

УДК 329.3:297

Зінько С.Ю.\*

## НОВІТНІ МЕДІА ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА РЕВОЛЮЦІЙНІ ПОДІЇ В ТУНІСІ, ЄГИПТІ ТА ЛІВІЇ НА ПОЧАТКУ 2011 Р.

*У статті розглянуто міжнародно-політичні аспекти впливу соціальних медіа та супутникових телеканалів на акції протесту, що відбулись на Близькому Сході на початку 2011 р. Проаналізовано характерні особливості та інструментарій протестних кампаній у соціальних медіа Тунісу, Єгипту, Лівії. Досліджено мобілізаційну та інформаційно-пропагандистську роль новітніх медіа, їх вплив на взаємодію державних і недержавних акторів у регіоні.*

**Ключові слова:** арабські революції, соціальні медіа, «Аль-Джазіра», хактивізм.

*В статье рассмотрены международно-политические аспекты влияния социальных медиа и спутниковых телеканалов на акции протеста, состоявшиеся на Ближнем Востоке в начале 2011 г. Проанализированы характерные особенности и инструментарий протестных кампаний в социальных медиа Туниса, Египта, Ливии. Исследована мобилизационная и информационно-пропагандистская роль новейших медиа, их влияние на взаимодействие государственных и негосударственных акторов в регионе.*

**Ключевые слова:** арабские революции, социальные медиа, «Аль-Джазира», хактивизм.

*The article discusses the international political aspects of social media and satellite channels influence on the Middle Eastern protest actions at the beginning of 2011. The protest campaigns in Tunisia, Egypt and Libya are being analyzed within the frame of differentiators and common media-instruments applied. The research also covers mobilization and international propaganda aspects of social media campaigns, their influence on the interaction between state and non-state actors.*

**Keywords:** Arab revolutions, social media, Al-Jazeera, hacktivism

Революційні події на Близькому Сході, які відбулися у першій половині 2011 р., підтвердили незаперечну роль інформаційних технологій у формуванні світової громадської думки та прийнятті зовнішньополітичних рішень.

Широке інформаційне висвітлення протестних акцій за допомогою соціальних медіа та супутникових мереж стало одним з вирішальних чинників поширення революційних настроїв на інші країни регіону. Також стало очевидним розширення кола суб'єктів міжнародних інформаційних відносин в регіоні, що знайшло відображення в залученні радикальних угруповань, індивідів, медіа та ініціативних груп.

\* здобувач факультету міжнародних відносин Львівського національного університету ім. Івана Франка

Дана проблематика набуває зростаючої актуальності у зв'язку з інтенсифікацією взаємодії між державними і недержавними акторами, яка рельєфно проявляється у міжнародній інформаційній діяльності. На увагу заслуговують також інтенсифікація інформаційних потоків та відстеження міжнародних подій в режимі реального часу.

Метою даного дослідження є з'ясування особливостей впливу соціальних медіа та супутникових каналів на революційні події в Тунісі, Єгипті та Лівії, а також виявлення тенденцій взаємодії між державними та недержавними акторами у близькосхідному регіоні.

Роль соціальних медіа в акціях протесту стала предметом широкої дискусії експертів. Професор Стенфордського університету і дописувач Foreign Policy Є. Морозов є представником критичного погляду на політичну вагомість новітніх медіа. У статті «Оманливість Facebook-дипломатії» він стверджує про гіперболізацію впливу Інтернету на глобальні події, а у книзі «Net Delusion» застерігає, що погляди кібер-утопістів не сприяють адекватній інтерпретації політичної реальності [11].

Науковець зазначає, що здатність соціальних медіа швидко поширювати текстову і мультимедійну інформацію трансформувала політичний процес. Період від зародження протестних настроїв до проведення демонстрацій стає все меншим, також зростає медіа-підтримка протестів. Однак, на його думку, у Лівії онлайн-акції не мали такого відчутного впливу на динаміку протестів, як у Єгипті і Тунісі.

Професор журналістики Нью-Йоркського університету Дж. Розен слушно зазначає, що пошук надійних джерел інформації в онлайн стає дедалі більшою проблемою через спотворення інформації усіма учасниками революційних подій [3].

У дискусійній статті «Невеликі зміни: чому революції не будуть твіттеритися», опублікованій у жовтні 2010 р., М. Гледвел стверджував, що соціальні медіа не здатні спричинити соціально-політичні зміни. Відомий соціолог З. Туфекці виступив на підтримку Гладвела, стверджуючи, що соціальні медіа безпосередньо не спричиняють революції, натомість сприяють швидкому встановленню мережових зв'язків [9].

Один з лідерів антиурядових протестів у Єгипті В. Гонім зазначив, що соціальні медіа відіграли вагомий роль у відставці Мубарака, однак наголосив, що справжніми героями є протестанти, які боролися з режимом, були поранені чи заарештовані. Віртуальна мережа підтримки, на його думку, відіграє другорядну, хоча й важливу роль [5].

Засадничою подією для розуміння ролі соціальних медіа на Близькому Сході відбулася у квітні 2008 р., коли молода жителька Каїру створила Facebook-сторінку для підтримки страйкуючих текстильників. Дана акція зумовила появу 70 тис. віртуальних прихильників, підтримку тисяч блогерів та мобілізацію різноспрямованих політичних груп, від «Братів-мусульман» до революційних соціалістів. Заарештована засновниця сторінки була звільнена тільки після проведення міжнародної кампанії за допомогою Facebook [10].

Проте кардинальний поворот у застосуванні новітніх ЗМІ від засобу розваг до засобу боротьби відбувся лише протягом останніх місяців.

На відміну від класичного Близького Сходу, найпопулярнішою телевізійною платформою в Магрибі є наземні, як правило, одержавлені канали, тому в умовах громадянських заворушень новітні медіа стали єдиним засобом отримання інформації для широких соціальних верств. Соціальні медіа залучили значно ширше коло акторів, ніж власне протестанти та уряд. Вирішальну роль в акціях протесту відіграло урбанізоване і технологічно «просунуте» покоління ТХТ.

У той же час події в регіоні спростовують дещо спрощені оцінки західних експертів щодо прямої кореляції розвитку ІКТ і розвитку демократичних рухів. Слід зауважити, що

в Марокко ступінь кіберсвободи більший, ніж в Єгипті чи Тунісі. Електронні академії в Йорданії, які служать моделлю для віртуальних арабських університетів, Йорданський технологічний інкубатор та мережа марокканських інкубаторів, на думку західних науковців, є джерелом демократичних рухів. Проте невдача виступів у цих країнах свідчить, що роль відіграє не тільки технічна інфраструктура, але й ступінь поширення ісламізму.

Згідно з даними Школи урядування в Дубаї, загальна кількість Facebook-користувачів в арабських країнах станом на грудень 2010 р. становила 21,3 млн. осіб, продемонструвавши 78% зростання на рік. Слід зазначити, що кількість користувачів Facebook на Близькому Сході перевищила кількість користувачів одного з основних джерел новин в регіоні – газет арабською, англійською і французькою мовами (14 млн.). При цьому п'ять країн регіону складають 70% користувачів Facebook: Єгипет, Марокко, Туніс, КСА і ОАЕ [6]. Частка Єгипту у загальній кількості користувачів в арабському світі є значною – 22%, хоча поступається країнам Затоки на кшталт ОАЕ (45%). Соціальні мережі детерміновані демографічним аспектом, оскільки молодь до 29 років складає 75% користувачів Facebook [12].

Нещодавні дослідження засвідчують збільшення використання мобільних пристроїв на Близькому Сході, що є закономірним явищем, зважаючи на середній вік населення у регіоні [13]. Ступінь проникнення Facebook у Магрибі залишається незначним, зокрема, у Марокко – 7,55%, у Алжирі – 3,99%. На цьому фоні Туніс демонструє високий показник у 17,55% [12]. Слід зазначити, що проникнення Facebook не корелює з ВВП на душу населення чи цензурованістю Інтернету.

Згідно з даними Центру підтримки міжнародних медіа, наприкінці 2010 р. в регіоні нараховувалося 40 тис. активних блогів, і події в регіоні засвідчили незначну роль цього сегменту медіа. «Аль-Джазіра» створила альтернативні платформи для своєї аудиторії, заохочуючи твіттер-трансляції та класифікацію інформації за допомогою тегів.

Серед країн, які найактивніше слідкували в Twitter за подіями на Близькому Сході, а також робили найбільшу кількість ретвітів, можна назвати США (29%), Великобританію (14%), Саудівську Аравію (11%) та ОАЕ (9%) [7].

Під час революційних подій у країнах Близького Сходу соціальні медіа відіграли насамперед мобілізаційну роль. Facebook трансформувався у консолідуючу платформу для розпорошених блогерів та авторів роликів на YouTube, Facebook-групи сприяли організації перших протестів і спонукали демонстрантів до активних дій.

Оновлення у Twitter та Facebook поширювалися арабською і англійською мовою, що збільшувало їх використання глобальними медіа та світовою аудиторією. Тенденція англомовних оновлень була використана також англомовною редакцією каналу «Аль-Джазіра».

У інформуванні та мобілізації населення важливу роль відіграла трьохскладова взаємодія старих і нових медіа. Зокрема, активісти агрегували контент, включно з фото- і відеоматеріалом на Facebook-сторінки. Перепост даного контенту здійснювався на Twitter. Насамкінець, сателітарні мережі, у першу чергу «Аль-Джазіра», використовували згенерований соціальними мережами матеріал для власних трансляцій. Конвергенція соціальних медіа, сателітарних мереж та традиційних медіа відіграла непересічну роль у поширенні акцій протесту.

Революційні події на Близькому Сході спровокували політичну активність активістської групи «Anonymous», яка проголошує метою свободу слова та протистояння цензурі. Атаки зазнали урядові сайти Тунісу, Єгипту, Ємену, Алжиру, Ірану. Сайти

Міністерства промисловості, Міністерства закордонних справ та туніської фондовій біржі одними з перших зазнали атаки у відповідь на блокування урядом Тунісу Youtube, Facebook, Google, а також фішинг особистих даних з електронних скриньок та аккаунтів в соціальних мережах, які належали провідним журналістам та соціальним активістам країни. Протестанти у Тунісі активно допомагали «Anonymous» у здійсненні онлайн-атак.

Згідно з даними The New York Times, близько 500 хакерів «Anonymous» атакували сайти Міністерства інформації, Міністерства внутрішніх справ та Національно-Демократичної партії Єгипту. Події відбулися після відновлення в країні мобільного зв'язку та Інтернету, заблокованих протягом п'яти днів.

Паралельно з протестами, які проводилися в Ємені у День гніву, була здійснена атака на веб-сайти президента Ємену Алі Абдулі Салеха і Міністерства інформації країни. Дана атака стала віддзеркаленням подій у Єгипті.

Перед запланованими на 14 лютого 2011 р. акціями в Ірані «Anonymous» опублікувала відеозвернення на знак солідарності з протестантами, а перед початком демонстрацій здійснила «Операцію Іран» проти урядових сайтів. В січні група заблокувала блог Президента Ірану і сайт державної телерадіокомпанії IRIB.

Окрім того, плановані та проведені операції «Anonymous» охоплюють також Бахрейн, Лівію, Алжир. Незалежно від ступеня впливу група на арабський світ, її діяльність довела, що бойові дії між урядами і протестантами знаходяться у кіберпросторі.

У Тунісі Facebook та Twitter були ефективними інструментами протестантів, оскільки відеомережі на кшталт YouTube зазнавали урядової цензури. У країні перед революцією діяло тільки 200 активних твітерян, попри 2,000 зареєстрованих аккаунтів. За три місяці перед самоспаленням продавця фруктів Мухамеда Буазізі подібний випадок відбувся в Монастірі, проте не набув розголосу, оскільки не був зафільмованим. Одним з основним хеш-тегів під час подій у Тунісі став #Sidibouzid – назва міста, де відбулося самоспалення Мухамеда Буазізі. Після активістських акцій популярність здобув хеш-тег #Anonymous. Навіть після еміграції Бен Алі до Саудівської Аравії пости з хеш-тегом #Tunisie інформували світ про ситуацію в країні. Частка користувачів Facebook у Тунісі за перших два тижні 2011 р. зросла на 8%, склавши майже 2 млн. осіб [2]. Слід зазначити, що Інтернет-послуги в країні не відключались протягом усіх чотирьох тижнів протестів.

Більшість глобальних медіа зреагували на події у Тунісі через 4 тижні після їх початку, коли відбувся перехід до кривавих сутичок. З цієї причини соціальні медіа були на перших порах основним джерелом інформації про події в країні. Одним з найголовніших завдань соціальних медіа в Тунісі була боротьба з пропагандою та дезінформацією, яка поширювалася урядом для створення паніки. Прикладами неправдивої інформації було отруєння води в деяких населених пунктах чи перестрілки у житлових районах.

Телебачення також відіграло певну роль у поширенні акцій протесту, зокрема, «Аль-Джазіра», ефір якого на 60% складався з мобільного відеоматеріалу, знятого демонстрантами. Бейрутський аналітик Рамі Хурі зазначив, що це знаменує зрілість каналу як політичної сили. «Канал зробив революцію в арабських умах», - стверджує екс-міністр інформації Кувейту Саад бі Тіфла аль-Аймі [14]. Трансляції супутникових каналів допомогли об'єднати старше покоління, яке традиційно віддає перевагу телебаченню, та молодих активістів, які готували частину матеріалів для «Аль-Джазіри».

Події в Тунісі, підсилені активною циркуляцією в ЗМІ, а також неспроможність єгипетського уряду заблокувати доступ до медіа, призвели до ескалації протестних настроїв серед єгиптян. Від середини січня задокументовано випадки самоспалення, які повторювали вчинок Мухамеда Буазізі в туніському Сіді-Бузід. Мобільні пристрої, Twit-

ter, Facebook і «Аль-Джазіра» стали своєрідними каталізаторами революції. Хоча наприкінці січня було заблоковано доступ до Інтернету та припинено мовлення «Аль-Джазіра», протестанти отримали доступ до соціальних медіа завдяки іноземному дайп-ап доступу та проксі-серверам.

На відміну від Тунісу і незважаючи на репрезентативний хеш-тег #Jan25 (дата початку протестів) Twitter не став вирішальним інструментом революції в Єгипті. Провідною силою у країні став Facebook. Сторінка “We are all Khaled Said”, присвячена закатованому юнаку, створена за шість місяців до початку революційних подій як символ протесту проти насильства поліції і підтримана активістами з захисту прав людини та блогерами-дисидентами. Згодом вона отримала понад 800 тис. прихильників і стала безпосередньо революційною платформою в Facebook [8]. Важливу роль в кіберсфері відіграла група “April 6 Movement”, які доповнила діяльність вищезгаданої “We are all Khaled Said”. Не викликає сумніву, що організатори віртуальних акцій в Єгипті не репрезентували більшість єгиптян. Вони належать до молодих представників еліти, що не мають дотичності до переважної кількості населення, проте виступають від його імені. У перебігу подій в Єгипті мали місце набагато складніші, ніж в Тунісі, кампанії в соціальних медіа.

Значну роль у трансляції акцій протесту відіграла діаспора. Вона не тільки поширювала наявну інформацію про ситуацію в Єгипті, але й за допомогою волонтерів розповсюджувала мультимедійний контент, недоступний через блокування YouTube. Фотографії текстових повідомлень у мобільній мережі, згенерованих на підтримку єгипетської влади, отримали 3 млн. переглядів саме завдяки діаспорі.

Події в Єгипті засвідчують про відмінність від класичного близькосхідного сценарію, що мав місце у Лівані під час «Кедрової революції», зокрема, незначною роллю активістського блогінгу, націленого на отримання широкої міжнародної підтримки. Швидше можна провести паралель з палестинським опором під час операції «Литий свинець». Незважаючи на винятковий розвиток національного, в тому числі приватного, телебачення в Єгипті, воно не відіграло мобілізуючої ролі, як у Лівані, і вплив Інтернету за магрибським сценарієм був вирішальним. Особливістю єгипетського варіанту є широке залучення кібер-ресурсів «Братів-мусульман», відсутнього в інших країнах. Однак слід пам'ятати, що саме події у Лівані справили відчутний вплив на інформаційну політику ісламістських рухів - «Братів-мусульман» у Єгипті, «Фронту ісламської дії» у Йорданії та руху «Аль-Вефак» у Бахреїні.

Хоча Лівія в арабському світі характеризується найнижчим проникненням Інтернету (5.5%), соціальні платформи були загалом доступні до 4 березня. Блокування Інтернету в Лівії можна пов'язати з ескалацією акцій протесту, які відбуваються після п'ятничної молитви. Президент Каддафі слідом за экс-президентом Тунісу Бен Алі виступив з критикою на адресу соціальних медіа за поширення неправдивої інформації. 7 лютого він зустрівся з лівійськими блогерами та Facebook-активістами, застерігаючи їх проти деструктивних дій

Незалежні новинні портали «Аль-Ватан» і «Аль-Манара» збільшили подачу матеріалів у соціальних медіа для мінімізації ризику атак на їх сайти [1]. Зважаючи на блокування соціальних сайтів, лівійці перейшли на альтернативні методи передачі зображень та відео. Завдяки епізодичному доступу до Інтернету мультимедійний контент завантажувався на Facebook та Twitvid, звідки поширювався волонтерами на YouTube.

Twitter став одним з основних інструментів лівійських протестантів – хеш-тег #Feb 17 означав, що виступи планувалися саме на 17 лютого, проте акції протесту розпочалися у Бенгазі раніше запланованої дати. У твіттер-репортажах з країни основну популярність

здобули хештеги: #Libya, #17Feb, #Gadafi. Разом з тим Facebook-сторінка Feb17 здобула 103 тис. прихильників, новинна група RNN Libya заручилася прихильністю 22 тис. осіб.

Важливу роль у медіа-підтримці акцій протесту в регіоні відіграли супутникові канали. В Тунісі мовлення «Аль-Джазіри» давно припинене, журналісти телеканалу не мали права працювати в країні, проте супутникова мережа знайшла заміну репортерам у вигляді активістів.

Активна позиція каналу попри політичні переслідування та акти фізичного насильства збільшила кількість прихильників навіть у Саудівській Аравії, дозволивши наприкінці січня 2011 р. стати найбільш популярним каналом у КСА. На думку йорданського активіста Майсура Маласса, «Аль-Джазіра» у висвітленні подій і поширенні революції в Тунісі зробив набагато більше, ніж Facebook [14].

Про зростання ролі каналу в арабському світі свідчить той факт, що 21 лютого 2011 р. провідний сунітський улем шейх Юсуф Кардаві в ефірі телеканалу «Аль-Джазіра» видав фетву для лівійських військових стосовно вбивства Муамара Каддафі [15], що є безпрецедентною подією для регіону. Умовну паралель можна провести тільки з закликком шейха Насралли до єгиптян щодо повалення режиму Хосні Мубарака під час ізраїльської кампанії в Газі у 2008-2009 рр.

Лише протягом останніх днів січня онлайн-трансляція «Аль-Джазіри» згенерувала 4 млн. переглядів, зокрема, 1,6 млн. у США. Кількість прихильників Facebook-сторінки телеканалу склала 426 тис. осіб., а чисельність Twitter-фолловерів зросла в геометричній прогресії – з 60 тис до 259 тис. Працюючи під час ескалації конфлікту в Єгипті на різні цільові аудиторії, канал ефективно використовував як популярність у регіоні контенту, згенерованого користувачами (UGC), так і потенціал Twitter.

Разом з тим «Аль-Джазіра» відіграє набагато більшу роль для інформування світової громадськості, ніж мешканців епіцентру подій. Створюється враження, що катарський канал прагне насамперед опанувати нові інформаційні ринки, зокрема, канадський, ніж додатково утвердитися в регіоні. Не викликає сумнівів, що «Аль-Джазіра» у конкурентній боротьбі перемогла «Аль-Арабію». Остання зазнає остаточної трансформації в розважальний канал. Для Аль-Джазіри це шанс повернути увагу аудиторії після падіння рейтингу новинних каналів у 2009 р., зумовленого зміною світового порядку з приходом Б. Обама.

Окрім того канал вкотре виграв двобій з глобальними каналами новин. Незважаючи на те, що CNN трансформував арабський онлайн-сервіс, що підтримує зв'язок з блогосферою і форумами, а також містить два сегменти для основних соціальних медіа регіону [4], телекомунікаційний гігант не зміг скласти конкуренції «Аль-Джазіри».

Можна припустити, що поняття впливу соціальних медіа на близькосхідний регіон згідно з класичним розумінням терміну «Близький Схід» є перебільшеним, що наочно демонструє Бахрейн та Ємен, де мобілізаційним чинником швидше виступає шіїзм з його історичними традиціями опору, ніж новітні технології. Опосередковано про це свідчать іранське висвітлення подій в Ємені за допомогою Al-Alam, Tehran Radio і сателітарних каналів Al-Manar, Al-Zahra і Al-Kawthar. Видається, що формується «магрибський» варіант впливу медіа на формування політичної реальності з домінуванням Інтернету і мобільних технологій, більше розвинених в Магрибі, на противагу елітному панарабському сателітарному телебаченню, яке формує світогляд країн Затоки.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зауважити, що акції протесту в Тунісі та Єгипті засвідчили зростаюче проникнення соціальних медіа в регіоні та часткову переорієнтацію їх функції з соціальної на політичну. Соціальні медіа відіграли відмінну роль у революційних подіях: Facebook допоміг організувати активістів всередині країни, у той

час як Twitter і YouTube сприяли поширенню інформації про події у світі і, зокрема, формували їх висвітлення західними ЗМІ.

Знаковою стала конвергенція традиційних і електронних медіа. Не вступаючи у конкуренцію з соціальними медіа, «Аль-Джазіра» змогла використати згенерований користувачами контент для власних потреб, зміцнивши свої позиції у новинному сегменті як у локальному, так і в регіональному вимірі.

Завдяки активному використанню новітніх медіа до безпосередніх ініціаторів та учасників подій долучилися хактивістські групи та діаспорні спільноти. Слід відзначити також залучення до міжнародної інформаційної діяльності радикально нових суб'єктів: віртуальних коаліцій на кшталт Anonymous та туніських протестантів і віртуальних соціальних спільнот на кшталт ініціативних груп в Facebook.

У підсумку слід зазначити, що поєднання мобільних технологій, соціальних медіа та молодого віку протестантів стали вибуховою сумішшю для близькосхідних подій. З великою ймовірністю можна стверджувати, що кожен фактор зокрема був би неспроможним підсилити існуюче незадоволення політичною та соціально-економічною ситуацією в країнах регіону і призвести до протестних виступів.

#### Список використаних джерел

1. al-Salmi A. Libya: YouTube videos challenge official media [Електронний ресурс] /A. al-Salmi // BBC. – 2011. – 18 February. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/02/libya-youtube-videos-challenge.shtml>
2. Arab Social Media Report [Електронний ресурс] // Dubai School of Government. – 2011. – May. – Режим доступу: <http://interactiveme.com/wp-content/uploads/2011/02/Arab-Social-Media-Report.pdf>
3. Bagley S. Social Media - a New Battleground for Activists and Governments Alike [Електронний ресурс] /S. Bagley // VOA News. – 2011. – 3 March. – Режим доступу: <http://www.voanews.com/english/news/middle-east/Social-Media--117312843.html>
4. CNNArabic.com re-launches [Електронний ресурс] // AME Info. – 2010. – 2 November. – Режим доступу: <http://www.ameinfo.com/247553.html>
5. Douglas I. The real use of social media in the Egyptian revolution [Електронний ресурс] /I. Douglas // The Telegraph. – 2011. – 14 February. – Режим доступу: <http://blogs.telegraph.co.uk/technology/iandouglas/100006366/the-real-use-of-social-media-in-the-egyptian-revolution/>
6. Facebook reach tops newspapers in Mena [Електронний ресурс] //AME Info. – 2010. – 25 May. – Режим доступу: <http://www.ameinfo.com/233507.html>
7. Ghaly R. Does Social Media Sets “New World Order” in building Revolutions throughout the Middle East [Електронний ресурс] /R.Ghaly // Scribd. – 2011. – 31 January. – Режим доступу: <http://www.scribd.com/doc/48152214/Does-Social-Media-Sets-%E2%80%9CNew-World-Order%E2%80%9D-in-building-Revolutions-throughout-the-Middle-East>
8. Graham-Felsen S. How Cyber-Pragmatism Brought Down Mubarak [Електронний ресурс] /S. Graham-Felsen // The Nation. – 2011. – 11 February. – Режим доступу: <http://www.thenation.com/article/158498/how-cyber-pragmatism-brought-down-mubarak>
9. Ingram M. Gladwell Still Missing the Point About Social Media and Activism [Електронний ресурс] /M. Ingram // GigaOM. – 2011. – 3 February. – Режим доступу:

- <http://gigaom.com/2011/02/03/gladwell-still-missing-the-point-about-social-media-and-activism/>
10. McDonald K. Middle East upheavals a model of 21st-century revolutions [Електронний ресурс] /K. McDonald // National Times. – 2011. – 18 February. – Режим доступу: <http://www.theage.com.au/opinion/society-and-culture/middle-east-upheavals-a-model-of-21stcentury-revolutions-20110217-1ay3x.html>
  11. Morozov E. Facebook and Twitter are just places revolutionaries go [Електронний ресурс] /E. Morozov // Guardian. – 2011. – 7 March. - Режим доступу : <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/mar/07/facebook-twitter-revolutionaries-cyber-utopians>
  12. Seksek T. Facebook statistics in the MENA region [Електронний ресурс] /T. Seksek // Interactive Middle East. – 2011. – 16 February. – Режим доступу: <http://interactiveme.com/index.php/2011/02/facebook-statistics-in-the-mena-region/>
  13. Social media sparks change in Middle East, helps spread Gospel [Електронний ресурс] // Christian Telegraph. – 2011. – 11 February. – Режим доступу: <http://www.christiantelegraph.com/issue12215.html>
  14. Zayed D. Al Jazeera TV makes waves with Tunisia coverage [Електронний ресурс] /D. Zayed // Reuters. – 2011. – 22 January. – Режим доступу: [http://en.news.maktoob.com/20090000550808/Al\\_Jazeera\\_TV\\_makes\\_waves\\_with\\_Tunisia\\_coverage/Article.htm](http://en.news.maktoob.com/20090000550808/Al_Jazeera_TV_makes_waves_with_Tunisia_coverage/Article.htm)
  15. Zdenek M. Yusuf Al-Qaradawi Issues Fatwa to Kill Gaddafi [Електронний ресурс] /M. Zdenek // Digital Islam. – 2011. – 22 February. – Режим доступу: <http://www.digitalislam.eu/article.do?articleId=6243>