

المدونات الالكترونية والنخبة النسوية في الجزائر: الاستخدامات وأشكال

التفاعل-دراسة ميدانية على عينة من الأستاذات بجامعة أم البواقي

Blogging and the Algerian Women's Elite: Uses and Forms of Interaction A Field Study: Oum el Bouaghi University Teachers

د. مساعدي سلمي*

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، selmabiba01@gmail.com

تاريخ الإرسال	2021/07/11م	تاريخ القبول	2021/08/25م
---------------	-------------	--------------	-------------

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة المرأة الجزائرية بالمدونات الالكترونية بوصفها أحد وسائط البيئة الرقمية، وذلك من خلال البحث في خصوصية استخدامات النخب النسوية لهذا الوسيط وأشكال تفاعلها معه. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وأداة الاستبيان، تمثلت عينة الدراسة في الأستاذات الجامعيات بجامعة أم البواقي، لتتوصل الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها ما يلي: تحتل المدونات الالكترونية مكانة لا بأس بها ضمن وسائط الإعلام الرقمي التي تعتمد عليها النخب النسوية الجزائرية وتستخدمها. وتقتصر دوافع الاستخدام على الدوافع العلمية والتعليمية، الحصول على الأخبار والمعلومات والأحداث، كما تكتفي باستخدام مدونات الكترونية أخرى، دون التفكير في ممارسة التدوين من خلال إنشاء مدونات خاصة بها خاصة في ظل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: المدونات الالكترونية؛ النخب النسوية؛ الاستخدامات؛ التفاعل.

Abstract

The present study aims to reveal the relationship between Algerian women and electronic blogs being digital environment multimedia. The study investigates the peculiarity of the medium's feminist elites' use and its forms of interaction. To reach this aim, the descriptive survey is opted. The targeted population of the present study is University teachers at the University of Oum El Bouaghi of which they responded to the questionnaire. The analysis of results reveals that Blogs occupy a significant position within the digital media on which the Algerian feminist elites depend and use. The rationale for its use is limited to scientific and educational motives. Besides, it depends on news, information and events. It can also use other blogs without records by creating their own blogs especially with the emergence of social networks.

Keywords : blogging; women's elite; uses; interaction

* المؤلف المرسل

1. مقدمة

تشهد البيئة الإعلامية الجديدة اليوم تراحم العديد من الوسائط الرقمية المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات الفكرية المواقع الالكترونية العلمية... وغيرها، ولعل من أبرز تلك الوسائط المدونات الالكترونية التي ارتبط استخدامها أكثر بالنخب المثقفة والسياسية في المجتمع خاصة العربي، ما أعطى لها المزيد من الجدية والمصداقية، إذ برز التدوين الالكتروني ضمن الثورة الثانية للانترنت، لتدخل بذلك البوابة الالكترونية عهدا جديدا ضمن المشهد الإعلامي.

حيث كانت بدايات التدوين الالكتروني العربي حكرا على الرجال فقط، لتخوض بعد ذلك النساء العربيات وخاصة الفئة المثقفة والنخبوية منهن غمار تجربة التدوين، طارقات بذلك شتى المجالات، فتعددت المدونات النسائية بتعدد أهداف صاحباتها وتنوعت بين المدونات الأدبية والثقافية، التعليمية والعلمية، الاجتماعية والسياسية، هكذا وفرت المدونات الإلكترونية لفئة النساء فرصة مفارقة الوضع السكوني، والمشاركة في النقاشات الافتراضية والتفاعل من خلال تبادل الأفكار والآراء، المعلومات والأخبار في مختلف المجالات.

وعلى الرغم من أن التدوين الإلكتروني في الجزائر لم يلاقي الانتشار الواسع الذي عرفه في باقي الدول العربية، إلا أن النخب النسوية الجزائرية لم تكن بمعزل عن التطورات الحاصلة في البيئة الرقمية، إذ حاولت الاستفادة مما تطرحه المدونات الالكترونية خاصة في المجال العلمي وذلك كمستخدمة، في حين بادرت فئة من النساء المثقفات الأخريات بإنشاء مدوناتهن الالكترونية الخاصة، التي شكلت فضاءات للتواصل من جهة وللمعرفة من جهة أخرى.

ومن هذا المنطلق جاءت فكرة هذه الدراسة، في محاولة للكشف عن خصوصية استخدام النخبة النسوية في الجزائر للمدونات الالكترونية كأحد

وسائط الإعلام الرقمي وكذا أشكال تفاعلها معها، وذلك بالإجابة على السؤال المحوري الآتي: ما خصوصية استخدام النخبة النسوية في الجزائر للمدونات الالكترونية وكيف تتفاعل معها؟

وللإجابة على هذا التساؤل المحوري، ارتأينا تقسيمه إلى عدة تساؤلات فرعية هي:

- ما خصوصية استخدام النخب النسوية الجزائرية للمدونات الالكترونية؟

- ما هي الدوافع التي جعلت النخب النسوية الجزائرية تلجأ للتدوين الإلكتروني؟

- كيف تتفاعل النخبة النسوية الجزائرية مع المدونات الالكترونية؟

إذ تتوخى هذه الدراسة تحقيق جملة الأهداف الآتية:

- الوقوف على خصوصية استخدام النخب النسوية الجزائرية للمدونات الالكترونية.

- الكشف عن الدوافع التي جعلت النخب النسوية الجزائرية تلجأ للتدوين الإلكتروني.

- الكشف عن كيفية تفاعل النخبة النسوية الجزائرية مع المدونات الالكترونية.

2. مفاهيم الدراسة

1.2 المدونات الالكترونية

تعني كلمة Blog في القاموس الانجليزي Oxford تسجيل شخصي للنشاطات والأراء داخل الحساب الذي يمتلكه الشخص في أي موقع من مواقع الانترنت. (Oxford Advanced learner 's dictionary, 2005, p 146)

كما تعني المدونة أو السجل الإلكتروني في معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال " صفحة ويب تظهر عليها مواضيع تكون مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة النصوص القديمة ويكون لكل موضوع منها عنوان الكتروني لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى التدوينة،

هذا وتختلف طبيعة المواضيع من مدونة إلى أخرى فهي قد تحوي روابط لمواقع، أو أخبارا أو أفكارا كما أنها قد تستخدم كدفتر مذكرات أو لنشر صور أو أشرطة فيديو أو قصائد شعر أو مقالات أدبية أو سياسية، تمنح المدونة صاحبها الحرية التامة في التعبير عن نفسه كما يريد، سواء تعلق الأمر بطبيعة المواد المنشورة أو بأسلوب العرض. (عبد الله، 2014، ص 95).

2.2 النخبة

ورد في مفهوم النخبة في قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية أن النخبة هي: طبقة من الأشخاص بلغوا الحد الأعلى أو الرقم القياسي في نشاطهم، تمتلك مراكز التفوق والسمو في المجتمع، وهي جماعة من الفاعلين الذي يملكون السلطة، أو هي أقلية فعالة ومسؤولة هيأت لخدمة الأكثرية بطريقة مقيمة اجتماعيا، وهم الأشخاص الذين يحصلون على الدخل الأكبر والتميز الأكبر والأمن الأكبر في المجتمع.

كما جاء في تعريف آخر أن النخبة هي أقلية متميزة عن غيرها من أفراد المجتمع بخصائص من قبيل المستويات الوظيفية أو العلمية وتمتلك سلطة ونفوذا في الفرع أو المجال الذي تنتهي إليه مما يؤهلها ويمكنها من اتخاذ القرارات والتأثير في مختلف جوانب الرأي العام (سياسيا، اجتماعيا، إعلاميا، اقتصاديا، ثقافيا... وغيرها). (علاق، 2018، ص 71-72)

وقد اختلفت التصنيفات الخاصة بالنخب وتنوعت، ويمكن تناول أهمها كالآتي: النخب المثقفة، النخب السياسية، النخب البيروقراطية، النخب العسكرية، نخبة رجال الأعمال، النخبة الدينية وكذا النخبة النسوية التي هي موضوع هذه الدراسة، فهناك من الباحثين من يرى بأن نساء العالم تقودها نخب نسوية في إطار ما يسمى بالحركة النسوية والدفاع عن حقوق المرأة، كما أن السياسيين يعملون على توظيف ورقة النساء في الانتخابات عن طريق اختيار

قيادات ترمز لمطالب المرأة وذلك من أجل استمالة هذه القوة الانتخابية لصالح برامج الأحزاب المتنافسة مثلما هو حاصل حالياً في كل بلدان العالم تقريباً (علاق، 2017، ص 178)

3.2 التفاعل الافتراضي

أدى الاتصال الرقمي إلى تغيير جوهري في المفهوم التقليدي للتفاعل الاجتماعي، إذ ساهم هذا النوع من الاتصال في تشكيل علاقات اجتماعية وسبل حياة جديدة تتخطى الحدود الزمكانية لتسمح حسب walter بتحقيق نوع جديد من التواصل والتفاعل ألا وهو التفاعل الافتراضي، لتصبح بذلك الشبكة العنكبوتية العالمية تجسيدا حيا لمبدأ الفضاء المعلوماتي ومسرح يتألف من حزمة معقدة ومتشابكة من التفاعلات الرقمية أو التفاعل عبر الخط. (رياح، 2018، ص 120)

ويعرف أيضا بأنه ذلك التفاعل الذي يتم بين ذاتين أو أكثر بصفة متزامنة أو غير متزامنة وذلك باستخدام اثنين أو أكثر من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة بالشبكة، وقد أدى توسع هذا المفهوم إلى بروز ما يسمى بالجماعات الافتراضية، كما يقصد به ذلك النسق التفاعلي الذي يضم مجموعة من الأفكار والمعلومات التي يتبادلها المتصلون بالاستعانة بأجهزة موصولة بشبكة الانترنت في شكل محادثات رقمية لسانية خطية تتخللها كتابات أيقونية. (شايب، 2019، ص 853).

4.2 الاستخدامات

تجدر الإشارة إلى أن الأدبيات التي تناولت مفهوم الاستخدام قد أشارت إلى الغموض الذي حمله هذا الأخير أثناء ظهوره في ثمانينيات القرن الماضي، حيث أنه يحمل في طياته دلالات مختلفة، فهو أحيانا يأتي بمعنى الاستعمال وأحيانا يكون مرادفا لمعنى الممارسة، وفي مواطن أخرى يأتي مرادفا لمفهوم التملك، حيث يعد *Perriault Jaques* أول من تحدث عن مفهوم الاستخدام من خلال كتابه الذي أصدره بداية الثمانينات والمعنون بـ "منطق الاستخدام *La logique d'usage*" من ثم شكل المفهوم هاجسا بحثيا بالنسبة للعديد من الباحثين في تلك الفترة، وتم إقحامه في بحوث الإعلام والاتصال على مدار الثلاث عقود الماضية تحت ما يسمى بدراسات الاستخدام. (بن دبيلي، 2014، ص 176)

ويشير مفهوم الاستخدام حسب *proulx* إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ إن مفهوم الاستخدام يحيل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا ويسائل علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجيا قابل للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثيلات خصوصية، وعليه فمفهوم الاستخدام يقتضي أولا إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا ماديا حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام، ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا. (بوخنوفة، 2007، ص 73)

3. في علاقة المرأة بالمدونات الالكترونية

سمحت تكنولوجيا المعلومات الجديدة للنساء في العالم العربي أن ينظر إليهن على قدم المساواة مع الرجال، في قدرتهن على المناقشة والتحري والإبلاغ والتحضير للقضايا المختلفة... فقد سهلت التكنولوجيا لفئة النساء الروابط والشبكات للتفاعل بشكل فعال وتبادل المعلومات والموارد بشكل أسرع، وبالتالي

تزايد استخدام المرأة العربية لمخرجات الثورة التكنولوجية خاصة الوسائط الرقمية في طرح القضايا والدعوة إلى التأييد والتضامن معها.

(NicolasRahbani, 2010, p2))

وإن كانت بدايات التدوين في العالم العربي قد اقتصرت على فئة الرجال فقط إلا أن النساء العربيات أيضاً لم يتوانين عن خوض غمار التجربة طارقات بذلك شتى المجالات ومتحدثات دون قيود أو حواجز في شتى المواضيع، فتعددت المدونات النسائية بتعدد أهداف صاحباتها وتنوعت بين المدونات الشخصية التي تهتم بشؤون المرأة كالصحة، الطبخ التجميل والأزياء، مدونات الأسرة كمواضيع الحمل، الإنجاب وتربية الأبناء، المدونات الترفيهية، الثقافية، الأدبية وغيرها من المدونات، لتنشأ فئة أخرى من النساء أشكال جادة وجدية من المدونات كتلك التي تطرح قضايا مصيرية بالنسبة للمرأة وتطالب بتحسين أوضاعها المعيشية وتغيير الصورة النمطية التي اقترنت بها، لتحدث بذلك المدونات النسائية السياسية والدينية القطيعة مع التصور المجتمعي السائد حول انحصار اهتمامات المرأة العربية في المواضيع السطحية والبسيطة، و انفراد فئة الرجال بالقضايا الجادة والمصيرية.

هكذا كانت المدونات الالكترونية السباقية في فتح أبواب العوالم الافتراضية أمام فئات مهمشة اجتماعياً كفئة النساء، وبالتالي فإن ممارسة التدوين كنشاط مبتكر أتاح المشاركة الكاملة للمرأة في المجال العام الجديد وعزز قدرتها على اكتساب شكل من أشكال التأثير في المجتمع، خاصة أن المدونات تخلق مساحة آمنة حيث يكون الجسد الأنثوي الغالب في الحياة اليومية غير موجود وتؤخذ بدله الأفكار بعين الاعتبار، وليس من المستغرب أن تكون شبكة CNN قد وصفت المدونات العربيات بأنهن "عوامل تغيير" في مجتمعاتهن، (Hala, 2015, p 13)

(فبالإضافة إلى كونها وسيلة لانفتاح المرأة على العالم الخارجي تمثل المدونات آلية لاندماج المرأة في فضاءات علنانية "الجماعات الافتراضية" لا تخضع فيها لمعايير التمييز والتفرقة والتراتبية التقليدية وتمثل مجتمعات المدونات النموذج الأكثر دلالة على هذه الفضاءات. (الحمامي، 2007، ص 13)

4. الخطوات المنهجية المتبعة في الدراسة

1.4 نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، محاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة. (الطائي، 2007، ص 95) ولأن هذه الدراسة تهتم بالبحث في واقع استخدام النخبة النسوية الجزائرية للمدونات الالكترونية وأشكال تفاعلها معها من خلال النخبة النسوية الجامعية، فإن المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو منهج المسح الميداني بالعينة والذي يعرف بأنه "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة. (سمير، 1995، ص 67)

2.4 أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على أداة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والتي تعد "من أكثر أدوات جمع البيانات كفاءة في لتحصيل بيانات عن طبيعة الظاهرة المدروسة، وتعرف الاستمارة على أنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو

الأهداف التي يسعى الباحث إليها الباحث، وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي يختارها. (قنديلجي، 2012، ص 165)

وقد اعتمدت الباحث على الاستبيان لكونه أكثر أدوات جمع البيانات استخداما في منهج المسح لقدرته على الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير المعروفة بالضخامة والتشتت، كما هو الحال في دراستنا لموضوع النخبة النسوية الجزائرية، أما عن هيكلة الاستمارة فقد تكونت في شكلها النهائي من ثلاثة محاور: ضم المحور الأول أسئلة متعلقة باستخدامات النخبة النسوية للمدونات الالكترونية.

في حين ضم المحور الثاني أسئلة متعلقة بأشكال تفاعل النخبة النسوية مع المدونات الالكترونية.

ليضم بذلك المحور الثالث أسئلة متعلقة بامتلاك النخبة النسوية للمدونات الالكترونية.

3.4 مجتمع البحث وعينة الدراسة

تشير العينة إلى مجموعة جزئية مميزة ومنتقاة من مجتمع الدراسة فهي مميزة من حيث أن لها نفس خصائص المجتمع ومنتقاة من حيث أنه يتم انتقاؤها من مجتمع الدراسة الذي هو موضع اهتمام الباحث (الحمداني، 2006، ص 194)، وقد تم اعتماد العينة العشوائية التطبيقية في دراستنا هذه حيث "يستخدم هذا النوع من العينات في المجتمعات غير المتجانسة والتي تتباين مفرداتها وفقا لخواص معينة، مثل المستوى التعليمي لمفردات مجتمع الدراسة ونو التخصص، ويمكن تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقا لتلك الخواص وعادة تتجانس مفردات الطبقة الواحدة فيما بينها، ويعتبر هذا النوع من العينات

الأنسب للمجتمعات المتباينة حيث تكون العينة ممثلة لكافة مجتمع الدراسة." (عدلي، 1998م، ص 78)[†]

وتبعاً لذلك قامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة من الأساتذات بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة أم البواقي، والجدول الموالي يوضح خصائص عينة البحث.

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
الأساتذات بقسم العلوم الإنسانية	23	38.33
الأساتذات بقسم العلوم الاجتماعية	37	61.67
المجموع	60	% 100

4.4 أساليب تحليل البيانات

اعتمدت الدراسة أسلوب التحليل الكمي الذي يتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية وجدول رقمية، والتحليل الكمي الذي تم اعتماده في هذه الدراسة هو أسلوب التكرارات والنسب المئوية التي تتعلق بالجدول وذلك لمعرفة الاختلافات في درجة توزيع التكرارات. إضافة إلى أسلوب التحليل الكمي الذي يهدف إلى ترجمة تلك الأرقام والإحصائيات وإعطاء قراءة علمية لها.

5.4 مجالات الدراسة

المجال الزمني للدراسة

ونقصد به الوقت الذي استغرقت فيه الدراسة أو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، والتي امتدت من 10 جانفي 2020 إلى 10 فيفري من ذات السنة،

بداية بتحديد إشكالية الدراسة ثم مروراً بجمع البيانات والمعطيات من خلال استمارة الاستبيان وصولاً إلى النتائج المطلوبة.

المجال المكاني للدراسة: أنجزت الدراسة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

5. عرض ومناقشة بيانات الدراسة

1.5 استخدامات النخبة النسائية الجزائرية للمدونات الالكترونية

الجدول 02: يمثل أكثر وسائط الإعلام الالكتروني استخداماً بالنسبة للنخبة النسائية

التكرار	وسائط الإعلام الالكتروني
المرتبة 4	الصحف الالكترونية
المرتبة 2	المواقع الالكترونية
المرتبة 5	المنتديات الالكترونية
المرتبة 3	المدونات الالكترونية
المرتبة 1	شبكات التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول المبين لترتيب وسائط الإعلام الالكتروني بالنسبة للنخبة النسائية، يتبين بأن أكثر تلك الوسائط استخداماً هي شبكات التواصل الاجتماعي متبوعة بالمواقع الالكترونية، ثم في المرتبة الثالثة تأتي المدونات الالكترونية تليها الصحف الالكترونية، لتتذيّل المنتديات الالكترونية قائمة الوسائط الأكثر استخداماً.

وهو ما يدل على التباين في اعتماد واستخدام النخب النسائية للوسائط الالكترونية التي سحبت البساط من بقية الأنواع الأخرى، ففي سنوات قليلة مضت كانت المدونات الالكترونية قبلة المستخدمين خاصة الفئة النخبوية، ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي قلت شيئا فشيئا شعبية المدونات، بانتقال المستخدمين إلى وسائط أخرى.

الجدول 03: يمثل مدى تصفح المدونات الالكترونية بالنسبة للنخبة النسائية

النسبة	التكرار	مدى تصفح المدونات الالكترونية
8.33	5	دائما
80	48	أحيانا
11.67	7	نادرا
% 100	60	المجموع

يتضح من خلال الجدول المبين مدى تصفح النخب النسائية للمدونات الالكترونية، بأن أغلب المبحوثات أكدن بأنهن يتصفحنها أحيانا فقط، وذلك بنسبة 80 %، في حين جاءت نسبة من يتصفحنها دائما نسبة ضئيلة جدا ما عكسته نسبة 8.33 %، وهي النتائج التي تتوافق مع معطيات الجدول أعلاه، حيث نجد أن النساء لا يملن كثيرا لاستخدام المدونات الالكترونية.

الجدول 04: يمثل دوافع استخدام النخبة النسائية للمدونات الالكترونية

النسبة	التكرار	دوافع استخدام المدونات الالكترونية
56.41	44	أغراض علمية تعليمية
6.42	5	أغراض تثقيفية ودينية
32.05	25	الحصول على أخبار، معلومات، أحداث
5.12	4	الحصول على معلومات متعلقة بالمرأة وشؤون الأسرة
% 100	78	المجموع

من خلال الجدول أعلاه، المبين لدوافع استخدام النخب السنوية للمدونات الالكترونية، يتضح بأن تلك الدوافع تراوحت بين الأغراض العلمية والتعليمية بنسبة 56.41% والحصول على أخبار ومعلومات بنسبة 32.05% ، في حين جاءت بقية الدوافع الأخرى كالحصول على معلومات متعلقة بالمرأة وشؤون الأسرة، إضافة إلى الأغراض التنقيفية والدينية في آخر تلك الدوافع وبنسب ضئيلة متمثلة في 5.12% و 6.42% على التوالي.

2.5 أشكال تفاعل النخبة النسوية مع المدونات الالكترونية

الجدول رقم 05: تفاعل النخبة النسوية مع المدونات الالكترونية

النسبة	التكرار	تفاعل النخبة النسوية مع المدونات الالكترونية من خلال:
68.34	41	الإطلاع على المعلومات الواردة في التدوينات
21.66	13	التفاعل مع التدوينات من خلال التعليقات
6.66	4	مشاركة التدوينات مع الأصدقاء
3.34	2	التواصل مع المدون
% 100	60	المجموع

يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه تعدد أشكال تفاعل النخب النسوية مع المضامين المطروحة عبر المدونات الالكترونية، والتي انقسمت إلى الإطلاع على المعلومات الواردة في التدوينات بنسبة كبيرة وصلت إلى 68.34% يليها التفاعل مع التدوينات من خلال التعليقات بنسبة 21.66%، في حين جاءت أشكال التفاعل الأخرى وهي مشاركة التدوينات مع الأصدقاء والتواصل مع المدون كأقلها استخداما ما مثلته نسبتي 66.66% و 3.34%.

الجدول 06: الأنشطة التي تقوم بها النخبة النسوية من خلال التفاعل على المدونات

النسبة	التكرار	الأنشطة التي تقوم بها النخبة النسوية من خلال التفاعل على المدونات
/	/	مشاركة تفاصيل حياتك والأحداث التي تعيشها
/	/	البوح ومشاركة الهموم التي تعانيها
7.94	5	إيجاد نصائح وحلول لمشكلات شخصية، عملية تعانيها
6.35	4	التعبير عن نقدك للأوضاع الاجتماعية والسياسية
/	/	التعبير عن رأيك في قضايا سياسية محلية ودولية
85.71	54	المشاركة في المواضيع المرتبطة بتخصصك العلمي
% 100	63	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه، يتضح بأن الأنشطة التي تقوم بها النخب النسوية من خلال تفاعلها على المدونات الالكترونية تتراوح بين المشاركة في المواضيع المرتبطة بتخصصها العلمي بنسبة عالية قدرت بـ 85.71%، وإيجاد نصائح وحلول لمشكلات شخصية أو عملية تعانيها بنسبة 7.94%، وأخيرا المشاركة بالتعبير عن آرائها ونقدها للأوضاع الاجتماعية والسياسية بنسبة ضئيلة قدرت بـ 6.35%.

وفي قراءة لتلك المعطيات نجد أنها تتناسب مع ما أدلت به المبحوثات حول دوافعهن لاستخدام المدونات الالكترونية والتي جاءت في أولها الدوافع العلمية والتعليمية.

3.5 امتلاك النخب النسوية الجزائية للمدونات الالكترونية

الجدول 07: امتلاك النخبة النسوية لمدونات الكترونية

الامتلاك النخبة النسوية لمدونات الكترونية	التكرار	النسبة
نعم	2	3.34
لا	58	96.66
المجموع	60	% 100

يتضح من خلال الجدول المبين لامتلاك النخبة النسائية لمدونات الكترونية، بأن الأغلبية الساحقة منهم لا تمتلك هذا النوع من الوسائط ولم يسبق لها إنشاؤها، وهو ما تعكسه نسبة من إجابات 96.66% المبحوثات.

الجدول 08: أسباب عدم إنشاء النخبة النسوية لمدونات الكترونية

أسباب عدم إنشاء النخبة النسوية لمدونات الكترونية	التكرار	النسبة
صعوبة إنشاء مدونة الكترونية	41	33.88
قلة التفاعل على المدونات الالكترونية	12	9.91
ظهور شبكات التواصل الاجتماعي	68	56.19
المجموع	121	% 100

يتضح من خلال الجدول المبين لأسباب عدم امتلاك النخبة النسائية لمدونات الكترونية، بأن تلك الأسباب قد تعددت وجاءت مرتبة حسب المبحوثات كالتالي:

أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى عزوف النخب النسوية عن استخدام المدونات الالكترونية، وذلك ما أكدته نسبة 56.19% من المبحوثات. في حين كان السبب الثاني في عدم امتلاك النخب النسوية لمدونات الكترونية لصعوبة إنشاء تلك الأخيرة، التي تتميز بنوع من التعقيد خاصة إذا ما قورنت

بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وهو ما مثلته نسبة 33.88% من المبحوثات.

إضافة إلى ذلك فإن قلة التفاعلية على المدونات الالكترونية كانت عاملا آخر في عدم انشائها من طرف النخبة النسائية ما مثلته نسبة 9.91% من المبحوثات.

الجدول 09: أنواع المدونات الالكترونية التي تقوم بإنشائها النخبة النسوية

النسبة	التكرار	أنواع المدونات الالكترونية التي تقوم بإنشائها النخبة النسوية
100	2	مدونات الكترونية علمية
/	/	مدونات الكترونية أدبية
/	/	مدونات الكترونية إعلامية
/	/	مدونات الكترونية سياسية
/	/	مدونات الكترونية نسائية
/	/	مدونات الكترونية متنوعة
% 100	2	المجموع

يتضح من الجدول المبين لأنواع المدونات الالكترونية التي تمتلكها النخب النسائية، بأنهن وعلى ندرتهن يملن إلى امتلاك مدونات الكترونية علمية، وذلك ما أجابت به المبحوثتين اللتين تمتلكان هذا النوع من الوسائط ممثلة في نسبة 100 %، في حين تغيب نهائيا باقي أنواع المدونات الالكترونية الأخرى.

الجدول 10: الهوية الافتراضية للمرأة صاحبة المدونة الالكترونية

النسبة	التكرار	الهوية الافتراضية للمرأة صاحبة المدونة الالكترونية
100	2	هوية حقيقية
/	/	هوية مستعارة
/	/	جزء من الهوية
% 100	2	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والمبين للهوية الافتراضية التي تظهر من خلالها المرأة المدونة عبر مدونتها الالكترونية، يتبين بأن النساء المدونات يظهرن بهويتهم الحقيقية وذلك بنسبة 100 %، والتي تعد امتدادا لهويتهم في الواقع.

حيث تعبر النخب النسوية عن ذاتهن بالاعتماد على ثنائية الاسم والصورة، أين يعتمدن أسماءهن الحقيقية وصورهن الشخصية أيضا، إضافة إلى أبعاد أخرى للهوية كالسن، المستوى التعليمي، المهنة، بلد الانتماء وغيرها.

الجدول 11: معدل تحديث النخبة النسوية لمدوناتها الالكترونية

النسبة	التكرار	معدل تحديث النخبة النسائية لمدوناتها الالكترونية
/	/	دائما
100	2	أحيانا
2	/	نادرا
% 100	2	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه، والمبين لمعدل تحديث النخب النسوية لمضامين مدوناتها، بأن النساء المدونات لا يدون بشكل مستمر ودوري، وإنما أحيانا فقط وذلك ما عكسته نسبة 100 %، ويمكن أن يكون التدوين حسب الحاجة أو في حالة رغبتهم بنشر منشورات جديدة متعلقة بالتخصص العلمي، وهو ما يتوافق مع قلة أو شبه انعدام التفاعل مع المدونات الالكترونية، الذي يعد في مثل هذه الحالات المحفز الأول على الاستمرار في التدوين، وهو ما كان غائبا بالنسبة للمدونات التي تمتلكها النخب النسوية عينة الدراسة.

6. خاتمة

بعد تفريغ البيانات المتوصل إليها باستخدام استمارة الاستبيان، وتحليل ومناقشة ما جاء فيها، أبانت الدراسة عن جملة من النتائج يمكن عرضها مفصلة كالآتي:

استخدامات النخب النسوية للمدونات الالكترونية

➤ تحتل المدونات الالكترونية مكانة لا بأس بها ضمن وسائط الإعلام الرقمي التي تعتمد عليها النخب النسوية الجزائرية وتستخدمها، وان كان ذلك الاستخدام محدود جزئيا وذلك لظهور وسائط رقمية أخرى تميزت بجذب مستخدمي الانترنت من جميع الأطياف والفئات، وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد أكثرها استخدامًا في الجزائر.

➤ تقتصر دوافع استخدام النخب النسوية للمدونات الالكترونية على الدوافع العلمية والتعليمية، الحصول على الأخبار والمعلومات والأحداث، فقط الأمر الذي يشير إلى أن النخب النسوية لا تستفيد كفاية مما يمكن أن توفره المدونات من خدمات، خاصة تلك المختصة في شؤون الأسرة مثلا أو التي تتخذ صفة المدونات التي تهتم بالقضايا التي تشغل المجتمع والرأي العام.

أشكال تفاعل النخب النسوية مع مضامين المدونات الالكترونية

➤ تتفاعل النخب النسوية مع المدونات الالكترونية من خلال التعليقات على التدوينات ومشاركتها مع الأصدقاء، ضمن فضاء تواصلية يكفل حرية التعبير عن الآراء والتوجهات.

➤ ساهم استخدام النخب النسوية الجزائرية للمدونات الالكترونية في تعزيز حضورها في الوسط العلمي، وبقائها على إطلاع دائم بمستجدات التخصص من خلال ما تقدمه المدونات الالكترونية التعليمية من أخبار ومعلومات.

امتلاك النخب السنوية للمدونات الالكترونية

➤ تكتفي الغالبية القصوى من النخب النسوية الجزائرية باستخدام مدونات الكترونية أخرى، دون التفكير في ممارسة التدوين من خلال إنشاء مدونات خاصة بها خاصة في ظل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي،

➤ يرجع عدم انخراط النخب النسوية الجزائرية كغيرها من النخب النسوية العربية في التدوين الالكتروني إلى عدة أسباب جاءت بهذا الترتيب حسمين، ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، صعوبة إنشاء مدونات الكترونية، إضافة إلى قلة التفاعل على المدونات الالكترونية الأمر الذي يعد حافزا للاستمرار في التدوين وغيابه يؤدي إلى انحصار رغبة المدون في ممارسة نشاطه التدويني.

➤ لا تتعدى المدونات الالكترونية التي تقوم بإنشائها فئة قليلة من النخب النسوية الجزائرية، المدونات التعليمية والتي تتعلق بالتخصص الأكاديمي لهن كأستاذات جامعات، حيث قمن بإنشاء تلك المدونات منذ سنوات، ويقتصر تحديث مضامينها على فترات معينة فقط، أي أن التدوين هنا يأخذ طابع المناسباتية.

➤ تظهر النخب النسوية من خلال مدوناتهن الالكترونية بهويتهم الحقيقية ضمن فضاءات التدوين الرقمية، وذلك بالاعتماد على الاسم الحقيقي والصورة الشخصية كعنصرين مهمين في عناصر بناء الهوية.

7. قائمة المراجع

1. عبد الله، مي. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال: المشروع العربي لتوحيد المصطلحات (ط.1). بيروت: دار النهضة
2. علاق، أمينة. (2017-2018). استخدامات وإشباع النخب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر، أطروحة دكتوراه. جامعة قسنطينة 3.

- 3.علاق، أمينة. (2017). "نخبة أم نخب: قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (العدد 28)
- 4.بن ديبلي، إسماعيل. (2014). "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال: قراءة في التمثلات، الاستخدام والتملك"، مجلة بحوث العلاقات العامة، (العدد 4)
- 5.بوخنوفة، عبد الوهاب. (2007). "الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات"، إتحاد إذاعات الدول العربية، (عدد2)
- 6.الحمامي، الصادق. (2007). عالمهن المنكشف المدونات النسائية العربية، من كتاب المرأة العربية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 7.الطائي، مصطفى حميد. (2007). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية. الإسكندرية: دار الوفاء.
- 8.سمير، محمد حسن. (1995). دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام (ط.2). القاهرة: عالم الكتب.
- 9.قنديلجي، عامر ابراهيم. (2012). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية (ط.3). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
10. عدلي علي، أبو طاحون. (1998). مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث. الاسكندرية: مصر.
11. Leila Nicolas Rahban, i(2010) , "Women in Arab media: present but not heard ", Prepared for Presentation at the Stanford University - California , available at : <https://www.aswat.com/files/WomeninArabMedia.pdf>
12. Guta, Hala and Karolak, Magdalena, (2015), Veiling and Blogging: social media as Sites of Identity Negotiation and Expression among Saudi Women. Journal of International Women's Studies, 16(2).
13. Oxford Advanced learner 's dictionary (2005), oxford university press, London