

الصحافيون الجزائريون والشبكات الاجتماعية قراءة في بعض مدوناتهم وصفحاتهم الفيسبوكية

أ.مروة ماي

جامعة قسنطينة 3

مقدمة

لعلّ الحديث عن شبكة الانترنت اليوم قد تجاوز الحديث عن كونها وسيلة الحصول السريع على المعلومة، أو أداة البحث المعمق والغزير للمعلومات أو حتى مهربا ترفيهيا لفئة كبيرة من المستخدمين. لأن فوائدها المعرفية والعلمية أو الترفيهية التسلوية باتت معروفة جدا ولا نقاش حولها حتى وإن تضاربت الآراء حول غلبة إيجابياتها على سلبياتها أو العكس. غير أن ما أصبح يرتبط اليوم بهذه الشبكة العالمية هو جانب التواصل الجذاب الذي جعلها تكتسب شهرة عالية بين الانترنتيين أو المستخدمين غير الدائمين لها. إذ بات الحديث عن الانترنت شبه محصور في شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت أكثر جوانب الانترنت استخداما على المستوى العالمي والعربي على حد سواء، لدرجة قوّلت كل الشبكة العالمية للمعلومات في إحدى خدماتها التواصلية وهي الشبكات الاجتماعية التي أفرزت نمطا اتصاليا جديداً له سمات تختلف عن سمات القنوات الاتصالية التقليدية؛ إذ أن ما يميّز هذا الاتصال الواسطي الجديد هو امتلاكه لسمات مشتركة بين كل من الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري كما وله وسائله الاتصالية الخاصة، حيث يشترك مع الاتصال الشخصي في قلة عدد المشاركين وإمكانية السيطرة على الموقف الاتصالي والتفاعل الثنائي فكرياً إلى جانب إمكانية إظهار رد الفعل فوراً وهي ميزته الخاصة، كما يشترك مع الاتصال الجماهيري في عدم تجانس المشاركين فيه من حيث السمات والبعد المكاني وفورية الرسائل.

ومن هنا أخذت تكتسب هذه الشبكات شيئاً فشيئاً بُعداً إعلامياً بارزاً ما دامت قد تقاطعت كثيراً في عدد من نقاطها مع ما يميّز الاتصال الجماهيري أو العمل الإعلامي؛ خاصة إذا ارتبط الأمر بالنشر السريع للمعلومة وتحيين الخبر وقت حدوثه أو حتى التعليق على الأحداث وتحليلها. هذا البُعد الذي فسح المجال لظهور مفاهيم جديدة "كصحافة المواطن"؛ عندما أصبح المستخدم العادي يلعب دور الإعلامي بعد أن امتلك الوسيلة التي سهّلت له ذلك ومنحته حتى الأفضلية والشعبية على بعض المؤسسات الإعلامية المعروفة. وهو ما جعل الصحافي المحترف بشق المؤسسات الإعلامية يفكر في استغلال هذا الفضاء الافتراضي لصالحه سواء بعيداً عن المؤسسة التي يعمل بها أو في ظل الترويج لها وخلق التقارب أكثر بينها وبين جمهورها.

فأخذت تظهر مدونات الصحافيين التي شكّلت مساحة حرة للتعبير بعمق عما قد يعجز هؤلاء عن كتابته بجرائدهم، أو لاستثمار تعليقات قرائهم في سبر غور آرائهم وتوجهاتهم نحو ما قد يرغبون في تحصيله أكثر من كاتبهم المفضل. فكان التدوين حينها بمثابة الإعلام البديل لهم والفضاء الإعلامي الشخصي الذي يربطهم أكثر بقرائهم. ومع تطور فضاء التواصل الشبكي أصبح الصحافي يبحث عن الوسيلة التي يرى فيها قرباً أكبر من جمهوره من جهة، ويلتمس من خلالها ردود الفعل الفورية التي قد تتأجل في المدونات الإلكترونية ولا تتزامن مع تواجده على الخط من جهة ثانية. وبهذا غدا الصحافي في ظل الإعلام البديل المتاح يبحث عن بديلٍ للبديل فقط لتلبية حاجاته التعبيرية والتواصلية لتحقيق إشباعاته المعرفية والإعلامية وحتى التفاعلية قدر المستطاع.

وهو ما سنكشفه من خلال هذه الورقة البحثية التي تُقدّم نتائج قراءات في بعض مدونات وصفحات الفايسبوك لصحافيين جزائريين، اعتمدنا في عرضها أيضا على بعض أقوالهم^(*) وآرائهم حول التدوين الإلكتروني عموما وما أرادوا تقديمه من خلال لجوئهم إلى مثل هذه الفضاءات الافتراضية.

ولكن قبل ذلك، تجدر الإشارة إلى مفهوم الإعلام البديل والشبكات الاجتماعية:

1- مفهوم الإعلام البديل:

إن مصطلح "وسائل الإعلام البديلة" (Alternative Media) يصعب تعريفه بسهولة. فكلمة "بديل" يمكن أن تقوم بتوصيف المحتوى الذي تقدّمه وسائل الإعلام، والذي يتمّ تكريسه لتناول الآراء المعارضة والقضايا والأحداث التي عادة ما لا يتم تناولها أو عرضها والدفاع عنها في أي وسائل أخرى. وتتم إتاحة المحتوى عبر قنوات مختلفة بداية من المنشورات التي يتم نسخها باستخدام آلات التصوير الضوئي وانتهاءً بالمدونات Blogs، ويمكن تمييز المصادر التي يُرجع إليها للحصول على هذا المحتوى بأنها أصوات غير رسمية أو فقيرة أو أقلية وذلك من أجل الترويج للمشاركة المجتمعية، والعمل المباشر، وصنع القرار الجماعي. وفي حين يعارض البعض كيفية التمييز بدقة بين وسائل الإعلام البديلة ووسائل الإعلام السائدة (Mainstream Media) ويناقشون هذه الفروق بين كلا النوعين من الوسائل، إلا أنهم يرون أن هذه التفرقة قد تكون مفيدة للتعرف عليهما.

ويقترح البعض أنه قد يكون لدى منتجي المحتوى البديل توجه غير هادف للربح، أو أنهم قد اختاروا ببساطة أن يصمموا محتوى بديلاً. إلا أن آراء أخرى - لا تقل أهمية - تشير إلى أن مثل هذه الوسائل الإعلامية قد تم تشخيصها على أنها وسائل بديلة من قبل نقاد وسائل الإعلام السائدة. ويعتقد البعض أن وسائل الإعلام البديلة يجب أن تخدم كمؤسسات لإنتاج المعلومات المضادة ومدوين لترويج هذه المعلومات ذات القوة المتنامية، وذلك بغرض دعم الحراك الاجتماعي والسياسي، وتوصيل الحقائق والآراء¹.

ويُطلق عليه أيضا تسمية الإعلام الجديد، حيث توجد رؤيتان في تحديد مصطلح الإعلام الجديد؛ الأولى بوصفه إعلاما بديلا للإعلام التقليدي، والثانية بوصفه تطورا لنظيره التقليدي. تنطلق الرؤية الأولى من الصراع التاريخي حول تدفق المعلومات، كما تنطلق الرؤية الثانية من أن الإعلام الجديد مصطلح يعبر عن التطبيقات الإعلامية المستفيدة من التطورات التقنية المعاصرة، وبهذا فالإعلام الجديد هو مرحلة تاريخية من تطور وسائل الإعلام.

يرى أصحاب الاتجاه الأول أن الإعلام الجديد بوصفه إعلاما بديلا يستقي دلالاته من الجمهور، الذي اتخذ مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية، حيث يتناول الموضوعات في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وقضايا الحريات، العمل والبطالة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى أن يصبح نمطا للاتصال الجماهيري.

كما يرى « Chris Atton » أن وسائل الإعلام البديلة تختلف عن وسائل الإعلام الرئيسي من حيث مستوى التنظيم والمحتوى، فعلى المستوى التنظيمي فإن وسائل الإعلام البديلة توجد بشكل مستقل وغير ممول من الدولة أو الشركات التجارية وتكون صغيرة النطاق وموجهة نحو مجتمعات محلية معينة، أما وسائل الإعلام المسيطرة فهي ممولة من الدولة أو الشركات التجارية وتكون واسعة النطاق وتخطب فئات متعددة من الجمهور.

وأشارت « Rodriguez » إلى أن استخدام مصطلح وسائل الإعلام البديلة يُغفل العديد من المداخل النظرية، ففي حالة دراسات الاتصال تكون وسائل الإعلام البديلة محصورة في المفاهيم التقليدية كوسائل لها سياسة معارضة، وفي حالة

الدراسات الثقافية يركز بشكل خاص على تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام المهيمنة وإهمال وسائل الإعلام التي تعتمد على ما ينتجه المواطنون العاديون.²

غير أن "مي العبد الله" ترى أن مصطلح "الإعلام الجديد" في علوم الإعلام والاتصال لم يُعترف به من قبل الباحثين، لأن كلمة إعلام مجرد ذاتها هي موضوع جدل، ولهذا يفضل بعض الباحثين استخدام مصطلح "الإعلام البديل" بظهور أشكال جديدة من الإعلام والاتصال لم نشهدها من قبل، وبظهور فاعلين جدد على الساحة الإعلامية. لذلك من المفضل استخدام مصطلح الوسائط الجديدة ووسائل الاتصال، مع إبقاء "الإعلام الجديد" بين هالين.³

ومن بين مداخل تعريف الإعلام البديل، هناك نموذج "ماكويل" الذي يؤكد على أن هذا النوع من وسائل الإعلام يتسم بتشجيع المشاركة النشطة من جانب أفراد المجتمع وفشل الإعلام الجماهيري في تلبية احتياجات الجماهير وفشلها في إعطاء فرصة للتعبير للأفراد أو الأقليات هي النقطة التي يبدأ فيها هذا الإعلام البديل الذي يعدّ إعلاما ديمقراطيا مشاركا وتمتد هذه الموصفات على كافة أشكال الإعلام ووسائله فلا يقتصر الإعلام البديل على وسيلة بعينها وإنما يمكن أن يتواجد في الوسائل المطبوعة (صحف ومجلات ونشرات) والمسموعة والمرئية (الراديو والتلفزيون والانترنت) فيرتكز هذا النموذج على أنه إذا توفرت صفتان هما المشاركة وإتاحة الفرصة في حرية التعبير والرأي فإن هذا هو أساس الإعلام البديل الجديد.⁴

وعليه فإن العديد من الدراسات حدّدت وسائل الإعلام البديل بوسيلة الانترنت وما تقدّمه من مواقع ومدونات تتيح التفاعلية والمشاركة الديمقراطية في الرأي والتعبير.

2- الشبكات "الإعلامية" الاجتماعية: المدونات الإلكترونية، الفايسبوك...

1.2- لحمّة معرفية:

إن الشبكات الاجتماعية "Social Networking" هي المواقع الإلكترونية التي توفرّ فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعمامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفّر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي ذلك الموقع عبر الانترنت.⁵

وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمّ ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. وتصنّف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2.0) وسمّيت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات"، بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكات الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمّ، ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع العائلة أو أصدقائه وزملاء العمل.

ومواقع التواصل الاجتماعي هي صفحات ويب يمكن من خلالها تسهيل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل التفاعل بين الأعضاء وتشمل عدة مميزات منها: "المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، المدونات..."⁶.

وهي مواقع على شبكة الانترنت يستطيع من يملك حسابا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتا، وصورة) مع من يريد من يملك حسابا في هذه المواقع، سواء كانوا أشخاصا طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو الزبائن أو أشخاصا معنويين كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز الأعمال.. في مجتمع افتراضي.⁷

وانتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط الناس بعضهم ببعض.

تطورت هذه المواقع شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الإنترنت، ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات ذاع صيت هذه المواقع بين المجتمعات والشباب. ومن أشهرها المدونات الإلكترونية، فايسبوك وتويتر. أما المدونات الإلكترونية فتعرفها الموسوعة البريطانية Encyclopedia Britannica Online بأنها: "مجلة على الإنترنت يقوم من خلالها أي فرد أو جماعة أو مؤسسة بعرض سجل أنشطتها أو أفكارها أو معتقداتها، كما تعمل بعضها بشكل أساسي على نقل الأخبار وجمع المصادر المختلفة على الإنترنت وإضافة تعليقات قصيرة عليها مرفقة بروابط خارجية على الإنترنت، بينما تركز أخرى على عرض المواد الأصلية، كما تقوم العديد من المدونات بتوفير إمكانية للزوار لترك تعليقاتهم والتفاعل مع محور المدونة"⁸.

ويمكن اعتبار سنة 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين وبدأت المدونات تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها على التأثير. وهكذا أسهمت أحداث 11 سبتمبر في ظهور وانتشار المدونات وشيوعها، على الرغم من أن حضورها كان فاتراً بعض الشيء قبل هذه الفترة، ولكن مع احتدام الأزمة بين العراق وأمريكا وإعلان قرار الحرب وتاريخ بدئه، تغير الموقف وازدادت أهمية التدوين وكانت قد تأسست قبيل اندلاع الحرب مدونات تدعم الجمعيات والمنظمات المعارضة للحرب والمدافعين عن حقوق الإنسان خاصة منهم أولئك الذين سافروا إلى العراق قبل الحرب كدروع بشرية، فكانت يومياتهم وتعليقاتهم الحية حول ما ينشرون على هذه المواقع من أخبار وبشكل مباشر ومستقل عن وسائل الإعلام التقليدية ويتلقون الردود والمناقشات والأفكار والمناظرات من مستخدمي الشبكة حول العالم.⁹

وفي عام 2004 أصبحت المدونة ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي الإنترنت إلى صفوف المدونين وقراءها، حيث اختيرت كلمة بلوغ (blog) لتكون أهم كلمة في عام 2004 بحسب استطلاع الرأي الذي أجراه قاموس ويبستر "Merriam Webster Online Dictionary" وتوالت الأحداث بداية في النصف الثاني من العام ذاته عندما تحولت ظاهرة التدوين إلى ظاهرة عالمية منذ بداية 2005.¹⁰

أما في الوطن العربي فقد بدأ التدوين سنة 2004 من خلال بعض مستخدمي الإنترنت المطلعين على المواقع الأجنبية، والذين استهوتهم التجربة فقرروا محاكاتها وهكذا ظهرت أولى المدونات العربية باللغة الإنجليزية في المشرق وباللغة الفرنسية في المغرب العربي، وقد اتخذ معظم المدونين آنذاك من موقع blogger التابع لـ Google محطة انطلاق لهم إذ كان أشهر موقع يوفر هذه الخدمة.

وقد كان أول ظهور وانتشار للمدونات في شكل دفاتر يومية شخصية للمراهقين يسجلون فيها خواطرهم، وأطروحاتهم، واهتماماتهم، وتفاصيل حياتهم. وبعد ذلك بوقت قصير قامت المواقع العربية باستحداث خدمات التدوين وتوفير المساحات للمستخدمين فاتحةً بذلك باباً واسعاً لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت، لِيَتَوَجَّع عام 2005 عاما عربياً للتدوين حيث فتحت مواقع مكتوب، جيران وأكتب.. مجالات لخدمة التدوين وتبعثها العديد من المواقع العربية الأخرى والتي أصبحت تستضيف عددا لا يُحصى من المدونات.¹¹

والجزائر كغيرها من البلدان العربية شهدت اهتماماً متزايداً بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي شبكة الإنترنت من جهة وللحرية الكبيرة التي يتمتع بها مستخدم وهذه الشبكة، إذ تُعدّ فضاءً مفتوحاً للتعبير يرى المختصون في الاتصالات

السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة وللأفراد المستخدمين تصفح كلما يرغبون فيه، وينشؤون مواقع لأغراض مختلفة، دون أن يمنعهم رادع أو سلطة معينة. وتعد هذه الحرية أحد الأسباب في الجزائر لإنشاء المدونات الإلكترونية سيما وأن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية لما يُنشر في المدونات على مزوّد الخدمة..

وبذلك فقد ساعدت هذه الحرية على انتشار التدوين في الجزائر رغم أنه يعتبر متأخرا نوعا ما مقارنة مع الدول العربية الأخرى، ولعل ما وجه الاهتمام إلى التدوين في الجزائر هي الحملة التي أطلقتها الحركة التكنولوجية تحت عنوان مدونة للجميع في بداية سنة 2006، والتي تضم عددا من الشباب المتحمسين لنشر ثقافة التدوين الإلكتروني وتوّجت الحملة بإنشاء أول منصة لإنشاء المدونات في الجزائر والتي تحمل اسم (Blog. Dz) وصل عدد المدونات بها بعد سنتين أي في سنة 2008 إلى 7124 ويزور مدونات Blog. Dz يوميا نحو 14.000 زائر يشاهدون أكثر من 40000 صفحة مدونة¹².

أما الفاييسبوك Facebook فهو موقع أنشئ عام 2004 من طرف "مارك زوكربيرغ" Mark Zuckerberg الذي كان طالبا في جامعة هارفارد حينها.

وسمي الفاييسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمّى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تُطبع وتوزّع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء. فكان الهدف تأسيس موقع إلكتروني ليقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشارا وأكثر فعالية.

وهذا ما حصل حيث اقتصر الفاييسبوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع، حيث ألغي ما كان يشترط سابقا للمشارك بأن يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة.. فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد أن يصبح عضوا في موقع الفاييسبوك.

والفايسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعريف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه.

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو معلومات لإبلاغ أصدقائه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها. وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا واسعا قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة 150 ألف مشترك جديد يوميا.

ويشكّل المتواصلون على موقع الفاييسبوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم.

ويعتبر الشباب أكثر الفئات استخداما للفايسبوك، حيث أن هؤلاء هم أكثر من يمتلكون المهارات الحاسوبية، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت، مما يمكنهم من تصميم صفحة الفاييسبوك بسهولة¹³.

أما على المستوى العربي فقد تنامت أعداد المنتسبين للفايسبوك حيث وجدوا فيه متنفسا لما يُمارَس غالبا بالبلدان العربية من تضيق على الحريات-منها حرية التعبير، وقد أصبح هذا الفضاء في ظرف زمن قياسي وسيطا، بل رابطا لا تُعيقه الحدود الزمنية أو المكانية ولا حتى القيود التي تفرضها الدول العربية على حرية الكلام، ويحتلّ المصريون المرتبة الأولى بين

جميع البلدان العربية من حيث الانتساب إلى موقع الفايسبوك. فهذه الشبكة وُصفت لاحقا بـهدية الشعوب المكبوتة خاصة وأنها لعبت دورا رياديا بالمساهمة في أحداث مصر وإسقاط عدد من الحكومات بعد أن كان الفايسبوك حينها مسرحا لحشد العديد من المتظاهرين والمعارضين للنظام أو الراضين للاستبداد. ومع الوقت أصبح هذا الموقع مهددا للحكومات العربية التي تنامت تخوفاتها تجاه سريان ثقافة الفايسبوك كوسيلة تواصل جديدة أو أداة لبث أفكار تفلقتها ولا تستطيع تطويقها أو السيطرة عليها إلا بالحجب، كما فعلت الحكومة السورية التي حجبت موقع الفايسبوك دون تفسيرٍ أو إنذارٍ مسبق، ومثلها فعلت الحكومة التونسية والسلطات الليبية¹⁴.

أما الجزائر فقد احتلت المرتبة 45 عالميا من حيث إحصائيات العضوية للموقع، وعدد المستخدمين له بلغ 922 ألف مستخدم في مقابل عدد السكان البالغ 34 مليون نسمة، وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بمصر التي احتلت المرتبة 44 عالميا وعدد المستخدمين بلغ 3 ملايين و500 ألف مقارنة بعدد السكان البالغ حوالي 80 مليون نسمة. إلى جانب أرقام مرتفعة جدا تفسّر شعبية الفايسبوك في العالم العربي وشيوعه بشكل كبير¹⁵.

2.2- الصحفيون والشبكات الاجتماعية:

1.2.2- دراسات حول علاقة الصحفيين بالشبكات الاجتماعية (المدونات والفايسبوك):

1. دراسة علاقة الصحفي التونسي بالمدونة الإلكترونية¹⁶:

نظرا لحدائثة ظاهرة التدوين بالوسط العربي وخاصة بتونس مقارنة بما وصلت إليه هذه الظاهرة بالوسط الغربي من حيث الانتشار والاستخدام، فإن إشكالية هذا البحث تتركز في السؤال التالي:

- ماهي خصوصية التدوين بتونس وعلاقة المدونة بميدان الصحافة وخاصة بالصحفيين التونسيين؟ وعن هذه الإشكالية يتفرع عدد من الأسئلة:
- ما هو واقع التدوين بتونس من حيث الخصوصية والطبيعة؟
- ماهي خصوصيات المدون الصحفي بتونس؟
- كيف تبدو علاقة الصحفي التونسي بالمدونة الإلكترونية؟
- إلى أي مدى يتم الاستعانة بالمدونة في العمل الصحفي بتونس؟
- كما حُصرت إشكالية البحث في الفرضيات التالية:
- يهتم الصحفي التونسي بالمدونات ويعي أهميتها.
- هناك تأخر في تطور ظاهرة التدوين بتونس وسيرها بنسق بطيء.
- المدونة فضاء اتصالي ومهني بالنسبة للصحافي التونسي.

وعلى هذا تم اعتماد المنهج التوثيقي في الجزء النظري للبحث الخاص بتحديد مفهوم المدونة الإلكترونية ونشأتها وخصائصها وتاريخ انتشارها في العالم وفي الوسط العربي وخاصة بتونس.. أما الجزء التطبيقي فقد استوجب طريقة التحقيق السوسولوجي لملاءمته نوع الدراسة ذات الطابع الاجتماعي والنفسي خاصة. وهو ما اعتمدت الدراسة في بحثه على استمارة الاستبيان الموجهة لـ 30 صحافيا منتقنين بطريقة قصدية وموزعين على مؤسسات إعلامية من صحافة مكتوبة وراديو وتلفزة فضلا عن وكالة الأنباء بتونس العاصمة.. وقد خلصت الدراسة للنتائج التالية:

- 84 % من الصحفيين التونسيين يعون ظاهرة المدونات الإلكترونية وبصفة متفاوتة بين الجنسين.

- قرابة 24 % فقط من الصحفيين التونسيين يمتلكون مدونات وجميعهم من الذكور فقط، ما يفسر عدم اهتمام الصحفي التونسي بامتلاك مدونة إلكترونية خاصة به.
- للصحافي التونسي المدون خصوصيات تميزه، فهو مدون ذو مستوى تعليمي مرموق له توجهات في ممارسته التدوين من حيث المواضيع والمشاركة الفعلية في نشر المعلومة وإضفاء الفائدة..
- تتنوع أهداف التدوين لدى الصحفي التونسي بين الرغبة في إبداء الرأي والتواصل ببقية المدونين من مختلف بقاع العالم، وفتح المجال للتعرف والنقاش ورصد المظاهر الاجتماعية المنتشرة.
- قرابة 72 % من المدونات تحمل أسماء مستعارة، وذلك للتعبير بحرية أكبر وعدم الخوف من قول الحقيقة.
- الصحفي التونسي يكتب بلغات متعددة لضمان انتشار مدونته ولا يدون بصفة دائمة.
- لا يستهدف الصحفي التونسي جمهورا معينا بمدونته بل يوجهها لكل فئات الجمهور وبمختلف مستوياته، ويتناول مواضيع متنوعة..
- نسبة كبيرة من الصحفيين يدونون بحذر، في حين قرابة 43 % يدونون بحرية.
- تتعرض قرابة 15 % من مدونات الصحفيين التونسيين للحجب بسبب آرائهم الحرة والناقدة.
- قرابة 60 % من الصحفيين تكون كتاباتهم على المدونة أحيانا إعادة لما يُنشر في الصحف ما جعل المدونة رغم انتشارها متممة فقط لوسائل الإعلام التقليدية وعاملا يعيد تشكيلها وصياغتها دون أن يحل محلها أبدا لافتقار المدونات للغطية الإعلامية المحترفة والمتمرسّة..
- وهكذا اتضح من الدراسة أن المدونة الإلكترونية مازالت في طور النمو والانتشار في صفوف التونسيين وخاصة الصحفيين، ما يجعلها بحاجة إلى لفتة اهتمام ووعي بأهميتها في التأثير مع ضرورة السعي لتطويرها والنهوض بها..
- 2. دراسة استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها- موقع فايسبوك نموذجا¹⁷:
تناولت الدراسة استخدامات الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الجزائرية لموقع الفايسبوك وبحث اتجاهاتهم نحوه، حيث أصبح لزاما على الصحفي الجزائري التفاعل مع هذا الموقع الاجتماعي الذي يضم الملايين من المنتسبين إليه.. معتمدة في ذلك المنهج الوصفي. وقد جاء تساؤلها الرئيسي على النحو الآتي: ما هي طبيعة اتجاه الصحفيين الجزائريين نحو مواقع التواصل الاجتماعي (موقع الفايسبوك نموذجا)؟
قامت الدراسة على فرض وحيدوتساؤل فرعي هما:
الفرضية: يعتبر اتجاه الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الموقع الاجتماعي فايسبوك في عملهم الصحفي اتجاهها سلبيا أكثر منه إيجابيا.
التساؤل الفرعي: ما هي استخدامات الصحفيين الجزائريين لموقع الفايسبوك في عملهم الصحفي؟
وللتأكد من صدق الفرض والإجابة عن تساؤل الدراسة تم اعتماد استمارة الاستبيان التي وُزعت على 70 صحافيا ينتمون إلى مؤسسات إعلامية مختلفة وهي الحطة الجهوية للتلفزيون (قسنطينة)، الإذاعة الجهوية لقسنطينة والعديد من المكاتب الجهوية وفروع الصحف المكتوبة العمومية والخاصة.
وقد خلصت الدراسة للنتائج التالية:

- للصحافيين اتجاه إيجابي نحو تحقيق الفايسبوك لعنصر السبق الصحفي من حيث سرعته وفوريته، إلى جانب اعتباره وسيلة لتبادل النقاشات..
- إثبات عدم صحة فرضية والخلوص إلى أن اتجاه الصحافيين الجزائريين نحو الفايسبوك هو إيجابي أكثر منه سلبي.
- سلبية الاتجاه نحو اعتبار موقع الفايسبوك موقعا للترفيه فقط نظرا لتحقيقه بعض عناصر العمل الصحفي أهمها السرعة والتفاعلية في بث ونشر المعلومة.
- يبقى اتجاه الصحافيين سلبيًا نحو اعتبار الفايسبوك موقعا موثوقا فيه لانعدام المصادر الحقيقية المكونة لأخباره ومعلوماته.
- معظم الصحافيين الجزائريين يستخدمون الفايسبوك لمدة تتجاوز الثلاث سنوات، وهذا ما يفسر إقبالهم واستعمالهم الواسع له نظرا لشعبيته الكبيرة كموقع اجتماعي ومصدر لاستقاء الأخبار.
- يأتي استثمار الجانب الاجتماعي على رأس الجوانب التي يفضل الصحافي الجزائري التركيز عليها في هذا الموقع، وهذا راجع لطبيعته التفاعلية في ربط العلاقات وإعادة إحياء الصداقات.

2.2.2- قراءات في بعض مدونات وصفحات الفايسبوك لصحافيين جزائريين

- المدونات في العمل الإعلامي:

إن معظم المدونات الإلكترونية على الإنترنت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفتهم الشخصية. أما المدونات التحريرية فقد قام محررون محترفون بكتابتها وتحريرها كمدونات الإعلاميين مثلا. كما أنه بإمكان المدارس والمنظمات والشركات امتلاك مدونات خاصة بهم للتواصل معالقراء بالأحداث والأخبار وكل ما يتعلق بتلك المنظمة أو المؤسسة التي قد ترغب مشاركة الجمهور به¹⁸.

وبغض النظر عن أنواع المدونات الكثيرة وتصنيفاتها المختلفة، فإن ما يهمنا في هذا السياق هو مدونات الإعلاميين وما يميزها كوسيلة إعلامية بديلة؛ ساهمت في خلق بيئة بديلة وأبعاد جديدة للعمل الصحفي والإعلامي، حيث يعبر الصحافيون عن آرائهم، ليس فقط عبر الصحف ولكن من خلال المدونات أيضا، كما يستطيع كتاب الأعمدة الحصول على رد فعل مستمر وفي التوقيت ذاته من الجمهور.

فبعد أن أصبحت كلمة "تدوين" من الكلمات الشائعة في الأوساط الإعلامية، خاصة بعد تبني الكثير من الإعلاميين لهذا النمط الجديد من النشر الذي يمكنهم من التواصل والتفاعل مع جمهورهم، عمدت الكثير من المؤسسات الإعلامية لاحقا إلى البحث عن كيفية استثمار الإمكانيات التي يتيحها التدوين كشكل جديد من أشكال العمل الإعلامي، باعتباره يمثل مساحة تفاعلية تمنح مستخدمي الويب إمكانية المشاركة وإبداء الرأي في المضامين التي تنشرها هذه المؤسسات. وعلى الرغم من أن الكثير من المدونين قد لا يشعرون بالارتياح عند مقارنة ما ينشرونه بما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية، فإنه يمكن القول أن هذه المجموعات غير المتجانسة من المدونات، والتي تتوزع بين تلك التي يقوم بتحريرها أفراد عاديون، أو إعلاميون متمرسون، أو وسائل إعلامية، يجمعها رابط مشترك يبرر وسماها بـ "المدونات الإعلامية". وحتى إذا سلمنا بأن هذه المدونات لا تلتزم "حرفيا" بقواعد وآليات العمل الإعلامي التقليدي، فإنها تُظهر ميلا إلى العمل الشبكي الجماعي من خلال جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد كبير من الأفراد، وهو ما يجعلها تؤدي "نفس" الوظائف الاجتماعية التي غالبا ما ارتبطت بالوسائط الإعلامية التقليدية¹⁹. خاصة إذا تعلق الأمر بتحليل الأخبار؛ فليس كل صحافي بالجريدة مثلا لديه صلاحية التعليق على الأحداث وتحرير قوالب الرأي التي تشكل عامل الربط والقرب من القارئ المهتم

بفهم محيطه وما يتخلله من أحداث وظواهر اجتماعية أو سياسية. ولهذا يُلاحظ أن أغلب مدونات الصحفيين _ إن لم تكن كلها _ تميل للتحليل والشرح والتفسير بدل اعتمادها نقل الأخبار أو منافسة وسائل الإعلام مثلا في تحقيق السبق الصحفي.

هذا أيضا ما ينطبق على مدونات الصحفيين الجزائريين التي أعطاها أصحابها صبغةً تحليلية جعلتها تقترب كثيرا من قوالب الرأي التي تنشرها الجرائد من أعمدة ومقالات تحليلية أو نقدية. ولعلّ هذا يُفسّر بفئة الصحفيين الجزائريين المالكين لمدونات إلكترونية بالأساس؛ وهم أولئك الذي يخطّون مادة الرأي لصحفهم مع تحرير جزء من مادتها الخبرية. ولأن الرأي لا بدّ أن يقترن بحرية التعبير عنه - وهي ما تبدو مساحتها ضئيلة جدا بهذه الجرائد - جعل هذا الأمر الصحفيين الجزائريين يدخلون عالم الانترنت بمدوناتٍ وصفها الكثير منهم بأنها أشبه ما يكون بجرائدهم الإلكترونية التي يرون أنفسهم فيها المسؤولين الوحيدين عما يُنشر ولا حاجة بهم لحذف أو شطب أي رأي قد يخالف خط الجريدة - التي يعملون لصالحها - التحريري أو سياسة مالكيها. وهكذا أصبح التدوين لدى هؤلاء وسيلة للتعبير الحر، أداة تشاركية تُمكنهم من نشر أفكارهم وإعلاما بديلا لهم تتراوح من خلاله دوافعهم التدوينية بين كونها سياسية من خلال قدرتهم أخيرا على نقد الأوضاع والتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية بحرية، ودوافع اجتماعية لما تُتيحها المدونة من تواصلٍ مع الآخرين أو هي إعلامية تتجسّد في تحليل مختلف القضايا، نشر مقالاتهم معدّلة وكما رغبوا بنشرها بادئ الأمر دون أي حذف في الجريدة، عدا عن استغلال جانب الحرية الكبير في المدونة.

وهكذا أعرب الصحفيون الجزائريون عن استفادتهم المهنية من التدوين من خلال نشر أعمالهم وحتى نشر ما لم يتمكنوا من كتابته بجرائدهم، إلى جانب تسييرهم الحرّ للمدونة وكأهم رؤساء تحريرها كأكثر نقطة حسّاسة جعلت التدوين متنفسا مطلوباً لديهم.

لكن وعلى الرغم من جوانب النشر الإيجابية التي استغلّها الصحفيون في التدوين الإلكتروني إلا أن جانب التفاعل مع الجمهور وإمكانية التعليق المتاحة على المدونة كان له دور كبير في اختيار الصحفيين الجزائريين لهذا الفضاء الافتراضي الذي يمنحهم قُربا من قرّائهم لم تمنحه لهم من قبل جرائدهم الورقية بكل ما تملك. عدا عن إمكانيات متابعة إحصائيات المرور بالمدونة والتسجيل فيها والتواصل عبر بدائل أخرى كالبريد الإلكتروني لإبلاغ الزوار والمتنسيبين لها بآخر مستجداتها، إلى جانب مشاركة القراء حوارات وتنوّع سبل الاتصال معهم لدرجة قد تصل إلى اللقاء الشخصي وهو هامش كبير جدا من التقارب بين الصحفي والقارئ جعلته المدونة ممكنا ولم تقدّمه وسيلة الإعلام التقليدية له.

لكن ومع كل المرونة والتحرّر والتفاعل الذي قدّمته المدونة الإلكترونية للصحافي الورقي، إلا أنه واصل عملية بحثه عن الوسيلة الأكثر فعالية وانتشارا والأسرع داخل المجال الافتراضي بما أنه العالم الجديد الذي يستقطب اليوم أكبر نسبة من المستخدمين والمشاركين دونما نزاع.

وما فتأت مدونات هؤلاء الصحفيين تتراجع وتيرة النشر فيها ويختلّ انتظام التدوين بها بعدما كان يمنحه الصحفي ولاءً ينافس ولاءه لجريدته الورقية، لا لسبب، فقط لكونه قد وجد ضمن فضاء الإعلام البديل سبيلا آخر يمنحه التفاعل الذي لطالما كان يبحث عنه، وسهولة أكبر في التعامل إذا تعلّق الأمر بالنشر أو متابعة ما يُنشر أو التواصل مع من يقرأ. وهو بالفعل ما برّر به الصحفيون الجزائريون تذبذب النشر على مدوناتهم عندما ربطوا الأمر بوجود بديلٍ أكثر تفاعلية وهو الفايبيوك .

- فإيسبوك الصحفيين:

مع مرور الوقت أصبح الفاييسبوك الشبكة الأكثر انتشارا واستخداما بين أوساط الانترنتيين العرب والجزائريين أيضا، حيث أرجع الكثيرون ذلك إلى سهولة استخدامه وفضاء التفاعل الكبير الذي يتيح. وهذا ما لفت انتباه الصحفيين الجزائريين بفضل العديد من الخصائص التي جعلت بعضهم يرونه أكثر فعالية من المدونة الإلكترونية.

وعلى الرغم من تفتّش فكرة طغيان الجانب الترفيهي في استخدام موقع الفاييسبوك والتي مسّت فئة الصحفيين أيضا، (ولعلّ هذا ما تفسّره فرضية الدراسة التي ذكرناها حول استخدام الصحفيين الجزائريين لموقع الفاييسبوك واتجاهاتهم نحوه والتي اعتبرتها الباحثة سلبية أكثر منها إيجابية) إلا أنّها فكرة لا يجوز تعميمها باختلاف الفئات المستخدمة لهذا الموقع وتفاوت استخدامها لهم وجوانب ذلك، يجعل حصر الفاييسبوك في الجانب السلبي أو الترفيهي أمرا غير منطقي ولا قائم على نتائج علمية ثابتة (والدليل على ذلك النتيجة التي وصلت إليها الدراسة سابقة الذكر حيث أثبتت عدم صحة الفرضية وخلصت إلى أن اتجاه الصحفيين الجزائريين نحو الفاييسبوك هو إيجابي عدا عن دحض الصحفيين لفكرة اعتباره موقعا للترفيه نظرا لتحقيقه بعض عناصر العمل الصحفي أهمها السرعة والتفاعلية في بث ونشر المعلومة...).

والمفّت في الأمر أن الصحفيين الجزائريين قد سجّلوا تواجدهم بهذا الفضاء الشبكي بمجرد ظهوره وبداية انتشار صيته، حيث وكما بيّنت نتائج الدراسة المذكورة، فهناك من يستخدمه لما يتجاوز الثلاث سنوات وهي مدة طويلة توحى بأن الصحفيين الجزائريين من الرواد الأوائل لفعل التدوين الإلكتروني على اختلاف مستوياته بالجزائر ولهم تواجد بارز في هذا الفضاء الافتراضي. وكما ذكرت ذات الدراسة السابقة فإن ما يفسّر هذا الميل الشبكي هو النتيجة الأهم التي وجدت في الجانب الاجتماعي أكثر ما يفضّل الصحفي الجزائري التركيز عليه في هذا الموقع نظرا لطبيعته التفاعلية وخاصية ربط العلاقات التي يقوم عليها أساسا. وهو السبب نفسه الذي حدا بعدد من الصحفيين الجزائريين لإهمال -إن صحّ القول- مدوناتهم والتوجّه للفايسبوك بحثا عن أسرع طريقة في التواصل مع الجمهور وتقريب التفاعل أكثر بينهم لدرجة وصفهم بالأصدقاء (وهو المصطلح المستخدم في الفاييسبوك حيث يُسمّى الأشخاص الذي يتواصلون مع مالك الصفحة ويتابعونه بأصدقاء الصفحة).

أما بالنسبة لأشكال صفحات الفاييسبوك الخاصة بالصحفيين الجزائريين فهي تختلف؛ حيث هناك من يكتفي بحسابه الذي يستطيع أن يُضيف عبره من يريد ويتحاور مع أيّ كان وفي شتى المواضيع، وهناك من يكتفي منهم بإنشاء صفحة تحمل اسمه أو اسما يعبر عن محتواها مثل صفحة "نقطة نظام" للصحفي سعد بوعقبة التي تحمل عنوان مقاله العمودي الثابت بجريدة الخبر اليومي، وصفحة "سعد بوعقبة" التي تحمل اسمه أيضا. وهناك من يجمع بين الأمرين فينشئ حسابا شخصيا له على الفاييسبوك وصفحة تابعة تحمل اسمه غالبا مثل صفحة الصحفي فيداني بوعروة صحفي محقق ومذيع بقناة الشروق.. وصفحة مسعودة بوطلة الصحافية بجريدة الخبر اليومي.. أو أن تحمل الصفحة اسما آخر يرتبط بمحتواها غالبا؛ قد يكون عنوانا للحصة التلفزيونية التي ينشّطها هذا الصحفي إذا كان يعمل بالقطاع السمعي البصري مثل صفحة "دعوة خاصة" للصحفي رياض حويلي على قناة الخبر kbc أو عنوانا خاصا يضعه الصحفي ويراه معبرا عما ينشره من خلالها مثل صفحة "صحفيّة الغد" للصحافية هجيرة بن سالم بجريدة الحوار.. وغيرها كثير.

وعلى هذا الأساس يمكن أنصنّف محتوى الصفحات التي قد يعبر عنها عنوانها عنها، بينما يختلف الأمر إذا ما حملت اسم صاحبها غالبا.. وعموما يمكن القول أن ما يميّز صفحات الفاييسبوك الراجعة ملكيتها لصحفيين جزائريين خاصة إذا تعلق الأمر بالصفحات السابق ذكرها هو:

- عدم اقتراها كثيرا من طبيعة العمل الصحفي ولا طريقة تحريره بسبب خصوصية الفايسبوك التي تنحو لأن تكون تفاعلية تواصلية أكثر منها نشرا للمحتوى، خاصة إذا كان ما يُنشر ليس إعادة لأعمال الصحفيين وإنما مكتوبا خصيصا للفايسبوك..

- النقد الساخر؛ وهو ما يميّز أغلب هذه الصفحات عندما يختار الصحفيون التعبير عن آرائهم السياسية ونقد الأوضاع، فتكون السخرية هي خيارهم الأكثر شيوعا.

- الصور المؤثرة والكاريكاتير؛ فعندما يميل الصحفيون للتحسّر أحيانا على الواقع يكون نشر الصور المؤثرة والمعبرة أكثر ما يتجهون إليه، أما الكاريكاتير فيستعمل للسخرية والنقد اللاذع.

- نشر أعمالهم؛ وهذا يظهر خاصة في الصفحات التي تحمل اسم أعمالهم في حدّ ذاتها كعمود نقطة نظامكما سبق الذكر أو حصة دعوة خاصة.. والتي ينشر من خلالها الصحفيان أعمالهما غالبا إلى جانب ما تحمله الصفحتان من تعليقات أو آراء أحيانا.. كذلك صفحة مسعودة بوطلة فرغم أنها تحمل اسمها لكنها مخصصة لنشر عمودها بجريدة الخبر" أما بعد" والتعليق أحيانا أيضا حول الأوضاع أو نقل أخبار.

- الرمزية؛ فرغم أن الشبكات الاجتماعية يتم ربطها غالبا بفتح مجال حرية التعبير إلا أن انتشار حالات الإيقاف لبعض الناشطين على مستوى هذه المواقع جعل الحذر يكون مطلوبا أحيانا إذا ما تعلق الأمر بالحديث في أمور سياسية قد يرى فيها الصحفي خطورة على نفسه إلهو صرح بها، ولهذا تكون الرمزية هي الملجأ الوحيد الذي يتكلم من خلاله الصحفي عمّا يختلج صدره.

- النقاش الواعي؛ وككل منشورات الفايسبوك التي تليها التعليقات الكثيرة عادة، فإن ما يختلفين نقاشات الصفحات العادية وصفحات الصحفيين هي الفهم الواضح للظروف المحيطة والأحداث الاجتماعية أو السياسية التي تكون موضوع الحوار غالبا، والتي تظهر في تفاعل المتواجدين بالصفحة أو أصدقاء الصحفي مع المواضيع الحساسة خاصة والتي يكون الجدل حولها ناضجا أكثر منه على صفحات الأشخاص العاديين.

- نقل الأحداث الجديدة والتعليق عنها غالبا قبل أن تتداولها الصفحات الأخرى وهو ما يؤكد الفرقين هذه الصفحات وأخرى وتمييز الصحفي عن المواطن العادي..

ومع كل ما سبق ذكره إلا أن خصوصية الفايسبوك كشبكة اجتماعية تفاعلية هي أكثر ميزة سحبت الصحفيين لولوج هذا العالم الافتراضي؛ رغم أنه لا يُعدّ افتراضيا "بالنسبة إليهم لأنهم معروفين فيه بشخصياتهم الحقيقية ويتواصلون مع جمهورهم من خلاله بطريقة تجعلهم أكثر قربا منهم مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية حتى وإن ظلّ عنصر المجهولية بالنسبة للجمهور مشتركا بين كل الوسائل ومع ذلك فالقرب في الفايسبوك وإن كان افتراضيا أحيانا يجعله يحظى بشعبية كبيرة لم تتراجع وتيرتها لحد الآن.

- قائمة المراجع:

(* هذه الأقوال مُستقاة من أجوبة بعض الصحفيين الجزائريين على جملة من الأسئلة التي طرحناها عليهم بخصوص مدوناتهم الإلكترونية.

¹ شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، القاهرة، ط1، 2011، ص ص 73-74.

- ² نفا السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية-الجمهورية اللبنانية، ط1، 2015، ص ص 16-17.
- ³ مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2014، ص 47.
- ⁴ سحر خليفة الجبوري، الإعلام البديل.. الواقع والآفاق، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 15، 2012، ص 55.
- ⁵ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار الفانس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص 24.
- ⁶ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، السودان، ط1، 2011، ص 7.
- ⁷ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 59.
- ⁸ Henry Farrell, Daniel W. Drezner, Introduction: Blogs, Politics and "Power: A Special issue of Public Choice, Public Choice (2008), 1-13, p 5.
- ⁹ جاسم رمضان الهلاي، الدعاية والإعلان في العلاقات العامة، دار الفجر، الأردن، 2013، ص ص 128-129.
- ¹⁰ الشيماء عبد السلام إبراهيم، تأثير المدونات على حرية التعبير والرأي- المؤتمر الدولي الثاني لاستطلاعات الرأي العام، القاهرة، نوفمبر 2009، ص 13.
- ¹¹ سهيلة بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010، ص ص 88-89.
- ¹² المرجع نفسه، ص 94.
- ¹³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص ص 64-65.
- ¹⁴ سفيان رجب، الشبكات الإعلامية الاجتماعية: الفيسبوك شكل اتصال حديث، رسالة لنيل درجة الماجستير إعلام، جامعة منوبة- تونس، 2011، ص 35.
- ¹⁵ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص 18.
- ¹⁶ هادية منصور، علاقة الصحافي التونسي بالمدونة الإلكترونية- تحقيق سوسيولوجي، رسالة ختم الدروس الجامعية، جامعة منوبة- تونس، 2009.
- ¹⁷ شهرزاد رملي، استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها- موقع فايسبوك نموذجا، رسالة مقدمة لنيل درجة الماستر صحافة، جامعة قسنطينة 3، 2013.
- ¹⁸ المدونات الإلكترونية، 20 ديسمبر 2010، 15:32:
- <http://www.elearning-arab-academy.com/social-networks.html?start=30>
- ¹⁹ مروى ماي، مدونات الإعلاميين.. فضاء إعلامي أم مساحة تعبير خاصة؟، مجلة الإنسان والمدينة- منشورات مختبر الإنسان والمدينة، مكتبة الفائز للطباعة والنشر والتوزيع، قسنطينة- الجزائر، العدد 8، ماي 2014، ص 95.