

الضبط الفائق للمخرجات في ظلّ الصناعة الإعلامية الحديثة: "الرسالة هي السرعة"

الدكتور: فلاق شبرة صالح.

جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم.

البريد الإلكتروني: fellagsalah@live.fr

Résumé :

La révolution de communication et la démocratisation des outils de production et de distribution des contenus, a inventé des nouveaux modes de production et de consommation, et faire exploser les flux d'information d'une manière horizontale, Grace a ces changement technologique et social, les medias font change aussi leur méthodes d'industrie et d'interaction et de contrôle interne des information circulées vers le « outputs ». cette étude consiste a montre les grands axes de ces changements, et valorise le contrôle moderne dans les medias et les nouveaux valeurs informatives tels la vitesse de production et de diffusion de l'information ou la viralité et la concurrence des plateformes de partages et réseaux sociaux. Parlont aussi d'une base d'exploitation des nouveaux méthodes par les medias « le message c'est la vitesse ou le contrôle a reinventé dans tous les étapes.

الكلمات المفتاحية:

المحتوى- الضبط- المنظومة الحمائية- المؤسسة الإعلامية- الجمهور- الأخبار –
السرعة- الرسالة- الوسيلة- التكنولوجيا.

عايشت المنظومة الإعلامية في الجزائر، تجارب تلازمت فيها الممارسة المهنية بالمراقبة على جميع الأصعدة، سواء قبلية (المدخلات) أو بعدية (المخرجات)، داخلية (حراس البوابات) أو خارجية (السلطة والتشريع)، أو حتى سلوكا مكتسبا لدى الصحفي المنتج للقصبة الخبرية الذي أصبح يمارس المراقبة الذاتية بطريقة آلية، وفي

جميع الأحوال يكون لهذه المنافذ مهام غريبة المضامين الإعلامية وصناعتها وفقا لأطر وسياسات وقوالب إيديولوجية تعبّر عن توجّه الوسيلة الإعلامية في سياق زمني ومكاني معيّن، كما تظهر الاختلافات في طبيعة الميديا الجماهيرية في الجزائر كعامل حاسم مسبقا في نوعية المخرجات، أهمها إن كانت خاصة أو عمومية، جريدة أو إذاعة أو تلفزيونا. وتكون بذلك إرغونوميا الإعلام قد شكّلت منظومة حمائية، تتناسب مع الرهانات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وتتطوّر بتطوّرها وسط تجاذب فكري ومبني حول تطويع الضبط الإعلامي وفق واجب المسؤولية الاجتماعية للصحف والإذاعات والتلفزيونات، أم أنّه وفقا لاعتبارات أخرى، لا تكاد تكون خفية خصوصا لدى المهنيين ونخبة من الجمهور النشيط والمتفاعل، ممّا يسيء لمصداقيتها وموثوقية مضامينها، أو أنّه يكون مسابرة لضبط الهيئات المكلفة.

دخول العامل التكنولوجي كطرف رئيس في معادلة إنتاج الأخبار بالمفهوم الحديث لصناعة الإعلام، أصبح في غير منأى عن المنظومة الإعلامية الجزائرية التي تشهد تغييرات وفقا للبيئة التي تنشط فيها، نظرا لتبدّل "طبائع" الاستهلاك لدى الجمهور وفقا لتجدّد أنماط الحياة والاقتصاد والمجتمع والثقافة ومن منطلقات تكنولوجية ذات بعد عالمي، ممّا أدّى إلى ضرورة تحديث أنماط إنتاج المضامين الإعلامية استنادا لهذه التحوّلات، ولعلّ السرعة في نشر الخبر والانتشار الواسع في ظرف وجيز، أصبحت تتصدّر القيم الخبيرة، على حساب المحتوى، إلى درجة أنّ "الرسالة أصبحت معادلة للسرعة"، كون أنّ إيقاع الاستهلاك يتسارع بوتيرة سرعة الملائمة التي توقّرها العدّة التكنولوجية، لذلك فإنّ الجمهور يلتفّ حول وسائل الإعلام التي يظهر أنّها الأسرع في إطلاق المعلومة ويهتمّ بما "يحدث" الآن و"سيحدث" أكثر ممّا "حدث" في الزمن الماضي، ولا يكون وفيّا للوسيلة بقدر وفائه للسرعة. أي أنّه في سلسلة بحث متواصل عمّا هو أفضل من حيث سرعة التدفّق، وهي قيم استهلاكية يكتسبها من ملازمته للتدفق على شبكة الانترنت واستخدامه للمنصّات الإلكترونيّة التفاعلية. ومن هذا المنطلق، تنصاع عدّة وسائل إعلام في الجزائر تحديدا الخاصّة نحو النزعة التجارية والتنافسية الربحية التي تقترن بإرضاء الجمهور وموافقة عاداته الجديدة وتفضيلاته، و"تعمل مثل مختلف المؤسسات في مجتمع ما بعد الحداثة على الاستجابة لميول الأفراد وتروم تحقيق انتظاراتهم" (1. عبد الله الحيدري، 2005،

ص 46)، وبالتالي فإنّها تجتهد في النشر بسرعة والتحديث الدوري بفترات قصيرة، أو النشر المتزامن، بتموّر أحيانا على حساب المحتوى والقيم الخبرية الكلاسيكية التي تتطلب التريث والتحقّق من المعلومات واستقائها من مصادرها الأساسية وجمع أكبر قدر من التفاصيل لنسج القصة الخبرية والإجابة عن أسئلتها المفصلة، الأمر الذي يوحى بتلاشي الضبط الإعلامي القبلي لحراس البوابات (2. السيد بخيت، سنة 2011، ص 16)، وتقليص المساحة الزمنية التي يمكن أن يمارس فيها إلى حدود التزامنية، وبالتالي يفجر ذلك عدّة تساؤلات حول تجذّر المنظومة الحمائية التي تمّ بنائها خلال عقود من الزمن والتي كانت تتميز بصرامتها ببعض الانفلات الذي ينعكس بتدخّل داخلي أو خارجي من قبل هيئات الضبط. فإذا كانت التكنولوجيا قد أحدثت نقلة نوعية في تقاليد إنتاج واستهلاك الأخبار، فهل تتكيّف المنظومة الحمائية مع هذه التطوّرات وهل نصل إلى مفهوم "الضبط الفائق" الذي له القدرة على مراقبة المخرجات بوتيرة السرعة التي تنتج وتنتشر وتنتشر بها؟ وهل بدأت المنظومة الإعلامية الجزائرية (سلطة الضبط تحديدا) فعلا في إنتاج آليات حديثة للضبط خصوصا فيما يتعلّق بالفضائيات التي تتوجّه نحو البثّ المباشر ونشر العاجل من الأخبار والصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية والمنصّات التفاعلية التشاركية على شبكة الويب؟ ونحاول الإجابة عن مختلف هذه التجاذبات ضمن العناصر التالية:

1. المنظومة الحمائية التقليدية وأساليب الضبط

اقترن مفهوم المنظومة الحمائية التقليدية بمقتضيات التدخّل في المواد الإعلامية قبل نشرها أو الضبط الاجتماعي أو المراقبة الاجتماعية حسب عزي عبد الرحمن التي يعرفها على أنّها "التأثير الذي يحدث بين هيئة التحرير والصحيفة، ويشمل تلك الآليات التي تجعل المؤسسة مؤهلة للحفاظ على السياسة الإخبارية" (3. عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، سنة 2010، ص 165) عبر عدّة مراحل تصاحب عمليات الإنتاج بداية من انتقاء فكرة الموضوع إلى غاية دخولها إلى قاعة التحرير ومرورها عبر حراس البوابات داخل المؤسسة الإعلامية، بحيث ارتسمت تقاليد مهنية لدى الصحفيين وجميع العاملين في حقل الإعلام، حول كيفية الإنتاج والتدخّل في الإنتاج النهائي للقصص الإخبارية بناء على جملة من

المعايير المهنية والأخلاقية التي تحظى بالإجماع في الممارسة الصحفية، ومعايير ذاتية تعكس خلفية المؤسسة الصحفية وخطها التحريري أو توجهات الصحفي، وقد تظهر الانتقائية في معالجة الأخبار في المرحلة الأولى، كعنصر موجّه لعمل الصحفي في الميدان، إذ تتدخّل عدّة عوامل منها الخبرة المهنية ومدى التحكم في قواعد إنتاج الأخبار، والمهارات الشخصية والقدرات المعرفية والثقافية وشبكة المصادر والعلاقات التي تصنع منظومة الصحفي الفردية قياساً بمنظومته المؤسساتية، إضافة إلى انتماءاته وتوجهاته وتجاربه الشخصية ووسائل العمل المتاحة له، حيث يكون الصحفي المفلتر الأساسي في عملية انتقاء مشاريع الأخبار غالباً، خصوصاً لدى الصحفيين المحترفين الذين يتاح لهم هامش من الحرّية في تحديد المضامين الإعلامية ومعالجتها، وذلك بعد خضوعهم للتدرّس والتدريب ومحاكاة الخطّ الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها خلال سنوات. كما يخلق العمل في بيئة سياسية وقانونية واجتماعية وثقافية معيّنة، ضوابط اعتيادية يرتصف إليها الصحفيون تلقائياً في عملهم اليومي، وهو ما يعتبر الحلقة الرئيسية في ضبط المحتوى المرشّح للنشر أو البثّ، بحيث يدرك الصحفي مختلف الأدوات التي تمكّنه من إنتاج المضامين بطريقة معيّنة تختلف عن طرائق الآخرين ضمن نسق عام تتخلّله أنساق خاصّة، تعتبر مسؤولة عن نوعية الأخبار وطريقة المعالجة وكمّ المعلومات المحصّل عليها والمعروضة وطريقة ارتصافها لتأدية معاني معيّنة، بحيث تنتج هذه الأنساق معايير مهنية وأخلاقية وذاتية متجدّدة وغير ثابتة، تتغيّر أنثروبولوجيا وتعبّر عن واقع سوسولوجي.

إفلات المحتوى والمعنى من مرحلة الضبط الأولى، يرشّحه للنشر أو العرض ولا يمكن الجزم بذلك لأنّ ما يقرّره الصحفيون أن يكون أخباراً قد يتعزّز على مستوى حلقات حرّاس البوابات، أين يتمّ التدخّل بطرائق معيّنة سواء عن طريق الإلغاء التامّ للوحدة (الموضوع ككلّ) أو التعديل أو المعالجة الجزئية أو الكلية للمحتوى، وذلك وفقاً لضوابط تحريرية تعكس الخطّ الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية ومختلف الرهانات المحيطة بالممارسة الإعلامية في فترة معيّنة تميّز بواقع سياسي وتشريعي واقتصادي واجتماعي وثقافي، ويكون التدخّل في وحدة النصّ أو الصوت أو الصورة أو الفيديو بطريقة تنمّ عن احترام مسار يعتبره الجهاز التحريري مرجعية غير قابلة للمخالفة إلا إذا أحدثت عليها تغييرات من أصحاب القرار. وتختلف كيفيات المراقبة

داخل المؤسسات الإعلامية حسب نمط العمل ومنهجيته المبتكرة أو المنمّطة ما بين المؤسسات، والتي تكون غالبا بتقسيم المهام وتوجيه تدفق المواد حسب الهيكل التنظيمي مع تحديد المسؤوليات. كما تظهر سلطة ضبط المحتوى داخل المؤسسة في تحديد الشكل النهائي للمحتوى الذي يظهر لجمهور القراء والمستمعين والمشاهدين والمستخدمين، من حيث الإخراج والتهيوغرافيا والمساحة المكانية والزمانية وموقع النشر وزمن العرض، وهي جملة من المحدّات التي تسهم في رفع سقف تمظهر المحتوى وانتشاره والتفاعل معه، بناء على عناصر الجذب وإثارة الاهتمام وتحفيز التعرّض لدى الجمهور، بحيث يمكن أن تقدّم محدّات الشكل النهائي قيمة مضافة للمحتوى في صيغته الأولى، فتعلّمها أو تنزلها، إذ يقدّم القائمون على الإخراج والبرمجة وغيرها من العمليات الشكلية لبناء المحتوى الخام، إحياءات للجمهور ورسائل غير معلنة تشكّل النصف الثاني من المحتوى دلاليا، خصوصا بالنسبة للتلفزيون الذي يعطى فيه القدر الأكبر من الاهتمام للصورة المتحرّكة أو الفيديو، أين يكون المحتوى السمعي البصري مشبعا بنماذج للمشاهدة وطريقة الإدراك والمواقف والسلوكيات أو التأثير وردود الأفعال.

المنظومة الحمايية المنتهجة من قبل المؤسسة الإعلامية تعمل على إقصاء مختلف الشوائب التي تشوّه المحتوى وتمنع ارتسامه وفقا للمعايير المهنية والأخلاقية والذاتية، بحيث يكون التدخّل للضبط على مستوى عدّة مراحل، قد تمتدّ إلى غاية المرحلة الأخيرة ما قبل النشر أو البثّ، مثلما كان يحدث سابقا بالنسبة لمراقبة الجرائد على مستوى المطابع قبل النسخ ومراقبة نشرات الأخبار التلفزيونية قبل البثّ، ولا يتحقّق ذلك إلا بتطويع الزمن الإعلامي أو زمن إنتاج المحتوى وفقا لإمكانية التدخّل والضبط، حيث يكون مثلا لدى العاملين في الجريدة الوقت الكافي من أجل التدخّل في إنتاج المحتوى النهائي وهو ما يعرف بأجل التسليم (deadline)، أو دورة حياة إنتاج القصّة الخبرية، أي فترة المعالجة على مستوى قاعة التحرير إلى غاية وصول النسخ إلى المطابع، فيما تكون المادّة السمعية البصري هي الأخرى مرهونة بزمن محدّد من أجل التدخّل في التركيب وضبط المحتوى بطريقة معيّنة تستجيب لمختلف المعايير المذكورة، من ذلك تقديم التغطيات الصحفية ونشرات الأخبار في مواعيد محدّدة بفوارق زمنية متباينة ما بين زمن وقوع الحدث وزمن نقله ووصوله

للجمهور، إذ يكون للمنتج الوقت الكافي لمعالجة مختلف النقائص أو التحقق من المعلومات والتريث وعدم التهور في نقل معلومات ناقصة أو روايات مشبوهة.

لكنّ هذه الممارسات أمام نماء وعي الجمهور وتكرّر تجاربه مع وسائل الإعلام باعتباره معاشياً للحدث الذي يقع فعلاً ومطلّعا عليه بعد النقل، أصبحت مكشوفة ومحلّ انتقاد نتيجة عدم تطابق ما يحدث فعلاً مع ما ينقل وتدخّل وسائل الإعلام في تفاصيل الحدث عن طريق التركيز على زاوية معيّنة وإهمال أخرى، وتعمّد الابتدال في بعض التفاصيل على حساب أخرى، وإغفال حقائق والتركيب والإخراج على نحو يوحي باختلاف مع الرواية الحقيقية للحدث، وبالتالي فإنّ اهتزاز الموثوقية في المحتوى المقدم من قبل وسائل الإعلام، يكون نتاج هذه الممارسات المتكرّرة من قبل وسائل الإعلام والعمليات التي تقوم بها في الزمن الفاصل ما بين وقوع الحدث والعرض للجمهور أو استعمال أدوات الضبط، كما يعتبر من بين دوافع التخلّي التدريجي عن وسائل الإعلام التقليدية والبحث عن بدائل توفرّ مضامين مختلفة وتنقلها في سياقاتها الحقيقية إلى حدّ ما، من ذلك الفرار الجماعي نحو البيئة الإلكترونية التفاعلية وما تقدّمه من خيارات وميزات تكنولوجية تقلّل من نسبة التدخّل في نقل تفاصيل الحدث.

2. المستحدثات التكنولوجية و"إرغونوميا" الإعلام

أوجدت الأدوات التكنولوجية المستحدثة في مجال الإعلام والاتصال، أنماطاً جديدة لإنتاج المضامين الإعلامية، الخبرة منها تحديداً بناء على تغيّر أنماط الاستهلاك بفعل التحوّلات الاجتماعية التي شاركت فيها التكنولوجيات في مختلف مجالات الحياة، حيث أصبح لزاماً على المؤسسات الإعلامية تجديد طرائقها في العمل والتكيّف مع هذه المستجدّات، وذلك بتحديث وسائل العمل والاندماج في التكنولوجيات والتكنولوجيات الحديثة، ففي الجرائد المكتوبة هرعت الصحف إلى استغلال البيئة الإلكترونية التفاعلية في سياقات تجديد المصادر والتفاعل مع الجمهور وعرض المحتوى على المواقع الإلكترونية باستغلال مختلف الميزات التكنولوجية، لتحديث بذلك تغييرات تشمل مختلف حلقات الإنتاج إلى غاية وصول المحتوى للقارئ أو المستخدم وتلقي ردود الأفعال، ممّا أدّى إلى خلخلة الزمن الإعلامي التقليدي في فترات إنتاج المحتوى وعرضه، حيث أصبح الصحفيون أكثر سرعة في

الوصول إلى مصادر المعلومات عن طريق استغلال المصادر المفتوحة والمشاركة الجماعية في إنتاج الأخبار والمحتوى القائم على المستخدم، إضافة إلى السرعة في معالجة المواضيع بقوالب صحفية مختلفة تتقيد بفنّيات التحرير الحديثة، زيادة على تناقص الزمن الفاصل ما بين وقوع الحدث ومعالجته فنّياً وعرضه للجمهور، بحيث أتاحت التكنولوجيات الحديثة العرض في فترات زمنية جدّ متقاربة وبدورات زمنية تكاد تكون متطابقة مع الزمن الحقيقي لوقوع الحدث، على غرار ظهور الطبعة المسائية للجرائد على غرار شروع جريدة "النهار الجزائرية" في هذا النوع من الطبع والتوزيع ابتداءً من شهر أفريل 2016، فيما حققت المواقع الإلكترونية أعلى مستويات السرعة في النقل، كون أنّ المواقع الإلكترونية تسمح بسهولة عالية نشر المحتوى أو أخبار موجزة أو خلاصات للأخبار حتّى قبل انتهاء الصحفي من تحرير الخبر كاملاً، وذلك لدواعي إشباع حاجات ورغبات الجمهور وموافقة أنماطه الجديدة في استهلاك المضامين بحيث أصبح يتردّد على المواقع الإخبارية كلّ حين أو التسجيل فيها عن طريق أدوات الإنذار (RSS مثلاً)، من أجل الحصول على جديد الأخبار وتفاصيل مختلف الأحداث في حينها، وأيضاً لدواعي متعلّقة بالمنافسة ما بين المؤسسات الإعلامية على استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور وبالتالي من المعلنين بناءً على الموقع والقوّة التي يمنحها الجمهور للمؤسسة الإعلامية بعدما تنتشر مضامينها لديه.

أما بمؤسسات الإذاعة والتلفزيون، فإنّ التكنولوجيات والتكنولوجيات الحديثة، تقتنى في إطار مسعى يحظى بالإجماع وهو تحسين إنتاج المواد السمعية والسمعية البصرية وبسرعة وتحسين مستوى النفاذ للمستمعين والمشاهدين أي الارتكاز على ثلوث "النوعية والسرعة والانتشار"، ولا يتأتّى ذلك إلا بالاستغلال الأمثل للمستحدثات التكنولوجية ومختلف منهجيات العمل التي تقترحها والتي تعرف نجاحاً في مختلف المؤسسات الإعلامية العالمية المحترفة، إلى درجة أنّها ألهمت الدراسات الأكاديمية حول تباحث مختلف المستجّدات في "إرغونوميا" الإعلام والخصائص الجديدة للجمهور المبنية على التفاعل مع المحتوى. وفي سياق البنية الجديدة المطوّرة للمحتوى الإعلامي، فإنّ الإذاعات والتلفزيونات تسعى لتقليص المسافة ما بين زمن وقوع الحدث وزمن الوصول للمعلومات حوله وزمن الإنتاج والإذاعة أو البثّ، من خلال نشر الأخبار العاجلة عن الأحداث المهمّة وهو ما يكون

عبارة عن إنزال ملخصات قبل نهاية ضبط المواد الإخبارية في شكلها النهائي، وصولاً إلى أعلى مستويات التطابق وهو "التزامنية" أو النقل المباشر للحدث الذي يسمح للمتلقي والصحفي بمشاهدة تفاصيل الحدث "معا في الزمن الحقيقي" (4. المهدي الجندوبي، 2010، ص 65)، أي تدقق الرسائل والأخبار بوتيرة لا تختلف كثيراً عن زمن حدوثها في الواقع، كما يمكن استغلال تكنولوجيا النقل المباشر حتى على مستوى البيئة الإلكترونية التفاعلية أي عن طريق مختلف التطبيقات المدرجة تحت مظلة الانترنت والتي تسمح بالنقل المباشر من قبل المستخدمين للفيديو.

التجليات الأساسية للنماذج الحديثة من الإنتاج الإعلامي والممارسة المهنية، التي تظهر لدى بعض المؤسسات وتحقّر الجمهور على استعمالها، والوفاء لمضمونها، توجي بالتوجه نحو توحيد طرائق العمل في بناء القصص الإخبارية وتوزيعها ومختلف مراحل الصناعة الصحفية، مثلما كانت موحدة من قبل من خلال أنماط ثابتة ومعروفة في الوصول إلى المعلومات من المصادر ومعالجتها ونشرها، أي أنّ العمل بالتكنولوجيات الحديثة أصبح نمط حياة وعمل وضرورة، إذ لا يمكن تجاهل المستحدثات التكنولوجية وتحديث أساليب العمل، انطلاقاً من أبعاد المنافسة ما بين المؤسسات ومتطلبات الجمهور في بيئة حديثة أفرزت أنماط استهلاكية جديدة، أي أنّ مختلف المؤسسات الإعلامية أصبحت معنية بالتجديد لإحداث التكيف مع التحوّلات الإعلامية والاجتماعية والمحافظة على موقعها سواء عمودياً ما بين الوسائل أي ما بين الجريدة والصحيفة الإلكترونية والإذاعة والتلفزيون ومنصّات الإعلام الجديد، أو فيما بينها على مستوى أفقي.

3. تفضيلات الجمهور والأنماط الاستهلاكية الحديثة القائمة على السرعة

يبيد جمهور وسائل الإعلام في علاقته الحديثة بالمضامين والوسائط، اهتماماً بالغاً بنوعية المحتوى وطريقة العرض وزمن تحصيله على هذا المحتوى، أي أنّ هناك التفافاً أكبر بالوسائل التي تحترم مقاييس الإعلام الجديدة ومستويات الإنتاج والإبداع، تحديداً فيما يتعلّق بـ "السرعة كقيمة خيرية" (5. انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صدف حسام الساموك، سنة 2011، ص 134) أصبحت تحوز على جزء هامّ من معيارية المحتوى، حيث يفتش الجمهور من بين الزخم الهائل من المضامين التي تعرض عليه، عمّا يستجيب لحاجاته ورغباته ويتوافق مع زمنه الاجتماعي، مع

وجود توجه معتبر نحو الوسائل التي تقدّم مواداً صحفية في الزمن الحقيقي وتصل إلى مستوى "التزامنية" أو النقل المباشر للتغطيات في عين المكان للحدث، ويحوز هذا النمط من الاستهلاك على تجذّرات سوسيوولوجية، منها الرغبة في الوصول إلى المعلومة أولاً، وارتفاع قيمة الأخبار التي تكون نادرة وحديثة مقارنة بتلك القديمة التي تفقد قيمتها البنيوية والتجارية، كما يستند إنتاج الأخبار بوتيرة متسارعة إلى عدّة اعتبارات منها الرغبة في الانتشار وتوسيع قاعدة الجمهور من خلال تقديم "السبق الصحفي" أو السعي للإقناع والتأثير نظراً لكون من يعرض المحتوى أولاً يكون الأكثر تصديقا، كما "يسمح تدفق المعلومات بسرعة ومتابعة مسارها سبيلاً للتحكّم في الجمهور" (6.أ.أ.لامبي، ب.فالي، سنة 2004، ص 69) بالمنظور السيبرنطيسي.

من جانب آخر، تظهر ذهنية التعامل في الإنتاج والتوزيع بالسرعة الفائقة، أنّ الصحفي أو المركّب أو القائم على عملية الإنتاج قد تناقصت فرص تدخّله في المادّة المعروضة، ما معناه أنّ مستوى الحقيقة في بناء المواد المنقولة يرتفع عمّا كان عنه في الطرائق التقليدية، ويتولّد شعور لدى المشاهدين أو المستخدمين، أنّ ما يشاهدونه في الزمن الحقيقي، خال من التلاعب والتضليل والأساليب المستعملة في عمليات ضبط المحتوى سابقاً، لذلك فإنّ استهلاك المواد الخيرية تحديداً أصبح مرتبطاً بمفهوم السرعة كقاعدة أساسية من قواعد صناعة الأخبار، ويظهر ذلك من خلال التفضيلات التي تختلج مدارك جمهور وسائل الإعلام، من حيث التعرّض للتلفزيونات التي تنقل المباشر والتوجه نحو استخدام الصحافة الإلكترونية والبوابات ومختلف المواقع الإلكترونية التي تكثّف النقل المباشر للأحداث، حيث بدأت هذه الوسائل ترسّخ علاقات وفاء مع جمهورها، وتعمل على إشباع حاجاته عن طريق الاستغلال الأمثل للأدوات التكنولوجية المتاحة في حقل الاتصال والإعلام، فبعدما كان الجمهور مرتبطاً بالمحدّد الخيري "وقع" في الزمن الماضي، تجاوزه ليبحث عمّا "يقع الآن"، وهو تغير بدأ يترسّخ كنمط تعرّض للمضامين الإعلامية الإخبارية، موازاة مع ارتفاع سقف التفاعلية وتملّك وسائل إنتاج ونشر المعنى، من خلال ديمقراطية استخدام شبكة الإنترنت وتغلغل انتشار الوسائل الموصولة بها، حيث انبثقت عن اهتزاز موثوقية المضامين التي تقدّمها وسائل الإعلام التقليدية، محاولات لاقتحام مهنة الصحفي وكسر الرتابة والأطر الكلاسيكية التي كانت ترتكز على الدور

النخبوي في إنتاج المضامين ونقلها إلى الجمهور العريض بشكل عمودي، إذ برزت عدّة ظواهر جديدة بفعل تعميم استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال منها "صحافة المواطن" (7. جمال الزرن، سنة 2009، ص51-53) و"المحتوى القائم على المستخدم" و"المصادر المفتوحة" و"الإنتاج الجماعي للأخبار" (8. Stephane Vial, 2013, p55-57). أي أنّ المشاركة الجماعية في إنتاج الأخبار عن طريق المنصّات الإلكترونية المختلفة وقنوات التفاعلية واستغلال قوّتها (9. Valerie March, 2011, p. 16-30)، كسر احتكار المؤسّسات الإعلامية وإنفرادها بسرد القصص الخبرية والسبق الصحفي، وأصبح بالإمكان نقل تفاصيل عن مختلف الأحداث في فترات زمنية تفصل عن زمن وقوع الحدث بدرجة أقلّ عن تلك التي تسيّر عليها المؤسّسات الإعلامية. ومنه فإنّ السلطة والمشروعية التي كانت تحوز عليها المؤسّسات الإعلامية بدأت تتلاشى وتتهار بظهور منتجين جدد للأخبار يتفوّقون عليها أحيانا في السرعة، منها الموقع الإلكتروني périscopie الذي يتيح النقل المباشر للفيديو في الزمن الحقيقي من قبل مستخدمين من مختلف نقاط العالم والتفاعل بطرق مختلفة من قبل المنخرطين في منظومات جماعية، بمعنى أنّ استعمال مثل هذه التطبيقات في شقّ إعلامي يهدّد فعلا الفضائيات التي كانت مهيمنة على إنتاج الأخبار والتغطيات لمختلف الأحداث المهمّة في العالم وحتى وكالات الأنباء العالمية التي كانت تعرف بأنّها "صحافة الصحافة" (10. Henri Pigeat, Pierre Lesourd, 2014, p08). بينما يمكن القول أنّ مواقع مثل "تويترو ويوتيوب" تحوّلت إلى وكالات أنباء.

هذه المعطيات جعلت المؤسّسات الإعلامية أمام خيار تكنولوجي ومهيبي، يهيب بالسرعة كقيمة خبرية ومكوّن لا يمكن الاستغناء عنه، حتّى لو كانت هذه السرعة تمسّ بقيمة المصدقية التي تحتاج إلى التريث الكافي ونقل المعلومات من مصادرها والاستماع لعدّة أطراف رغم تناقضها ونقل الرواية كاملة غير منقوصة لبناء الحقيقة في أحسن صورة منقولة عنها (11. sous la direction de Remy Le Champion, 2012, p12). خصوصا وأنّ عدّة مواقع على شبكة الانترنت منها موقع التواصل الاجتماعي الأكثر ارتيادا من قبل المستخدمين (فايسبوك)، أصبحت تتيح إمكانية نقل المحتوى في ظرف ثواني بعد وقوع الحدث أو نقل الفيديو مباشرة من مكان الحدث (12. François Bernard Huyghe, 2001, p05). ذلك معناه أنّ نظرية "مارشال ماك لوهان" حول الحتمية التكنولوجية وعبارته الشهيرة "الوسيلة هي

الرسالة"، بدأت تتجلى في ظواهر جديدة تحكم العلاقة ما بين الجمهور والوسيلة الإعلامية، من خلال عدم الاعتراف إلا بالوسائل التي تتجاوب مع التطورات التقنية، وتلتزم بسرعة النقل إلى درجة التزامنية، إضافة إلى العناية بشكل المحتوى الذي يقول عنه "دانيال بونيو" أنه خلق صراعية ما بين الاتصال والإعلام، نظرا للاهتمام بالجماليات حتى في تقديم المواد الإخبارية والاعتماد على المقاربات الواقعية والأيقونية والخيالية، أي أنّ مفهوم الرسالة أصبح مرتبطا بالسرعة، حيث يعيش الأفراد في حالة ترقّب لتدفق المحتوى لاستهلاكه في أسرع وقت ممكن، بينما لا يعيرون اهتماما للمواد الخيرية التي سبق وأن تعرّضوا لها عن طريق إحدى وسائط الاتصال أو الإعلام، ومنه تفقد قيمة السرعة على قيمة الجدة والحدثة التي تعتبر أنّ الأخبار القديمة تفقد قيمتها الإدراكية والتجارية و"تحوّل السرعة إلى غاية لدى المهنيين" (13. نصر الدين لعياضي، 2012، ص 18-20)، حيث تقتل الأخبار المتدفقة بسرعة والمنقولة على المباشر جميع المواد المتباطئة في العرض لدى وسائل الإعلام التي لا تعير اهتماما بسرعة نقل الحدث، لتفقد بذلك درجة من التنافسية مفضلة الاحتفاظ بالنمط التقليدي في عرض أخبار مؤكّدة وصحيحة إلى حدّ ما، لكنّ الجمهور من قراء ومستمعين ومشاهدين ومستخدمين لم يعد يملك الصبر لمتابعة هذه الوسائل نظرا لوجود بدائل تقدّم المحتوى الإخباري بسرعة أكبر، زيادة على تعقيدات الحياة الاقتصادية والاجتماعية واكتساب نماذج ثقافية جديدة مبنية على الاستهلاك بسرعة.

4. الإستهلاك الفائق للأخبار وأدوات الضبط الفائق

تبدّل طبائع استهلاك المضامين الإعلامية لدى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين وتحوّلهم نحو الاستخدام والتعرّض للوسائل التي ترفع سقف التفاعلية مع المحتوى إلى درجة أنّ الاهتمام أصبح منصبًا على كيفية التفاعل والمشاركة في إنتاج المعنى وإشباع حاجات نفسية متعلّقة بإثبات الوجود ولفت الانتباه والاهتمام أكثر من البحث عن المحتوى نفسه، إضافة إلى الشكل الذي يظهر به المحتوى من حيث العرض والتصميم والألوان والتحكّم في مختلف أدوات الإخراج والتمظهر على الشاشة، وهو ما تحدّث عنه "دانيال بونيو" بقوله أنّنا نعرف زمن "الاتصال ضدّ الإعلام" ودومينيك وولتون بتفريقه ما بين المجتمع الاتصالي والمجتمع المعلوماتي (coordonné par Jean Paul Lafrance, 2009, 163.14)، نظرا لأنّ مشاهد التلفزيون

مثلا أصبح مهتمًا بالديكور وطريقة التصوير والإضاءة وشكل المقدم ولباسه، منبرا بالصورة أو التقنية (حجم الشاشة وطريقة العرض 3دي، أو 4 دي) ومركزا عليها أكثر من تركيزه على المحتوى، لذلك تتوَلَّد لدينا سلوكيات اجتماعية تجعلنا نشاهد التلفزيون ونحن لا نشاهده أحيانا، أي أنّ الشاشة أصبحت فردا من العائلة تقدّم نوعا من المؤانسة بغضّ النظر عن المحتوى.

وأخيرا، تدعّمت ثنائية التفاعلية والشكل بعنصر آخر، أكثر أهميّة تحديدا بالنسبة للمواد الإخبارية وهو السرعة في النقل والتغطيات الإخبارية في الزمن الحقيقي، حيث يهتم الجمهور بما هو ينقل "الآن" معززا فرضية "الرسالة هي السرعة" ويبحث عمّا هو الأسرع في الوصول إليه (push) وليس ما كان يبحث عنه هو ليجده بسرعة (pull)، بغضّ النظر عن الوسيلة التي تحدّث عنها "مارشال ماك لوهان" (الوسيلة هي الرسالة)، أي أنّ الاهتمام أصبح أكثر بوسائل الإعلام التي تضبط محتواها على السرعة، لأنّ هناك وسائل قد تحوز على مؤهلات وأدوات تسمح لها باستعمال السرعة لكنّها تستبعدها وتعتمد على الطرق التقليدية في الإنتاج والنشر مثل أغلبية الصحف الإلكترونية في الجزائر التي لا تهتمّ بالتحديث وطريقة (deadline every time)، ولا تستخدم تكنولوجيا المعلومات التي "تبحث عن أفضل الطرق لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطلابها بسرعة وفاعلية" (15.جمال العيفة، سنة 2010، ص 165)، بل تركز ذهنية النشر في الجرائد المطبوعة التي تضع خطة زمنية يطبّقها الجهاز التحريري.

الجمهور من خلال بحثه عمّا هو مختصر وموجز، ويقدم المعنى مباشرة وبسرعة فائقة، أقصاها التزامنية، يلغي بذلك تقاليد في الضبط الإعلامي للمحتوى كانت تمارسها المؤسسات الإعلامية بتدخلها المسبق في المواد الصحفية وإقحامها بقيم ذاتية تعبّر عن توجهات المؤسسة، وتهدف إلى إيصال رسائل معينة وإحداث إقناع وتأثير بطريقة ما، حيث لا يتيح النقل المباشر أو الضغط في إنتاج الأخبار بسرعة، هامشا واسعا للتدخل فيه، وإن كان نشر الأخبار بوتيرة متسارعة مثل نقل الأخبار العاجلة في التلفزيونات أو خلاصات الأخبار على المواقع الإلكترونية معرضا للخطأ والتشويه، نتيجة عدم استغلال الوقت الكافي في استعمال كامل أدوات الصناعة الإخبارية والاستعانة أحيانا بمعلومات أو مواد جاهزة تفرزها المصادر المفتوحة لافتكاك خاصية السبق الصحفي منها، إلا أنّ النقل المباشر للحدث يضمن أعلى

سقف من النقل الوفيّ للمحتوى في بيئته الأولى وهي الحقيقة في مستواها الأوّل أو الحقيقة الحقيقية. في هذه الحالة تعجز المؤسسات الإعلامية عن استعمال وسائل الضبط بطرق مثالية وتبقى حائرة ما بين الاستجابة لما يطلبه الجمهور وأنماطه الاستهلاكية الجديدة أو عدم التخلّي عن دورها في إرساء المعنى والتوجيه عن طريق الإقناع والتأثير، وهي خيارات لا تصمد أمام حدّة المنافسة والتبدّلات المتسارعة بفعل تملك التكنولوجيا الحديثة على نحو قاعدي، وإمكانية الاستغناء التدريجي عن المؤسسات الإعلامية المتناقلة في النقل والعرض لصالح أخرى تلتزم بقيمة السرعة، أو الانخراط في منظومات إلكترونية فردية وجماعية توّفر محتوى الفيديو المباشر باستغلال التطبيقات الحديثة بمختلف المواقع الإلكترونية الأكثر ارتيادا من بينها شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، بحيث أصبح الجمهور النشط يحوز سلطة كانت لا تتوقّر لديه من قبل (coordonne par Eric Dacheux, 2009, p77.16)، وذلك من خلال تملكه لوسائل الإنتاج والنشر.

هل يعني هذا أنّ الضبط الإعلامي انفلت من المؤسسات، وأصبح المحتوى محرّرا من آليات التدخّل المسبق، ويحمل مصداقية فائقة مستمدّة من النقل الفائق؟. قد يبدو ذلك في الوهلة الأولى، إلا أنّ مؤشّرات أخرى تظهر مع مستجدّات الإعلام والتكنولوجيا، لا يمكن إهمالها والتي يمكن أن تطوّر مفهوم الضبط الإعلامي وتعصرن المنظومة الحمائية للمؤسسات وتساعد على استرجاع خطّها الافتتاحي مجدّدا وظهور طيفها على المحتوى الذي يبقى مصنّعا وليس حقيقيا، ومن هذه المؤشّرات، أنّه بإمكان المؤسسات الإعلامية إخضاع المصوّرين والصحفيين الذين يكفّون بالتغطيات من مكان الحدث لعمليات تدريب وتكوين على التعامل مع التكنولوجيا (17.عبد الجواد سعيد ربيع، سنة 2004، ص 45) وبسرعة مع ما يتعارض مع توجّهاتها وسياستها التحريرية، وتوجيه كاميرات النقل نحو زوايا معيّنة أثناء النقل المباشر وإقصاء باقي الزوايا التي تمثّل كامل أوجه الحقيقة استنادا إلى كون عيون الكاميرات أو عدساتها ضيّقة، ويكون ذلك توجيها في نفس زمن وقوع الحدث ونوعا من أنواع الضبط الفائق، إضافة إلى إمكانية تأخير النقل المباشر ببضعة ثواني لدى أغلب المؤسسات الإعلامية، ممّا يوهم المشاهد أو المستمع أنّه يتعرّض لنقل مباشر لكنّه في الحقيقة مؤخّر ويسمح بالتدخّل فيه خلال هذه الفواصل الوجيزة. أمّا المؤشّر الهامّ هو توجّهات الصحافة الحديثة، واعتمادها على

"المدرسة التفسيرية كاتجاه جديد في التحرير الصحفي" (18. سيف الدين حسن عوض، سنة 2008، ص 36) ومحاولتها الخروج من ظاهرة الإغراق بالمعلومات والأخبار، حيث خلق الإنتاج الضخم والمكثف، كمّا هائلا من الأخبار وأصبحت المعلومات متوفرة في مختلف الفضاءات بما فيها البيئة الإلكترونية التفاعلية أين أصبح بإمكان مستخدمين أو مواطنين عاديين إنتاج أخبار مكتوبة أو مسموعة أو مصوّرة واعتمدها من قبل المتعرضين لها كوقائع منقولة من قلب الحدث ومستمدّة من شرعية تواجد المستخدم المنتج لهذه المواد في عين المكان أو أن يكون هو نفسه الحدث.. وعليه فإنّ وسائل الإعلام أصبحت مهذّدة بفقدانها لشرعية الوساطة في نقل المحتوى من المصدر إلى المتلقي وأصبح لزاما عليها التكيّف مع هذه التحوّلات والحفاظ على بقائها بتقديم مواد إعلامية متميّزة تظهر فيها خبرة الصحفي وتجاربه وتكوينه المهني، كتقديم تفسيرات لما يحدث الآن، وتوجيه الجمهور نحو قنوات ومواقف معيّنة والاستعانة بمحللين مختصين يعبرون في الحقيقة عن توجّهات المؤسّسة الإعلامية وسياستها التحريرية أو ما يعبر عنه بيار بورديو بـ "العنف الرمزي" (19. تر: مجدي عبد الحافظ، 2005، ص 34)، أي أنّ الصحفي أصبح يتدخّل في المحتوى المنقول مباشرة بالتعليق والتفسير والتحليل وتقديم سيناريوهات مستقبلية، على اعتبار أنّ الجمهور أصبح يشاهد ما "يحدث الآن" ويحصل على المعلومات من مصادر مختلفة وبطرق سهلة، لكنّه بحاجة للتفكير والتقرير والتنبؤ بما "سيحدث" وهو استهلاك فائق للأخبار يستند إلى "الرسالة هي السرعة" يقابله ضبط فائق يبتكر أدوات مغايرة لأدوات الضبط التقليدي.

في الأخير، يمكننا القول أن الممارسة الإعلامية تبتكر أساليب في العمل ومخاطبة جمهورها، بحيث تحاول إحداث التوازن ما بين منظومتها الحمائية في ضبط المحتوى وإرضاء الجمهور وإشباع حاجاته المتجدّدة من خلال ضبط المحتوى الإعلامي مع هذه الحاجات والأنماط الاستهلاكية، وهي علاقة تفاعلية ترتسم في ظلّ التطلّوات التكنولوجية وما تحدّثه من ظواهر تسمّى سيرورة إنتاج المضامين الإعلامية والتفاعل معها حين وصولها مرحلة التلقي، وقد تكون المستحدثات التكنولوجية قد شوشت على التراتبية الكلاسيكية في ضبط المحتوى داخليا من قبل المؤسّسات الإعلامية، إلّا أنّها خلقت من جانب آخر، دواعي لاستخدام الضبط وطوّرت بنيته نحو الضبط الفائق الذي يتعلّق بالاستهلاك السريع أو الفائق للرسائل، وعليه فإنّ

اندماج قيمة السرعة في الرسالة ومعادلة المحتوى للسرعة التي يعرض بها أو يوزّع بها، يكون قد أدى إلى تراجع استعمال أدوات الضبط التقليدية لاعتبارات تكنولوجية وموانع غير متحكّم فيها، إلاّ أنّه موازاة مع ذلك، خلق أنماط مستحدثة في الضبط وطوّر المنظومة الحمائية في سياقاتها المؤسّساتية.

هوامش:

1. عبد الله الحيدري، "الصناعات الإعلامية العربية، قراءة في وسائل الإنتاج"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 9، البحرين، سنة 2005، ص 46.
2. السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة، مدارس غربية وإسهامات عربية"، ط1، الإمارات العربية المتحدّة، دار الكتاب الجامعي، سنة 2011، ص 16.
3. عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، "الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، سنة 2010، ص 165.
4. المهدي الجندوبي، "كيف غيّر الإعلام الجديد أساليب العمل الصحفي"، المجلّة التونسية لعلوم الاتصال، ع 52/51، سنة 2010، ص 65.
5. انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطوّر الأداء والوسيلة والوظيفة"، ط 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، سنة 2011، ص 134.
6. ألارامي، ب، فالي، تر: ميلود سفاري، فضيل دليو وآخرون، "البحث في الاتصال، عناصر منهجية"، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، سنة 2004، ص 69.
7. جمال الزرن، "صحافة المواطن، المتلقي حين يصبح مرسلًا"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع 52/51، سنة 2009، ص 51-53.
8. Stephane Vial, "L'être et l'écran, comment le numérique change la perception", presse universitaire de France, 1 ere edition, 2013, p55-57.
9. Valérie March, «comment développer votre activité grâce aux medias sociaux», Paris, Dunod, 2011, p16-30.
10. Henri Pigeat, Pierre Leourd, « les agences de presse face a la révolution numérique des medias », 2 édition, Paris, la documentation Française, p 08.

11. Sous la direction de Rémy Le Champion, « **journalisme 2.0** », Paris, la documentation Française, 2012, p 12.
 12. François Bernard Huyghe, « **L ennemie a l'ère numérique, chaos-information-domination** », presse universitaire de France, 2001 , p 05
 13. نصر الدين لعياضي، "عتبات التأويل"، الشارقة، دار الثقافة والإعلام، سنة 2014، ص18-20.
 14. Coordonné par Jean Paul Lafrance, "**critique de la société de l'information**" France, CNRS édition Hermès, 2009, p 163.
 15. جمال العيفة، "مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار" الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010، ص 165.
 16. Coordonné par Eric Dacheux, « **les sciences de l'information et de la communication** », Paris, CNRS éditions, 2009, p 77.
 17. عبد الجواد سعيد ربيع، "إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة الواقع والمستحدثات"، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 2004، ص 45.
 18. سيف الدين حسن العوض، "الصحافة التفسيرية في مقابل الصحافة الاستقصائية"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 37، هولندا، سنة 2008، ص 36.
 19. تر: مجدي عبد الحافظ، "التلفزيون خطر على الديمقراطية"، ط1، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، سنة 2005، ص 34.
- المراجع المعتمدة:

- أ.لرامي، ب، فالي، تر: ميلود سفاري، فضيل دليو وآخرون، "البحث في الاتصال، عناصر منهجية"، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، سنة 2004.
- الجندوبي المهدي، "كيف غير الإعلام الجديد أساليب العمل الصحفي"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع 52/51، سنة 2010.
- الحيدري عبد الله، "الصناعات الإعلامية العربية، قراءة في وسائل الإنتاج"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 9، البحرين، سنة 2005.
- العيفة جمال، "مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار" الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010.

- الزرن جمال، "صحافة المواطن، المتلقي حين يصبح مرسلًا"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع52/51، سنة 2009،
- بخيت السيد، "الجديد في بحوث الصحافة، مدارس غربية وإسهامات عربية"، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، سنة 2011.
- سيف الدين حسن العوض، "الصحافة التفسيرية في مقابل الصحافة الاستقصائية"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 37، هولندا، سنة 2008.
- عبد الجواد سعيد ربيع، "إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة الواقع والمستحدثات"، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 2004.
- عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، "الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، سنة 2010.
- عبد الرزاق انتصار إبراهيم، صفا حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطوّر الأداء والوسيلة والوظيفة"، ط 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، سنة 2011
- لعباضي نصر الدين، "عتبات التأويل"، الشارقة، دار الثقافة والإعلام، سنة 2014.
- تر: مجدي عبد الحافظ، "التلفزيون خطر على الديمقراطية"، ط1، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، سنة 2005.
- Coordonné par Eric Dacheux, « **les sciences de l'information et de la communication** », Paris, CNRS éditions, 2009.
- Coordonné par Jean Paul Lafrance, "**critique de la société de l'information**" France, CNRS edition Hermes, 2009.
- Francois Bernard Huyghe, « **l'ennemie à l'ère numérique, chaos-information-domination** », presse universitaire de France, 2001 .
- Henri Pigeat, Pierre Leourd, « les agences de presse face a la révolution numérique des medias », 2 édition, Paris, la documentation Française.
- Stephane Vial, "**l'être et l'écran, comment le numérique change la perception**", presse universitaire de France, 1 ere edition, 2013.
- Sous la direction de Rémy Le Champion, « **journalisme 2.0** », Paris, la documentation Française, 2012.
- Valérie March, « **comment développer votre activité grâce aux medias sociaux** », Paris, Dunod, 2011.