأساسية للمشاركة والتوعية والأنظمة. وينبغي على المستخدمين الحفاظ على صورة الجيش وحسن النظام والانضباط عند المشاركة في وسائل الإعلام الاجتماعية.

إن المشاركة في الشبكات الاجتماعية قرار فردي شخصي. وللجنود الحق في التعبير عن أنفسهم في ندوة عامة، ولكن إذا كانت المشاركة في موقع للشبكات الاجتماعية حيث يمكن التعرف عليهم أو معرفة ارتباطهم بجيش الولايات المتحدة، يجب عليهم أن يكونوا مدركين تماما للطريقة التي يمثلون بها مؤسساتهم والولايات المتحدة الأمريكية.⁷ إن الاحتمالات لا حصر لها للتعاون عبر الإنترنت باستخدام التطبيقات القائمة على الويب.



الحرية الأمريكية، متخصص الاتصال الجماهيري من الدرجة 2، أوبن ل ريسون

الصورة: جنود يستخدمون أجهزة الكمبيوتر لتصفح الانترنت في قاعدة العمليات المتقدمة في اليوسفية، العراق، 16 أغسطس 2009.

محاولة من قبل الجيش «للمشاركة في مجتمع يوتيوب»، ومواجهة بعض «التشويهات» حول الجيش وحياة الجيش المعروضة على شبكة الإنترنت»⁹. يحكي قادة قصة الجيش، وفي الوقت نفسه يردون على التصورات المخرجة التي قد يكون الجمهور كونها بناء على بيانات غير دقيقة.

تويتر. إن تويتر عبارة عن موقع مدونات صغيرة يتيح للمستخدمين ارسال رسائل (140 حرفاً أو أقل) لعدد كبير من المستخدمين في وقت واحد، غالباً إجابة على السؤال: «ماذا تفعل؟» يسمح لك تويتر بالسيطرة على كمية المعلومات التي تريد أن تصدرها ومن الذي يحصل عليها. إنه مصدر ممتاز للقادة لأنه يسمح لهم بتقديم تحديثات لأتباعهم أثناء قيامهم بجولاتهم التفقدية. ويمكن للمستخدمين ربط تويتر بهواتفهم المحمولة، وإرسال واستقبال الرسائل من أي مكان. يستخدم الجيش تويتر للوصول إلى أتباعه الـ 15,000 وأكثر عن طريق تزويدهم بروابط لقصص ومحتوى وضعت على موقع Army.mil.

أشرطة الفيديو هذه قصة الجيش من خلال أحداث فعلية تظهر على الشاشة.

يجمع لمصورو المعارك لقطات البث على موقع يوتيوب للقوات المتعددة الجنسيات في العراق، ما يسمح بتبادل قصص تضحيات والتزام جنودنا مع العالم. وتظهر هذه اللقطات للمستخدم عن ظروف عيش يوم في حياة الجندي، وهي لا تشبه لقطات من العمليات العسكرية السابقة التي نادراً ما وصلت الجمهور. ويتلقى المشتركون تغطية مستتقة من المصدر مباشرة، تغطية حقيقية، فيها بعد نظر و بصيرة وتفهرس تاريخ قواتنا العسكرية.

يأخذ التجنيد بواسطة موقع يوتيوب شكلاً جديداً. إنه يمكن القائمين على التجنيد من الوصول إلى سوق أكبر للتجنيد باستخدام اقتباسات تجنيد موجهة من خلال أشرطة فيديو يوتيوب. وفقاً لأمر الانضمام للجيش، «فإن أشرطة الفيديو المعروضة على يوتيوب» ليست دعائية». انها بدلا من ذلك

● سوف لن يتم التسامح مع العبارات النابية. وستؤدي التعليقات النابية إلى الحذف فوري.

● سوف لن يتم التسامح مع التهجم الشخصي أو الملاحظات المهينة.

● قد يتم حذف أي نوع من رسائل البريد المزعج المتكررة وفقا لتقدير مكتب رئيس شؤون الشؤون العامة.¹¹

يبدو أن هناك الكثير من الأوامر والنواهي، ولكن الأمر ليس كذلك في الحقيقة. ومع ذلك، فإن هذا منتدى اجتماعي ملتزم بالتحديث للشعب الأمريكي وجنودنا حول الجيش في بيئة تعزز التفوق.

استراتيجيات الإعلام الاجتماعي

عندما تدرك المنظمات ويدرك الأفراد مبادئ وفوائد تطبيقات الوسائط الاجتماعية، ستصبح مجموعة من الفرص متاحة عند وضع استراتيجية دقيقة لها. ويمكن أن يشمل التخطيط ما يلي:

استراتيجيتك، فكر في كل منبر تتحدث منه قبل أن تقرر إعطاء نبذة منه وتأكد من أن ذلك المنبر يلبي احتياجات مؤسستك حيث أن مجرد توفر المواقع لا يعني بالضرورة تواجد مؤسستك على كل منها.

القوى العاملة. هل ستتوفر لك الموارد اللازمة لإدارة المواقع والحفاظ عليها؟ إذا لم تتمكن من الالتزام بتحديث مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك على الأقل مرة واحدة في الأسبوع، أو تقديم محتوى جديد بما فيه الكفاية لجذب المستخدمين للعودة، فإن ذلك المنبر قد لا يكون مناسباً لمؤسستك.

المراسلة. تتمحور وسائل الإعلام الاجتماعي حول أخذ هويتك أو رسائلك وتسليم السيطرة لمجتمعك. إن جدار فيس بوك وتيار التعليقات في فليكر مكانان للتعليقات الإيجابية والسلبية على حد سواء. إذا كنت لا ترغب في فقدان السيطرة على رسائلك

فليكر، إن فليكر عبارة عن سجل قصاصات على الانترنت يسمح لك بنشر صور أو أشرطة فيديو ليشاهدها الآخرون. فهو يوفر لك مكانا لتخزين الصور الخاصة بك، ويقدم للجمهور عامة نافذة في مؤسستك. انهم لا يستطيعون مشاهدة صورك فحسب، بل يمكنهم أيضا إدراج التعليقات وإضافة ملاحظات أو التأشير عليها.

يتقبل القادة على أعلى المستويات بسرور وسائل الاعلام الاجتماعية

يسمح فليكر للجيش أو أي مؤسسة تابعة لوزارة الدفاع (DOD) بسرد قصته مع صور. تقدم التعليقات على الصور لمسؤولي وزارة الدفاع تبصرا في أذهان عامة الناس وأذهان من يشاهد صور الألبوم. ويراعى في استخدام فليكر بعض القواعد الأساسية للمشاركة:

- لا تحمل أي شيء ليس لك.
- لا تنس الأطفال.
- لا تحمل محتوى غير قانوني أو محظور.
- لا تنفس عن مشاعر الإحباط الخاصة بك أو تتحدث طويلا وتغضب أو تضجر الأعضاء الآخرين.
- لا تستخدم حسابك لاستضافة الشعارات واللافتات على شبكة الإنترنت لأغراض تجارية.¹⁰
- والقائمة ليست شاملة وينبغي أن يعرف الأعضاء القواعد ويستوعبها قبل استخدام هذا المورد الثمين.
- تنصح شعبة أون لاين والإعلام الاجتماعي في مكتب رئيس الشؤون العامة للجيش الأمريكي، التي تدير موقع الجيش، فليكر، تنصح مشتركيها بما يلي:

من أجل بناء علاقات من خلال إيصال القصة الحقيقية. لقد أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية أداة تسويق تظهر قيم جيشنا إلى المجتمعات التي نعيش ونعمل فيها. لا تتورلوسائط الاتصال دائما آلية التغذية العكسية للجمهور لمناقشة القضايا الملحة. ويمكن أن تغير وسائل الاعلام الاجتماعي في الجيش هذا من خلال فتح قنوات الاتصال.

المخاطر والتحديات

لا يخلو التغيير من المخاطر والتحديات. لم يكن تنفيذ وسائل الاعلام الاجتماعي خطوة سهلة لدائرة الجيش. يمثل الأمن الشغل الشاغل للقادة عندما يمارس المستخدمون حقهم في التعبير عن آرائهم في منتدى عام. إذ تضر المعلومات المحمية إذا وقعت في الأيدي الخطأ بقواتنا المسلحة. وفي الواقع، يمكن للبلوق blog التي تبدو غير ضارة أن يكلف خسائر في الأرواح.

تمثل التحدي في موازنة العمليات الأمنية مع الوعي العام. إن أمن العمليات هو حماية المعلومات السرية الحساسة. أو المعلومات التي يلزم معرفتها. ويدرب الجيش جنودنا على هذه الإجراءات. تنطوي وسائل الاعلام الاجتماعي على تحديات جديدة تتطلب من كافة المستخدمين تحديث معاماتهم حول قواعد الاشتباك.

تتضمن بعض المعلومات الشائعة التي يبحث خصوصونا عنها معلومات عن قدرات الولايات المتحدة الحالية والمستقبلية وأخبار عن دبلوماسية الولايات المتحدة وأسماء وصور لأشخاص مهمين ودرجة وسرعة التعبئة وسياسات الرحيل.¹³

فبدون التدريب المناسب، يمكن للأفراد نشر معلومات حساسة عن غير قصد على مواقع الشبكات الاجتماعية. ومن المهم أيضا للجنود التأكد من أن أفراد أسرهم يدركون أهمية أمن العمليات وما في وسعهم ذكره على الشبكة وما لا يمكن ذكره. وبكل بساطة، هل يمكنك تبادل رقم حسابك المصرفي ورقم هويتك الشخصي

واعطاء بعض السلطة لمجتمعك. فإن استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية لا يناسبك.¹² ولكن عليك أن تسأل نفسك: «هل حقا أتمكن من عدم المشاركة في هذا الأسلوب السائد لتبادل الرسائل؟» وحالما تلتزم مؤسسة بهذا الجهد، يتعين على قادتها مواصلة تقييم وتعديل برامجها عند الحاجة.

لا يناسب كل موقع جميع المنظمات. ويتعين على الزعماء إجراء تحليل دقيق لمنظمتهم للحصول على أكبر كسب لجهودهم. ينخرط قادة أكثر من 80 منظمة عسكرية في حوار مع مجتمعاتهم. ويوفر موقع Army mil موارد حيوية على صفحة «ابتدع للتأثير» التي توفر للمستخدمين وسيلة لتكرار «المظهر واللمس» لصفحة موقع الجيش الرئيسية. ويوفر هذا الموقع مساعدة للمصمم والمطور ومحرر المحتوى للمساعدة في إنشاء تمثيل صحيح لمؤسسة.

ويمكن لمتابعي الجيش بواسطة يوتيوب مشاهدة أشرطة فيديو تصور معارك تجري في شوارع العراق...

يزيل دليل العلامات التجارية هذا الحسد من عرض موقع متطور على شبكة الانترنت. وهذا بمثابة نصف المعركة. ويمكن لموقع سيئ التخطيط أن يصبح رادعا للمشتركين بسرعة. هل لديك الحد الأدنى من مهارات الرسم فقط؟ لا عليك. يمكن للمستخدمين الأساسيين التنقل بين العديد من القوالب المتاحة.

تكون مواقع مؤسسة وظيفية اعلامية فعالة عندما تكون المبادئ التي تدعم المصلحة العامة ومصالح المنظمة في طليعة أهداف المنظمة. ويكمن المفتاح في تمكين الأفراد

على وسائل الاعلام الاجتماعية. وتمكن الثقة القادة من فتح منظماتهم على وسائل الاعلام الاجتماعية، ويوفر التدريب الثقة في قواعد التواصل التي تحكم استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية. ومن المهم توفر خطة لإدارة الأزمات، ومع ذلك، وحيث أن حتى أفضل الخطط يمكن أن تواجه مشاكل، فإن عدم وضع برنامج يركز على المخاطر يسمح للأخريين بأن يتلوا قصتنا بطريقة تشوبها الأفكار المسبقة والبيانات غير الدقيقة.

ما زالت النزعة الاجتماعية لدى المرء تعني التحدث مع الأسرة والأصدقاء والجيران. لقد وسعت التكنولوجيا ملتقائك المفضل أو متلقى فناء البيت الخلفي ليشمل العالم بأكمله. إن تطبيقات شبكة الإنترنت التي تعمل على تبادل وتوضيح وإدارة المعلومات مع توفر وجود فعال تضع برنامج الجيش لوسائل الاعلام الاجتماعي ليكون في موقع الصدارة. للجنود قصة تروى، والجمهور يريد سماعها. ليس المهم وحسب، ولكن ما يشكل حياة الضباط وحياة الجنود وهم يدافعون عن هذه الأمة وعن الديمقراطية.

على الإنترنت؟ إن معلومات الحكومة حساسة بنفس القدر. إذا نشرت وسائل الإعلام المعلومات التي تبادلتها على الشبكة، هل ستكون سعيدا بذلك؟ إنه يمكن لهذه السؤالين البسيطين مساعدة القادة تثقيف جنودهم على حماية موارد بلادنا أثناء تبادل قصصهم.

والأمر الآخر الذي يثير القلق هو الكفاءة وكيف يمكن لوسائل الاعلام الاجتماعي إلهاء المستخدمين عن إنجاز المهام المسندة لهم. لقد رفع أمر العمليات 01-09 العوائق الأمنية وجلب وسائل الاعلام الاجتماعي إلى المكتب بدلا من المتجر الصغير. ولا يدرك الكثير من المستخدمين أن إعدادات الخصوصية لا تحمي موقعا عسكريا، وبغض النظر عن نوايا المستخدم، فإن الأمر يتطلب مستوى من المسؤولية عند تبادل المعلومات يستطيع العالم الآن أن يراها ويقراها وينسخها بمجرد النقر على فأرة الحاسوب. وعلى الرغم من المخاطر والتحديات، فإن بإمكان وسائل الاعلام الاجتماعي والاتصال المفتوح جعل الجيش أكثر قوة. وقد تبنى الجيش دورا نشطا في إيجاد وجود إيجابي له

ملاحظات ختامية

1. إحصاءات فيس بوك. <www.facebook.com/press/info.php?statistics> (15 سبتمبر 2009).
2. نشرة حقائق يوتيوب. (15) <www.youtube.com/t/fact_sheet> سبتمبر 2009).
3. بريث بوردرز، "تاريخ مختصر لوسائل الإعلام الاجتماعي". <www.socialmediarockstar.com/history-of-social-media> (2009).
4. ج. هولت، مقابلة هاتفية، 2 سبتمبر 2009.
5. ل. كايزر، مقابلة هاتفية، 3 سبتمبر 2009.
6. أفضل ممارسات وسائل الإعلام الاجتماعي. <www.carlisle.Army.mil/banner/uploads/files/U.S.%20Army%20Social%20Media%20Best%20Practices.pdf> (25 أغسطس 2009).
7. نفس المرجع.
8. <www.facebook.com/note.php?note_>

Social Media and the Army

Chondra Perry

Originally published in the English March-April 2010 Edition.