

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

الخطاب الإعلامي العربي والإعلام الجديد

دراسة وصفية لعينة من المدونات العربية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام و الاتصال

إعداد الطالبة الباحثة:

إشراف:

سعاد و لد جاب الله

أ. د حسين قادري

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
قارش محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	رئيسا
قادري حسين	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	مشرفا و مقررا
بودهان اليامين	أستاذ محاضرا	جامعة سطيف 2	عضوا مناقشا
رحماني سمير	أستاذ محاضرا	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
صبطي عبدة	أستاذ محاضرا	جامعة بسكرة	عضوا مناقشا
ضيف ليندة	أستاذ محاضرا	جامعة أم البواقي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2016/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

أتقدم بجزيل الشكر و فائق التقدير و الاحترام للأستاذ المشرف ، الأستاذ الدكتور حسين قادري الذي ساعدني بتوجيهاته و نصائحه القيمة في إنجاز هذا البحث .

و أشكر أيضا رئيس قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة الأستاذ بوبكر بوعزيز الذي شجعني على إنجاز هذا البحث .

كما أتوجه بالشكر إلى كل الزملاء من أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة الذين ناقشت و إياهم مختلف الأفكار المتعلقة بالبحث فأسهمت ملاحظاتهم في إضاءة الكثير من المسائل ، و أخص بالذكر الدكتورة براردي نعيمة ، الأستاذة بوقرة رضوان . و الأستاذة سبع فضيلة جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة و الأستاذة بوصبع سلاف جامعة محمد بوقرة بومرداس.

خطة البحث

مقدمة : المقاربة المنهجية للبحث

الإطار النظري للبحث

1 - المنظور الصحفي و تحولات البيئة الإعلامية

1 . 1 تعريف المنظور

1 . 2 تعريف المنظور الصحفي

1 . 3 تحول المنظور الصحفي

2 - الخلفية التكنولوجية لتطور وسائل الإعلام و الاتصال

2 . 1 التحول من الاتصال الشفهي إلى الكتابة

2 . 2 التحول من الكتابة إلى الطباعة

2 . 3 عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية

3 - الأنترنت النظام الوسائطي الجديد

3 . 1 مسيرة تطور الأنترنت

3 . 2 الأنترنت الوسيط الإعلامي الجديد

3 . 3 الويب 2.0

4 - الويب 2.0 و تحولات البيئة الإعلامية

4 . 1 البيئة الإعلامية الجديدة

4 . 2 مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة

4 . 3 الإعلام التشاركي

5 - وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

5 . 1 وسائل الإعلام: أسس جديدة للتصنيف

5 . 2 أنواع وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

5 . 3 البيئة الإعلامية الجديدة : تحولات الممارسة المهنية

6 - المدونات

6 . 1 المدونات: المفهوم و الماهية

6 . 2 خلفية تاريخية لنشأة و تطور المدونات

6 . 3 تصميم مدونة

6 . 4 الخصائص التكنولوجية للمدونات

6 . 5 أنواع المدونات

7 . المدونات الإعلامية

7 . 1 المدونات الإعلامية: مقارنة اصطلاحية

7 . 2 أنواع المدونات الإعلامية

7 . 3 المدونة الإعلامية : الوافد الإعلامي الجديد

7 . 4 المدونات و تحولات البيئة الإعلامية

7 . 5 أخلاقيات التدوين

8 . الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة

8 . 1 الخطاب الإعلامي: مقارنة اصطلاحية

8 . 2 الخصائص العامة للغة الخطاب الإعلامي

8 . 3 خلفية تاريخية لتطور الخطاب الإعلامي

8 . 4 سياق تلقي الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة

8 . 5 المعايير التحريرية: شكل و محتوى الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة

الإطار التطبيقي للبحث

9 - الخصائص التكنولوجية للمدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 خصائص الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 . 1 دورية الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 . 2 أسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 . 3 طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 . 4 التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

- 9 . 1 . 5 الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 2 خصائص توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 3 خصائص الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 3 . 1 تدعيم الإدراجات بالروابط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 3 . 2 أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 3 . 3 طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 4 طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 9 . 5 التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 - البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 1 بنية الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 1 . 1 عنوان الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:
- 10 . 1 . 2 مقدمة الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 1 . 3 متن الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 2 أسلوب الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 2 . 1 وضوح الكتابة في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 2 . 2 وضوح الخط الافتتاحي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 3 الأنواع الصحفية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
- 10 . 3 . 1 طبيعة الحدث
- 10 . 3 . 2 الوقائع والأحداث
- 10 . 3 . 3 عملية الشرح و التحليل و التفسير
- 10 . 3 . 4 الذاتية مقابل الموضوعية
- 10 . 3 . 5 المساحة و الزمن
- 10 . 3 . 6 خصوصية الوسيلة الإعلامية

نتائج البحث

خاتمة

مقدمة

المقاربة المنهجية للبحث

مقدمة : المقاربة المنهجية للبحث

شهدت وسائل الإعلام و الاتصال منذ نشأتها و عبر مراحل تطورها التاريخي تحولات عميقة تجلت مظاهرها في كل عناصر العملية الإعلامية عامة و الرسالة بشكل خاص، فمن الصحيفة الورقية المطبوعة إلى الراديو و التلفزيون وصولا إلى الأنترنت اهتم الباحثون بدراسة تأثير الخصوصية التقنية للوسيلة الإعلامية على الأنواع التحريرية الصحفية، لاسيما مع اتجاه وسائل الإعلام الكلاسيكية لاستخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي في كل مراحل المعالجة الإعلامية و تحولها إلى بث و نشر محتوياتها على شبكة الأنترنت، هذه الأخيرة التي تلعب أجيالها الجديدة أدوارا فاعلة في التأثير على شكل و مضمون المحتوى الإعلامي بفعل إنتاجها لوسائط إعلامية جديدة ذات مزايا و خصائص غير مسبوقة.

المدونات الإلكترونية ، بوصفها الأيقونة الأبرز للجيل الثاني للشبكة ، تسلمت إلى المجال الإعلامي و أخذت مكانا بين وسائله لتعمل بشكل فعال على التأثير في المشهد الإعلامي و الاتصالي الحالي ، مدفوعة في ذلك بسرعة انتشارها ، إذ يؤكد موقع * *technorati* ميلاد **120,000** مدونة كل يوم مسجلا أكثر من **3,612,433** إدراج يوميا و **108,000** تحديث كل ساعة .

لقد تحولت المدونات الإلكترونية، باعتبارها أشكالا تواصلية مستحدثة، من مجرد صفحات شخصية مشبعة بالقيم الذاتية إلى الاهتمام بنقل الأخبار و المعلومات و تغطية الوقائع و الأحداث و التعبير عن الآراء و المواقف ووجهات النظر، لتصبح بذلك مكونا هاما من مكونات البيئة الإعلامية الجديدة السائدة . فالانتشار السريع للمدونات بين ممارسي الصحافة من الهواة و استخدامها من قبل الصحفيين المهنيين و كذا توطئتها في المواقع الإلكترونية الرسمية لوسائل الإعلام يؤكد أن أشكالا مستحدثة في تغطية الوقائع و الأحداث و آليات جديدة لتحرير و نشر الأخبار و التقارير و الربورتاجات و أنواع الرأي المختلفة بصدد التشكل .

في العالم العربي، بدأت ظاهرة المدونات في التأسيس لمكانتها كشكل من أشكال الاتصال و الإعلام حيث "شهد اليوم الأول الذي أُعلن فيه عن مدونات الجزيرة تسجيل ألفي مدون ¹ كما يؤكد" 38% من الأنترنتيون العرب اهتمامهم بالمدونات ، و يحافظ نصفهم على عادة الاطلاع اليومي على محتوياتها ² ذلك أنهم يعتبرونها مصدرا أساسيا لمعلوماتهم بفعل طابعها النقدي و الهامش الكبير لحرية التعبير الذي يتمتع به

¹ أنس حسن: هل تصعد المدونات العربية بعد خفوتها لسنوات؟ <http://www.aljazeera.net/programs/arab-present-situation> وضعت

على الخط 09/08/2016 ، تم الاطلاع عليها 26/08/2016 16:03

² مصطفى سالم : نشر بلا حدود لكن بخوف دراسة مسحية للمدونات و التدوين ، الرابطة العربية للثقافة

<http://arabicos.Blogspot.com/2009/02/blog.spot.9043.html>، وضعت على الخط 02/02/2009 ، تم الاطلاع عليها 24/10/

2012 13:03

* محرك بحث متخصص في المدونات الإلكترونية. مقره سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية. للمزيد من الإحصائيات

انظر: <http://www.worldometers.info/blogs> ، <http://technorati.com>

أصحابها فضلا عن استقلالهم عن السلطات السياسية ، هذه الأخيرة التي يُحملها الكثير من الباحثين مسؤولية عزوف الجماهير عن متابعة مختلف وسائل إعلام الخدمة العامة.

و نحن إذ نُعنى بدراسة التدوين و المدونات في العالم العربي ، فإننا نهتم في هذا البحث بوصف مظاهر تأثير الخصوصية التكنولوجية للمدونات الإلكترونية الإعلامية على البنى التحريرية للمحتوى و تطور أشكال السرد فيه من خلال رصد أبعاد التحول في تحرير النص الصحفي ، دون الاقتصار على ربطه بقواعد الكتابة الصحفية في جانبها الشكلي و الوصفي الذي لا يتجاوز حدود التحليل الكمي للمحتويات الإعلامية. حيث نعمل في هذا الإطار على تحليل هذه المضامين باعتبارها خطبا تعكس تمثل أصحابها للمدونات الإلكترونية الإعلامية كآلية مستحدثة ذات خصائص متفردة لنشر و بث المحتويات ، و هو ما يمثل الهدف الرئيسي لدراستنا هذه و التي نعمل من خلالها على انتهاز المقاربة الكيفية لتحليل الخطاب في دراسة البنى التحريرية للأنواع الصحفية ، هذه الأخيرة التي "ظلت في الفضاء السياسي و الثقافي العربي ... سبينة قاعات التحرير و التدريس و لم تطرق أبواب البحث العلمي بقوة، فقد اقتصر على تحليل المحتوى الكمي ... الذي يحصر عددها و مصادرها و أنواعها ، و بهذا انحصر الاهتمام بالكتابة الصحفية في جانبها الوصفي و الشكلي بينما انفتحت الأنواع الصحفية في الدول الغربية على الدراسات... التي اهتمت بأشكال الخطاب"¹ و يمكن تأكيد هذه الحقيقة من خلال رصد العناصر الأساسية في بناء الخطاب التي تتفق تماما مع عناصر بناء المدونات و محتواها و هي :

- "أن الخطاب يرتبط دائما بواقع مادي ملموس سواء كانت أحداثا أو وقائع شخصية ، أو أحداثا و وقائع ذات العلاقة بالشأن العام . و هذا ما تدور حوله المدونات بأنواعها.
- وجود منتج للنص ، يتأثر بالبناء الإدراكي المسبق ، و يستهدف إقناع الآخر بالمواقف و الاتجاهات و الأفكار في إطارها الاجتماعي. و كلا الطرفين المنتج (المدون) و الآخر (المستهدف بالنص المنتج) و الذي يقوم بالتعليق على النص يمثلان طرفي المدونة في بنائها و أدائها و إنتاجها .
- العلاقة الجدلية بين الأطراف حول المواقف أو الاتجاهات أو الأفكار و ما تستلزمه من تأكيد بالحجج و البراهين في العرض و التقديم."²

ولعل ذلك ما يبرر دراسة المحتوى الإعلامي في المدونات الإلكترونية باعتباره خطابا ، فالمدونات الإلكترونية الإعلامية تهتم إجمالا بتسجيل الوقائع و توثيق الأحداث و نقل الأخبار و تحديد الآراء و المواقف نحوها ثم طرحها للنقاش من خلال التعليقات ، لذلك فمن المنطقي أن يستهدف الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية الإقناع بالتصورات التي يبديها المدون .

¹ نصر الدين العياضي : الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، نشأة مستأنفة أم قطيعة، البوابة العربية لعلوم الإعلام و الاتصال، <http://www.arabmediastudies.net>، وضعت على الخط 2010/10/23 ، تم الاطلاع عليها 2012/03/05 14:22.

² محمد عبد الحميد: المدونات: الإعلام البديل ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 ، صص: 250 251

بناء على ما تقدم و لدراسة تأثير الخصوصية التكنولوجية للمدونات على المحتوى الإعلامي فيها نطرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تؤثر الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية؟

و تجدر الإشارة في هذا الإطار أننا إذ ندرس تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنى التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية فإننا نتجنب النظرة التقنية الأحادية من خلال دمج البعد التقني ضمن شبكة تحليل أشمل تقارب ظاهرة التدوين الإعلامي ضمن سياقاتها المؤسسية و السياسية و الثقافية و الاجتماعية .

و لتحليل هذه الإشكالية و دراستها تم حصر أبعادها في مجموعة من التساؤلات و الفرضيات التي نقدمها موزعة على محورين أساسيين هما :

- **أولا : محور الخصائص العامة للمدونات الإلكترونية الإعلامية العربية**
- ما هو أسلوب التدوين المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ؟
- ما هي طبيعة المواضيع التي يهتم بها المدونون العرب ؟
- هل يحافظ المدونون العرب على انتظام دورية الإدراج ؟
- هل يتفاعل مدونو قائمة الـ Blog roll مع مواضيع الإدراجات ؟
- هل يهتم المدونون العرب بتدعيم مدوناتهم بالروابط التشعبية ؟
- هل يهتم المدونون العرب بتوسيم محتوياتهم ؟
- هل يدرج المدونون العرب محتويات متعددة الوسائط ؟
- **ثانيا : محور تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :**
- تُغير تكنولوجيا النص الفائق بنية الخطاب الإعلامي في المدونة الإلكترونية الإعلامية العربية و بالتالي محتواه.
- تساعد تكنولوجيا النص الفائق المُدون على الالتزام بخاصية الاختصار.
- تُفعل تكنولوجيا النص الفائق اهتمام القراء بالخطاب الإعلامي و بالتالي تشجعهم على التفاعل
- تُغيّر الطبيعة المُتفردة للإدراج البنية التقليدية للخطاب الإعلامي.
- تُغني تكنولوجيا الوسائط المتعددة المدون على الاكتفاء بالمكتوب.
- تُفعل قوائم الـ Blog roll خاصية تشاركية الإدراج .

- يُضفي الطابع اللامؤسسي للمدونة صفة الذاتية على الخطاب
 - يحرر الطابع اللامؤسسي للمدونة المدون من ضرورة الالتزام بالقواعد التحريرية للأنواع الصحفية.
 - يُحوّل الطابع التواصل للمدونة الخطاب من خطاب أحادي الاتجاه إلى خطاب ذو اتجاه دائري.
 - يؤثر متغير الاحتراف على درجة التزام المدون بقواعد الأسلوب الصحفي في تحرير الإدراج.
 - يؤثر متغير الاحتراف على اعتماد خط افتتاحي واضح.
- و تتأسس أهمية دراستنا على ضرورة بحث المدونات باعتبارها نشاطا إلكترونيا جديدا واسع الانتشار على شبكة الانترنت ، وذلك بهدف الوقوف على الحقائق العلمية الدقيقة المتعلقة بأسباب انتشارها و طبيعة محتوياتها و علاقاتها بالمجالات الأخرى و خاصة المجال الإعلامي . هذا الأخير الذي يشهد تحولات عميقة بفعل رواج هذا النوع من المواقع على الشبكة " فقد تسربت المدونات إلى الكثير من الفضاءات الإعلامية ، و عمد بعضها إلى إدراجها ضمن مضامينها الإلكترونية و أنشأ الكثير من الإعلاميين مدوناتهم الخاصة ، إضافة إلى طيف واسع من الهواة الذين أنشؤا الكثير من المدونات التي تشبه إلى حد بعيد ما تنشره وسائط الإعلام التقليدية " ¹
- و تقارب هذه الدراسة رؤية تصور واقع التدوين في العالم العربي وتستشرف آفاقه من خلال تحقيق الأهداف التالية :
- دراسة واقع واستشرف مستقبل المدونات الإلكترونية و مكانتها في البيئة الإعلامية من خلال توصيف علاقتها بالوسائل الإعلامية الكلاسيكية.
 - مسألة مختلف المقولات التي تميل إلى اعتبار الممارسة التدوينية تطورا حتميا و منطقيا للممارسة الإعلامية بفعل التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال الإعلامي .
 - تقديم و عرض نماذج مختلفة و متعددة من المدونات الإلكترونية العربية بهدف بحث أبعاد تنوع الممارسة التدوينية في العالم العربي .
 - تبيان و شرح السياقات الاجتماعية التي نشأت في ظلها و انتشرت ظاهرة التدوين في العالم العربي .
 - تقصّي انعكاسات الممارسة التدوينية على بنى الخطاب الإعلامي في مُتعلّقه التحريري .
 - تشخيص مظاهر التغيير في الكتابة الصحفية الإلكترونية عامة والكتابة الإلكترونية التدوينية على وجه الخصوص .

¹ الصادق رابح : الملونات و الوسائط الإعلامية : بحث في حدود الوصل و الفصل ، أبحاث المؤتمر الدولي : العالم الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009 ، منشورات جامعة البحرين 2009 ، ص : 538 .

ولتحقيق هذه الأهداف، تم الاعتماد على نظرية التحول في المنظور الصحفي التي تفترض أن " التغيرات العديدة و المتشابكة التي تعيشها الصحافة لا يمكن أن تفهم ضمن رؤية ثابتة و قارة للصحافة أو التعامل معها كأنها معطى منجز منتهي البناء"¹ و عليه فإن دراسة واقع الصحافة أو محاولة استجلاء آفاق تطورها يلتزم تجنب ما يعبر عنه الدكتور نصر الدين العياضي بسحب ماضي الصحافة على حاضرها من خلال "التمسك بقراءة التطورات التي تعيشها الصحافة دون استبدال المنظور، مما يؤدي إلى الحكم عليها بأنها بلغت نهاية تطورها ، أو أنها تعيش بداية نهايتها"² لذلك فإن دراسة التدوين الإلكتروني في متعلقه الإعلامي اعتمادا على نظرية التحول في المنظور الصحفي تتأسس على استيعاب سيروية التحول من مرحلة صحافة الاتصال إلى مرحلة الصحافة التشاركية بفعل ما تتيحه تكنولوجيا الويب 0.2 من مزايا للمستخدمين الذين تحولوا من مستخدمين Users عاديين يتمتعون بطيف محدود من الخيارات ، إلى المستخدمين منتجين Producers يمارسون فعل الإنتاج تلقائيا بمجرد تلقيهم للمضامين الإعلامية ، و هو الفعل الذي يتمظهر في أبسط صوره من خلال الإعجاب و المشاركة ، مروراً بالتعليق و المناقشة وصولاً إلى إدراج المواضيع .

و نحن إذ نسلط الضوء في هذه الدراسة العلمية على المدونات الإلكترونية ، فلأن هذه الأخيرة تتميز بالطابع التشاركي الذي يمثل أبرز خصائص و سمات آخر مراحل التحول في مسيرة الصحافة و هي مرحلة الصحافة التشاركية .

فالمدونات الإلكترونية تحيل إلى ظاهرة جماعية تتكون بفعل البنية الشبكية للمدونات التي يرتبط بعضها ببعض من خلال قوائم الـ Blogroll في إطار إنشاء شبكة من العلاقات التي تظهر بشكل أساسي عبر الإدراجات المنشورة و ما يتبعها من تعليق و نقاش و مشاركة... لينتج في آخر المطاف "التدوينة" ثمرة النشاط التشاركي الذي يمارسه المدونون الذين ينتمون إلى الشبكة ذاتها و الذين يمارسون أدواراً مزدوجة كقراء من جهة و مدونين من جهة ثانية . إذ تسمح المدونة، على عكس الأنواع التفاعلية الأخرى، بفعل طابعها التواصلية القائم على مبدأ الإدراج لصاحب المدونة و التعليق و النقاش و الإثراء للمدونين الأصدقاء و القراء بإطلاق الأفكار و النقاشات دون احتكار أدوار إدارة النقاش و تأطيره .

و التزاماً منا بإشكالية الدراسة فإننا نركز في تحليلنا لظاهرة التدوين على التدوينات "الإدراجات" ذاتها بهدف قياس مدى تأثر بناها التحريرية بفعل الخصائص التكنولوجية للتدوين ، و هو ما يبرر اعتمادنا المدخل اللغوي مدخلا نظريا للدراسة ، فالإدراج يمثل عنصر الرسالة ، هذه الأخيرة التي تكتسب أهمية بالغة في العملية الإعلامية كونها وعاء اللغة التي تتأثر بطبيعة المرحلة الصحفية و خصوصية الوسيط و كذا طبيعة أدوار

¹ نصر الدين العياضي : في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية و الصحافة ، مجلة ثقافات، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة، 2011 ، ص137
² نفس المكان

المساهمين في إنتاجها. لذلك فإننا ، و على ضوء المدخل اللغوي ، سنسعى إلى وصف و تحليل مظاهر التغير التي طرأت على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي بفعل التحول إلى مرحلة الصحافة التشاركية ، من خلال المدونات الإلكترونية الإعلامية .

و لضبط موضوع البحث ووضعه في سياقه العلمي الدقيق نقدم تحليلا مفاهيمي للمصطلحات الأساسية في بحثنا و هي :

- **الخصائص التكنولوجية للتدوين :** هي تلك السمات التي تتميز بها المدونات الإلكترونية باعتبارها وسيطا إعلاميا له خصائصه التقنية و الفنية و الاتصالية و التي تختلف عن باقي الوسائط التقليدية و الإلكترونية بشكل جذري أو نسبي مثل سهولة الإنشاء والإدراج والإدارة و التحرير ... و كذا خاصية الروابط التشعبية التي تؤسس لخلق إعلام تشاركي و تقنية الإحالات و التوسيم و تشاركية الإنتاج و الانفلات من قبضة التسيير المؤسساتي فهي تابعة للأفراد ، إضافة إلى الطابع الشخصي و الحميمية

- **البنية التحريرية :** الأشكال أو القوالب أو الصيغ التعبيرية التي تشكل من خلال تكامل أجزاءها (عناوين ، مقدمات و متون) بنية داخلية متماسكة و تعكس الواقع بشكل مباشر و أسلوب مخصوص يتسم بالوضوح و الاختصار و يهدف إلى تقديم و تحليل و تفسير الأحداث و الوقائع و الظواهر و التطورات من أجل إيصال رسالة محددة إلى القارئ.

- **الخطاب الإعلامي :** يمثل الخطاب الإعلامي الطريقة التي يعبر من خلالها المدون عن الواقع الذي يعايشه و كيفية فهمه و استيعابه له، كما أنه مجموعة من الممارسات التدوينية الخاصة بإنتاج أشكال مختلفة من النصوص المكتوبة و المصورة و السمعية البصرية بهدف إيصال رسالة ، نقل معلومة أو التعبير عن موقف .

إن من بين الخطوات الأساسية في عملية البحث تحديد المنهج المعتمد في دراسة الظاهرة ، ذلك أن المنهج يمثل الهيكل القاعدي الذي تنظم في إطاره مختلف العمليات العقلية و الإجراءات المنهجية و التطبيقية التي يقوم بها الباحث من أجل تحقيق أهداف البحث و غاياته.

في هذه الدراسة ، والتي تتدرج ضمن الدراسات الوصفية ، اعتمدنا منهج المسح باعتباره " أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة ... إذ يستهدف هذا المنهج تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن ، بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصادرها و طرق الحصول عليها " ¹ و لأن منهج المسح يمثل " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها كما

¹ محمد عبد الحميد ، **بحوث الصحافة** ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1996 ، ص: 93 .

هي في الحيز الواقعي ، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة ¹ فإنه أكثر المناهج ملائمة لطبيعة الدراسة ، حيث نقوم بمسح لمحتويات المدونات الإلكترونية العربية بهدف الوقوف على أبرز مظاهر التأثير التي تعرفها بنية الخطاب الإعلامي بفعل الخصائص التكنولوجية للتدوين .

إن بحث واقع التدوين في الوطن العربي و دراسة تداعيات انتشار المدونات الإلكترونية في الفضاءات الإعلامية لا يمكن أن يتحقق إلا بتحليل الظاهرة و تفسير العلاقات بين متغيراتها وهو الهدف من اعتمادنا لأسلوب المسح التحليلي في هذه الدراسة و ذلك من خلال تطبيق اختبارات الجماعات المقارنة هذه الأخيرة التي تمثل أبرز تطبيقات المسح التحليلي ، حيث "تعتمد على المقارنة بين جماعتين متباينتين في متغير أو أكثر ذي علاقة بأهداف الدراسة ... و تفسير التباين في هذه الأنماط في إطار علاقته بالتباين في المتغيرات محل الدراسة ² " و هو التطبيق المعتمد في تحليل محتوى المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و تفسير التباينات في مضامين المدونات و تركيباتها و أساليب تحرير محتوياتها في إطار علاقاتها بالمدونين أنفسهم و بالتباينات التي يمكن رصدها على مستوى خصائصهم و سماتهم باعتبارها متغيرات مستقلة ، ولعل أبرزها توزع المدونين على مجموعتين ، المدونون الصحفيون الهواة من جهة و المدونون الصحفيون المحترفون من جهة ثانية ، سواء أولئك اللذين ينشؤون مدوناتهم بشكل مستقل في مواقع استضافة المدونات المختلفة أو من ينشئونها في المواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات الإعلامية التي يعملون بها.

و بناء على إشكالية الدراسة و تساؤلاتها ، و تحقيقا لأهداف البحث تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى التي تمثل واحدة من أكثر الأدوات استخداما في المنهج المسحي ، إذ يؤكد الدكتور سمير محمد حسين ملائمة إجراءات تحليل المحتوى لطبيعة المنهج المسحي " باعتبار الأداة (تحليل المحتوى) جهدا علميا منظما للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث ³ " .

و تعتبر أداة تحليل المضمون أداة أساسية لبحث محتويات المواد الإعلامية و الاتصالية ، ذلك أن تحليل المضمون ينعكس من خلال " مجموعة من الخطوات المنهجية ، التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، و العلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي ، الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى ⁴ " و يعرف تحليل المحتوى باعتباره أداة لجمع البيانات "كإجراء منهجي لدراسة محتوى الاتصال و تحليله بطريقة منتظمة و موضوعية و كمية بغرض قياس المتغيرات ⁵ " ضمن خمسة اتجاهات

¹ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006، ص:286.287

² محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، م، س، ذ ، ص:96.

³ سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام الاسس و المبادئ ، عالم الكتب ، القاهرة ، ص : 127

⁴ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة . 2000 ، ص : 220

⁵ روجر ويمر ، جوزيف نوميكنترجمة صالح ابو اصبح ، فاروق منصور : مدخل الى مناهج البحث الاعلامي ، المنظمة العربية للترجمة ، الطبعة الاولى، بيروت، 2013 ، ص:279.

رئيسية يحددها الباحثان Roger Wimmer & Joseph R.Dominick في مؤلفهما المشترك Mass Media Research : An Introduction وهي

- وصف مضمون الاتصال .
 - اختبار فرضيات خصائص الرسائل.
 - مقارنة مضمون وسائل الإعلام بالعالم الحقيقي .
 - تقييم صورة جماعات معينة في المجتمع.
 - إقامة نقطة بدء لدراسة تأثير وسائل الإعلام .
- و تدرج دراستنا ضمن إطار الاتجاه الثاني الذي يعنى باختبار فرضيات خصائص الرسائل . و الذي يظم البحوث التي تدرس العلاقة " بين خصائص محددة لمصدر مضمون الرسالة و خصائص الرسائل التي يتم إنتاجها و كما أشار Holsti فإن هذا النوع من تحليل المضمون ... يستخدم في العديد من الدراسات التي تختبر فرضيات الصيغة التالية : إذا كان للمصدر الخصائص (A) فعندها تكون الرسائل التي يتم إنتاجها تحتوي على العناصر (X) و (Y) . وإذا كان للمصدر الخصائص (B) فعندها تكون الرسائل التي يتم إنتاجها تحتوي على العناصر (Z) و (W)"¹

و عليه فإننا في هذه الدراسة نستخدم تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات في بحث العلاقة بين الخصائص التكنولوجية للمدونات من جهة و النصوص الإعلامية المنشورة عليها من جهة ثانية بهدف استكشاف مواطن تأثير البنى التحريرية للخطاب الإعلامي بفعل المميزات التقنية للمدونات . و تجدر بنا الإشارة في هذا الإطار إلى خصوصية تحليل محتويات المواقع الإعلامية و الاتصالية على شبكة الأنترنت تبعاً لخصوصية الوسيط "ذلك أن المحتوى المستهدف دراسته في هذا النوع من المواقع لا يقف عند حدود النص ، ولكنه يمتد ليشمل كل ما هو متاح على الموقع ...وإذ تمثل المدونات صورة تطبيقية لهذه المواقع ، فإنه ينطبق عليها ما ينطبق على المواقع الإعلامية الإلكترونية بصفة عامة في التحليل و الوصف و الاستدلال"² ذلك أن المدونات ، باعتبارها أحد الوسائط الإعلامية الجديدة ، لا تختلف عن نظيراتها التقليدية من حيث كونها مادة علمية قابلة للبحث " و في هذا الشأن يمكن استخدام تحليل المحتوى باعتباره الأداة المناسبة ... مع احترام خصوصية الوسيط الإلكتروني سواء على مستوى حساب الترددات الكمية للمحتوى أو من حيث تحليله الكيفي"³

ويتأسس تطبيق أداة تحليل المضمون على تفكيك الرموز اللفظية للمحتوى الإعلامي الذي يتم وصفه وتحليله بناء على نتائج عد و قياس ما تم تفكيكه من أجزاء في البداية ، ونشير في هذا الإطار إلى أن استخدام أداة تحليل

¹ روجر ويمر ، جوزيف دومينيك: م، س، ذ، ص: 282.

² محمد عبد الحميد ، المدونات الإعلام البديل، م ، س ، ذ ، ص : 246

³ نور الدين الهيمسي : الأطر النظرية و المنهجية لدراسة الميديا الجديدة ، قراءات نقدية ، مجلة علوم الانسان و المجتمع ، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 12، ص: 77

المحتوى في دراستنا لا يقف عند حدود وصف محتوى الخطاب الإعلامي العربي في المدونات الإلكترونية ، بل يمتد ليشمل كل ما هو متاح على المدونة من معلومات تشمل محتوى البناء الذي يميز المدونات عن بعضها البعض و التي تتعلق بالأرشيف و آليات تخزين التدوينات و التعليقات و كيفية تصنيفها ، إضافة إلى أدوات الاتصال و التفاعل المتاحة للقراء و المشاركين و الروابط الداخلية و الخارجية و الإحالات و تسجيل المشاركين و مختلف الخدمات التي يمكن للمدون أن يوفرها على مدونته و هو ما يظهر من خلال ما تم تحديده و تصميمه من وحدات و فئات للتحليل .

أولا : وحدات التحليل ، و التي تعتبر " أصغر عناصر تحليل المضمون و لكنها أيضا من أكثرها أهمية " ¹ و التي تم تحديدها على النحو التالي:

- و حدة الموضوع: " و هي أكثر الوحدات شيوعا في تحليل المضمون ، لأن استخدامها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداما في الكشف عما يقوله المحتوى " ² و التي نوظفها أيضا كوحدة سياق* إذ يمكن الاستفادة منها في تأطير التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل المعتمدة في التحليل. حيث اعتمدنا في دراستنا هذه ، إضافة إلى وحدة الموضوع ، على وحدتي الفقرة و الكلمة كوحدي تسجيل** بهدف رصد معالم التغير في البنى التحريرية للنصوص المنشورة في المدونات الإلكترونية .

ثانيا : فئات التحليل ، و التي تصمم بعد القراءة المكثفة و المتكررة لمحتوى المادة الإعلامية موضع التحليل على ضوء الإشكالية المطروحة ، ذلك ان "إشكالية البحث ، و المُعبر عنها بالمفاهيم و الأبعاد و المؤشرات ، تمثل القاعدة الأساسية لإعداد الفئات " ³ و عليه فإن معايير التصنيف ، التي يتم تقسيم المحتوى إلى فئات بناء عليها ، "تعتمد ... على حدود الإطار النظري لمشكلة البحث أو الدراسة و العلاقات الفرضية أو اتجاه التساؤلات و كذلك إطار النتائج المستهدفة من البحث" ⁴

بناء على ما سبق ذكره ، اعتمدنا في تصميم فئات الدراسة على ما طرح من تساؤلات و فرضيات مستفيدين في ذلك من النتائج و الملاحظات الأولية المسجلة حول محتوى المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية على مستوى الدراسة الاستكشافية ، و عليه تم تصميم جملة من الفئات*** التي تُعنى بجمع البيانات المتعلقة بالخصائص العامة للمدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و التي تم تصميمها على النحو التالي :

¹ روجر ويدر ، جوزيف دومينيك: م، د، ص: 293

² محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، م ، د ، ص : 233
* وحدة السياق هي الوحدة الأكبر التي يتم بناؤها من وحدات التسجيل.

** وحدة التسجيل هي أصغر وحدة في المحتوى يختارها الباحث لأغراض التحليل ، و يخضعها للعد و القياس ، و يعبر ظهورها أو غيابها و تكرارها عن دلالة معينة في رسم نتائج التحليل

³ مورييس انجرس ، ترجمة وزيد صحراوي و اخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر 2006، ص: 277

⁴ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، م ، د ، ص : 229
*** تعريف فئات التحليل انظر الملحق رقم (02)

1 – فئة أسلوب التدوين

1. 1 فئة إدراج المواضيع

1. 2 فئة إنشاء روابط لمواضيع

2 – فئة المواضيع

1. 2 فئة المواضيع السياسية

2. 2 فئة المواضيع الاقتصادية

2. 3 فئة المواضيع الاجتماعية

2. 4 فئة المواضيع الثقافية

2. 5 فئة المواضيع الدينية

2. 6 فئة المواضيع الرياضية

2. 7 فئة المواضيع الأمنية

3 – فئة طبيعة المواضيع

1. 3 فئة المواضيع المحلية

2. 3 فئة المواضيع العربية

3. 3 فئة المواضيع الإقليمية

4. 3 فئة المواضيع الدولية

4 – فئة التعليق على الإدراج

1. 4 فئة التعليق على الإدراج

2. 4 فئة عدم التعليق على الإدراج

5 – فئة الروابط الفائقة

1. 5 فئة المدونات المدعمة بالروابط

2. 5 فئة المدونات غير المدعمة بالروابط

6 – فئة طبيعة الروابط

1 . 6 فئة الروابط الداخلية

2 . 6 فئة الروابط الخارجية

7 – فئة نوع الإحالة

1 . 7 فئة الروابط ذات الصلة داخل السياق (شرح الخبر)

2 . 7 فئة روابط بمواقع ذات صلة (مصدر الخبر)

8 – فئة توسيم المحتوى

1 . 8 فئة توسيم الإدراج

2 . 8 فئة عدم توسيم الإدراج

9 – فئة طبيعة الوسيط

1 . 9 فئة المحتويات المكتوبة

2 . 9 فئة المحتويات المصورة

3 . 9 فئة المحتويات متعددة الوسائط

10 – فئة الأنواع التحريرية

1 . 10 فئة الأنواع الإخبارية

2 . 10 فئة أنواع الرأي

3 . 10 فئة الأنواع التعبيرية

4 . 10 فئة الأنواع الاستقصائية

من بين الخطوات المنهجية الأساسية في الدراسات الإعلامية التأكد من ثقة أدوات جمع البيانات و مدى صلاحيتها لتحقيق الأهداف البحثية التي أعدت من أجلها ، ، و لذلك يجري الباحث عددا من الاختبارات التي يتأكد من خلالها بأن المقاييس المصممة قد تجاوزت إلى حدود مُقنعة الأخطاء المتعلقة بتصميم المقياس أو تطبيقه ، و التي تعكس درجة صدقه و ثباته.

و لأن صدق الأداة يعني أنها تقيس بالفعل الظاهرة التي يُفترض أن تقيسها ، قمنا بعرض نموذج لاستمارة تحليل المحتوى على عدد من الأساتذة المختصين¹ لتحكيمها و النظر في قدرتها على القياس الفعلي للمفاهيم و القيم التي صممت من أجل قياسها*.

و للتأكد من ثبات الأداة المُصممة و اختبار مدى استقلالية المعلومات التي يتم جمعها عن أدوات و طرق القياس قمنا بإشراك أربعة محكمين² في تقيئة عينة تجريبية من محتويات المدونات الإلكترونية موضع الدراسة ، باستخدام استمارة تحليل المحتوى المُصممة ، وتمّ تقدير درجة الثبات من خلال تطبيق معادلة Holsti لحساب الثبات :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{(n-1) + 1}$$

و لحساب درجة الثبات اعتمادا على المعادلة السابقة تمّ أولاً تقدير درجة الثبات بين المحكمين مثنى مثنى اعتمادا

$$\text{على الصيغة التالية معامل الثبات} = \frac{m \times 2}{2n+1}$$

حيث أن :

- م تمثل عدد الوحدات المتفق عليها بين المحكمين
- ن 1 تمثل عدد الوحدات التي قام بترميزها المحكم الاول
- ن 2 تمثل عدد الوحدات التي قام بترميزها المحكم الثاني

إذ تمّ التوصل الى النتائج التالية:

المحكمين الأول و الثاني :0.85 _ المحكمين الأولو الثالث : 0.68 _ المحكمين الأولو الرابع :0.90
المحكمين الثاني و الثالث :0.80 _ المحكمين الثاني و الرابع :0.73 _ المحكمين الثالث و الرابع :0.84
و عليه فإن متوسط الاتفاق بين المحكمين يقدر بـ

$$0.8 = \frac{4.8}{6} = \frac{0.85+0.90+0.73+0.68+0.80+0.84}{6}$$

¹الاساتذة هم : - الدكتور قادري حسين الأستاذ المشرف - الدكتور عكة زكريا استاذ محاضر - الدكتور عبد الوهاب الرامي أستاذ الإعلام بالمعهد العالي للإعلام و الاتصال بالمملكة المغربية .

* انظر الملحق رقم (04):استمارة التحكيم

²الاساتذة هم: - د. براردي نعيمة استاذ محاضر - ا. سبع فضيلة استاذ مساعد أ - ا.بوصبع سلاف استاذ مساعد أ - ا.بوقرة رضوان استاذ مساعد أ

$$0.94 = \frac{3.2}{3.4} = \frac{3.2}{2.4+1} = \frac{0.8 \times 4}{0.8(1-4)+1} = \text{و منه فإن معامل الثبات}$$

و هي النتيجة التي تؤكد درجة الثبات العالية و منه صلاحية أداة تحليل المضمون المصممة في هذه الدراسة .

إضافة إلى ما سبق ، و حرصا منا على دراسة و تحليل تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي ضمن السياقات الاجتماعية المخصوصة التي تتشكل داخلها ، فإننا ندعم تحليلنا الكمي لمحتوى المدونات الإلكترونية العربية بتحليل كفي " يشمل الجوانب الظاهرة و الكامنة في الخطاب ... بما يمكن من بلورة صورة عميقة و شاملة حوله " ¹ . و ذلك باستعارة أداة تحليل الأطر المرجعية و التي تُعرف باعتبارها "الحقل المرجعي للمفهوم المدروس" ² و يقصد بذلك الخلفية المستخدمة في إنتاج المضمون الإعلامي حيث تعتمد "هذه المقاربة المنهجية على حقيقة وجود منطقات متباينة تشكل قاعدة الخطابات المختلفة ... و هي بمثابة أسس و مبادئ يستند إليها الخطاب" ³ و هي في دراستنا هذه أسس إعلامية مرتبطة بالمحددات التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية*

و نحن إذ نجمع بين الأسلوبين ، الكمي و الكيفي ، في تحليل المواد المنشورة في المدونات الإلكترونية محل البحث و الدراسة فإننا نعمل من جهة على استخدام أدوات تحليل أقدر على تحقيق أهداف البحث و غاياته و نبرز من جهة ثانية أهمية الاتجاه الذي يشجع على الجمع بين أسلوبَي التحليل في دراسات المحتوى الإعلامي.

من خلال ما تقدم يتضح أن المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة ، و مجتمع البحث هو " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ... حيث يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته " ⁴ إلا أنه في مجال الإعلام و الاتصال كثيرا ما يتعذر على الباحث دراسة هذا المجتمع ككل أو مجموع مفرداته نظرا لضخامته " ولذلك يلجأ الباحث إلى اختيار عدد أصغر من المفردات بحيث يكون ممثلا في خصائصه للمجموع و يسمح في نفس الوقت بتحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت و الإمكانيات المتاحة ، و يطلق على هذا العدد الأصغر من المفردات اسم العينة . " ⁵

¹ بركات عبد العزيز : مناهج البحث الإعلامي ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة، 2012 ، ص: 303

² بركات عبد العزيز ، نفس المرجع ، ص: 252

* تعريف فئات الأطر المرجعية انظر الملحق رقم (03)

³ هشام عطية عبد المقصود : دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي ، دار العالم العربي ، القاهرة، 2012، ص: 27

⁴ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، م ، س ، ذ ، ص : 130

⁵ محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، م ، س ، ذ ، ص ص: 81، 80.

* تسمى البحوث الاستكشافية أيضا بالبحوث الاستطلاعية ، الكشفية ، التمهيدية أو الصياغية و التي تستمد أهميتها من فاعليتها في توفير القاعدة المعرفية الضرورية للانطلاق في الدراسة الوصفية ، لا سيم الجانب التطبيقي منها. و هو الهدف الذي سعينا لتحقيقه من خلال قيامنا بدراسة استكشافية لواقع التدوين في العالم العربي ، اعتمادا على اتجاهين رئيسيين هما الاطلاع على مختلف البحوث التي اهتمت بدراسة الظاهرة عامة من جهة و الملاحظة الميدانية للمدونات الإلكترونية من جهة ثانية . إذ قمنا بدراسة 1000 مدونة إلكترونية عربية من خلال عدد من المتغيرات الرئيسية و هي جنس المدون و جنسيته

ويتم اختيار مفردات العينة من خلال اتباع مجموعة من الإجراءات المنهجية التي تعرف بعملية المعاينة و التي يتم على أساسها انتقاء عدد محدود من المفردات بهدف إخضاعها للدراسة ، بحيث يسمح الالتزام بهذه الإجراءات المنهجية الحفاظ على خاصية تمثيلية العينة ، و التي تعني أن تكون مفردات العينة ممثلة تمثيلاً صادقاً لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف بها .

نهتم في دراستنا ببحث و تحليل عينة من المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ، و حرصاً منا على تحقيق صفة التمثيلية قمنا في دراستنا اعتماداً على نتائج البحث الاستكشافي* بالتعرف على مجتمع البحث بناء على معايير موضوعية أهمها اتجاه المدونات و تخصصها في متابعة و نشر و التعليق على الأخبار و الأحداث .

و نظراً لصعوبة حصر و مسح العدد الهائل من مفردات مجتمع البحث قمنا بحصر المتاح منها مستفيدين في ذلك ، دائماً، من نتائج الدراسة الاستكشافية التي قمنا من خلالها بالبحث في مختلف منصات التدوين بهدف تقييم صلاحيتها للتحليل باعتبارها مجتمعاً متاحاً* حيث تم دراسة 1000 مدونة موزعة على أربع منصات مختلفة هي:

1 مدونات عربية Arablog.org : و يشرف على هذه المنصة فريق عمل برنامج ورشة الإعلام L'Atelier des Medias التابع لإذاعة فرنسا الدولية RFI بالإضافة إلى قناة فرانس 24 و راديو مونت كارلو الدولية MCD. و تُقدم مدونات عربية Arablog.org من قبل القائمين عليها باعتبارها "مشروعاً يهدف إلى إنشاء منصة إلكترونية تشجع الشباب على التدوين، وتساهم بالتالي في توسيع رقعة التدوين الإلكتروني في العالم العربي. بما يسمح للمدوينين إيصال أفكارهم واهتماماتهم وتطلعاتهم وأصواتهم إلى صناع القرار والمجتمع الدولي والتأثير فيهم. ويسعى ... هذا المشروع من خلال هذه المنصة إلى دعم وتشجيع الأعلام الشابة في الوطن العربي، منطلقين من قناعتهم بضرورة دعم وتمكين قدرات المدونين وتعزيز حرية التعبير والإبداع، فيصبح هؤلاء المدونون همزة الوصل بين واقع الشارع وصناع القرار"¹

واحترافه المهنة الصحفية و كيفية تعريف المدون لذاته ، من خلال الاسم و الصورة خاصة و تاريخ بدء التدوين و المنصة المعتمدة و كذا عدد الاندراجات و التعليقات في كل مدونة . و للاطلاع على المزيد من نتائج الدراسة الاستكشافية يُرجى الاطلاع على الملحق رقم (01).

** المجتمع المتاح مجتمع اصغر تضبط مفرداته منهجياً لتجاوز صعوبة الحصر الشامل لمجتمع البحث و يجدر التمييز بين مجتمع البحث (المستهدف) و المجتمع المتاح ، حيث يوضح د محمد عبد الحميد الفرق بينهما في كتابه البحث العلمي في الدراسات الاعلامية على النحو التالي :

_ يتم اختيار مفردات المجتمع المتاح بنفس خصائص المجتمع المستهدف بحيث لا تشير مشكلة صدق التمثيل صعوبة في أي جوانبها

_ اختيار العينة يكون من المجتمع المتاح و ليس من المجتمع المستهدف

_ ينسب حجم العينة الى المجتمع المستهدف

_ تعميم نتائج البحث يجب ان يتصل بالمجتمع المستهدف

¹ عن مشروع مدونات عربية | Arablog.org ، <http://arablog.org/> ، تم الاطلاع عليها 08:34 2015/07/27

2 مدونات هافينغتون بوست *PostHuffington* عربي : و هو النسخة العربية من موقع Post Huffington الشهير ، ويأتي "هافينغتون بوست عربي" ليكون الموقع الرابع عشر في الحضور العالمي الممتد للعلامة التجارية. حيث أعلنت Arianna Huffington ، المؤسس المشارك، ورئيس تحرير شبكة "هافينغتون بوست" *Huffington Post* الإعلامية، يوم الإثنين 27 يوليو 2015 عن انطلاقة النسخة العربية من موقعها. وأوضح الصحفي وضاح خنفر المشرف على "هافينغتون بوست عربي" أن الموقع يعتبر الأول من نوعه على الإنترنت باللغة العربية، حيث يقدم مزيجاً قريباً من التقارير الأصلية من خلال صحفيين مستقلين ومنصة تدوينية للجمهور في المنطقة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم.¹

3 مدونات شبكة المدونين العرب : شبكة المدونون العرب شبكة عربية تهتم بكل ما يتعلق بالمدونين العرب ومتابعة كافة قضاياهم وهمومهم ونشر آخر أخبارهم ،تتيح للمدونين العرب فرصة الانضمام إليها من خلال منح بطاقة عضوية لكل مدون ينشئ مدونة على موقعها أو يضيف مدونته .وتعمل الشبكة تحت إشراف إتحاد المدونين العرب الذي يقدم نفسه باعتباره "حركة مجتمع مدني هدفها الرئيس التنمية الشاملة و العمل بالتعاون مع جميع المدونين وكافة التجمعات التدوينية وكل من يسعى لخدمة التدوين أفرادا كانوا أو هيئات على صياغة ميثاق شرف ينظم عالم التدوين ويحدد الأخلاقيات والأسس التي يجب أن يقوم عليها"²

4 مدونات صحيفة إيلاف الإلكترونية : و هي المنصة التي تتيحها صحيفة إيلاف الإلكترونية و هي أول يومية إلكترونية عربية ، صدرت من لندن بتاريخ 21 مايو 2001

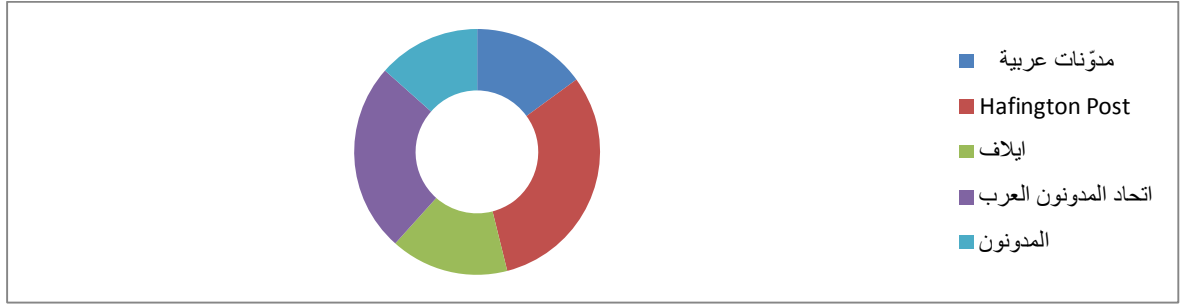
و استكمالاً لحجم المجتمع المتاح المقدر بـ1000 مفردة اعتمدنا تقنية كرة الثلج³من خلال قوائم الـ Blogroll في المدونات السابقة ، لإضافة 135 مدونة إلكترونية. حيث يتوزع المدونون على المنصات المذكورة على النحو الذي يظهره الشكل رقم (01)

و يجدر بنا الذكر في هذا الإطار أننا قمنا بمسح شامل لكل المدونين في موقع "هافينغتون بوست عربي" حسب التصنيف الذي يتيح الموقع و الذي يقدم إحالات لمدونيه حسب الدول و اللذين بلغ عددهم نهاية 2015

¹ Arianna Huffington : مرحبا! نقدم لكم هافينغتون بوست عربي ، http://www.Huffpostarabi.com/arianna-huffington/story_b_7874602.html ، وضعت على الخط 2015/07/27 ،تم الاطلاع عليها 07:53 2015/08/18

² شبكة المدونون العرب: <http://www.mudwen.com/index.php?act=page&id=1> ، وضعت على الخط 12/09/2012 ،تم الاطلاع عليها 22:29 2014/05/20

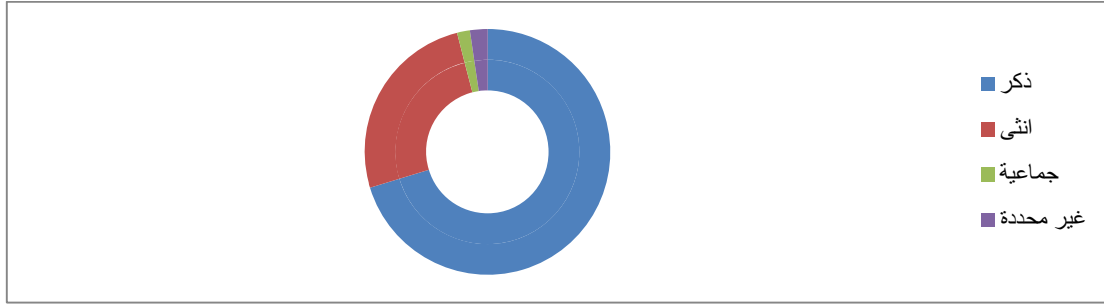
³ كرة الثلج نوع من انواع العينات التي يحدد الباحث مفرداتها من المجتمع الأصلي ، حيث تقوده كل مفردة إلى مفردة أو مجموعة من المفردات الأخرى ، وتسمى بالعينة المتضاعفة



التمثيل البياني رقم (01) يوضح : توزيع المدونين حسب منصات التدوين

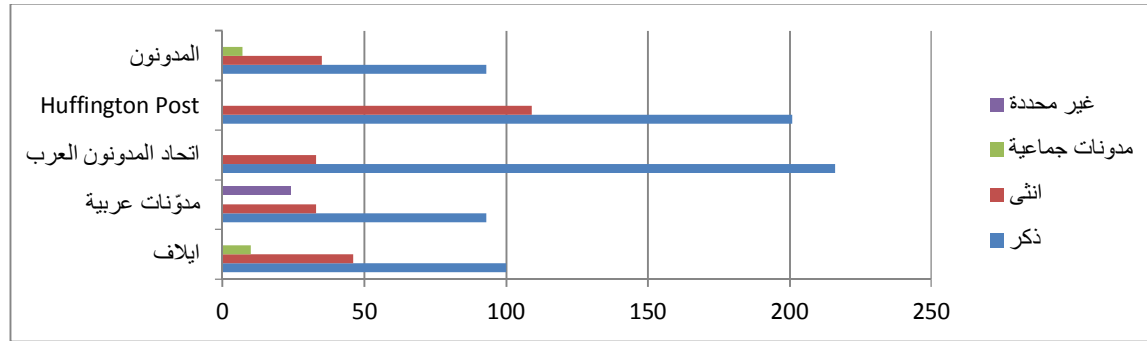
و بداية 2016 ، 310 مدون ، كما اعتمدنا نفس الإجراء في مسح مدونات " شبكة المدونون العرب" التي نتيج لزوار موقعها التعرف على المدونين المنتمين إلى الاتحاد من خلال إظهار بطاقات العضوية الخاصة بهم ، في حين اكتفينا بإجراء مسح شامل لمدوني أول دفعة في منصة مدونات عربية **Arablog.org** ذلك أن المنصة تتبع إجراءات خاصة في استضافة المدونين على موقعها إذ ينظم فريق عمل برنامج ورشة الاعلام L'Atelier des Medias المشرف على هذا المنصة، مسابقة سنوية يتم خلالها استقبال طلبات المدونين الراغبين في الانضمام إلى **Arablog.org** من خلال ملء استمارة إلكترونية تتضمن نصاً من تأليفهم . حيث يتم الترويج للمسابقة و التعريف بها بهدف الوصول إلى المهتمين بالاشتراك فيها، من خلال الاستعانة بشركاء المشروع في كل من قناة فرانس24 و راديو مونت كارلو الدولية. وبعد إقفال باب المشاركة في المسابقة تقوم لجنة تحكيم مختصة تضم صحافيين ومدونين محترفين باختيار أفضل المدونين من الذين شاركوا في المسابقة وهم الذين تتاح لهم فرصة الانضمام إلى مدونات عربية **Arablog.org** عبر خلق حسابات شخصية لهم يستخدمونها لإنشاء مدوناتهم. وتراعي اللجنة في عملية الاختيار معيار جودة النصوص المكتوبة، كما أنها تأخذ بعين الاعتبار مدى استعداد الراغبين للمواظبة على التدوين وحماسهم للمشروع. وفي النهاية تقوم لجنة التحكيم باختيار أفضل 150 مدون و تمكنهم من إنشاء مدوناتهم الخاصة من خلال منصة مدونات عربية **Arablog.org** . اما في منصة إيلاف للمدونات العربية فقد اكتفينا بالمدونين الذين بدأوا التدوين في هذه المنصة خلال سنة 2015 .

و قد تم التوصل إلى جملة من النتائج الأولية لعل أبرزها أن الذكور أكثر اهتماما من الإناث بالتدوين في العالم العربي ، حيث أظهرت نتائج الدراسة الاستكشافية أن 70% من المدونات العربية ينشئها و يقوم على إدارتها ذكور مقابل 26 % للإناث .



التمثيل البياني رقم (02) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس

و تتوزع مفردات المجتمع المتاح على المنصات المدروسة حسب متغير الجنس على النحو الذي يظهره التمثيل البياني التالي:



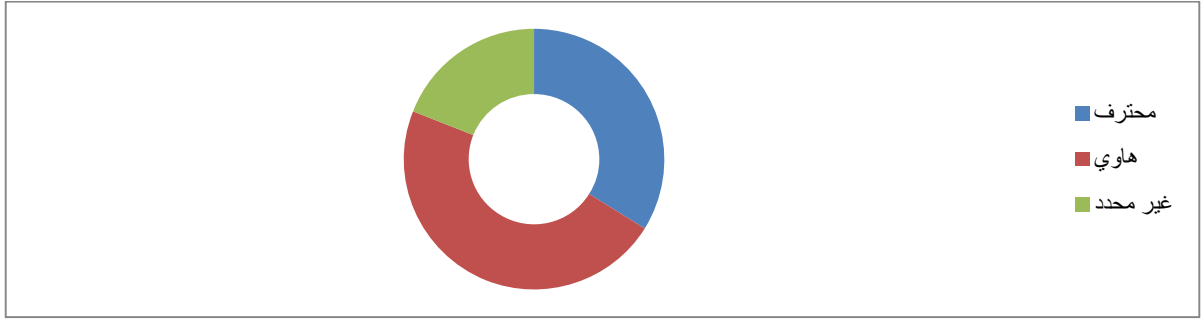
التمثيل البياني رقم (03) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس في كل منصة

ويظهر الجدول التالي توزيع المدونين حسب متغير الجنس على المنصات التدوينية المدروسة

المجموع	المدونون		H-Post		اتحاد م - ع		مدونات عربية		ايلاف		
	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	
ذكر	703	70,30	93	9,30	201	20,10	216	21,60	100	10,00	100
انثى	256	25,60	35	3,50	109	10,90	33	3,30	46	4,60	46
جماعية	17	1,70	7	0,70	0	0,00	0	0,00	10	1,00	10
غير محددة	24	2,40	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0
المجموع	1000	100	135	13,50	310	31,00	249	24,90	156	15,60	156

الجدول رقم (01) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس في كل منصة

و تُظهر الدراسة الاستكشافية أن أبرز المتغيرات المؤثرة في التدوين، و هو متغير الاحتراف المهني الإعلامي، يكشف تفاعل المستخدم العربي مع تحولات البيئة الإعلامية و رغبته في المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية حيث يدير 471 هاو مدونته الخاصة مقابل 339 صحفي محترف على النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم (04)



التمثيل البياني رقم (04) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف

و يظهر الجدول التالي توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف على المنصات التدوينية المدروسة

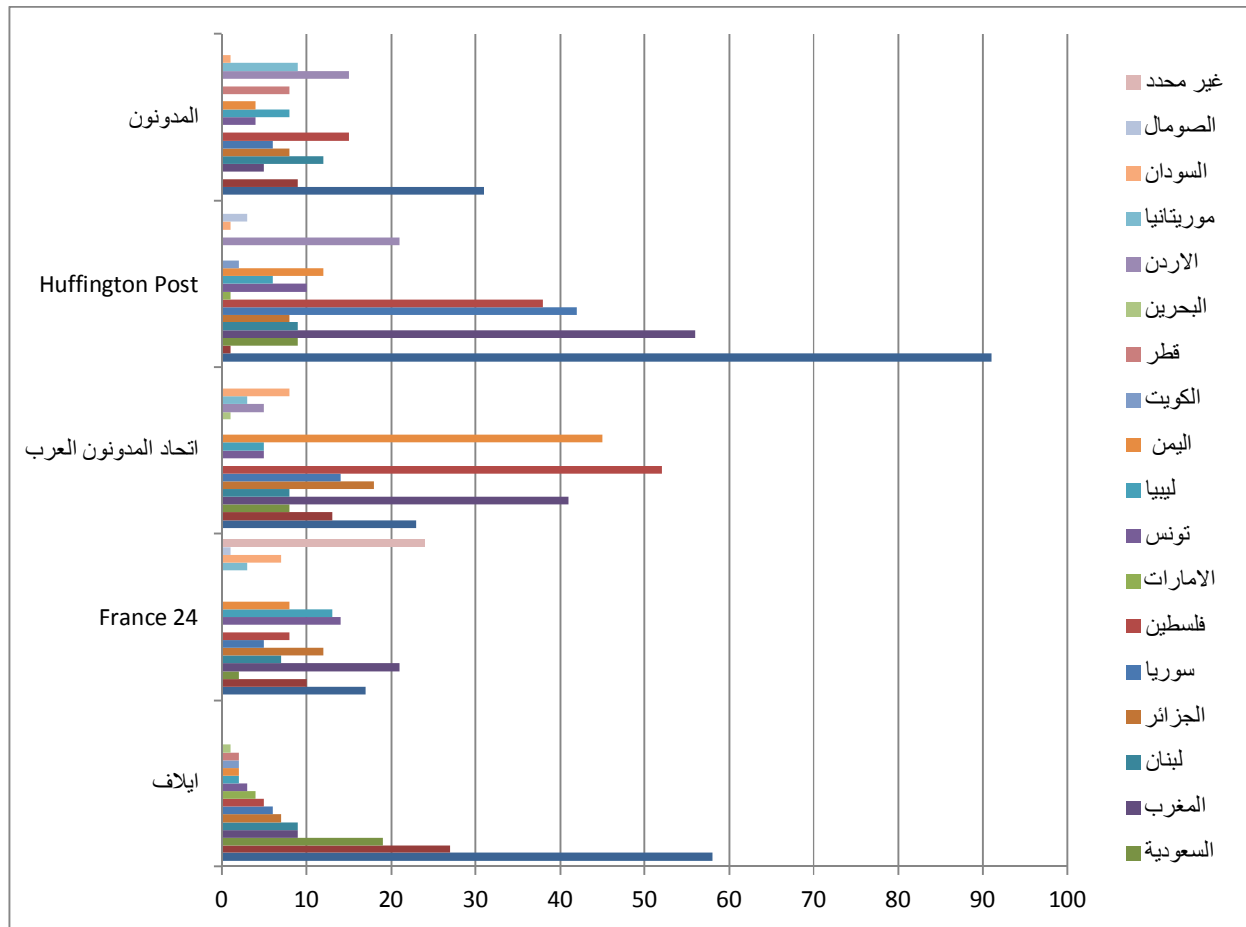
ايلاف		ملونات عربية		شبكة م-ع		H-Post		المدونون		المجموع	
تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
0	0,00	31	3,10	94	9,40	145	14,50	69	6,90	339	33,90
0	0,00	85	8,50	155	15,50	165	16,50	66	6,60	471	47,10
156	15,60	34	3,40	0	0,00	0	0,00	0	0,00	190	19,00
156	15,60	150	15,00	249	24,90	310	31,00	135	13,50	1000	100

الجدول رقم (02) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في كل منصة

أما فيما يتعلق بتوزيع مفردات المجتمع المتاح على متغير الدولة فإن النتائج تؤكد محافظة مصر على مكانتها الريادية في عالم التدوين إضافة إلى المغرب، غير أنها تظهر أيضا أن هناك اهتماما بالمدونات بدء بالظهور بشكل لافت في بعض الدول كاليمن وفلسطين مثلا، وعلى العموم تتوزع المدونات المدروسة على الدول العربية على النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم (05)

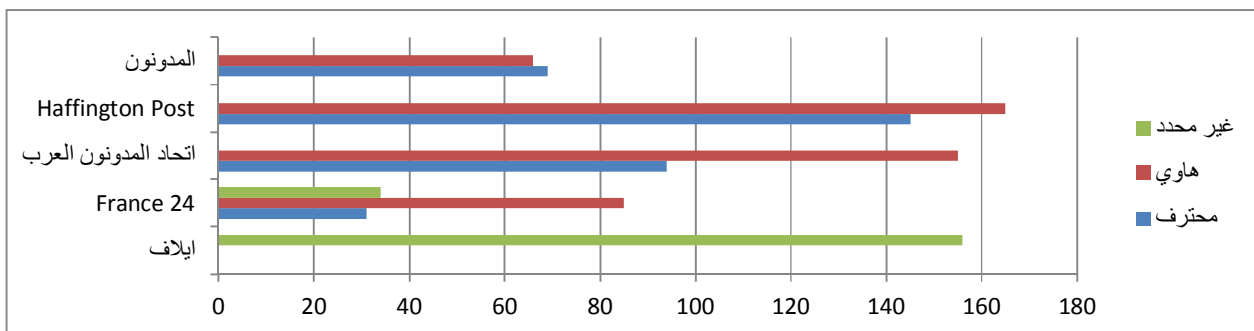
المجموع		المدونون		H-Post		شبكة م -ع		عربية		ايلاف		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
21,90	219	3,10	31	9,10	91	2,30	23	1,50	15	5,80	58	مصر
6,00	60	0,90	09	0,10	01	1,30	13	1,00	10	2,70	27	العراق
3,80	38	0,00	00	0,90	09	0,80	08	0,20	02	1,90	19	السعودية
13,20	132	0,50	05	5,60	56	4,10	41	2,10	21	0,90	09	المغرب
4,50	45	1,20	12	0,90	09	0,80	08	0,70	07	0,90	09	لبنان
5,30	53	0,80	08	0,80	08	1,80	18	1,20	12	0,70	07	الجزائر
7,30	73	0,60	06	4,20	42	1,40	14	0,50	05	0,60	06	سوريا
11,80	118	1,50	15	3,80	38	5,20	52	0,80	08	0,50	05	فلسطين
0,50	05	0,00	00	0,10	01	0,00	00	0,00	00	0,40	04	الامارات
3,60	36	0,40	04	1,00	10	0,50	05	1,40	14	0,30	03	تونس
3,40	34	0,80	08	0,60	06	0,50	05	1,30	13	0,20	02	ليبيا
7,10	71	0,40	04	1,20	12	4,50	45	0,80	08	0,20	02	اليمن
0,40	04	0,00	00	0,20	02	0,00	00	0,00	00	0,20	02	الكويت
1,00	10	0,80	08	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,20	02	قطر
0,20	02	0,00	00	0,00	00	0,10	01	0,00	00	0,10	01	البحرين
4,10	41	1,50	15	2,10	21	0,50	05	0,00	00	0,00	00	الاردن
1,50	15	0,90	09	0,00	00	0,30	03	0,30	03	0,00	00	موريتانيا
1,70	17	0,10	01	0,10	01	0,80	08	0,70	07	0,00	00	السودان
0,40	04	0,00	00	0,30	03	0,00	00	0,10	01	0,00	00	الصومال
2,30	23	0,00	00	0,00	00	0,00	00	2,40	24	0,00	00	غير محدد
100	1000	13.50	135	31.00	310	24.90	249	15.00	150	15.60	156	المجموع

الجدول رقم (03) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في كل منصة



التمثيل البياني رقم (05) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في كل منصة

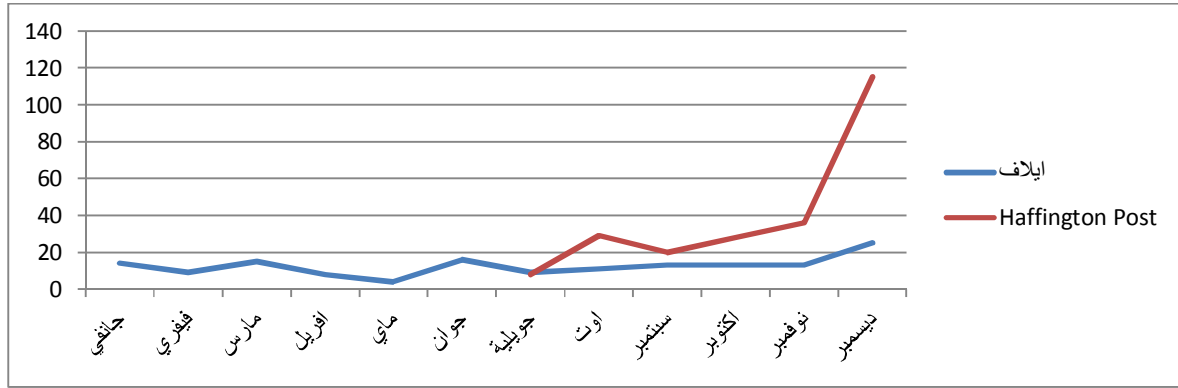
وتتيح صحيفة ايلاف الإلكترونية التدوين للهواة وهو ما يفسر، على الأغلب، عدم اهتمامها بإظهار موقع مدونيتها من الممارسة المهنية للعمل الصحفي لذلك فمدونو ايلاف يشكلون فئة غير محددة إزاء هذا المتغير إضافة إلى مانسبته 23 % من مدوني مدونات عربية الذين لا تلزمهم المنصة بالتعريف الدقيق بأنفسهم ، ويعكس التقارب بين نسبتي المحترفين والهواة في الهافينغتون بوست عربي الطابع التشاركي للموقع .



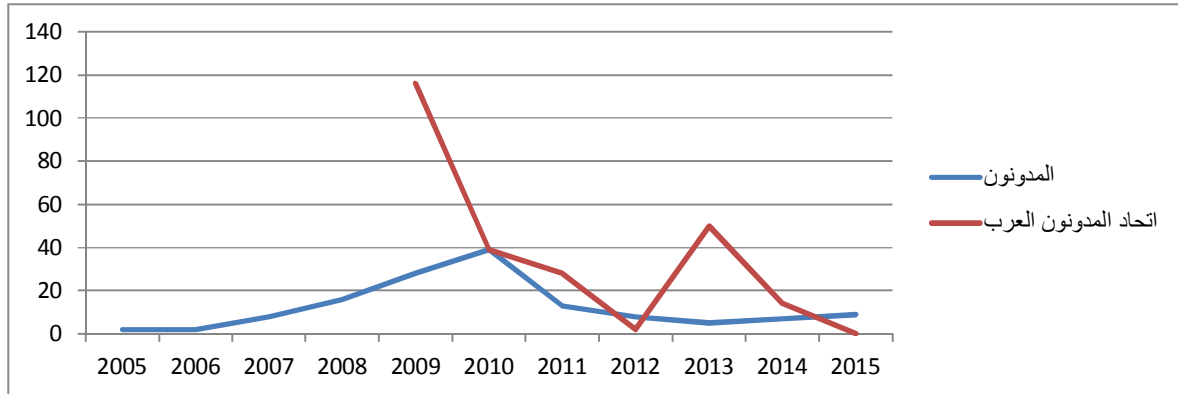
التمثيل البياني رقم (06) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في كل منصة

مقدمة المقاربة المنهجية للبحث

و بهدف رصد تطور التدوين في العالم العربي حاولنا من خلال الدراسة الاستكشافية تتبع حركات الانضمام إلى المنصات التدوينية المختلفة زمنيا ، و باستثناء منصة المدونات العربية Arablog.org التي تعتمد اجراءات خاصة لاستضافة المدونات .نلاحظ اختلافا واضحا في مسارات التطور الزمني للاشتراك في بقية المنصات لا سيم موقع الهافينغتون بوست عربي.



التمثيل البياني رقم (07) يوضح : التطور الزمني لعدد المشتركين شهريا في منصتي ايلاف و H-Post



التمثيل البياني رقم (08) يوضح : التطور الزمني لعدد المشتركين سنويا في منصة اتحاد المدونين العرب

و كمدخل أساسي لتحديد نوع العينة و عدد مفرداتها قمنا ،أولاً، بدراسة تقييمية لدرجة صلاحية مدونات المجتمع المتاح للدراسة و وضعها في مستوى ترتيبي ليتسنى لنا في مرحلة ثانية الاختيار العمدي للمفردات لتكوين عينة عمدية ، حيث يتم الاختيار في هذا النوع من العينات " بطريقة قصدية طبقاً لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث " ¹ و تعتبر العينة العمدية " التي تختار مفرداتها على أساس خصائص أو صفات محددة " ² أكثر أنواع العينات ملائمة لطبيعة الدراسة ، ذلك أننا نهتم ببحث انعكاس الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للنص الصحفي و هو ما يتطلب مراعاة توافر جملة من الخصائص الضرورية المرتبطة بالمحددات الإعلامية في المدونات المدروسة و بالتالي فإن الاختيار العمدي يكون الأصلح . و بناء على ذلك فإن عينة المدونات محل البحث مكونة من 32 مفردة* ، موزعة على المنصات سالفة الذكر في الدراسة الاستكشافية، و قد تم استثمار إجراءات المعاينة القصدية في مراعاة الحفاظ على أهم الخصائص و السمات التي تميز المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ، لاسيما متغيرات الجنس و الاحتراف و الجنسية و كذا المنصة** .

وحرصاً منا على تحقيق خاصية الاستمرارية في البحث العلمي و الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة حول موضوع بحثنا ،على قلتها، استندت دراستنا هذه على عدد من التقارير و الدراسات أبرزها دراسة:

- 1- Bruce Etling, John Kelly, Robert Faris , John Palfrey : **Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent**, Internet & Democracy Project, Berkman Center Research Publication, Harvard University, 2009

و تُشكل هذه الدراسة جزء من مشروع "الأنترنت والديمقراطية" التابع لمركز Berkman للأنترنت والمجتمع في جامعة هارفارد Harvard University. و هو المشروع الذي يُعنى بدراسة أثر الأنترنت على المجتمع المدني وعلى العمليات الديمقراطية ،حيث قام المركز منذ تأسيسه بإجراء بحوث و نشر دراسات متعددة لمختلف الظواهر المستحدثة بفعل تطور الشبكة، و من بينها المدونات.

و قد قام كل من Bruce Etling ، John Kelly ، Robert Faris و John Palfrey بدراسة واقع المجتمعات التدوينية في العالم العربي حيث يهدف هذا البحث إلى التوصل إلى تقييم رئيسي للمجتمعات التدوينية العربية المترابطة وعلاقتها بالقضايا المنبثقة في مجال السياسة، الإعلام، الدين، الثقافة، والعلاقات الدولية.

¹ محمد عبد الحميد ، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ، م ، س ، ذ ، ص : 141

² روجر ويدر & جوزيف دومينيك: م، س، ذ، ص: 178.

* انظر الملحق رقم (05)

** لمزيد من التفاصيل حول خصائص العينة انظر الملحق رقم (06)

و قد اعتمدت الدراسة ثلاثة طرق لاستكشاف هيكل ومحتوى المجتمعات التدوينية العربية وهي:

- أولا : تحليل الروابط والوصلات من أجل تكوين خريطة شبكية تبين كيفية ترابط المجتمعات التدوينية و قد شمل هذا الجزء من الدراسة استكشاف للخريطة الشبكية لأكثر 6000 مدونة عربية مرتبطة ببعضها.
 - ثانيا : تحليل كمية استخدام (تردد) بعض المصطلحات، من خلال تحليل مضامين عينة من المدونات و دراسة محتواها .
 - ثالثا : توزيع استمارات استبيانيه على عينة من المدونين العرب تقدر ب4000 مفردة.
- من بين أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ،و التي لها علاقة بموضوع دراستنا، نذكر:
- المدونون العرب في مجملهم ذكور من فئة الشباب وأعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل المصري .
 - المواضيع في مجملها تدور حول التدوين الشخصي وتفاصيل الحياة اليومية للمدونين العرب. في حين يميل المدونون المهتمون بالسياسة إلى الحديث عن المواضيع المحلية في بلدانهم الأصلية .
 - تتشكل الشبكات التدوينية في العالم العربي بحسب البلد
 - حقوق الإنسان (مدنية وسياسية) لها شعبية كبيرة في التكتلات والمجتمعات التدوينية العربية مقارنة بالكتابات الخاصة بالمبادئ والحضارة العربية التي تهتم بها المجتمعات التدوينية الموجودة في الجسر الشامي – الانجليزي*¹.
 - المواضيع الثقافية لها حصة كبيرة أيضا وتدور حول الأدب والشعر والفن مقارنة بالمسلسلات والأفلام والموسيقى التي لا تحظى بذلك القدر من الاهتمام.
 - ترتبط المجتمعات التدوينية العربية في مجملها بوصلات وروابط لمقاطع اليوتيوب (نسبة كبيرة منها تتعلق بأحداث سياسية إقليمية أو شؤون محلية) ومقالات الويكيبيديا وهذا يعني كثرة الإشارة الى مواد متوفرة في هذه الانواع من المواقع.
 - أكثر المواقع الإخبارية التي ترتبط بها التكتلات التدوينية في العالم العربي هي الجزيرة ومن ثم البي بي سي وأخيرا العربية .

¹*اطلق الباحثون في هذه الدراسة مصطلح مدونات الجسر الشامي – الانجليزي للتعبير على المدونات العراقية، السورية، اللبنانية، الاردنية و الفلسطينية التي يدون أصحابها باللغة الإنجليزية او يمزج بين اللغتين الانجليزية والعربية، كما استخدموا مصطلح الجسر المغربي – الفرنسي للتعبير على المدونات الليبية، التونسية، الجزائرية، المغربية و الموريتانية التي يدون أصحابها باللغة الفرنسية او يمزج بين اللغتين الفرنسية والعربية .

- لا يمثل التدوين العربي الطريق الأساسي للتفاعل بين المستخدمين العرب خاصة إذا ما قورن بالمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي كـ Face Book الذي يتصدر هذا النوع من المواقع .
- غير أن الدراسة توقعت أيضا أن التدوين في العالم العربي سيشهد ازدهارا وانتشارا كبيرين في المستقبل القريب مما سيسهم في نشوء مجموعات وشبكات مفتوحة تشمل شرائح عريضة من المجتمع مما سيؤدي إلى توليد وانتقاء معلومات تغذي مصادر الإعلام الرئيسية وتؤثر بشكل مباشر على النخب السياسية.
- يُتوقع أن تلعب المجتمعات التدوينية العربية أدوارا أساسية في عملية إصلاح الأنظمة السياسية ودمقرطتها. ذلك أنها تتجه نحو فتح مجالات أكبر للمشاركة السياسية (عبر التدوين من قبل الأحزاب والتكتلات السياسية والأفراد)، و تساهم في إرساء قواعد العمل بأعلى مستويات الشفافية، إضافة إلى الدعم للأصوات الفردية وآراء الأقليات، وعملها على ديمقراطية إنتاج ونشر المعلومات والأخبار.
- كما خلصت الدراسة إلى أن هناك عدة أمور تقف عائقا أمام مناقشة القضايا السياسية بفعالية عبر الوسط التدويني العربي ، فالإنترنت غير متاحة للجميع. كما أن حاجز اللغة يجعل المرء غير قادر على الإلمام بمجمل الأفكار المطروحة حول قضية معينة. وأهم هذه العوائق هو حظر الحكومات العربية لبعض المدونات الفردية أو المجتمعات التدوينية الإلكترونية بل واعتقال أصحابها.
- يُلاحظ في هذه الدراسة، التي تتسم بالأهمية البالغة و المستمدة من أهمية الموضوع من جهة و أهمية النتائج المُتوصل إليها من جهة ثانية، أنها ركزت على توفير قاعدة بيانات مفصلة و دقيقة حول واقع التدوين في العالم العربي ، و هي الدراسة التي سمحت لنا بالحصول على القدر الضروري من المعلومات للانطلاق في الدراسة الوصفية خاصتنا، و التي تتجاوز حدود وصف ظاهرة التدوين في العالم العربي إلى بحث تأثير الخصائص التكنولوجية للمدونات على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية.

2- دراسة الدكتور نصر الدين العياضي : في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية و الصحافة
،مجلة ثقافات، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة، 2011.

و يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى استجلاء العلاقة بين الصحافة و المدونات الإلكترونية بمنأى عن النظرة الإقصائية التي لا ترى مستقبلا للصحافة في ظل تطور المدونات الإلكترونية و ازدهارها ، منطلقا من حقيقة أن العمل الصحفي ليس نشاطا متجانسا كما تصوره النظرة التعميمية و اللا تاريخية لوسائل الإعلام ، ذلك أنه لم يكن أبدا نشاطا مغلقا على ذاته و كامل التطور. و قد انتهج في دراسته هذه ،كيفية، المقاربة البنائية لتطور الصحافة التي مكّنته من رصد أنواع المدونات و مقاصدها و الاستراتيجيات المعتمدة

في استخدامها من قبل الوسائل الإعلامية المختلفة في الدول الغربية من جهة ، و أتاحت له من جهة ثانية استخدام بعض العناصر التاريخية و الثقافية و السياسية في تفسير ضعف التفاعل بين الصحافة و المدونات في المنطقة العربية .

و من بين النتائج التي توصل إليها الباحث نذكر :

- أن الحدود التقليدية الفاصلة بين المصدر و الوسيلة الإعلامية و الجمهور قد انهارت ، و يظهر ذلك من خلال اضطلاع الكثير ممن المؤسسات الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية و الثقافية و العلمية من جهة و الأفراد من جهة ثانية بإنتاج الأخبار و المعلومات و بثها مباشرة.
 - أن المواد الإعلامية التي لا تمر عبر قنوات وسائل الإعلام الكلاسيكية في تزايد مستمر ، و يؤكد هذا الواقع الاستعانة بغير المهنيين لتزويد المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية و العريقة بالصور و الأخبار و الشهادات .
 - أن التفاعلية قد غيّرت بنية المادة الإعلامية و من ثمة غيّرت محتواها ، إذ كان المحتوى في السابق يتوقف على ما يكتبه منتج في حين أنه ، و بفضل التفاعلية ، أصبحت التعليقات التي ترسل للكاتب و النقاش Talkback الذي يعقب المادة الإعلامية مكونا أساسيا من مكوناتها ، بل و يملك في الكثير من الحالات أهمية أكبر من المادة موضوع التعليق .
 - أن الوصلات الخارجية و الإحالات التي تتضمنها مادة الاتصال تساهم في تغيير بنيتها . فالإضافات التي تقترحها الوصلات تزيد في أهميتها و ترفع كفاءة الجمهور في فهمها بشكل أعمق .
 - أن المدونات الإلكترونية لم تولد من العدم ، أي من فراغ في الكتابة ، بل أنها ارتكزت على ما هو مكتسب و راسخ في نمط الاتصال المكتوب ، فتحليل كتابة المدونات الإلكترونية يكشف عن قواسمها المشتركة مع كتابة الروبورتاج و المقالات و الافتتاحيات الصحفية و الأعمدة الصحفية
 - أن المدونات قد طوّرت بتلقائيتها في القول بعض أشكال الكتابة لتتحول الى "أنموذج" يمارس ، بهذا القدر أو ذاك، تأثيره في الكتابة الصحفية وفق الصيغ التالية :
- أسلوب الكتابة الذي يميل إلى الذاتية و النابع من الطابع الحميمي للمدونة ، و قد بلغ التفاعل بين بعض الصحف و المدونات أن أصبحت هذه الصحف تقترب في كتابتها من المدونات حيث يقحم صحافيوها ذواتهم فيما يكتبون ، و يتحدثون للقارئ بضمير المتكلم و يستثمرون اللغة العامية و القول المأثور .
- قالب الكتابة : حيث أن العديد من الصحف قد تبنت قالب القائمة الخاص بالفضاء التدويني و الذي يستخدم من أجل الإيجاز في الكتابة و إبراز ما هو أساسي في المادة الصحفية ، و التجاوب مع السرعة التي طبعها العصر و أثّرت في إيقاع القراءة في المجتمعات المعاصرة .

. ترتيب الاخبار : أن العديد من المواقع الإلكترونية للصحف أصبحت تدمج في موقعها ما يسمى Stream الاخبار، أي سيل الاخبار التي لا تُرتب وفق التقاليد الصحفية المتعارف عليها ، بل حسب منطق الفضاء التدويني ، أي الترتيب التنازلي من الأحدث الى الأقدم .

. الاخبار التي تخلق المنتديات:حيث تسمح المدونات بطبيعتها من الانطلاق بالخبر أو الرأي لتجمع أكبر عدد من الآراء و الكتابات و تتخطى عتبة المادة الصحفية لتتحول إلى فضاء للنقاش.

يتضح من خلال نتائج الدراسة أن الخصائص التكنولوجية للتدوين يمكن أن تمارس تأثيرا بالغاً في الكتابة الصحفية ، و هي النتائج التي لعبت دور المحفز القوي لإجراء هذا البحث، و نذكر في هذا الإطار أنه قد تم استثمار النتائج المتوصل إليها على المستويين المنهجي و التطبيقي في تحديد فئات التحليل و تقيمتها .

الإطار النظري للبحث

1 - المنظور الصحفي و تحولات البيئة الإعلامية

2 - الخلفية التكنولوجية لتطور وسائل الإعلام و الاتصال

3 - الأنترنت النظام الوسائطي الجديد

4 - الويب 2.0 و تحولات البيئة الإعلامية

5 - وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

6 - المدونات

7 - المدونات الإعلامية

8 - الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة

الإطار النظري للبحث :

1 - المنظور الصحفي و تحولات البيئة الإعلامية

1.1 تعريف المنظور

انتشر استخدام مصطلح المنظور *Le paradigme* في العلوم الاجتماعية بفضل الأفكار التي طورها Thomas Kuhn من خلال دراسته لتاريخ العلوم في المجال الإبستمولوجي . و يعرف المنظور باعتباره " نموذجاً لدى مجموعة من الباحثين في وقت محدد يؤسس لضبط المشكلات العلمية و صياغتها و يوطرهم في دراستها وتحليلها " ¹ فبالنسبة لـ Kuhn "المعرفة العلمية لا تتطور ، فقط ، خطياً من خلال التراكم المعرفي و إنما تتم أيضاً في شكل قطيعة و استئناف متجدد ، الأمر الذي تفرضه من جهة الظواهر المدروسة التي تتجاوز قدرة الأطر النظرية المعتمدة في تفسيرها و ما يخلص إليه العلم اعتماداً على الملاحظة و التأويل والأدوات و التقنيات البحثية و المناهج من تحول في المنظور من جهة ثانية" ² فالعلوم تعيش مرحلة الأزمة عندما تتجاوز التطورات التي تعرفها الظواهر المدروسة و التغيرات التي تلحق بها ، قدرة العلماء و الباحثين على تفسيرها اعتماداً على المنظور المستخدم ، و في هذه الحالة " يتم تجاوز المنظور و الطعن في أسسه النظرية أو الإمبريقية و استبداله بمنظور جديد يفترض إعادة النظر في التصور الذهني للظواهر ، و في طرق الملاحظة و القياس و التأويل من أجل إعادة بناء نموذج تفسيري جديد لها " ³

2.1 تعريف المنظور الصحفي

ينفي الدكتور نصر الدين العياضي إمكانية دراسة تطور وسائل الإعلام دون الأخذ بمنطق التحولات في البارادايغم الصحفي ، و الذي يعتمد مصطلح المنظور* في ترجمته إلى اللغة العربية و يعرفه باعتباره " جملة من التوجهات و المواقف و المواضيع التي تعتبرها مجموعة من الباحثين في مرحلة معينة صالحة و مؤكدة ، أي أنها طريقة شاملة لرؤية ظاهرة أو مسألة يستعين بها الباحثون لفهمها و قراءة تصوراتها" ⁴ باعتبارها نموذجاً معتمداً لتحديد المشكلات و ضبط أدوات دراستها و تحليلها .

¹ CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. **Le paradigme journalistique: usage et utilité du concept**, https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00000790/document , mis en ligne le 05 /11/2003, consulté le 12 /11/2015

² Loc. cit. 12 :50, p :01

³ Loc. cit.

⁴ PRICOPIE, Valentina: **Colette Brin, Jean Charron et Jean De Bonville, Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques**. Québec, Les presses de l'Université Laval, 2004, Communication Information médias théories pratiques., 2006, vol. 25, no 1, p : 291.

* وهي الترجمة التي نعتمدها في هذه الدراسة.
⁴ نصر الدين العياضي : **في البحث عن العلاقة بين المدونات الالكترونية و الصحافة**، م ، س ، ذ ، ص ص: 134، 135

في علوم الإعلام و الاتصال طور الباحثان Jean de Bonville و Jean Charron* نظرية التحولات في المنظور الصحفي، هذا الأخير الذي يعرفانه باعتباره "طريقة محددة وفريدة من تصور الصحافة وممارستها"¹ ذلك أنه يمثل " نظاما معياريا أفرزته الممارسة القائمة على النموذج و المحاكاة ، و يتشكل من المسلمات و مخططات التأويل و القيم و الأشكال النموذجية التي تعد مرجعا لمجموعة من الصحفيين يُشخصون بها في سياق زمني و مكاني محدد ، و يجذبون من خلالها انتماءهم لمجموعاتهم المهنية ، فتعطي مشروعية لممارساتهم"²

1. 3 التحول في المنظور الصحفي

و اعتمادا على هذا التعريف تمكن الباحثان Jean de Bonville و Jean Charron من تحديد أربع مراحل رئيسية للتحول الذي طبع مسيرة الصحافة تاريخيا و هي:**:

1. 3.1 صحافة النقل Transmission journalism: التي سادت خلال القرن السابع عشر، وهي الفترة الزمنية التي لم يكن الصحفي قد كوّن هويته المهنية المتعارف عليها بعد ، حيث مارس أدوار نقل المعلومات و الأخبار من المصادر إلى القراء القائمون على تسيير المطابع . في هذه الحقبة سادت أيضا الصحف الأسبوعية التي لم تكتمل هويتها الخطابية و المهنية ، غير أنها اتسمت بالنزاهة و الدقة حيث تستند على موضوعية و حيادية نقل الأخبار .

2. 3.1 صحافة الرأي Opinion journalism: في القرن التاسع عشر استثمرت المؤسسات السياسية و الاجتماعية و الدينية غرف التحرير مما ساهم في بروز صحافة الرأي التي اتسمت بطابعها النخبوي حيث تحول القائمون على المطابع إلى محررين يمارسون التعبير عن اتجاهات الرأي ، تأطيرا للصراع الفكري و السياسي ، حيث تحولت الصحف إلى ساحات للتعبير عن المواقف و الرؤى ، ليتخذ المحتوى الأسلوب الأدبي التعبيري الدعائي فتتراجع الموضوعية و الحياد لصالح الرأي . الصحيفة في هذه الحقبة هي صحيفة ورقية متواضعة ، تتعاش و محيطها وفق أنظمة دورية غير مستقرة ، يومية ، أسبوعية ، نصف شهرية ، بسبب بدائية تقنيات الإنتاج .

*أثار الباحثان Jean de Bonville و Jean Charron النقاش العلمي حول التغييرات في المجال الإعلامي من خلال تأسيس فريق بحث حول تحولات الصحافة (GRMJ) بجامعة Laval سنة 1993 و نشرها بثلاث سنوات أهم مقالين لهما (1996) يوضحان عبرهما أنهما يهدفان إلى اقتراح مسارات حل لبعض المشكلات المنهجية و النظرية الشائكة التي يطرحها تحليل التغيير في الممارسات الثقافية بشكل عام و الممارسات الصحفية على وجه الخصوص

¹ PRICOPIE, Valentina. Ibid, p : 290.

² نصر الدين العياضي : في البحث عن العلاقة بين المدونات الالكترونية و الصحافة ، م، س، ذ، ص: 136
** للمزيد من المعلومات طالع

CHARRON, Jean and DE BONVILLE, Jean : Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition, Communication, 1996, vol 17, No 2

3. 3. 1 الصحافة الإخبارية Information journalism: التي ظهرت نهاية القرن التاسع عشر الذي استقرت في إطاره الخصوصية المهنية و الثقافية للصحافة ، هذه الأخيرة التي تحولت إلى التركيز على تغطية الوقائع و الأحداث بدل الاهتمام بالتعبير عن المواقف و الآراء . في هذه المرحلة ساهم نمو العائدات الإعلانية في تخليص الصحف من سيطرة الكتاب و المثقفين و رجال السياسة و الدين و انفتاحها على الفئات الوسطى و الشعبية ، كما تبنت الصحف وظائف إعلانية و تجارية و رؤى اقتصادية جديدة ، أثرت على محتوياتها التي تأخذ فيها الأخبار مكانة هامة .

4. 3. 1 صحافة الاتصال Communication journalism: في سبعينيات و ثمانينيات القرن الماضي ساهمت التطورات التقنية ... في تعدد الوسائط الاتصالية و تنوع الخدمات الإعلامية و هو ما أثر بشكل قوي فيأسس ممارسة العمل الإعلامي ، حيث تنامي التخصص في العمل الإعلامي و انهارت الحدود بين مفهومي الإعلام و الاتصال و لعل ظهور الأنترنت يمثل عاملا حاسما في تنافس وسائل الإعلام التقليدية سعيا للتميز بهدف الحفاظ على جماهيرها .

5. 3. 1 الصحافة التشاركية Participatory journalism: يوشك السياق الذي يؤطر الإعلام المعاصر الانفصال على نموذج صحافة الاتصال و هو ما يلوح بأزمة منظوراتية في الأفق و يبشر " بظهور منظور صحفي جديد يمكن أن نطلق عليه اسم الصحافة التشاركية Participatory journalism التي تؤشر إلى الحالة التحول التدريجي من السيطرة الأحادية على مكانة منتج الخطاب إلى الخطاب التشاركي " ¹

¹WATINE, Thierry. **De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse: vers un journalisme de conversation.** Les Cahiers du journalisme, N° 16 Médias généralistes et idéal journalistique : la fin d'une époque 2006. www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/16/03_WATINE.pdf , mis en ligne le 16 /03/ 2006, consulté le 23 /12/ 2015 , 02 :30, p :72

2 - الخلفية التكنولوجية لتطور وسائل الإعلام والاتصال:

تلعب التكنولوجيا أدواراً محورية في حركة تطور وسائل الإعلام والاتصال ، لذلك فإن دراسة تاريخ وسائل الإعلام يتطلب البحث في الابتكارات التكنولوجية التي ظهرت عبر المسار التاريخي للاتصال كنقاط تحول رئيسية فيه ، وفي هذا الإطار يؤكد الباحثون على ضرورة دراسة التطورات التقنية التي يشهدها قطاع الإعلام ضمن السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تحدث ضمنها ، فالرؤية "التقنية" التي تنظر إلى تحولات وسائط الإعلام التقليدية والأشكال الإعلامية الجديدة من الزاوية التقنية المحضة تؤدي حتماً إلى مقارنة تنظر للتكنولوجيات كقوة متعالية لا منشأ لها ، يتعامل معها الأفراد والجماعات والمؤسسات بشكل آلي "1 ذلك أن الملاحظة الدقيقة لواقع التطور التكنولوجي تؤكد أن "التكنولوجيا لا تقتصر فقط على المنظومات التقنية المبتكرة وإنما تنظم أيضاً الممارسات والمعارف المرتبطة بها والتي تتشكل ضمن السياقات الاجتماعية المحيطة بها"2 و عليه يمكن مقارنة التطورات الحاصلة في البيئة الإعلامية ، خلال المسار التاريخي العميق ، من جوانب مختلفة ومتقاطعة ، لا تقصي البعد التقني ولكن تدمجه ضمن إطار تحليلي أشمل . فوسائل الإعلام باعتبارها بناءات اجتماعية لم تعرف تطوراتها بفعل مستحدثات التكنولوجيا فقط ، ذلك أنها كانت وما تزال عرضة "للتجديد والتطور الذي تنتجه جملة من الأفعال المتداخلة ، منها الفعل الاجتماعي الذي يدفعها تدريجياً إلى التمتع في الفضاء الديمقراطي ، والفعل الاقتصادي الذي تستند إليه باعتبارها مؤسسة اقتصادية ، والفعل الثقافي المنتج للمعرفة وتمثيلات الواقع الذي تقوم به كل وسيلة إعلامية"3 و عليه يجب دراسة تأثير التغيرات التكنولوجية على مسارات التطور في قطاع الإعلام والاتصال ضمن سياقاتها الاجتماعية والثقافية .

2. 1 التحول من الاتصال الشفهي إلى الكتابة :

خبر الجنس البشري أولى مراحل الاتصال، شفهيًا وهو ما يثبته القرآن الكريم في قوله تعالى "و علم آدم الأسماء كلها"4 وتم الانتقال من مرحلة الاتصال الشفهي إلى مرحلة الكتابة "قبل أكثر من خمسة آلاف سنة... حيث حدث الانتقال الأول لعصر الكتابة بين السومريين والمصريين في الهلال الخصيب القديم والذي يظم الآن أجزاء من تركيا والعراق وإيران ومصر"5 وقد شهدت الكتابة مراحل تطور متعددة انتقلت بفعلها من الكتابة التصويرية إلى استخدام الحروف المسمارية والأبجدية للتعبير عن الأصوات استجابة لعاملين رئيسيين

¹أصادق الحمامي وآخرون : *الانترنت و الإذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الإذاعي و التلفزيوني* ، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية (68)، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس ، 2009 ، ص:14

²LIEVROUW, Leah A. et LIVINGSTONE, Sonia: *Handbook of New Media: Student Edition* , Sage Publications, London, 2005 , p : 264

³ نصر الدين العياضي *في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة* ، م.س.ذ. ، ص ص: 134، 135

⁴سورة البقرة ، الآية 31

⁵ملفين ل . ديفلير و ساندرا بول . روكيتش : ترجمة كما عبد الرؤوف : *نظريات وسائل الإعلام* ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر 1993، ص:35.

يتمثل أولهما في الحاجات الاجتماعية و التجارية و الاقتصادية المختلفة* و يتعلق العامل الثاني بالتقنية حيث تعتبر الكتابة اختراعا بالمعنى التقني للكلمة، إذ تزامن تطور الكتابة مع تطور تقنيات و وسائط حفظ و استرجاع المعلومات من الحجر إلى الطين إلى الورق ، حيث حدثت واحدة من أهم التحولات في وسائط تخزين المعلومات من خلال الانتقال إلى استخدام وسيط أخف وأقدر على الصمود أمام العوامل الطبيعية مما ساهم في إحداث تغيير كبير في المجتمع البشري . و قد "أوضح كل من Sanders Barry Illich Ivan في كتابهما *A B C Alphabetization of the Western Mind* (أ ب ج تحول العقل الغربي إلى الحروف الأبجدية) كيف غير التحول من الثقافة الشفهية إلى الثقافة المكتوبة أساليب الجنس البشري في فهم الواقع و فهم نفسه و كيف استطاع تنظيم مجتمعاته"¹.

2. 2 التحول من الكتابة إلى الطباعة² :

مثلت مطبعة غوتبرغ منتصف القرن الخامس عشر اكتشافا لا يقل أهمية عن الكتابة تبعا لما نتج عنه من ثورات فكرية و علمية و اجتماعية ، و لعل اختراع المطبعة في أوروبا يؤكد أهمية الأدوار التي تؤديها السياقات الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية في حدوث التطور مقارنة بالعامل التقني .

لقد دفعت المطبعة تقنيات الاتصال تدريجيا نحو التطور و لعبت أدوار مؤثرة و حاسمة في التغيير الاجتماعي ، إذ ساهمت سرعة انتشار الكتب بفعل إمكانيات طبع مئات و آلاف النسخ في وقت وجيز، في انتشار خبرات القراءة و المطالعة لدى العامة و بالتالي توسع دوائر تداول الأفكار و الآراء و مناقشة القضايا و المواقف و هو ما فَعَلَ التحول نحو عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية.

3. 2 عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية :

الذي بدأ بظهور الصحيفة الورقية* و تدّعم بظهور السينما و الراديو التلفزيون ، و قد تلاحت التحديّات التي شهدتها الصحيفة ، أعرق وسائل الاتصال الجماهيري ، و التي استأثرت بالفضاء الإعلامي لقرون قبل أن يشاركها إياه الراديو و التلفزيون ، بدء من التمكن من طبع عدد كبير من النسخ في وقت وجيز بفعل

¹ اندريا بيرس و بروس ويليامز، ترجمة شويكار زكي : *البيئة الإعلامية الجديدة* ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة 2012، ص:23
* حاجة الناس لتسجيل حدود الأراضي و الملكيات و تسجيل عمليات البيع و الشراء ، و كذا الحاجات الاقتصادية الزراعية التي تتطلب تسجيل مناسيب المياه (النيل) و حركة الأجرام السماوية التي تتحكم في مواسم الزرع و الحصاد .
² للمزيد حول مراحل تحولات الاتصال الانساني انظر : ملفين ل . ديفلير و ساندرا بول . روكيتش : ترجمة كما عبد الرؤوف : نظريات و وسائل الاعلام ، م س د .

** تعتبر صحيفة La Gazette الفرنسية الصادرة بتاريخ 30 ماي 1861 أول صحيفة تحافظ على دورية الصدور ، حيث كانت تصدر كل اسبوع في 12 صفحة و توزع 1200 نسخة ، بينما صدرت أول يومية في إنجلترا The Daily بتاريخ 11 مارس 1702 في حين صدرت أول جريدة يومية في فرنسا Le Journal de Paris في 1 جانفي 1777 ، اما في الولايات المتحدة الأمريكية صدرت صحيفة Boston News letter سنة 1704 باعتبارها أول صحيفة أسبوعية منتظمة، و بتاريخ 3 سبتمبر 1833 صدرت صحيفة The New York Sun التي أصبحت توزع 30000 نسخة يوميا بعد اربع سنوات من ظهورها و التي يعتقد الكثير من الباحثين (ملفين ل . ديفلير و ساندرا بول . روكيتش) انها تعتبر سببا مباشرا في تطور الصحافة و الاعلام الجماهيري عامة

مطبعة غوتمبرغ ، و هو ما ساهم في قيام مؤسسات صحفية تضطلع بمهام توزيع المضامين و المحتويات على جمهور بدأ يتكاثر شيئاً فشيئاً ، وصولاً إلى ما شهدته المطبعة من تطورات تقنية بظهور المطبعة البخارية أولاً ثم المطبعة الكهربائية و ما اكتسبته من خصائص تقنية لاحقاً ، الأمر الذي ساعد على خفض تكاليف الطباعة و زيادة عدد النسخ وفق جودة أعلى و بالتالي توسّع مساحات انتشارها جغرافياً و تحولها إلى وسيلة إعلام و اتصال جماهيرية تحقق أحجام سحب عالية . و بالموازاة مع التطورات التي شهدتها الصحيفة ، عرف قطاع الإعلام و الاتصال نهاية القرن الثامن عشر تحولاً في مفهومي المسافة و الزمن* بفعل اختراع تقني جديد و هو التليغراف البان أثبت Heinrich Rudolf Hertz الوجود الفعلي للموجات الكهرومغناطيسية . و التي أكد Guglielmo Marconi قدرتها على حمل إشارات صوتية إلى مسافات بعيدة دون الحاجة إلى أسلاك. و على هامش بحوث و تجارب الاتصال اللاسلكي ، تم التوصل إلى اختراع الراديو الذي عرف انطلاقته الفعلية كوسيلة إعلامية جماهيرية عشرينيات القرن الماضي .

و على خطى ظهور الراديو ، برز التلفزيون نتيجة لتطور تقنيات التصوير الضوئي و تراكم المعرفة العلمية التي مهدت لوجود السينما ثم التلفزيون ، إذ تعتبر السينما أول وسيلة اتصال جماهيرية مرئية و يعتبر Thomas Alva Edison ، مطور جهاز الفونوغراف و آلة التصوير السينمائي ، صاحب الفضل في تجميع الاكتشافات التقنية التي أسست لظهور السينما . وبعد عدة تجارب لإرسال و استقبال الصورة و تطور تقنيات الصناعة الالكترونية حدث أول إرسال تلفزيوني منتظم في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1936 ، لتتلاحق التطورات التقنية بظهور التلفزيون الملون و البث المباشر بفعل تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية و الرقمنة و نظم التسجيل.

* لعل James Gordon Bennett - و هو ناشر و مهتم بالرياضات إجمالاً و سياق البخوت عبر المحيطات بشكل خاص- أول من أشار إلى عمق التحولات التي سيجدها التليغراف في مقال له بصحيفة New York Herald عام 1844 حيث قال "إن نقل الأخبار بالتليغراف سوف يوقظ الجماهير كلها، ويجعلها أكثر اهتماماً بالمسائل العامة، وسوف يصبح، للمفكرين، والفلاسفة، والمثقفين جماهير أكثر عدداً، وأشد إثارة، وأعمق فكراً، من أي وقت مضى".

3 - الأنترنت النظام الواسطي الجديد

1.3 مسيرة تطور الأنترنت¹:

في عام 1969، وبعد إفراج وكالة مشروعات الأبحاث المتطورة (ARPAAdvanced Research Project Agency) على النظم الشبكية من عالم البنتاجون الدفاعي العسكري، تم وضع أول أربعة نقاط اتصال لشبكة ARPANET تجمع بين أربع مختبرات بحث تابعة لجامعات أمريكية ، و التي عملت على تطوير بروتوكولات الاتصال لتدعيم هذه الشبكة و هو ما أسفر على توسيع الشبكة لتحتوي أكثر من 10 جامعات و مؤسسات بما فيها وكالة الفضاء الأمريكية NASA، حتى تم في عام 1972 إجراء أول عرض عام لشبكة ARPANET في مؤتمر في العاصمة الأمريكية واشنطن، وكان تحت عنوان "العالم يريد أن يتواصل" ، مؤذنا برفع الستار عن هذا الإنجاز الجديد، وقبل أن ينقضي عام 1973 كانت كل من النرويج والمملكة المتحدة قد انضمتا إلى تلك الشبكة. وفي عام 1974، تم نشر تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل TCP وهي إحدى التقنيات التي ستحدد مستقبل الأنترنت فيما بعد، لتستقر الأمور قليلا حتى عام 1977 حيث أنتجت شركة " Digital Equipment " موقع "أنترنت" خاصا بها لتعد بذلك أول شركة كومبيوتر تقوم بتلك الخطوة. وفي الأول من يناير من عام 1983، أصبح بروتوكول TCP/IP بروتوكولا معياريا لشبكة أربانيت. وفي العام الذي تلا ذلك مباشرة (1984) أخذت مؤسسة العلوم العالمية الأمريكية NSF على عاتقها مسؤولية "أربانيت" و هي السنة التي شهدت تقديم نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصلة بالشبكة، والمسمى DNS أو Domain Name System. وبعد عامين (في 1986) أنشأت مؤسسة العلوم العالمية NSF شبكتها الأسرع NSFNET ، وفي نفس العام ظهر بروتوكول نقل الأخبار الشبكية NNTP كأداة للنقاش التفاعلي المباشر أمرا ممكنا، وفي هذا العام أيضا تم بناء أول جدار حماية لشبكة الأنترنت من قبل شركة "Digital Equipment". في حين تم الإعلان على إغلاق شبكة ARPANET سنة 1990 ، وتولت شبكة الأنترنت الأكثر شعبية مهمة تحقيق التواصل بدلا منها. وفي عام 1991 قدمت جامعة مينيسوتا الأمريكية برنامج GOPHER الذي يضطلع بمهمة استرجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الأنترنت، ثم قامت مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية CERN في 1992 في سويسرا بتقديم شيفرة النص المترابط Hyper Text ، وهو نظام التشفير البرمجي الذي أدى إلى التطور العملي للشبكة العالمية WWW ، والذي بدأت معه عملية بث المواقع تأخذ الشكل الأكثر عملية واقتصادية. ثم جاء عام 1993 الذي شهد إنتاج الإصدار الأول من "موزاييك" Mosaic مستعرض الشبكة العالمية، وقد تبعه الآخرون مثل Netscape و Explorer وذلك لتيسير الإبحار عبر الأنترنت . وفي عام 1995 رصد المراقبون تحول نمو الأنترنت إلى انفجار، حيث أصبح عدد الأجهزة

¹للمعلومات أكثر حول تاريخ الانترنت و تطورها مع احصائيات سنوية على الموقع: <http://www.internetworldstats.com>

الخادمة المتصلة بالأنترنت قرابة ستة ملايين جهاز خادم وخمسون ألف شبكة في جميع أنحاء العالم. وفي عام 1996 بدأ العالم يتصل بشكل دائم بشبكة الأنترنت.

3. 2 الأنترنت الوسيط الإعلامي الجديد :

استقطبت الأنترنت، في وقت مبكر و بفعل ما تتميز به من خصائص و سمات، وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية التي تسابقت لإنشاء مواقع لها على الشبكة استثمرا لخيارات التفاعلية و تعددية الوسائط و الشعبية و العالمية و السرعة ... الخ عملا بالمقولة السائدة حينها " أن لا مكان في الأرض لمن لا مكان له على شبكة الأنترنت "ففي دراسة مسحية عالمية، توقع 44 % من المحررين الصحفيين أن القراء سيفضلون مطالعة صحفهم اليومية إلكترونيا على الأنترنت خلال العشر سنوات القادمة " ¹ وعلى خطى وسائل الإعلام التقليدية نمت المواقع الإعلامية على الأنترنت و نافست وسائل الإعلام التقليدية مسلحة بما تميزت به من خصائص و مزايا الوسيط الجديد .

تعتبر الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار البريدية Bulletin board system و تجارب التلكتست و الفيديو تكس و كل أشكال نقل النصوص شبكيا التي تبنتها الكثير من الصحف في بريطانيا و كندا و الولايات المتحدة الأمريكية بداية ثمانينات القرن الماضي بمثابة أبرز التجليات البدائية لإعلام الأنترنت ، هذه الأخيرة التي عرفت تغيرات كبيرة و تطورات بالغة التعقيد بفعل تطور الأنترنت نفسها. وقد طرح Vin Crosbie رؤية خاصة بمراحل تطور إعلام الأنترنت أطلق عليها اسم الموجة الثالثة للصحافة الشبكية خلال أعمال المؤتمر الثالث لإعلام الأنترنت سنة 2001 بجامعة تكساس بأوستن، وقد لخص د. عباس مصطفى صادق أفكار Crosbie في مشاركة له خلال مؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي الذي نظمته جامعة الشارقة شهر نوفمبر من سنة 2008 و الذي ينقل عنه التمييز بين ثلاث مراحل رئيسة في مسيرة تطور إعلام الأنترنت هي الموجات الثلاث ²:

3. 2. 1 الموجة الأولى: 1982_1992 وهي المرحلة التي سادت في بدايتها عدة تجارب مختلفة للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكس ... و انتهت إلى سيطرة الشبكات الضخمة على غرار America on line التي كشفت عن رغبتها في تقاسم التحكم في الشبكة مع المستخدمين ، و قد ارتفع عدد المشتركين في هذه الشبكات ، خاصة مع انتشار الكمبيوتر الشخصي و تحسين أداء أجهزة (المودم) و ابتكار البرامج الجديدة في نهاية الثمانينات و بداية التسعينات . فزاد ذلك من حجم مشاركة الجمهور ما مكن من إعادة رسم بنية الشبكات من

¹ World Association of Newspaper, 2008 <http://www.wan-ifra.org/> mis en ligne le 09 /10/2008, consulté le 07

/05/2015 , 18 :50

² عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت ، مؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي ، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة، 22/ 23 نوفمبر 2005 ، ص:05

نموذج الواحد إلى العديدين One to Many في 1982 إلى نموذج العديدين إلى الواحد Many to One و نموذج الواحد إلى الواحد One to One حينما تطورت منابر الحوار الشبكية سنة 1985. و لعل أبرز مظاهر بناء المحتويات الإعلامية لصحافة الأنترنت في هذه المرحلة يتمثل في إعادة نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهو ذلك النوع من الصحافة الذي مازال سائدا .

3.2.2. الموجة الثانية : 1993_2001 حيث ساهم ظهور شبكة الويب بإمكاناتها المختلفة و توسع استخدام الوسائط المتعددة فيها و البريد الإلكتروني في تسريع تحول وسائل الإعلام النشر و بث مضامينها على الشبكة من جهة و ظهور مواقع إعلامية إلكترونية خالصة من جهة ثانية حيث عمدت المؤسسات الإعلامية في هذه المرحلة إلى بناء شركات خاصة كأذرع لها في شبكة الأنترنت بهدف تطوير البنى التحتية لتقديم الخدمات الصحفية المختلفة بوسائط جديدة. و في هذه المرحلة حدثت تطورات هائلة، أتاحت إمكانات النشر الشخصي و هو ما ساهم في ظهور نماذج إعلامية مستحدثة يمتلكها الأفراد اللذين استفادوا سريعا من التطبيقات الجديدة على حساب النماذج التي تقدمها المؤسسات التقليدية ، و الملاحظ في هذه المرحلة قيام الصحفيين بإعادة إنتاج بعض النصوص لتتلاءم مع مميزات النشر في الشبكة ، و ذلك بتغذية النص بالروابط و الإشارات المرجعية و هو ما يمثل درجة متقدمة عن الموجة الأولى .

3.2.3. الموجة الثالثة: ما بعد 2001 ، و هي المرحلة التي حدث فيها تزاوج واسع بين الأجهزة الإلكترونية و نظم الاتصال المستحدثة و الكمبيوتر ، و هي تتسم بوجود ملاك أذكاء و عمال على قدر عال من التدريب و برامج و أجهزة متقدمة للنشر و توزيع المعلومات ، و تطورت في هذه المرحلة أساليب جديدة لتحقيق الربح كما ظهرت بشكل واسع تطبيقات المفكرات الشخصية و المنابر الحية و التجارة الإلكترونية و الألعاب التشاركية و الإعلانات المبوبة التفاعلية ، و في هذه المرحلة تكرر مفهوم التشاركية بين المؤسسات الإعلامية الفاعلة في الشبكة و بين الجمهور ، بل أن بعض هذه المؤسسات أصبحت تلجأ إلى المواقع الشخصية بهدف الترويج لمخرجاتها ، كما حدثت نقلة في طريقة التعامل مع الأخبار التي لم تعد ملكا للمؤسسات الإعلامية الرئيسية . و فيما كان ملاك الإعلام في الموجة الأولى يتحكمون في الجمهور الذي كافح في الموجة الثانية لينال حصته في التحكم ، فإنه مارس مشاركة فعالة في الموجة الثالثة . و لعل أبرز مظاهر هذه المرحلة قيام الصحفيين بإنتاج محتويات خاصة بصحف الأنترنت ، عملوا من خلالها على استيعاب مميزات النشر الشبكي و طبقوا فيها الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر. و تشهد هذه المرحلة ، التي نعيشها حاليا ، تطورات مهمة تتعلق بإيجاد الوسائل التي تسهل أكثر عملية الحصول على الأخبار كما يمارس قطاع عريض من المستخدمين نشاطا إعلاميا واسعا يديرون بفعلة أفكار و نماذج جديدة للاتصال نشأت و تطورت خارج نظم الإعلام التقليدي . لقد عرفت الشبكة منذ البدايات الأولى للقرن الحالي (2003) تطورات عميقة ، شكلت قطيعة مع الأنترنت في صورتها

البداية ما دفع الباحثين و المتخصصين في المجال إلى الحديث عن جيل جديد للشبكة اصطلاح على تسميته بـ " الويب 2.0 * "

3.3 الويب 2.0 :

" ظهر مصطلح ويب 2.0 لأول مرة سنة 2004 عندما قام كل من Dale و Tim O'Reilly و Dougherty **, بالحديث عن مرحلة تطويرية جديدة لشبكة الأنترنت ، من خلال وصف الاتجاهات التقنية الحديثة التي أتاحت العديد من التطبيقات المستحدثة " ¹ التي تميزها خصائص التفاعلية و التعاونية و مشاركة المستخدم ، خلال نقاش بين شركة Media O'Reilly المعروفة ومجموعة Media Live International في مؤتمر تطوير الويب الذي عُقد في سان فرانسيسكو سنة 2003 ، و قدم O'Reilly المصطلح في موقعه الإلكتروني سنة 2005 من خلال الإشارة إلى " تحول الشبكة إلى منصة ، حيث تعمل تطبيقات الويب Web 2.0 على تفعيل المزايا الجوهرية لهذه المنصة ، القائمة على هندسة تشاركية تتجاوز حدود الويب Web 1.0 إلى تفعيل أدوار المستخدمين " ² و يعرف O'Reilly الويب 2.0 باعتباره " ثورة في عالم صناعة المعلوماتية بسبب الاعتماد على الأنترنت كبنية عمل " ³ و هو التعريف الذي يعكس عمق التطورات التكنولوجية التي شهدتها الشبكة خلال السنوات الماضية و هو ما أسهم في تنامي الاعتماد على الأنترنت في أداء الأعمال في جميع المجالات ، حيث " يندرج الطلب المتمحور حول المستخدم كآلية يقوم عليها مفهوم الويب Web 2.0 ، ضمن سياقات اجتماعية عامة تتسم بالبحث عن تكييف الخدمات بما يتناسب و خصوصيات المستخدم " ⁴

بناء على ما سبق، يمكن القول بأن الويب Web 2.0 يتأسس على تعظيم أدوار المستخدمين في إثراء المحتويات الإلكترونية على شبكة الأنترنت و دعم آليات الاتصال بينهم من خلال تفعيل خصائص التفاعلية و التشاركية و هو ما يساهم في تسهيل عملية التواصل والتعاون والتشارك في المعلومات بين مستخدمي الأنترنت. و ينعكس ذلك على عدد من التطبيقات التي تحقق سمات و خصائص الويب 2.0 و أبرزها المدونات Blogs و الشبكات الاجتماعية On Line Social Network و توسيم المحتوى Content Tagging و التأليف الحر

¹BECK, Timo: **Web 2.0: User-Generated Content in Online Communities: A theoretical and empirical investigation of its Determinants**, Diplomica Verlag, 2007, p :1

* يجب التمييز بين الويب و الأنترنت فالأنترنت هو مجموعة من شبكات الحواسيب المتصلة معاً عن طريق أسلاك نحاسية وكابلات ألياف بصرية وتوصيلات لاسلكية وما إلى ذلك. على العكس من ذلك ، الويب هو مجموعة من الوثائق والمصادر المتصلة معاً ، مرتبطة مع بعضها البعض عن طريق روابط فائقة وعناوين إنترنت بشكل آخر ، فالويب تطبيق من تطبيقات الأنترنت و هو نظام من مستندات النص الفائقة المرتبطة ببعضها البعض حيث يتيح الوصول إلى المضامين الموجودة على الشبكة سواء في صيغتها النصية أو المتعددة الوسائط ، و عليه يمكن القول أن الويب يعتبر أحد خدمات الأنترنت العديدة كالمحادثة و البريد الإلكتروني و المجموعات الإخبارية .

** نائب رئيس مؤسسة O'Reilly

²O'REILLY, Tim. (2005). **Web 2.0: compact definition**. http://radar.oreilly.com/archives/web_20_html.compact_definition.html. mis en ligne le 03 /10/2005, consulté le 12 /05/2015 ,

02 :35

³ IBID

⁴الصادق راجح . **فضاءات رقمية :قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات** ، دار النهضة العربية ،بيروت ،2013. ،ص:184

Wiki والملخص الوافي للموقع RSS ، و عليه يمكننا رصد طبيعة التغير الذي رافق تطورات الجيل الثاني في اتجاهين رئيسيين هما :

- دعم الاتصال : إذ يحقق الويب Web 2.0 كفاءة الربط بين الأفراد متجاوزا كفاءة الربط بين أجهزة الحاسب الآلي التي أتاحتها الويب 1.0 ، ذلك أنه يربط المواقع بعضها ببعض و يجمع الأفراد في شبكات اجتماعية افتراضية ، كما تربط بين تكنولوجيا الأنترنت و تقنيات الأجهزة المحمولة .
- تعظيم أدوار المستخدمين : حيث يُفَعِّل الويب Web 2.0 أدوار المستخدمين عن طريق تمكينهم من إضافة المحتويات و تحويلهم ، بالتالي ، من مجرد متصفحين للمواقع قادرين فقط على التفاعل مع مضامينها بشكل محدود إلى منتجين للمحتويات بكل أنواعها (نصوص و صور و مقاطع فيديو) و هو ما يعني تجاوز خاصية التفاعلية Interactivity إلى ما بعد التفاعلية Post Interactivity وهو المصطلح الذي يختزل مجمل المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الأنترنت ، اعتمادا على ما أضافته إليها تقنيات الويب Web 2.0 ، باتجاه التأسيس لعلاقة من نوع جديد بين مرتاديه وزوارها من جهة و محتواها المنشور على صفحاتها من جهة ثانية. " فحتى منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، كان مرتادي الأنترنت ينقسمون حديا ما بين منتج لمحتوى الأنترنت وبين مستهلك لهذا المحتوى. وكانت العلاقة ما بين منتج المادة ومتصفحها أو مستهلكها تقوم على تواصل محدود من خلال مجموعة من الأدوات الاتصالية البدائية كبريد عموم المواقع ، أو من خلال البريد الإلكتروني لصفحات المواقع ، أو من خلال البريد الإلكتروني لمنتج المادة إن أتيح، وكانت بعض المواقع تستبدل هذا كله من خلال توفير قاعدة بيانات لتجميع التغذية المعادة حول منتجاتها المبثوثة على الأنترنت. وهذه الأدوات لم تلبث أن فقدت فعاليتها بسبب سوء استخدامها و خضوعها لسلطة منتجها . وبمعنى آخر؛ كان التدفق الإعلامي عبر الأنترنت يقوم على فلسفة التدفق في اتجاه أحادي One to Many: من المنتج إلى المتصفح. وبدءا من أواخر عام 2005، دخلت الأنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفح الأنترنت أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن، أي أن تدفق المحتوى الإعلامي أصبح تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many".¹ خاصة و أن كل تطبيقات الجيل الجديد توفر إمكانيات تضمين المحتويات وفق خيارات متعددة و بكفاءة عالية و يسر و مرونة غير مسبوقين ، ففي مواقع الويكي المدونات و الشبكات الاجتماعية ينفرد المستخدم بسلطات المحرر الأساسي و المسؤول الأول عن المحتوى

¹ وسام فؤاد: الإنترنت ما بعد التفاعلية واتجاهات تطوير الإعلام الإلكتروني، المبادرة العربية لإنترنت حر، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان <http://old.openarab.net/ar/node/40>، وضعت على الخط 12 / 11 / 2007 ، تم الاطلاع عليها 10 : 02 2015/12/13

4 - الويب 2.0 و تحولات البيئة الإعلامية

لقد طرحت الأنترنت باعتبارها وسيطا اتصاليا ، بمجرد ظهورها و استقطابها لوسائل الإعلام الجماهيرية ، تساؤلات عدة حول مستقبل الإعلام و الممارسة الإعلامية ، و تتكرر نفس التساؤلات مع كل تطور عرفته الشبكة ، على غرار ما يثيره الباحثون الأكاديميون و الصحفيون المهنيون من نقاشات حول التطبيقات الإعلامية للويب 2.0 تبعا لما يتميز به من خصائص لم يعدها المستخدمون في الأجيال الأولى للشبكة من جهة و ما يمارسه من تأثيرات في المجال الإعلامي من جهة ثانية . وهو ما يؤكد عمق التحولات في بيئة الأنترنت ذاتها و طبيعة الأنماط التواصلية التي تتشكل داخلها ، إذ يميز الباحثون بين ثلاث مراحل أساسية في تاريخ الأنترنت ، مرحلة أولى بدأت نهاية ستينيات القرن الماضي و هي المرحلة التي استأثرت بالشبكة خلالها نخب تكنولوجية و جامعية ، و مرحلة ثانية بداية التسعينيات و التي شهدت الانتشار الواسع للشبكة و تنامي المواقع الإلكترونية و تعاظم الويب و مرحلة ثالثة تميزت بالتغيرات الجذرية في الأنظمة التواصلية التي تحكم الأنترنت و التي يصطلح المتخصصون على تسميتها بالويب 2.0 ، إذ يؤسس في هذه المرحلة لخاصية التفاعل باعتبارها "النشاط الرئيسي للمستخدمين الذين تحولوا من متصفحين للمواقع يتفاعلون مع مضامينها بشكل محدود إلى منتجين للمضامين (نصوص ، صور و فيديو) يتبادلونها في مواقع مخصصة"¹ و يعبرون بواسطتها عن عوالمهم الذاتية الاجتماعية.

تلعب التكنولوجيا الاتصالية أدوارا محورية في تغيير البيئة الإعلامية إذ مارست هذه التكنولوجيا ، وما زالت تفعل ، تأثيرها العميق في العملية الإعلامية والاتصالية و عناصرها ، فظهور الأنترنت تسعينيات القرن العشرين و تحول وسائل الإعلام إلى بث و نشر محتوياتها من خلال مواقعها الإلكترونية على الشبكة قد ساهم في تخليص المتلقي من سطوة المرسل و إخراجه من دائرة التلقي السلبي بفعل خصائص التفاعلية و اللاتزامنية و الكونية و قابلية التوصيل ... كما كان للأنترنت أثرها البالغ على المحتويات و المضامين الإعلامية ، فخلافا لما سبقها من الوسائل ، و التي أصبحت تصنف على أنها تقليدية، تقوم الأنترنت بطبيعتها على خاصية الملتي ميديا ، فهي الوسيط الاتصالي الذي مكّن مستخدميه من الاستماع و المشاهدة و القراءة في نفس الوقت . كما ظهر تأثير الأنترنت على القائم بالاتصال في خلقها لأنواع جديدة من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحفي ، فيما أصبح يعرف بالتغطية الإخبارية عن طريق الحاسوب Assisted Reporting Computer CAR حيث يعتمد الصحفيون ، في مختلف وسائل الإعلام ، على الأنترنت كأداة للتغطية الإخبارية لما تنحه من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات و فاعلية في عمليات التحرير و النشر.

¹ الصادق الحمادي : الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الاعلام و العصر ، ابو ضبي ، عدد سبتمبر ، 2013 ، ص:14

4. 1 البيئة الإعلامية الجديدة :

¹الصادق رابع: المدونات و الوسائط الاعلامية : بحث في حدود الفصل و الوصل ،م،س،ذ، ص:593

تنقل المعلومات و الآراء و تداولها في المجتمع بات أيضا أمرا محددًا في مدى التوازن الميدياتيكي في العالم من جهة و في كل دولة على حدة من جهة أخرى . كما توجد بيئة خاصة بالطبيعة فإنه توجد بيئة أخرى موازية هي بيئة الأفكار و الأخبار و وسائطها و طرق تداولها إن تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي و من الهرمي إلى الشبكي أحدث بيئة جديدة في تبادل الأخبار و الآراء يمكن أن نصلح على تسميتها بـ الإيكوميديا أو البيئة الإعلامية الجديدة"¹

4 . 1 . 1 البيئة الإعلامية : مقارنة اصطلاحية

رغم التداول المكثف لمصطلح البيئة الإعلامية في الأوساط العلمية الأكاديمية و الإعلامية المهنية خلال السنوات القليلة الماضية إلا أنه ما يزال مفهوما غامضا و غير محدد " و تعرف البيئة الإعلامية في بحوث الإعلام من خلال عنصرين ، تكنولوجيا الاتصالات الخاصة المستخدمة و البنى الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات "²

4 . 1 . 2 أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة

تشكل أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة من خلال مستويات عدة : تقنية ، اقتصادية ، ثقافية تواصلية و مهنية إعلامية هي :

4 . 1 . 2 . 1 تحولات تقنية - اقتصادية : يلخص د الصادق الحمادي مستويات التحول التقنية و الاقتصادية في النقاط التالية³ :

- الحضور المتعاظم للتقنيات التواصلية في الحياة الاجتماعية : حيث أصبحت التقنيات الاتصالية كالهاتف الجوال و التلفزيون الفضائي و الصورة الفوتوغرافية الرقمية و الأجهزة اللوحية متاحة للجميع و يعود هذا الحضور الاجتماعي المتعاظم إلى أسباب عدة منها انخفاض الأسعار و الطابع المحمول لهذه التقنيات .
- الوفرة المعلوماتية : لقد أفضت التطورات التكنولوجيات الاتصالية الحديثة السرعة و فعالية في تداول المعلومات بطريقة غير مسبقة كما أن التنوع الكبير في مصادر المعلومات و تعددها لم يحدث له مثيل من قبل سواء في الشكل أو المحتوى . لذلك تنسم البيئة الإعلامية الجديدة بالوفرة المعلوماتية التي تنعكس في الأعداد الهائلة للقنوات التلفزيونية و العناوين الصحفية و في المضامين المتكاثرة للشبكة (مليارات الصفحات على الويب) .

¹ جمال الزرن : البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق اعلام المواطن ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 ، ص:20.

² اندريا بيرس و بروس ويليامز ، م، س، د، ص:20

³ الصادق الحمادي : الإعلام الجديد مقارنة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006 ، ص:10 .

- ظهور أشكال جديدة من البث و النشر سمح بها الاندماج : بالنسبة إلى التلفزيون ، إضافة إلى البث على الشبكة الهيرتزمية العادية ، هناك التلفزيون الفضائي الرقمي والتلفزيون الأرضي الرقمي (TNT) و تلفزيون الأنترنت من خلال تقنية (ADSL) و تلفزيون الهاتف الجوال ، كما تعددت منافذ النشر بالنسبة للصحف الورقية التي أصبحت تنشر محتوياتها على مواقعها الإلكترونية الخاصة و على صفحات تنشؤها في شبكات التواصل الاجتماعي .
- ظهور وسائط إعلامية جديدة : كما ساهم الاندماج في تحول بعض التقنيات الاتصالية إلى وسائط إعلامية كالهاتف الذي كان مخصصا للتحدث فتحول إلى وسيلة إعلامية يمكن من خلالها استخدام شبكة الأنترنت و استهلاك المضامين الإعلامية بكل أشكالها كقراءة المقالات الصحفية و مشاهدة الفيديو و الاستماع إلى الإذاعة .
- سلعة المضامين الإعلامية : تتميز البيئة الإعلامية الجديدة بنمو ظاهرة التلفزيون بمقابل ، إذ سمحت تكنولوجيات المعلومات و الاتصال و خاصة تقنيات التلفزيون الرقمي الفضائي بتكاثر القنوات التلفزيونية و أدى هذا التضخم إلى التنافس حول بث البرامج و خاصة الرياضية منها . و تشير سلعة الإعلام إلى المكانة المتزايدة لنموذج المضامين بمقابل و إلى ظهور تقنيات جديدة للتوزيع كالتي تتيحها الأنترنت مثل الفيديو عند الطلب .

4 . 1 . 2 . 2 تحولات تواصلية - ثقافية: تعمل التطورات التكنولوجية الاتصالية على إعادة بناء الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية و الثقافية لوسائل الإعلام و لوسائل التعبير في الفضاء العمومي ، "ذلك أن الأنترنت لم تيسر فقط النفاذ بالمعلومات بل إنها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحوار و الدردشة و الصفحات الشخصية و المدونات"¹ . إن البيئة الإعلامية الجديدة تتحدى النخب السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الإعلامية من خلال إتاحة قنوات اتصال للمواطنين و الأفراد العاديين تمكنهم من الوصول بالمعلومات في جميع المجالات دون الحاجة إلى الصحفي و وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية كما تيسر له سبل تحميل المحتويات و نشرها اعتمادا على تطبيقات بسيطة في الأجهزة المحمولة "فقد مكن الويب 2.0 المستخدمين من لعب أدوار فعالة كمنتجين ، ناشرين وصحفيين و هو الأمر الذي ساهم في وضع المستخدم في قلب النظام البيئي الإعلامي الجديد"²

¹ الصادق الحمادي :: الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، م.س.ذ ، ص: 11

² SONNAC ,Nathalie, *L'écosystème des médias*, Communication [En ligne], Vol. 32/2 | 2013.
URL: <http://communication.revues.org/503010.4000/> , mis en ligne le 08 avril 2014, consulté le 12 novembre 2015 15 :22

4 . 1 . 2 . 3 تحولات مهنية إعلامية : إن عمق التحولات التي تعرفها البيئة الإعلامية لا ترتبط بالتطورات التكنولوجية فقط . فوسائل الإعلام التقليدية لم تؤسس شرعيتها التاريخية على المتغير التقني فحسب ، بل على قواعد ومفاهيم و قيم نموذجية كبرى تقيم عليها رؤيتها لذاتها ، " و قيم ...الإعلام كما تناولتها الأدبيات التي قاربت هذا الموضوع، يمكن تقسيمها، عموما ، إلى خمس سمات أو قيم يتقاسمها معظم الإعلاميين. وهي :

- القطاع العام: حيث يقوم الإعلاميون بتقديم خدمة إعلامية عامة باعتبارهم عين المجتمع على الواقع، والقائمين على جمع المعلومات ونشرها عبر الوسائط المختلفة

- الموضوعية: فالإعلاميون موضوعيون، ومحايدين، وغير متحيزين وأمناء، ولذلك فهم يستحقون أن يكونوا مصادر موثوقة

- الاستقلالية: لكي يستحق الإعلاميون هذه الصفة، يجب أن يكونوا مستقلين، وأحراراً في أداء عملهم

- الانية: يملك الإعلاميون حساً متميزاً في علاقتهم بالأنية، وفورية الأحداث، والسرعة التي تعتبر محايثة لمفهوم الخبر

- الأخلاقيات: يستحضر الإعلاميون في أداء مهامهم الأخلاقيات المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي.¹

رافق التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام خلال السنوات القليلة الماضية ، انهيارا حادا للقيم المذكورة فقد تحرر منتجو المضامين الإعلامية من الانتماء المؤسساتي و بالتالي من الالتزامات الأخلاقية و المهنية ، كما تفصح العديد من العوامل الإيديولوجية و التنظيمية و التقنية و التحريرية المتفاعلة عن صعوبة وجود قيمة الموضوعية في البيئة الإعلامية الجديدة .

4 . 2 مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة :

تتجلى أبرز مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة في اتجاهين اثنين ، يتمثل أولهما في التغييرات الجذرية التي تشهدها وسائل الإعلام الكلاسيكية في إطار سعيها إلى التكيف مع هذه التحولات التي تعرفها البيئة الإعلامية ذاتها و تظهر من جانب آخر في ميلاد جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة و التي اصطلح على تسميتها بالإعلام الجديد .

4 . 2 . 1 تحولات وسائل الإعلام الكلاسيكية : في البيئة الإعلامية الجديدة تمارس التطورات التكنولوجية تأثيرها البالغ على وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية المكتوبة و المسموعة و المرئية ، هذه الأخيرة التي

¹ الصلوق رابح. فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات. م.س.ذ. ص: 147

تشهد تحولات كبرى على جميع المستويات التقنية (تطورات تكنولوجيا النشر و البث و التوزيع) و المؤسساتية (بروز نوع جديد من الإعلام خارج إطار المؤسسات الإعلامية التقليدية) و القائم بالاتصال (المهام الصحفية الجديدة على قائمة الممارسة المهنية إضافة إلى ظهور سلالة جديدة من الصحفيين) المضمون (أنواع جديدة من المضامين) و الجمهور (تجزؤ الجمهور إلى جماهير)

و تساهم الأنترنت بشكل كبير في حدوث هذه التحولات إذ لم تعد مجرد وسيط تستخدمه وسائل الإعلام التقليدية لإعادة نشر و بث محتوياتها استثمارا لمزاياها المتفردة بل إنها أصبحت مجالا يتأسس في إطاره نوع جديد من الإعلام ، فهي إذ تساهم في تغيير البيئة الإعلامية فإنها تفرز من جهة أدوات وتطبيقات إعلامية جديدة ومضامين مستحدثة وتعيد من جهة ثانية تشكيل علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية التي تدعوها لإعادة إنتاج محتوياتها وفق متطلبات الخصائص المستحدثة التي تتميز بها أجيالها الجديدة " فالتطور المستمر لشبكة الأنترنت يجعل منها مجالا خصبا للتجدد و هو ما يتطلب تكيفا موازيا من قبل وسائل الإعلام الكلاسيكية ¹ التي يمكن أن تصنف في هذا الإطار إلى نوعين اثنين ، نوع استوعب التطورات الحاصلة في المجال و سعى في توظيفها لتجديد الممارسة الإعلامية من خلال إنتاج أنواع جديدة من المضامين تماشيا و خصوصيات الوسيط و بناء علاقات مستحدثة مع مستخدمي الشبكة ، هؤلاء الذين يختلفون عن القراء و المستمعين و المشاهدين العاديين بفعل ممارستهم فعل التلقي بإيجابية عالية إذ يقومون من جهتهم بالمساهمة و المشاركة في إنتاج المحتويات و المضامين . أما النوع الثاني فهو النوع الذي يمنعه "الحذر" من استثمار المزايا التكنولوجية لبناء إعلام جديد لا يمكن تجاوز الأخذ بتطبيقاته لأنها جزء من البيئة الإعلامية الجديدة .و يمكن أن نرصد أبرز التحولات في وسائل الإعلام الكلاسيكية على النحو التالي :

- 4 . 1 . 2 . 1 تحولات الصحيفة الورقية : عرفت الصحيفة تغييرات كبيرة بفعل استخدامها للحاسبات

الآلية و شبكة الأنترنت في مختلف مراحل معالجة و إنتاج المواد الصحفية و لعل من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة توظيف الحواسيب في " عمليات المعالجة و الإنتاج الطباعي و تحرير النصوص و الصور ... انتهاء بعمليات الإخراج الكامل للصفحات على الشاشات ، و منها إلىالمجهز الآلي للصفحات أو الطابعة الفيلمية ، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسوب إلىالسطح الطابع مباشرة " ² و يستخدم الكمبيوتر صحفيا على مستويات عدة تتعلق بكل مراحل المعالجة و الإنتاج السابقة لظهور الصحيفة إضافة إلى مكانته الأساسية في عمليات النشر الإلكتروني سواء باعتباره كأداة للنشر

¹الصادق الحمادي : : الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، م.س.ذ ، ص: 15

²سميرة شيخاني : الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 02/01 ، 2010 ، ص: 449

أو أداة للعرض و التخزين ، و يلخص الدكتور عباس مصطفى صادق أهم استخدامات الحواسيب الإلكترونية في المجال الصحفي من خلال النقاط التالية ¹ :

- الحاسب الإلكتروني أداة للإنتاج و المعالجة Processing tool .
- الحاسب الإلكتروني أداة للاتصال Communication tool، حيث يمثل الكمبيوتر أداة رئيسية في جميع نظم الاتصال منفردا أو مضمنا في أدوات الاتصال المختلفة .
- الحاسب الإلكتروني أداة للتخزين Storage tool تعتبر عمليات التخزين وظيفة أساسية للكمبيوتر بأحجامه المختلفة كعملية قائمة بذاتها في سياق تخزين المعلومات بغرض استرجاعها أو بغرض معالجتها
- الحاسب الإلكتروني أداة للعرض Presentation tool لا تخزن المادة الإعلامية كذلك دون عرضها مقروءة أو مسموعة أو مرئية على الكمبيوتر ، و هو نفسه بشاشاته ذات الأحجام المختلفة و سماعاته و بميزاته التي تجمع إمكانات لا تقارن بالوسائل التقليدية ، يعتبر أهم أداة للعرض حاليا .

من جهة ثانية ثورت الأنترنت أساليب الممارسة المهنية و الصحفية و صناعة الأخبار ، و يظهر ذلك على مستويين اثنين ، يتمثل أولهما في التغييرات العميقة التي شهدتها الصحف بفعل استخدامها للأنترنت كوسيط جديد للنشر* خاصة و أنها ، و بفعل جيلها الجديد ، توفر منافذ مختلفة و تتيح إمكانية التأسيس لصحافة شبكات خالصة ** كما طورت الصحف أساليب الأرشفة إلكترونيا على الخط في مواقعها على الشبكة أو خارج الخط على الأقراص المدمجة المعتمدة في تخزين الأعداد السابقة للصحيفة . في حين ينعكس ثاني مستويات التأثير في تسلل الأنترنت إلى طاولات غرف الأخبار ، حيث خلقت نوعا جديدا من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحفي فيما أصبح يعرف بالتغطية الإخبارية عن طريق الحاسوب CAR Computer Assisted Reporting ، حيث باتت الأنترنت تستخدم كأداة للتغطية الإخبارية لنسبة كبيرة من الصحفيين بشكل منتظم في عملهم اليومي بفعل ما توفره من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات .

بناء على ما تقدم يمكن تلخيص أبرز تحولات الصحافة المطبوعة في النقاط التالية :

. النشر المكتبي DTP Desk Top Publishing : و هو المصطلح المستخدم في مجال الصحافة للتعبير على استعمال الحاسوب و برامجه في عمليات تصميم الصحيفة و توزيع المواد الصحفية من نصوص و صور و رسومات على صفحاتها و توضيبها و إخراجها تحضيراً لطباعتها أو نشرها إلكترونيا ، لذلك يعتبر

¹ عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، ص: 54 ، م، د، ص: 54 .
* تمكنت الصحف المطبوعة من إعادة إنتاج محتوياتها إلكترونيا على الخط ، مستفيدة من الخصائص و المزايا التي توفرها الأنترنت كوسيط جديد للنشر ، فتحول الصحف إلى نشر محتوياتها على المواقع الإلكترونية التي انشأتها على الشبكة يعتبر تطورا تقنيا كبيرا بفعل الخيارات التي أصبحت متاحة و التي غيرت الصحيفة شكلا و مضمونا ، و أهمها تقنيات الوسائط المتعددة و التفاعلية و النص الفائق و إمكانية التحيين و التحديث و الأرشفة .
** تعرف الصحيفة الورقية ، شأنها في ذلك شأن بقية وسائل الإعلام الجماهيرية ، تحديات كبرى قد تقضي إلى اعظم تحول في المشهد الصحفي و الاعلامي بفعل التطورات التي كشف عنها الجيل الثاني و التي تُعظم ادوار المستخدمين و تتيح لهم انشاء فضاءات صحفية و اعلامية و ممارسة العمل الصحفي ، و هي التطورات التي تساهم في إعادة تشكيل ملامح وسائل الاعلام تبعا لسعي الأخيرة إلى التكيف و هو ما سنفصل فيه في المباحث القادمة

النشر المكتبي من جهة " بداية الطرق للنشر الإلكتروني " ¹ و يعرف من جهة ثانية باعتباره " استخدام الحواسيب الميكروية في الطباعة و ، و هو نظام طباعي واطئ الكلفة ، له القدرة على تركيب و تشكيل و تجميع كل من النص المكتوب و المخططات و الأشكال المرسومة و الصور على شاشة عالية الجودة باستخدام برمجيات خاصة بهذا الغرض " ²

. النشر الإلكتروني : يتجاوز النشر الإلكتروني حدود استخدام الحاسوب و برمجياته في معالجة النصوص الصحفية و تصميمها و إخراجها ، إلتوفيرها إلكترونيا كمصدر معلومات فوري على الخط On Line من خلال شبكة الأنترنت أو خارج الخط Off line على أقراص مدمجة ، حيث يتمكن المستخدم من الوصول إلى النصوص اعتمادا على برامج خاصة بالبحث و الاسترجاع ، و هو ما أثر في أساليب التحرير و الإخراج و الإنتاج بشكل عام و غير ملامح الممارسة النهائية و أعاد ترتيب مهام القائم بالاتصال كما فعل دور المتلقي و دفعه إلى المشاركة في إنتاج المضامين الصحفية.

- 4 . 2 . 1 . 2 تحولات الراديو : مرت خدمات الراديو التقليدية بمراحل تطور متعددة ، عملت في إطارها القنوات الإذاعية على التوجه نحو تضيق نطاق التغطية إذ حلّ البث الضيق Narrowcasting محل البث الواسع Broadcasting لمخاطبة جمهور مستهدف محدود حيث عرف الراديو "مراحل تحول نحو التوسع في استخدام محطات الراديو منخفضة القوة Low Power Stations () التي تخاطب عددا محدودا من الأفراد أو الجماعات الصغيرة ، كما اتجهت محطات الراديو نحو استخدام نظام التشكيل بالتردد FM للإرسال الإذاعي بدلا من نظام التشكيل بالاتساع AM... حيث تحدث الخبراء عن مفهوم جديد للإذاعة يعتمد على الإذاعات المحدودة أو الضيقة (Narrow - Cast) الموجهة إلى جماعات أقل عددا و أكثر تجانسا " ³ ، غير أن انتقال القنوات الإذاعية إلي البث برامجهما من خلال شبكة الأنترنت يعتبر من أبرز التحولات المستحدثة التي عرفها الراديو على الإطلاق ، حيث تمكن بفعل ما يتميز به الوسيط الجديد من خصائص و مزايا من الوصول إلي الملايين المستمعين اللذين لا تجمعهم منطقة تغطية إذاعية واحدة .

و تلعب التطبيقات الصوتية الجديدة في شبكة الأنترنت أدوارا محورية في التأسيس لأنماط إعلامية إذاعية غير مسبقة أبرزها :

¹ عامر ابراهيم قندجلي و إيمان فاضل السامرائي : تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002، ص:320.

² نفس المرجع السابق، ص: 321

³ سميرة شيخاني، م.س.د، ص:454

راديو الأنترنت : يسمى أيضا إذاعة الشبكة أو الراديو- نت* ، و هي المصطلحات التي تشير إلى استخدام الأنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية و تعرف باعتبارها " برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الأنترنت ، و هو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضا بموجات الراديو ، إنه خدمة إذاعية تبث عن طريق الشبكة و تعرض أفقا واسعا من الخدمات الإخبارية و الرياضية و الحوارية و الموسيقى و المواد الصوتية الأرشيفية " ¹ و تعتبر قنوات البث المتدفق الإذاعية Webcasting أحد أبرز نظم البث الإذاعي عبر الأنترنت و التي تعتمد على تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب أو ما يعرف أيضا بالتسييل** ترجمة للمصطلح Streaming .

البودكاست : يعرف البودكاست تقنيا باعتباره " ملفات صوتية من نوع MP3 مع إضافات برمجية خاصة للتجميع و قراءة العناوين مثل برنامج RSS أو برنامج Atom ليتولى قراءة عناوين الملفات عند توفر الجديد منها كما يقوم البرنامج بالبحث عن ملفات البث الجديدة من هذا النوع و تنزيلها تلقائيا و هو ما يطلق عليه اسم تكنولوجيا الدفع " ² و تشكل كلمة بودكاست تركيبا من الكلمتين Pod و هو الجهاز الذي قدمته الشركة الأمريكية Appel و الذي يسمح بالاستماع إلى الموسيقى المسجلة في شكل ملفات من نوع MP3 و Broadcasting و تعني البث ، و يستخدم المصطلح Podcasting للتعبير عن بث ملفات صوتية من نوع MP3 على الشبكة ليتاح للمستخدمين تشغيل هذه الملفات على الخط On Line أو تحميلها و تخزينها للاستماع إليها خارج الخط . إذ يحقق Podcasting مبدأ المحتوى الصوتي عند الطلب ، الذي لا يرتبط بموعد بث البرامج على الراديو إذ يمكن تحميله عند توفره على الأنترنت أو مباشرة على جهاز الموسيقى المحمول MP3 ، إذ أصبح متاحا للأفراد العاديين إنشاء محطاتهم الإذاعية الخاصة ، يكفيهم في ذلك توافرهم على الصوت الإذاعي و المواد الإذاعية و الكمبيوتر الموصول بالشبكة.

¹ عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص: 219
* يعود تاريخ تطوير أولى إذاعات الإنترنت إلى العام 1993 في الولايات المتحدة، حيث أطلق Carl Malamud برنامج مقابلات عبر الشبكة، يقابل فيها خبيراً تقنياً كل أسبوع و تبث المقابلة عبر الشبكة. وقد كانت تلك الإذاعة تحمل اسم «Internet Talk Radio» وكانت تبث لعدد محدود من الساعات على مدار اليوم، تبعثها أول إذاعة إنترنت تبث على مدار اليوم في أميركا أيضا شهر فبراير من سنة 1995 تحت اسم «Radio HK» الذي انشاه Norman Hajjar من معامل نيو ميديا New Media Lab. وبث من خلاله برامج موسيقية لفرق مستقلة.

** التسييل Streaming هو تقنية لنقل المعطيات في شكل "سيل" متواصل و منتظم من خلال تكنولوجيا تدفق المعلومات Streaming Technology التي تستطيع تشغيل المواد الصوتية و مواد الفيديو، أثناء عملية تحميلها على الإنترنت. ويتم تشغيل إشارات البث في لحظة وصولها. ولما كانت ملفات الصوت ضخمة الحجم، فإن اكتمال وصولها يتطلب وقتا طويلا. ولقد حلت تكنولوجيا التدفق Streaming هذه المشكلة، وذلك بتشغيل الرزم بمجرد وصولها دون الانتظار حتى يكتمل الملف. لذلك تعد هذه التكنولوجيا في حالة البث الحي عبر الإنترنت. و التسييل نوعان :
-التسييل الحي Live Streaming : ترسل المادة ، في هذا النوع بعد ترميزها ، الى الخادم الذي يتولى عملية التسييل و البث عبر الأنترنت ، و يقوم المستمع بالاستماع إليها في نفس الوقت.

-التسييل عند الطلب On Demand Streaming : في هذا النوع ترسل المادة الإذاعية في شكل ملفات الى الخادمو يتم التسييل عند طلبها.

² عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، م. د. ص: 227

و " تستثمر وسائط الإعلام تقنيات الـ Podcast في اتجاهات متعددة إذ تمكن المواقع الإعلامية غير الإذاعية من توظيف هذه التقنية لإضافة خدمات إذاعية إلى مضامينها الكلاسيكية المكتوبة و المرئية كما تقوم المواقع الإعلامية الإذاعية ، و غير الإذاعية ، بتخزين هذه الملفات في شكل أرشيف إذاعي تمكن المستخدم من البحث داخله و تنزيل ما يشاء من برامج ، كما لا تستثني تقنية الـ Podcast أي مجال إخباري¹ ثم أن استغلال تكنولوجيا الـ Podcast في تخزين المحتويات الإذاعية باعتبارها مخزونا ثقافيا شديد الأهمية يجنب المؤسسات الإذاعية صعوبات وتكاليف حفظ هذا المخزون وحمايته من الاندثار.

و تمثل تقنية الـ Podcast تحولا ذو دلالة ليس فقط بالنسبة للإذاعة الكلاسيكية و لكن أيضا بالنسبة لاستخدام الإذاعة على الأنترنت ، إذ تأسس البث الإذاعي على الشبكة ، قبل تكنولوجيا الـ Podcast على تقنية التسييل Streaming الذي يوفر للمستخدم إمكانية الاستماع إلى الإذاعة من خلال البث الحي و المباشر أو من خلال الاستماع إلى البرامج من خلال ما تقدم يتوضح لدينا كيف ان الـ Podcast أعاد بناء مفهوم الإذاعة الذي تأسس تاريخيا على مبدأ البث المباشر و الحي و المتواصل ، حيث تُخلص تقنياته المستمع من سطوة البث الإذاعي المباشر و تحرر " المضمون الإذاعي من الوسيط الكلاسيكي ، إذ يمكن من خلال تقنية MP3 الاستماع إلى البرنامج الإذاعي على كل الأجهزة التي تقرأ ملفات MP3 و هي متنوعة²

- 4 . 1 . 2 . 3 تحولات التلفزيون : يمثل البث التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية نقطة تحول كبرى في تاريخ التلفزيون ، إذ تجاوز حدود و إمكانيات البث الأرضي و تخطى تضاريس الجغرافيا. و تكشف التطبيقات التلفزيونية الجديدة عن طيف غير محدود من الأنواع المستحدثة غير المسبوقة من جهة و نماذج مبتكرة عن أشكال تقليدية ، فهي امتداد لها، من جهة ثانية و منها :
التلفزيون الرقمي Digital TV : و هو النوع الذي يعتبر بمثابة الجيل الثالث في مراحل تطور التلفزيون ، بعد التلفزيون الأبيض و الأسود و التلفزيون الملون، ففي ثمانينيات القرن الماضي و على هامش التقدم في مجال استخدام أجهزة الحاسب الآلي في أنظمة البث الإذاعية و التلفزيونية " أمكن الاستفادة من المعالجة الرقمية للإشارة في مجال الصوت فقط ، و استطاعت أوروبا حينئذ تطوير نظام جديد للبث التلفزيوني من خلال الأقمار الصناعية ... يتضمن إشارة الصوت الرقمية فيما كانت إشارة الصورة لا تزال تناظرية (تماثلية) . و في عام 1993 تبنى المشروع الحيوي المعروف بـ (DVB Digital Video

¹الصادق الحمامي و اخرون : الانترنت و الإذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الإذاعي و التلفزيوني م.س.ذ ، ص:34

²الصادق الحمامي و اخرون : نفس المرجع السابق ، ص:34

(Broadcasting) تبني الدراسات المكثفة الخاصة بمختلف أنظمة البث الإذاعي و التلفزيوني الرقمي ، و قد كانت متطلبات السوق حينئذ تقضي بضرورة الإسراع في إعداد نظام للبث الإذاعي و التلفزيوني الرقمي الفضائي ، و عبر الكابل * و بالفعل أنهى DVB تطوير المواصفات لذلك ، و في عام 1994 بدأت أجهزة الاستقبال الفضائي الرقمي و أجهزة الاستقبال من الكابل تغزو أسواق أوروبا و كثيرا من بلدان العالم ¹ .

و يعرف التلفزيون الرقمي باعتباره " نظام اتصال لبث و استقبال الفيديو و الصوت بواسطة الإشارات الرقمية ، و يقصد بترقيم البرامج التلفزيونية ... استخدام التكنولوجيا الرقمية في عمليات التصوير و التحرير و الإخراج و البث للبرامج التلفزيونية " ² و كذا نقلها و استقبالها . وانتقل البث الرقمي من الفضائيات إلى القنوات التلفزيونية الأرضية تبعا لكفاءته في تقديم الصورة و الصوت بمستوى جودة عال مقارنة بالبث التماثلي **.

التلفزيون التفاعلي Interactive TV : الذي تمتد جذوره إلى استخدام الهاتف لطرح الأسئلة و المشاركة في البرنامج و تقديم طلباته ، وانتشر هذا الشكل التفاعلي بظهور الهاتف الخليوي (SMS) و MMS و الأنترنت (البريد الإلكتروني أو موقع الوسيلة الإعلامية على الشبكة و حاليا صفحات البرامج على شبكات التواصل الاجتماعي) حيث تمكن المشاهد من ممارسة أدوار أكبر في تحديد مسارات البرامج التلفزيونية " و لكن مفهوم التلفزيون التفاعلي أكبر من ذلك ، فقد اعتمد تجمع شركات المصنعين نظاما جديدة مثل نظام MHP (Multimedia Home Platform) و تكنولوجيا التلفزيون المفتوح Open TV و التي تمكن المشاهدين من تصفح الأنترنت من على شاشة التلفزيون، إضافة إلى الألعاب و التسوق و التصويت و غيرها " ³ و تجدر الإشارة إلى أن مصطلح التلفزيون

¹ الصادق الحمامي و اخرون :نفس المرجع السابق ، ص: 43 44

² عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، ص: 246

* تلفزيون الكابل cable television : هو نظام لتزويد القنوات التلفزيونية للمشاهدين من خلال الألياف البصرية أو عن طريق الكوابل المحورية بخلاف الطريقة التقليدية والتي تكون عن طريق الجو (موجات الراديو) والتي تتطلب وجود الهوائي. بدأ بث تلفيزيون الكابل بالمملكة المتحدة في عام 1938 بـ Bristol للمنزل التي لا تستطيع النطاق الارسل الهوائي، في عام 1940 و عام 1950 نشأت في الولايات المتحدة شركات التلفزيون ، كما بدأت خدمة تقوية المحطات لتصل إلى المشاهدين الذين لا يمكن ان يصل البث التلفزيوني اليهم و سمي هذا النظام بـ Community Antenna Television CATV و الذي يعتبر اول ظهور لنظام الكابل التلفزيوني و كانت بداية البث بهذا النظام في Arkansas و Oregon و Pennsylvania في الوقت نفسه تقريبا في اواخر 1940

** يحدد عباس صادق المزاي التي يقدمها التلفزيون الرقمي مقارنة بالتلفزيون التماثلي التقليدي على النحو التالي :

- استخدام القنوات صغيرة النطاق الترددي و هو ما يساعد على تحرير مساحات البث لعدد اكبر من القنوات الرقمية بدلا من تحويل الصورة و الصوت إلى موجات فان التكنولوجيا الجديدة تحولها إلى سلسلة من الارقام التي يمكن نقلها عبر الهواء ، ثم استقبالها بواسطة الهوائي .

- يتميز البث الرقمي بصوره الواضحة و بجودة الصوت و سعة البث الكبيرة و قدرته على تجنب التشويشات -البرامج الرقمية تغير نمط مشاهدة الناس للبرامج التلفزيونية ، حيث يستطيع المشاهدون اختيار البرامج المفضلة لهم بناء على رغبتهم يمكن ان يحول جهاز التلفزيون الى كمبيوتر و الذي يمكنه بدوره الاتصال بشبكة الانترنت ، و من ثم استقبال البرامج التفاعلية و حمل المزيد من القنوات.

³ عباس مصطفى صادق : نفس المرجع السابق ، ص: 269

التفاعلي يستخدم للإشارة إلى توافر خاصية التفاعلية في تلقي المضامين السمعية البصرية وفقا لمستويات متعددة*

التلفزيون فائق الوضوح High-Definition Television: الذي يمثل نسقا جديدا للبث التلفزيوني فاعتمادا على الإشارات الرقمية ، تمكن التلفزيون فائق الوضوح من تقديم صورة عالية الجودة و صوت رقمي عالي النقاء .و قد عبّر الاتحاد الدولي للاتصالات عن أهمية التلفزيون فائق الوضوح معتبرا انتشاره إيذانا " باستحداث بيئة جديدة تماماً للبث التلفزيوني"¹ و تجدر الإشارة إلأن التطور في تكنولوجيا البث التلفزيوني قد رافقه تطور مماثل في صناعة شاشات العرض التلفزيوني التي تتماشى و تكنولوجيا البث الرقمي .

حاليا يعرف الإعلام المرئي تحولات كبرى بفعل التكنولوجيات الاتصالية و التطور في سرعة الاتصال بالإنترنت ، حيث انتقلت المؤسسات التلفزيونية من بث محتوياتها عن طريق الأنظمة الأرضية و الكوابل و الأقمار الصناعية إلى بثها من خلال شبكة الأنترنت ، إذ ظهر نوع جديد من البث الشبكي الذي يعمل على التأسيس لأنواع تلفزيونية غير مسبقة ، تقدم المحتويات و المضامين وفقا لخصائص و مزايا مستحدثة أثرت على المضمون نفسه و خلقت نمطا جديدا من المشاهدة ، تحول فيها المشاهد إلى مشارك فعال في صناعة المضامين التلفزيونية ، و لعل أبرز مظاهرها تلفزيون الأنترنت:

- تلفزيون الأنترنت : و الذي يطلق عليه أيضا اسم تلفزيون بروتوكول الأنترنت IPTV و هو " نظام قائم على توفير خدمة البث التلفزيوني الرقمي باستخدام بروتوكول الإنترنت IP ، أي عبر شبكات الكمبيوتر و الأنترنت، والتي كثيرا ما تعمل باستخدام بنية تحتية و خطوط انترنت ذات نطاق عريض broadband ، وبشكل عام فإن الفرق الأساسي بين نظام IPTV ونظم التلفزيون التقليدية هو استخدام شبكات الحاسوب و الأنترنت بدلا من طرق البث التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهدين." ²

*يحدد عباس مصطفى صادق مستويات مختلفة للتلفزيون التفاعلي هي :

-التفاعلية بواسطة جهاز التلفزيون : هي أبسط التطبيقات باستعمال جهاز التحكم عن بعد لإحداث سلوك تفاعلي للتجول في القناة التلفزيونية و قد تطور ليشمل الفيديو عند الطلب ... و توقيف الصورة و تجنب عرض اعلان تجاري ... و هذا النظام لا يغير أي محتوى يتم بثه فقط بإمكان المشاهد التحكم في طريقة مشاهدته للمحتوى ، و هذا النوع من التلفزيون التفاعلي بسيط ولا يفسر المعنى العميق للتفاعلية المقصودة

- التفاعلية بمحتوى البرنامج التلفزيوني : و هي واحدة من أهم تطبيقات التلفزيون التفاعلي ، تعني ان البرنامج المعروض يمكن ان يتغير وفقا لمساهمة المشاهد ، مثل ان يختار المشاهد تفاصيل و نهايات المواد الدرامية ، و النموذج البسيط الذي يتمتع ببعض النجاح يتمثل في تلك البرامج التي تضم نظاما الاستطلاع آراء المشاهدين بما يشمل أسئلتهم و تعليقاتهم بما يغير اتجاه البرنامج .

-التفاعلية مع محتويات البث : و التي تمثل انقلابا في الطريقة التي نشاهد بها التلفزيون و الامثلة على هذا النوع تتضمن طلب الحصول على المزيد من المعلومات حول المحتوى التلفزيوني .

¹الاتحاد الدولي للاتصالات : **التلفزيون فائق الوضوح: انطلاقا لعصر جديد** ، نشرة اخبارية ، جنيف ، ماي 2012 ،

https://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2012/pdf/31-ar.pdf ، وضعت على الخط 10/05/2012 ، تم الاطلاع عليها

13:34، 2013/12/15

²احمد بايوني: **تلفزيون «الانترنت» يحدد مستقبل البث الفضائي** ، صحيفة اليوم ، العدد 13941، الثلاثاء الموافق 16 أغسطس

2011/08/16 http://www.alyaum.com/article/3024499، وضعت على الخط 02:10، 2013/12/15 تم الاطلاع عليها

* يخطط الكثيرون بين تلفزيون الانترنت Internet Television وتلفزيون بروتوكول الانترنت Internet Protocol Television الذي يشار إليه

اختصارا بـ IPTV: إلا أننا في الواقع إمام نوعين من أنواع التلفزيون الشبكي . فتلفزيون الانترنت ليست خدمة تنزيل أو تحميل Downloading بل

توصيل مباشر Switched video service من قبل شركات الاتصالات . وبينما يتم بث النوعين بواسطة بروتوكول الانترنت IP Internet protocol - إلا أن النقاط النهائية لكليهما تختلف، فتلفزيون بروتوكول الانترنت وهو في

وتتعدد تطبيقات تلفزيون الأنترنت لتشمل ، إضافة الى تلفزيون بروتوكول الأنترنت * ، النماذج التالية

- فيديو بودكاست Video podcast و التي يطلق عليها اختصارا فودكاست vodcast و يشير إلى تسهيل مقاطع فيديو عند الطلب Vido On Demand على الأنترنت باستخدام تقنيات تقييم الوب Web feed، عبر RSS enclosures أو أتوم Atom للفيديو عند الطلب.
- التدوين المرئي أو تدوين الفيديو video blog وتستخدم اختصارا كلمة vlog، و هي نوع من المدونات التي ينشئها أصحابها في المقام الأول لبث أشرطة فيديو من تصويرهم الخاص غالبا أو من خلال تنزيلها من خلال شبكة الأنترنت مع إتاحة إمكانية التعليق من قبل الزوار .
- نظم الفيديو والتلفزيون في الأجهزة اليدوية المتحركة حيث يصطلح على تسمية التطبيقات التلفزيونية التي تقوم على الهاتف المتحرك ومن ضمنها تلفزيون الهاتف المتحرك بـ موبودكاستينغ MoPodcasting. "ويعبر التطبيق عن الإعلام المتحرك Mobile Media أو الإعلام المحمول Portable Media كمقابل لنظام إعلام المكان Location based media الذي يصف إعلام المحطات الثابتة التقليدية مثل التلفزيون في شكله المعروف كما يطلق عليه الشاشة الرابعة Fourth Screen باعتبار أن السينما كانت الأولى والتلفزيون الثانية والكمبيوتر الثالثة وهذا المصطلح برز عام 2004 وتكرّست التسمية عندما اجتمعت الشركات العملاقة للهاتف المتحرك المؤتمر العالمي للخلوي GSM World Congress السنوي في العام 2006 بمدينة كان الفرنسية مؤكدة أنها تعمّدت هذا الاختيار لتكريس البعد الترفيهي في شاشة الخلوي خاصة بعد تطور تطبيقات البلوتوث والواب¹ .¹ و يستخدم مصطلح التلفزيون المتحرك للتعبير عن مختلف الخدمات التلفزيونية عبر شبكات الاتصال التي يستخدم في التقاطها الهواتف الخلوية .
- و يمكن حصر الأشكال المختلفة لتلفزيون الأنترنت وفق التقسيم الذي يقترحه د عباس مصطفى صادق على النحو التالي :

- محطات تلفزيونية تقليدية تبث موادها على الشبكة، وهي تبث بشكل مباشر نفس المادة التي تعرضها في الشاشة التقليدية أو تبث برامج ونشرات إخبار كاملة.
- محطات تقليدية ،تقدم مقاطع منتقاة وأحيانا عند الطلب في مواقع خاصة بها في الشبكة وهذا النوع يتركز بشكل

الغالب يقوم على مبدأ الدفع مقابل المشاهدة Pay per view يصل إرساله إلى المشاهد عبر علية تحويل خاصة Set top box للتحكم في البث وفي عائدات التوزيع . لا يحتاج تلفزيون الأنترنت غير شاشة للمشاهدة واتصال سريع بالانترنت لـ Broadband /online access وهذا النوع يطلق عليه أيضا اسم DSL TV _Digita
¹عباس مصطفى صادق : مستحدثات الإعلام الجديد، 1=http://www.jadeedmedia.com/-2012-04-2-19.html?showall=1 ، وضعت على الخط 19/ 04 / 2006 ، تم الاطلاع عليها 2015/10/23 23:25 ، ص:03.

أساسي في خدمات قنوات الأخبار .

-محطات تلفزيون تقليدية، تبث مواد إضافية يتم إنتاجها بشكل خاص للبث في شبكة الأنترنت.

-قنوات وبرامج تلفزيونية توجد فقط على الأنترنت. وهذا النوع يقدم محتوى مستحدث كلياً ويطور التكنولوجيات

الخاصة بالبث ويقدم مواد مجانية وأخرى عند الطلب برسوم اشتراك محددة.

-مقاطع فيديو تقدمها بعض المواقع مثل يوتيوب وغيرها .

-مواد فيديو مقطعة يطلق عليها الوبياسود . Webisode وهي عبارة عن مسلسلات تلفزيونية تبث عبر

الأنترنت.

- مواقع لبيع وقرصنة الأفلام السينمائية والبرامج والمسلسلات التلفزيونية .

4 . 2 . 2 الإعلام الجديد

ينوه الباحثون ، ممن اهتموا بالضبط الاصطلاحي لمفهوم الإعلام الجديد ، بتعدد المدونة المصطلحية للمفهوم ، و كثرة الصيغ المعبرة عنه و لعل ما يبرر ذلك حداثة الظاهرة و عدم تشكل ملامحها التفصيلية النهائية من جهة و اختلاف المقاربات النظرية في بحث المفهوم و تحليله و كذا تعدد و اختلاف مواقع الباحثين و أهدافهم من دراسة الظاهرة .

لذلك لم يتفق الباحثون في الإجابة على السؤال ما هو الإعلام الجديد ؟ إذ يعتمد بعضهم في ذلك على تصنيف مختلف التقنيات التي يستحضرها المتخصصون في مناقشتهم للمفهوم كالأترنتيت ، المواقع الإلكترونية ، الكمبيوتر ، و الوسائط المتعددة ... في حين يربط آخرون المفهوم بكل ما استحدثه الجيل الثاني للويب من مواقع كالمدونات الإلكترونية و مواقع الويكي و الشبكات الاجتماعية ، في حين لا يستثني البعض منهم وسائل الإعلام التقليدية من الحيز الذي يشكله الإعلام الجديد في إشارة الى استخدام الكمبيوتر في مختلف مراحل معالجة المحتويات الإعلامية .

وعلى نفس النحو يعتمد الباحثون مقاربات مختلفة في تحديد السياقات التاريخية لمصطلح الإعلام الجديد فهناك من يربطه بظهور الأنترنت و الثورة الرقمية ، و هناك من يتصدى للبحث في فكرة الإعلام الجديد بدراسة التطبيقات الإعلامية التي أتاحها الجيل الثاني للويب بينما " يعود آخرون بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف ، و يبنون فكرتهم على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام " ¹ و تفسيرا لهذا الاختلاف يطور الباحث الدكتور عبد الله الزين الحيدري فكرته الخاصة لتحديد السياق التاريخي للإعلام الجديد ، منطلقا من حقيقة أن التحول و التغيير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر كيان الإعلام و الاتصال، حيث يعتبر أن الإعلام جديدا في

¹عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م، س، ذ، ص: 29

كل طور من أطواره "ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة ، و جديداً مع تطور الصحافة المكتوبة و جديداً مع ظهور الفوتوغرافيا و جديداً مع ظهور الإذاعة و جديداً مع ظهور التلفزيون"¹

و يفسّر معهد الإعلام الجديد (The New Media Institute (NMI) * هذا الاختلاف بحدثة المفهوم " فالإعلام الجديد هو مصطلح القرن الواحد و العشرين الذي يستخدم لتعريف كل ما له علاقة بالإنترنت و محصلات التفاعل بين التكنولوجيا و الصوت و الصورة ، و لعل ما يجعل تعريف الإعلام الجديد يختلف يومياً و يواصل فعل ذلك هو أن وسائل الإعلام الجديد و أدواته مستمرة في التطور بطرق سريعة و عميقة"²

4 . 2 . 2 . 1 الإعلام الجديد : مقارنة اصطلاحية

يُعرف الإعلام الجديد في قاموس Cambridge Advanced Learner's Dictionary باعتباره " المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات أو المضامين الترفيهية باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الإنترنت، وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف "³

و يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة " ⁴ و بحسب Lester فان الإعلام الجديد " هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو "⁵

و تعرف PC Magazine Encyclopedia الإعلام الجديد باعتباره " المفهوم الذي يشير إلى وسائل التواصل الجديدة في العالم الرقمي و التي تسمح لمجموعات صغيرة من الناس بالتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومات . بما يتيح لهم التعبير على أنفسهم في مجتمعاتهم و في العالم بشكل عام."⁶

و يعرفه قاموس الكمبيوتر Computing Dictionary عبر مدخلين هما :

" - أن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي و تطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة و التلفزيون الرقمي و الإنترنت . و هو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات

¹ عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد النظام و الفوضى ، دار سحر للنشر ، تونس ، 2012، ص: 18
* معهد الإعلام الجديد (NMI)، ب New York هيئة بحث تتمثل مهمتها في تحسين فهم العامة للفضايا المحيطة بالإنترنت والأشكال الأخرى للاتصالات و وسائل الإعلام الجديد.

² BAILEY Socha and EBER-SCHMID Barbara: what is new media? Defining New Media Isn't Easy, www . new media . org <http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html> , consulté le 20/12/2015 11:15

³ Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press), <http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media> , consulté le 13/12/2015 11:00

⁴ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م، س، ذ، ص: 31

⁵ نفس المكان

⁶ PC Magazine Encyclopedia .Definition of: new media; <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media> , consulté le 20/10/2015 01:25

الشخصية و النقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات و الأجهزة المحمولة في هذا السياق . و يخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت و الفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص و إجراء عمليات الاتصال الهاتفي و غيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

- يشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الأنترنت و تبادل المنافع و المعلومات ، و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع أصواتهم و أصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع¹ و حسب موسوعة الويب Webopedia فإن مصطلح الإعلام الجديد هو "مصطلح عام يظم العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصالات الإلكترونية التي أصبحت ممكنة بفعل استخدام تكنولوجيا الكمبيوتر. هذا المصطلح يتعلق أيضا بالنظم والأشكال الإعلامية القديمة مثل الصحف والمجلات المطبوعة، التي تتميز بمحتوياتها الساكنة و الثابتة من نصوص و صور ورسومات مقارنة بصحافة الإعلام الجديد التي تختلف عنها في ديناميكيته و في حالة التغير المستمر التي تتصف به"²

أما اصطلاحيا فيركز كل من Leah Lievrouw و Sonia Livingstone على السياق الاجتماعي في تعريفهما للإعلام الجديد فهما يعتقدان أن "الإعلام الجديد ، على غرار مظاهر التطور التكنولوجي في المجال تاريخيا ، لم يظهر كمجرد نتيجة خالصة للتطور التقني البحث ، و عليه يجب مقارنة الإعلام الجديد باعتباره ظاهرة سوسيوثقافية . ذلك أن التقنية التي نشأ بفعلها لم تتولد في فراغ اجتماعي ، بل من خلال سيرورة يتخذ فيها المكون الاجتماعي موقعا هاما"³ و لهذا يعرفان الإعلام الجديد باعتباره "مجموع التقنيات الإعلامية و الاتصالية ضمن سياقاتها الاجتماعية التي تظم ثلاث مكونات رئيسية هي :

- الأجهزة و الأدوات التي تمكن الأفراد و تدعم قدراتهم على التواصل و مشاركة المعاني .
- مجموع النشاطات و الممارسات الاتصالية التي يطورها الأفراد بفعل استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات .

- الأنساق الاجتماعية و الأشكال التنظيمية التي أنشأها الأفراد لتأطير استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات
4"

و اعتمادا على التحولات التي عرفها مجال الإعلام بفعل ما حملته الجيل الثاني للشبكة من خصائص و ما استحدثته من مواقع يعرف الإعلام الجديد باعتباره "إعلاما متعدد الأشكال و الوسائط (المكتوب ، المسموع و المرئي) و النماذج (المدونات ، مواقع التواصل الاجتماعي ، صفحات الكترونية ...) يعتمد بشكل أساسي

¹ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، م، د، ص: 32

² new media : http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html , consulté le 24/10/2015 13:15

³ LIEVROUW, Leah A. et LIVINGSTONE, Sonia: *Handbook of New Media* , Op.cit,p :247

⁴ LIEVROUW, Leah: *Alternative and Activist New Media* , Polity Press, Cambridge , 2011,p :09

على شبكة الأنترنت بميزاتها المتعددة و على تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية¹ و عليه يعرف الإعلام الجديد من خلال الإشارة إلى "جملة الممارسات التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات و الاتصال"²

و غير بعيد على هذا الاتجاه ، يرى الدكتور عباس مصطفى صادق أن الإعلام الجديد " الذي لم تتبلور خصائصه النهائية بعد ، قد تولد من التزاوج Convergence بين تكنولوجيات الاتصال والبنث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته " ³ مستخلصا أبرز محدداته بعد مقارنته للمفهوم من خلال مداخل نظرية* مختلفة على النحو التالي⁴:

-الإعلام الجديد ليس بئاً أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم ، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط بل بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة

-أن الأسس التي يقوم عليها الإعلام الجديد تختلف عما سبق وهي تشمل : الرقمية ، التفاعلية ، التشعبية، الفردانية ، التخصص ، الجماهيرية وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات .

-يعكس الإعلام الجديد تغييرا كاملا في وسائل الإعلام القائمة ، تكنولوجيا وتطبيقيا . كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبقة تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة ، هي وسائل الإعلام حسب الطلب

Media Customization تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري. Mass Media

-

¹ علي خليل شقرة : الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان 2014 ، ص:53.

² الصادق الحمالي : الإعلام الجديد مقارنة تواصلية ، م،س،د، ص: 02.

³ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائط و التطبيقات ، م،س،د، ص: 29

*تتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد New Media حيث يحصر Negroponte الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في : استبداله الوحدات المادية بالرقمية ، أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسة في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني ويشترك Crosbie مع Negroponte في نفس الأفكار بالإشارة إلى أن الرسائل الفردية مثلا ، يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر. وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة . " . ويقول : Manovich لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإنه يجب علينا النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم ، والصور والمؤثرات ، والأصوات، والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر . " ويعرفه جونز " Jones الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم.

ويرى Pavlik ضرورة توفير خارطة طريق Road map وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد ، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج ، Production والتوزيع Distribution والعرض Display والتخزين . Storage وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدودا بسبب حالات التلاقي Convergence والتماهي Blurring بين خطوط وسائل الاتصال . "

أما Bolter و Grusin فيربا تكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل Refashioning الذي يطلق عليه تعبير المعالجة أو بلفظ آخر الإصلاح Remediation التي يطرحانها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة. ويقولان: " إن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلاله تكنولوجيات الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام السابقة . "

وينبغي Fidler مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لـ Everett Rogers وروى Paul Saffo التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود كاملة حتى تنسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد ، ويقول Fidler أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Mediamorphosis وهو مصطلح نحته Fidler بنفسه في بداية التسعينيات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والضغط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية

⁴ عباس مصطفى صادق: مستحدثات الإعلام الجديد ، في موقع الاعلام الجديد ، م.س.د ، ص:03

أن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة Metamorphosis عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد One-Way والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية. Interactive Media

- في هذا الإعلام تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكمبيوتر وتصنع عالما اتصاليا جديدا ثنائي الاتجاه Tow -Way له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم .

و هو على هذا الأساس يقسم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية¹:

-الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبقة وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.

-الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف ، وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

-نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

-الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

4 . 2 . 2 . 2 خصائص الإعلام الجديد

إننا ،و إن كنا نشهد تحولاً كبيراً في مجال الإعلام والاتصال، لا ننفردها بمعاصرة "الإعلام الجديد" فقد فعل غيرنا من أجيال مختلفة ذلك في الماضي ، فمجال الإعلام والاتصال قد شهد تغييرات كثيرة و متعددة خلال مراحل تاريخية مختلفة ، صنفت بعضها على أنها ثورات بفعل عمق التحولات التي أحدثتها في البنى الإعلامية والاتصالية القائمة . و لعل أبرزها اكتشاف الكتابة ، التي مكنت الإنسان من استغلال لغة الرموز في تسجيل المعلومات والخبرات، و التي اعتبرت ثورة الاتصال الأولى . كما يذكر التاريخ اكتشاف مطبعة Johannes Gutenberg باعتبارها ثورة الاتصال الثانية ، و التي أتاحت للمجتمع بكل شرائحه من الثقافة و المعرفة ولعبت أدوار فاعلة في التمهيد لظهور الصحافة و بالتالي إشراك كل أفراد المجتمع في شتى مجالات الحياة بشكل لم يسبق له مثيل . و قد " اعتبر Marshal Mc Luhan أن اكتشاف الإذاعة و الفيلم في العشرينيات من القرن العشرين و التلفزيون في الخمسينيات من نفس القرن امتداداً للإنسان ، فالإذاعة امتداد

¹ نفس المكان

لصوت الإنسان و التلفزيون امتداد لبصره ، و أدت هذه الوسائل إلى انتقال المجتمع من الاتصال المكتوب إلى الثقافة السمعية البصرية ... في حين يُعد اكتشاف الحاسب في الستينيات ثورة الاتصال الثالثة إذ نقلت المجتمع من مرحلة الاتصال المسموع و المرئي إلى الاتصال الإلكتروني الذي أعاد النص إلى الاتصال مرة أخرى . و قد سمي الباحثون الذين اعقبوا *Mc Luhan* هذه المرحلة بالاتصال التفاعلي إشارة إلى إمكانية التفاعل المباشر مع الآخر¹ و لعله سيكون من المنصف تصنيف التغيرات الحالية التي يعرفها قطاع الإعلام و الاتصال باعتبارها الثورة الرابعة ، و التي سنعتمد مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عنها . فالإعلام الجديد اكتسب تسميته " الإعلام الجديد " قياسا بالإعلام التقليدي ، الذي كان هو الآخر جديدا في مرحلة ما ، و عليه يستمد الإعلام الجديد صفة الجدة بناء على اعتماده لأدوات و استحدثاته لممارسات إعلامية لم تكن موجودة سابقا ، لذلك فإنه من المنطقي أن يتجدد مفهوم الإعلام الجديد تماشيا و التحولات التي تحدثها التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام و الاتصال ، خاصة و أنها تتسم (أي التحولات) بالسرعة و العمق ... إذ لم يسبق أن أُتيح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر له إلا بعد ظهور ذلك النوع المخصوص من المواقع الإلكترونية التي استحدثتها الويب 2.0 كالمدونات و الشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية كالـ *youtube* و مواقع الـ *Wikis* ، وهي المواقع التي تترجم معنى الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال المؤسساتي التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي تأسيس قنوات إعلامية اتصالية و إيصال رسالته وفق نماذج اتصالية غير مسبقة .

بناء على ما تقدم يمكن مقارنة أبرز خصائص الإعلام الجديد من خلال دراسة ثلاث مظاهر تميزه عن الأنماط الإعلامية التقليدية الإلكترونية السابقة و هي :

- **الاندماج *Convergence***: و الذي يعتبر واحدا من أبرز خصائص و سمات الإعلام الجديد الذي يعني " تدفق المحتويات و المضامين الإعلامية من خلال منصات إعلامية مختلفة و متعددة " ² و التي تنعكس في ترحال المتلقي ، بين الخبرات الترفيهية و الإخبارية المختلفة اعتمادا على وسيط واحد ، لذلك يمثل الاندماج تحولا ثقافيا بفعل دفع المستخدمين إلى تحصيل المعلومات و الأخبار و المضامين الترفيهية وفق آليات مستحدثة من خلال الربط بين محتويات و وسائل إعلام مختلفة .
- **المشاركة *Participation***: ثورت خاصية المشاركة أساليب الممارسة المهنية من جهة و تقاليد تلقي المضامين الإعلامية من جهة ثانية " فالحديث عن منتج للمضامين الإعلامية و متلق لها ، و عما يضطلع

¹عزي عبد الرحمن : اللغة و الاتصال ، مطبوعة غير منشورة ، ص: 02

² JENKINS, Henry: ***Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*** , New York University Press, New York , 2006, p:03.

به كل منهما من مهام بات من الماضي ، ففي الإعلام الجديد يشارك الجميع (منتجون و متلقون) ، من خلال عمليات تفاعلية تلقائية أو منظمة في صناعة المحتوى وفق قواعد جديدة ¹

- **الذكاء الجماعي Collective Intelligence** : يثمن الكثير من الباحثين* ، في مجالات علمية مختلفة ، مبادئ العمل الجماعي . و قد لقيت هذه الأفكار تجاوبا كبيرا في مجال الإعلام و الاتصال بفعل تحقيقها لمبدأ التحقق من الوقائع في ذلك النوع من المواقع المستحدثة عل هامش المزايا التي يوفرها الويب 2.0 و التي تعرف بالمواقع التعاونية على غرار الـ Wikis.

و قد " صكَّ المنظر السبيري الفرنسي Pierre Lévy مصطلح الذكاء الجماعي Collective Intelligence ... الذي يمكن النظر إليه كمركز قوة بديل لوسائل الإعلام " ² إذ لا يمكن لأي شخص أن يعلم كل شيء عن واقعة معينة ، غير أن كل شخص يعرف تفصيلا محددة ، و عملية الجمع بينها من شأنها أن تغطي الموضوع من كل جوانبه من جهة و توفر آلية تلقائية للتأكد من المعلومات و غربلتها من ناحية ثانية على خلفية تطابق التفاصيل و منطقية العلاقة بينها .

- **ما بعد التفاعلية Post Interactivity** : مفهوم اصطلاحي يصف مجمل تلك المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الأنترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها تقنيات Web 2.0 حيث ولجت الأنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن وفق نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many.

4 . 2 . 2 . 3 الإعلام الجديد سلالة جديدة من المواقع الإلكترونية

يرتبط مفهوم الإعلام الجديد ، تبعاً لما يتميز به من خصائص و تأسيسا على الخصوصية التكنولوجية للمرحلة الراهنة ، بسلالة جديدة من المواقع الإلكترونية على الأنترنت و هي تلك التي " استخدم Tim O'Reilly مصطلح الويب Web 2.0 لتوصيفها و التي تتميز ب :

تشجيع المستخدمين للإنتاج و إدارة المحتويات من خلال تفعيل الذكاء الجماعي .
دفعهم إلى الاستمرار في تحديث محتوياتهم و تحيين واجهات حساباتهم.

¹ Loc.cit

*يشير الباحث الاقتصادي Freidrich Hayek في دراسة له حول استخدام المعرفة في المجتمع The use of knowledge in society الى ان معرف الشخص الواحد تظل محدودة وان الحقيقة لا يمكن اظهارها ما لم يتم استثمار الذكاء الجماعي للجماعة . للمزيد من التفاصيل انظر : HAYEK, Friedrich August. **The use of knowledge in society**, The American Economic Review , volume 35 , Issue 4 (Sep , 1945).

² JENKINS, Henry Jenkins : Op.cit,p:04

التشبيك من خلال استخدام محتويات الآخرين و فتح المحتويات الخاصة لإعادة الاستخدام من قبل الآخرين (المشاركة و التعليق) ¹ و التي يمكن تصنيفها في إطار ما يلي من مواقع :

- 4 . 2 . 2 . 3 . 1 مواقع الويكي Wikis : مواقع الويكي Wikis هي نوع من المواقع الإلكترونية التي تسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود غالباً، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع. و تعني كلمة ويكي (/wi:ki:/) بلغة هاواي "بالغ السرعة"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع.

وظهر أول موقع أطلق عليه اسم "ويكي" في 25 مارس 1995 وهو موقع Portland Pattern Repository أي "مستودع بورتلاند للنماذج" الذي أنشأه Ward Cunningham، وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع، وفي أواخر التسعينيات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج الويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، و يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الإنترنت.

تتيح برامج الويكي للزوار تحرير مواضيع الموقع جماعياً و بلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح .و لعل ابرز مميزات مواقع الويكي بشكل عام هو: سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها .

الوصلات المتشعبة في مواقع الويكي

تحتفظ مواقع ويكي بكل محتوياتها في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع ويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة تصل بين الصفحات، ولا يهم موقع الصفحات هنا، على المشارك في تحرير محتويات الويكي أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوصلة وسيقوم موقع ويكي بتفعيل هذه الوصلات، إن كانت الوصلة تشير إلى صفحة موجودة سينتقل الزائر لها، وإن كانت تشير إلى صفحة غير موجودة سيظهر نموذج لإضافة محتوياتها، وعندما تنشأ الصفحة سيقوم موقع الويكي تلقائياً بتفعيل كل وصلة تصل هذه الصفحة الجديدة وهذا جيد جداً.

تنظيم المحتويات في مواقع الويكي

لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع ويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، و عادة لا تحوي مواقع ويكي على صفحات تنظم المحتويات إلا في مواقع ويكي الكبيرة مثل

¹ ANDREWS ,Keith: **Internet and New Media : lecture notes** ,Graz University of Technology Inffeldgasse ,Graz,2011,p:174.

ويكيبيديا ، ففي ويكيبيديا هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظم المحتويات وتقسّمها، هذه المرونة في ويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في ويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدها و التي تناسب.

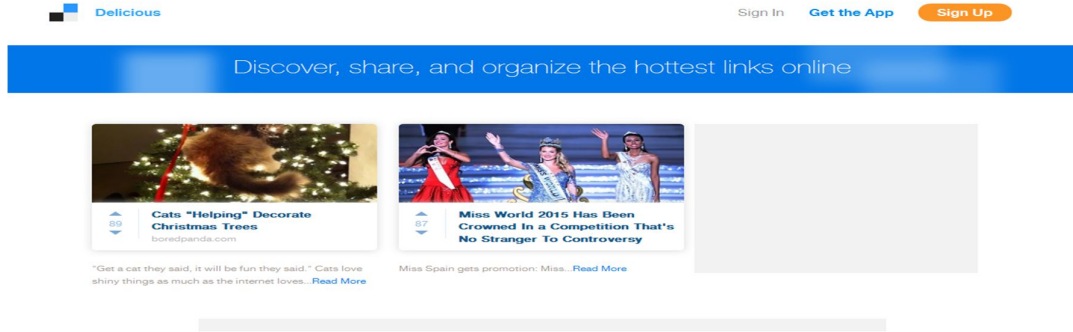
التحكم بالتعديلات في مواقع الويكي

مواقع ويكي صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلاً من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماماً ويمكن لأي شخص أن يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين، وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع ويكي وهي صفحة أحدث التغييرات ، والتي تعرض قائمة بأخر التعديلات التي أجريت على صفحات موقع ويكي، هذه القائمة توفر وظيفتين، الأولى هي عرض الصفحة قبل آخر تعديل، والثانية هي عرض الاختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، بهذا الأسلوب يستطيع أي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن صالحة.

بعض برامج ويكي تقدم خاصية مفيدة، حيث يمكن لشخص ما أن يراقب المواضيع التي تهمة، ويمكنه رؤية التعديلات التي جرت لهذه المواضيع من خلال قائمة خاصة تسمى "قائمة مراقبتي"، فقد لا ينتبه المرء إلى أن صفحة ما عدلت لأنه لم ير التعديل في صفحة أحدث التغييرات، لكن قائمة مراقبتي تضمن أنه سيرى كل تعديل على الصفحات التي يراقبها.

4 . 2 . 2 . 3 . 2 المفضلات الاجتماعية Social Bookmarks : التي يطلق عليها أيضا اسم خدمات الفهرسة الاجتماعية و هي عبارة عن نوع من المواقع التي تقدم خدمة تخزين عناوين مواقع الأنترنت مع إضافة وسوم Tags لوصف محتوى الموقع المخزن مما يجعلها متاحة لأي فرد من أي مكان وباستخدام أي جهاز. و تتأسس مواقع المفضلات الاجتماعية على مشاركة مجتمع المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم .ففي نظام المفضلة الاجتماعي، يمكن للمستخدمين حفظ الروابط لصفحات الأنترنت التي يريدون تذكرها أو مشاركتها أو تذكرها ومشاركتها في نفس الوقت، وعادة ما تكون هذه العناوين عامة ولكن يمكن حفظها بشكل خاص والسماح بمشاركتها مع أشخاص خاصين معينين أو مجموعات معينة، ومشاركة ذلك فقط داخل شبكات معينة، كما يمكن مشاركة الملفات على الصعيد الشخصي والعام معاً. كما يمكن للأشخاص المصرح لهم بعرض مفضلاتهم في أي وقت، من خلال الفئة أو السمات، أو عن طريق أحد محرركات البحث.

" و يعد موقع del.icio.us الذي ظهر في عام 2003م أول مفضلة اجتماعية تقدم تطبيقات وصف المحتوى ، تمتلكها Yahoo و هي من أفضل المواقع المتخصصة بهذا المجال وأشهرها ، تتمثل خدمتها الأساسية في تخزين الروابط وترتيبها " ¹ ومن خلاله يمكن للمستخدمين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت ووضع الكلمات المفتاحية التي تصف الموقع، وبحفظ هذا الموقع في Delicious يصبح لدى كل عضو في هذه الخدمات قائمة من الروابط لمواقع ولمحتويات مفضلة لديه، محفوظة ومفهرسة عن طريق عملية التوسيم Tagging ويمكن للعضو أن يجعل قائمته مُشاعة بين كل الأعضاء المسجلين في نفس الخدمة، ويحق له أيضاً قصرها على نفسه فقط، دون أن يطلع عليها أحد



الشكل رقم (01) يوضح الصفحة الرئيسية للمفضلة الاجتماعية Delicious

و يمكن لكافة المشتركين في هذا النوع من المواقع التعرف على ما يضيفه الأعضاء الآخريين من روابط لمفضلاتهم ، وهكذا تصبح هذه الخدمة عبارة عن شبكة تفاعلية واجتماعية ، يتم من خلالها تبادل مشترك للمفضلات الفردية المفهرسة إلى مجالات مختلفة. من أشهر خدمات المفضلة الاجتماعية إضافة الى موقع del.icio.us موقع [diigo](http://diigo.com)، وموقع [bookmarks](http://bookmarks.google.com) من Google.

مميزات المفضلات الاجتماعية

- إضافة وتنظيم المفضلات من المواقع و الصفحات بأقسام تسمى أوسمة Tags

- متابعة أصدقاؤك لك بالروابط التي تشاركها معهم

- إضافة الأصدقاء لمتابعة روابطهم

- مشاهدة مدى شعبية الرابط وكم عدد الذين أضافوه لديهم

¹عبدالملك الثاري: تعرف على Delicious، في موقع عالم التقنية ، <http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/24/delicious> ، وضعت على الخط 2009/08/24 تم الاطلاع عليها 13:03 2012/10/24

- التعرف على أصدقاء جدد يشاركونك نفس المجال والتخصص من خلال روابطهم المفضلة
- الروابط تكون عامة يمكن الجميع مشاهدتها ولكن يمكن جعل الروابط خاصة لك أو لأصدقائك
- يمكنك وضع ملاحظتك على كل رابط تضيفه وكلمات مفتاحية
- يمكنك نشر الروابط ومشاركتها في مواقع التواصل الاجتماعي
- يمكنك الاستفادة من تصفحك أنت ووضع قائمة بالمواضيع والمواقع الجديدة التي أعجبتك لنشرها في مدونتك
- يمكنك استيراد مفضلتك القديمة في حسابك
- يمكنك متابعة روابط أصدقاؤك من خلال قارئ خلاصات RSS موحد مثل Google Reader
- يمكن تصدير المفضلة في أي وقت لنقلها إلى مكان آخر
- يمكنك مشاهدة الأوسمة الأكثر شعبية والروابط الأكثر شعبية فيها

4. 2. 2. 3 مواقع الشبكات الاجتماعية *Social Network Web Sites*: تعرف مواقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها "نوع من المواقع التي تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب ، و تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد . كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات و الاطلاع على شبكة علاقات الآخرين ، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل موقع على حده" ¹ و قد أحدثت الشبكات الاجتماعية تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات خلال ما تقدمه من خدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات . و يكتسي هذا النوع من المواقع أهمية بالغة في وقتنا الحالي تبعا لاتساع نطاق استخداماته و شعبيته الكبيرة ، إذ تشير الإحصائيات ، المتغيرة على الدوام و بشكل مستمر توجهها نحو الارتفاع حيث "أن استخدام Facebook سنة 2014 قد بلغ 1.3 مليار مستخدم ، و أن موقع youtube يحظى ب 900 مليون زيارة كل شهر و 4.3 مليار مشاهدة للفيديوهات يوميا ، في حين يظم Twitter 645 مشترك مقابل 277 في LinkedIn" ² و تصنف الشبكات الاجتماعية من حيث الإتاحة الجماهيرية إلى نوعين رئيسيين هما

¹Ellison, Nicole B., et al. *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, vol. 13, no 1, p:211.

² مركز معلومات الجوار الأوروبي: *استخدام وسائل التواصل الاجتماعي*، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي الاتحاد الأوروبي، 2014

أولا الشبكات التي تضم أفراد أو مجموعات من الأفراد الذين تربطهم أطر مهنية أو اجتماعية معينة ، و هي مواقع مغلقة لا يسمح فيها بالدخول إلى كافة الناس . أما النوع الثاني فهي الشبكات الاجتماعية المفتوحة للجميع و التي يمكن لأي فرد الانضمام إليها .

و بدأت الشبكات الاجتماعية*في الظهور أواخر تسعينيات القرن الماضي ، على النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم (09) مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة الذين ينتـمـون إلى



التمثيل البياني رقم (09) يوضح : الجدول الزمني لإطلاق أبرز الشبكات الاجتماعية¹

200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم وموقع SixDegrees.com عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص . وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001. و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم يليه موقع Facebook والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع MySpace حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي Facebook بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.

-Google + <https://plus.google.com/>

- youtube <https://www.youtube.com/>

- LinkedIn <http://www.linkedin.com/>

- Bebo <http://www.bebo.com/>

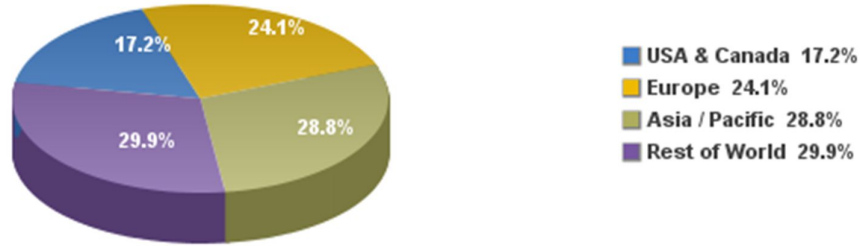
- Xing <http://www.xing.com>

- flickr <https://www.flickr.com/>

¹ ELLISON, Nicole B., et al. Op.cit , p :212.

FACEBOOK DAILY ACTIVE USERS (DAU) from 2013 to 2015 - in millions					
Geographic Regions and Time Periods	FB Users in USA & Canada	FB Users in Europe	FB Users in Asia-Pacific	FB Users in Rest of World	FB Users Total World
2013 Q1	139	179	167	180	665
2013 Q2	142	182	181	195	699
2013 Q3	144	188	189	208	728
2013 Q4	147	195	200	216	757
2014 Q1	150	203	216	233	802
2014 Q2	152	206	228	244	829
2014 Q3	155	212	242	256	864
2014 Q4	157	217	253	263	890
2015 Q1	161	225	270	280	936

الجدول رقم (04) يوضح حجم مستخدمي Face Book بين 2013 و 2015¹

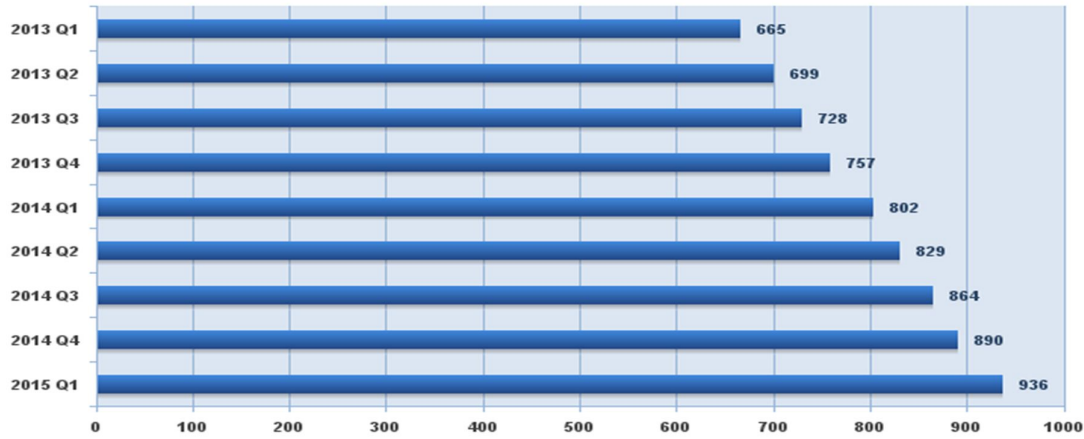


التمثيل البياني رقم (10) يوضح : حجم المستخدمين النشطاء لـ Face Book خلال سنة 2015²

مع العلم أن موقع الشبكة الاجتماعية Facebook يعرف ارتفاعا مستمرا في عدد الأفراد المنتسبين إليه منذ نشأته و هذا ما يبينه الشكل رقم (11)

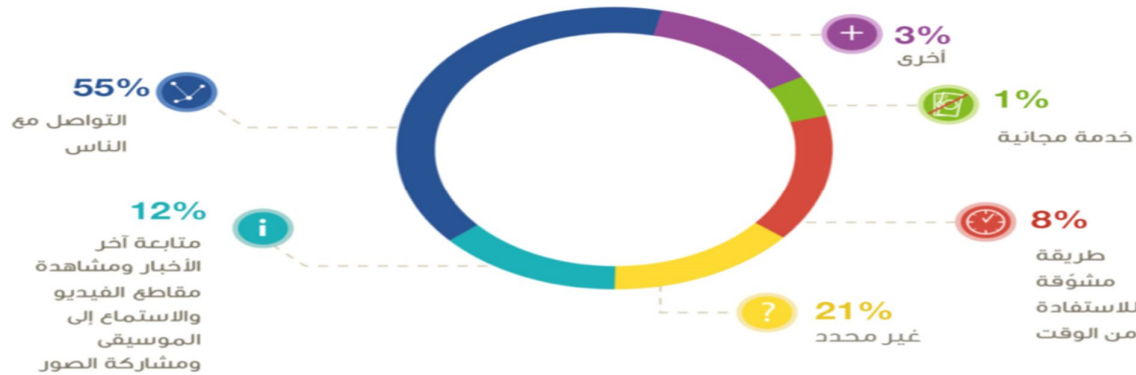
¹ Source : Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>

² Loc.cit



التمثيل البياني رقم (11) يوضح : نمو حجم المستخدمين النشطاء لـ Face Book بين 2013 و 2015¹

و على نفس النحو يعتبر Facebook و باقي الشبكات الاجتماعية أكثر المواقع الإلكترونية شعبية في العالم العربي إذ تمّ إحصاء " منتصف العام 2014 ما يزيد عن 71 مليون مستخدم نشط للإعلام الاجتماعي من بين 135 مليون مستخدم للإنترنت في العالم العربي "² حيث " ينظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي...على أنها تتضمن العديد من الجوانب الإيجابية مما يعزز نوعية حياة الأفراد ، وتحقيق الربحية للأعمال والتفاعل الحكومي مع الجمهور "³ و يؤكد تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي أن أكثر من نصف المستخدمين في العالم العربي يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الناس بشكل أساسي ، في حين جاء الحصول على المعلومات، ومشاهدة مقاطع الفيديو، والاستماع إلى الموسيقى ومشاركة الصور كثاني أهم سبب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي . على النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم(12)



التمثيل البياني رقم(12) يوضح : أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية في العالم العربي⁴

¹ Loc.cit

²نادي دبي للصحافة وبرنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية : نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي، 2014، ص: 07

³ Arab Social Media Influencers Summit : **Arab Social Media Report** , First Report 2015 ,p:05 .

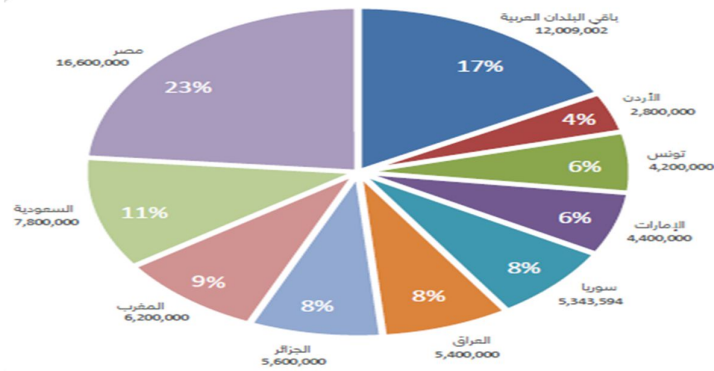
⁴قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب: تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، التقرير 01 ، 2015، ص:03

و في مقارنة بين الشبكات الاجتماعية يوضح نفس التقرير أن الـ Face Book يحظى باهتمام أكبر من قبل المستخدمين العرب مقارنة ببقية مواقع التواصل الاجتماعي، كما يؤكد ما نسبته 89 % من إجمالي مستخدمي الشبكات الاجتماعية في العالم العربي اشتراكهم في Face Book و ممارسة أنشطة مختلفة على حساباتهم و هو ما يؤكد تقرير نظرة على الإعلام الاجتماعي العربي لسنة 2014 ، و الذي يظهر من خلاله أن مصر تحتكر أكبر حصة من مستخدمي Face Book في العالم العربي، تليها المملكة العربية السعودية والمغرب. و أن الإمارات العربية المتحدة تقتطع، على الرغم من عدد سكانها المنخفض، حصة كبيرة من مستخدمي فيسبوك بأكثر



التمثيل البياني رقم (13) يوضح : استخدام Face Book في العالم العربي لسنة 2015¹

من 4.4 مليون مستخدم في البلد، يمثلون ازدياد مليون مستخدم خلال النصف الثاني من العام 2013. و هو ما يتضح من خلال الشكل رقم (14)



التمثيل البياني رقم (14) يوضح : انتشار مستخدمي فيسبوك ونسبتهم المئوية من إجمالي عدد المستخدمين في الوطن العربي نهاية سنة 2013²

¹ Arab Social Media Influencers Summit : **Arab Social Media Report**, Op.cit, p:25 .

² نادي دبي للصحافة وبرنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية : **نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي** ، 2014 ، ص:

و من بين أهم النتائج التي أشار إليها التقرير نذكر¹:

- ارتفاع العدد الإجمالي لمستخدمي Face Book في العالم العربي من 51 مليون مستخدم في ديسمبر 2012، ليصل إلى 71 مليون مستخدماً، نهاية ديسمبر 2013 .
 - ارتفاع المعدل الوسطي لانتشار Face Book في بلدان المنطقة العربية من 13.4 % في ديسمبر 2012 إلى ما يزيد عن 18.5% في ديسمبر 2013
 - انخفاض نسبة المستخدمين الإناث انخفاضاً طفيفاً إلى 32.25 في ديسمبر . 2013 وما تزال هذه النسبة أخفض بكثير من النسبة العالمية التي تصل إلى 50 % تقريباً.
 - انخفاض نسبة المستخدمين الشباب (الذين تبلغ أعمارهم 30 عاماً وما دون)انخفاضاً طفيفاً .و قد بلغت نسبة المستخدمين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً 67.5 % ،في ديسمبر. 2013
 - تستمر الإمارات العربية المتحدة باحتلال المرتبة الأولى على صعيد انتشار Face Book في المنطقة يليها قطر و الكويت و لبنان والأردن .
 - ما تزال مصر تمثل حوالي ربع العدد الإجمالي لمستخدمي Face Book في المنطقة، وحصلت على أعلى رقم من مستخدمي Face Book الجدد في العام 2013 بزيادة تربو على 4.2 مليون مستخدم.
- 4- 2 . 2 . 3 . 4 مواقع التدوين المصغر SitesMicro-blogging**: نموذج عن المدونات في شكلها المعروف ، غير أنها تتميز عنها بكونها أشد اختصاراً و تركيزاً* .و هي الخدمة التي تتيح للمستخدمين تبادل عناصر مصغرة من المحتوى مثل الجمل القصيرة والصور الفردية، أو روابط الفيديو، " و التي تسمى أيضاً بالإدراج المصغر "ولعل ذلك يمثل أبرز أسباب شيوع و انتشار المواقع التي توفر هذا النوع من الخدمة و تنامي شعبيتها بين المستخدمين ، و يعتقد كل من Michael Haenlein و Andreas M. Kaplan أن "السبب الثاني وراء شعبية الـ Micro-blogging هو إتاحتها نوع فريد من الاتصال بين المستخدمين (التواصل دفع دفع سحب Push—Push—Pull communication و الذي تؤسس له عن طريق ما يعرف بالمتابعة following"³

¹للمزيد من المعلومات انظر : نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014

² LOHMANN, Steffen, BURCH, Michael, SCHMAUDER, Hansjörg, et al. **Visual analysis of microblog content using time-varying co-occurrence highlighting in tag clouds**. In : Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces. ACM, 2012. P : 753.

³ KAPLAN, Andreas M. et HAENLEIN, Michael. **The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging**. Business Horizons, 2011, vol. 54, no 2, p107:.

*أبرز المواقع التي توفر هذا النوع من الخدمات:

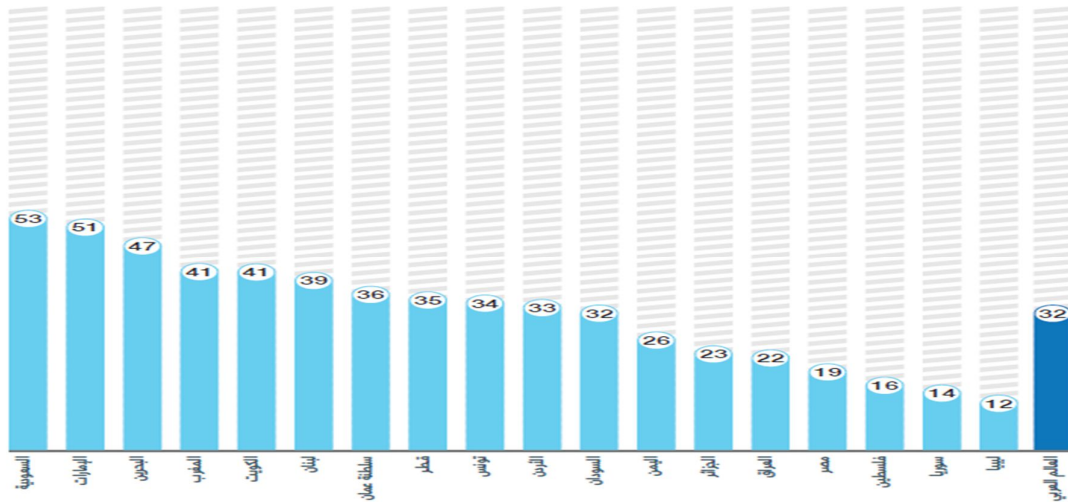
– Twitter <http://www.twitter.com/>
– Tumblr <http://www.tumblr.com/>
– Jaiku <http://www.jaiku.com/>

في العالم العربي تنخفض نسب استخدام الـ Twitter ، أبرز مواقع التدوين المصغر ، خاصة إذا ما قورنت بنسب استخدام الـ Facebook و هو ما يعكسه الشكل رقم (15)



التمثيل البياني رقم (15) يوضح: نسب تفضيل Twitter في العالم العربي لسنة 2015¹

يظهر من خلال ما تقدم أن معدّل تفضيل Twitter منخفض إجمالاً في العالم العربي، حيث ذكر (4%) فقط من إجمالي مستخدمي الشبكات الاجتماعية أنهم يفضلون Twitter و قد سُجل أعلى معدّل تفضيل، حسب التقرير، في كل من السعودية والإمارات العربية المتحدة بنسبة 12% و9%، على التوالي في حين تم تسجيل أدنى معدّل في مصر بـ 1% من إجمالي عدد المستخدمين.



التمثيل البياني رقم (16) يوضح: استخدام Twitter في العالم العربي لسنة 2015²

¹ Arab Social Media Influencers Summit : Arab Social Media Report , Op.cit,p:33 .

² Arab Social Media Influencers Summit : Arab Social Media Report , Op.cit,p:34 .

و يشترك حوالي ثلث مستخدمي الشبكات الاجتماعية 32% في Twitter وقد سجلت كل من من السعودية والإمارات أعلى معدلات الاشتراك في كل ب 53 % و 51 % على التوالي. (ومن جهة أخرى، سُجلت أدنى معدلات الاشتراك في Twitter في كل من ليبيا وسوريا بنسبة 12% و 14 % على التوالي، و هو ما يتّضح من خلال الشكل رقم (16).

4 . 2 . 2 . 3 . 5 المدونات الإلكترونية weblog : في تعريفهم للمدونات يعتمد الباحثون على التعريف الذي تقدمه الـ wikipedia لشموله على كل العناصر، إذ تعرف المدونات باعتبارها " تطبيق من تطبيقات شبكة الأنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورهِ عبارة عن صفحة ويب على شبكة الأنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكّن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها."¹

3 . 4 الإعلام التشاركي participatory journalism

تشهد صحافة النت تغيرات عميقة بفعل التطورات التي تعرفها الأجيال الجديدة للويب و التي مكّنت المستخدمين من تأسيس نظم إعلامية جديدة كلياً و مختلفة جذرياً عن الأنماط القديمة القائمة على محورية أدوار القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية ، حيث استحدث هؤلاء صيغاً جديدة للتواصل مبنية على التشارك و التفاعل و التمازج التبادلي ، ليساهموا بذلك في بناء شكل جديد من أشكال الممارسة الصحفية غير المهنية و هو ما بات يعرف بالإعلام التشاركي participatory journalism أو إعلام الجمهور Public journalism أو إعلام المواطن Citizen journalism أو الإعلام التشبيكي networked journalism أو الإعلام المدني journalism civic أو ما يعرف أيضاً بصحافة المصدر المفتوح Open Source Journalism ، ويدل تعدد و تنوع المدونة المصطلحية لإعلام المواطن على اتساع رقعة النقاشات حول هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة " التي مازال الجدل قائماً حولها ابتداءً بالصيغة الأنسب لمسمائها و انتهاءً بدلالاتها و استتبعاتها الاجتماعية و الثقافية و السياسية ... و يتسم هذا النوع من الإعلام، الذي يعد نتاجاً للتزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة و الرؤى الاجتماعية ، بصبغته الديموقراطية و انفتاحه و تكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة . و يتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط التقليدية إلا أنه يتجاوزها إلى صيغ أكثر تجديداً

¹ موسوعة ويكيبيديا <http://ar.wikipedia.org/wiki/9> تم الاطلاع عليها 16:07 2014/12/12

و جماعية فهو يشمل جمع المعلومات و التحقق منها و غربلتها معتمداً في ذلك على صيغ جماعية الفعل كالمدونات Blogs و الويكي Wikis و الشبكات الاجتماعية Social networks¹

إن واقع الإعلام عامة و الإعلام التشاركي بشكل خاص يؤكد التحولات الكبيرة في أدوار المستخدمين الذين تجاوزوا حدود دائرة رجع الصدى للمضامين الإعلامية المؤسسية و باتوا قادرين على جمع و تصنيف و تحليل المعلومات و الأخبار و إنتاج المحتويات و نشرها عبر أدوات و تطبيقات إعلامية و اتصالية جديدة ليؤسسوا لنوع جديد من إعلام الجمهور ، يمارسه الجمهور من أجل الجمهور by the people for the people الذي يطلق عليه Dan Gillmor تسمية الإعلام القاعدي Grassroots Journalism داعياً للاهتمام بهذا النوع الجديد من الإعلام، الذي أحدث تغييرات جذرية في الممارسات الصحفية و الإعلامية المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية . و يستدل Gillmor على محورية أدوار الإعلام التشاركي في عصرنا الحالي من خلال تبيان فاعليتها في تغطية الوقائع و الأحداث و حجم اعتماد الأفراد عليها في استقاء الأخبار و المعلومات مقارنة بإياها بالأدوار الريادية التي لعبتها وسائل الإعلام الجماهيرية تاريخياً " ففي سنة 1945 تجمع الأمريكيون حول أجهزة الراديو و لازموها لمتابعة الأخبار المستمرة حول وفاة قائدهم Franklin Roosevelt في حين طبعت الصحف نسخاً إضافية لتغطية الواقعة ... حدث مشابه وقع سنة 1963 و لكن مع وسيلة إعلامية جماهيرية جديدة فقد تابع الشعب الأمريكي أخبار اغتيال الرئيس الأمريكي John Kennedy على شاشات التلفزيون ، و على نفس نحو المرة السابقة حاولت الصحف نقل تفاصيل و حثيات الواقعة بطريقتها . و في 11 سبتمبر 2001 تابعت من خلال الشبكات التلفزيونية ... ماذا حدث و قرأنا على صفحات الجرائد كيف و لماذا حدث ما حدث من خلال تحليلها المعمق للواقعة غير أنه ، و على الهامش ، قام الأفراد ، اللذين تمكنوا من استيعاب الخصائص التكنولوجية للشبكة، بنقل تغطيتهم الخاصة للواقعة عن طريق البريد الإلكتروني و القوائم البريدية و جماعات الدردشة و الصفحات الشخصية و المدونات و قد شهدنا بفعل ذلك مستقبل الإعلام²

4 . 3 . 1 الإعلام التشاركي مقارنة اصطلاحية :

يتعثر التحديد الدقيق لمفهوم الإعلام التشاركي بعقبات حدثته و عدم تبلور خصائصه بشكل كامل و كذا وقوف الباحثين المهتمين بدراسته على طرفين متناقضين أولهما يضم أولئك اللذين يتبنون خطابات احتقائية بالمفهوم و يهللون بإمكانياته في تطوير قطاع الإعلام، و يؤسس ثانيهما لرؤية نقدية معارضة و هو ما ساهم في تعدد الصيغ و المصطلحات المعبرة عن الظاهرة " إذ يتسم فضاء الإعلام المواطن بتعدد مدونته المصطلحية ...

¹ الصادق رابح: *فضاءات رقمية*، م.س.ذ.ص: 292.

² GILLMOR, Dan: *We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People*, O'Reilly Media Inc , California, 2004. : pp xx xxi .

و ان كان ذلك يضيف على المصطلح نوعا من الضبابية التي شكلت مداخل للكثير من المعترضين عليه إلا أنه لا ينزع عنه جدته و مشروعيته و تجذره في الممارسات اليومية للمحتفين به و ممارسة "1

ويحينا مفهوم الإعلام التشاركي إلى الخيارات التكنولوجية المتاحة للأفراد و التي تمكنهم من توثيق الوقائع و الأحداث في محيطهم من خلال الصور و التسجيلات الصوتية و المصورة و لعب أدوار نشطة في جمع و تحليل و نشر الأخبار و المعلومات من خلال المنصات المتعددة المتاحة على الأنترنت و هو ما عبر عنه الصادق رابح في دراسته لإعلام المواطن باعتباره الممارسة المواطنة الجماعية التشاركية للعمل الإعلامي التي لا تقصي أحدا.

ظهر مصطلح إعلام المواطن Citizen journalism باعتباره "نشاطا لمواطن أو مجموعة من المواطنين اللذين يلعبون أدوارا نشطة في عملية جمع و تحرير و تحليل الأخبار و المعلومات حيث تتأسس هذه المشاركة بنية مد وسائل الإعلام بمعلومات دقيقة و موثوقة مستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية"2 في التقرير الذي أعده كل من Chris Willis و Shayne Bowman و أطره Jd lasica و هو من وظف لاحقا مصطلح الإعلام التشاركي participatory journalism للتعبير "عن الممارسة الجامعية للفعل الإعلامي ، و توقع ، مبكرا في حوار له على موقع internetactu.net ، أنه يمثل مستقبل وسائل الإعلام "3

و ينتقل Jeff Jarvis إلى ضبط المفهوم من خلال رده إلى السياق الاجتماعي الذي يتحرك في إطاره خاصة و أن وسائل الإعلام الكلاسيكية قد اعتمدت فعلا تطبيقات هذا النوع من الإعلام في مواقعها الإلكترونية و تسعى بشكل مواز إلى توطين محتوياته في مضامينها الإخبارية التلفزيونية و الإذاعية ، مستخدما في ذلك مصلح الإعلام التشبيكي networked journalism إذ يعتقد أنه "المصطلح الأكثر ملاءمة للتعبير عن الظاهرة ذلك أنه يستوعب الطبيعة التعاونية لهذا النوع الجديد من الإعلام الذي يعمل من خلاله الصحفيون المحترفون جنبا إلى جنب مع الصحفيين المواطنين... يتجاوزون في ذلك الحدود التقليدية القديمة و يتشاركون الأخبار و المعلومات و الحقائق و الأفكار و وجهات النظر "4 و يأخذ Deuze بنفس المصطلح باعتباره "نوعا من العمل الإخباري المتاح للمحترفين و الهواة من الصحفيين و المواطنين المستخدمين

¹الصادق رابح: فضاءات رقمية، م.س.ذ،ص:307.

² BOWMAN, Shayne et WILLIS, Chris: **We Media : how audience are shaping the future of news and information** , the media center at the American press institute , 2009.p:09

³FIEVET, Cyril: LASICA, Joseph D: **"Les médias citoyens sont l'avenir des médias"**<http://www.internetactu.net/2005/04/28/jd-lasica-les-mdias-citoyens-sont-lavenir-des-mdias/> mis en ligne le 28/04/05 consulté le 11/09/10 22 :15

⁴JARVIS, Jeff: **Networked journalism**<http://buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism/> mis en ligne le 05/07/05 consulté le 17/05/14 01 :33

و المنتجين للمحتويات و المضامين في بيئة شبكية تتيح طرقا جديدة كليا في تنظيم إنتاج المحتوى بشكل تعاوني لا مركزي اعتمادا على تشارك المصادر و المخرجات على نطاق واسع"¹

و يستخدم " Andreu Leonard مصطلح إعلام المصدر المفتوح *Open Source Journalism* الذي نحتة سنة 1999 للتعبير على ما يسميه الأشكال التجديدية للنشر الإلكتروني و طيف واسع من منشورات الأنترنت خاصة تلك التي تتبدى فيها مظاهر المشاركة مع الجمهور مثل أخبار الويكي *wiki news*"²

و يتقاطع مصطلح الإعلام التشاركي في الكثير من مضامينه مع المصطلح الذي روج له Jay Rosen قبل ظهور الأنترنت و هو الإعلام المدني *journalism civic* حيث يشير إلى ذلك النوع من الإعلام الذي يميل إلى المحلية و التشارك و الجماعية و يؤكد على المسؤولية في ممارسة السلطة و يعرف باعتباره "رد فعل منطقي و طبيعي على العديد من الأمراض والعلل التي تعيشها مؤسسات الصحافة كانهيار نسبة القراء و غياب ثقة المواطن و المسؤول في الصحفي و إساءة الصحافة للممارسة الديمقراطية من خلال تركيزها المفرط على التغطية الصدمية للأحداث"³

حيث يرصد عباس مصطفى صادق ثلاثة أبعاد سياسية يحققها هذا النوع من الإعلام، فبفضل وسائل الديمقراطية المحمولة المختلفة تحقق حلم المجتمع المدني في الحصول على وسيلة اتصال جماهيرية تتصف بما يلي من مميزات :

- ثلاثية الاستخدام السياسي ,حيث يستطيع الفرد صناعة المحتوى السياسي و استقباله و إرساله و ذلك بالاستفادة من إمكانيات الهاتف النقال و قدرته على التصوير و الاتصال بالأنترنت و غيرها من الخدمات المختلفة .

- القدرة على المشاركة السياسية : من أي مكان و في أي زمان و ذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة و متابعة الحدث من مكان حدوثه مباشرة و بمرونة فائقة.

- المشاركة الشخصية : تعتبر الديمقراطية المتحركة عملا فرديا تطوعيا حرا غير خاضع لتوجهات منظمات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافا لوسائل الإعلام التقليدية.

و يذهب البعض الآخر إلى اعتماد مصطلح الإعلام البديل *Alternative Journalism* للتعبير عن الظاهرة أي الإعلام المناهض للإعلام التقليدي حيث يُنظر للإعلام البديل كنتاج لتدهور العلاقة بين الأفراد و وسائل

¹ DEUZE, Mark, Bruns, Axel, et Neuberger, Christoph. *Preparing for an age of participatory news*. Journalism , practice, 2007, vol. 1, no 3, p. 324

² عباس مصطفى صادق : : *الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات* ، م س د ، ص: 186

³ جمال الزرن : *البيئة الجديدة للاتصال أو الأيكوميديا عن طريق اعلام المواطن* ، م.س.د، ص: 22

الإعلام التقليدية و انهيار ثقافتهم في ما تبثه و تنشره من مضامين ، حيث يتجه الأفراد إلى إنشاء قنوات إعلامية و اتصالية مستحدثة ، يستثمرون في ذلك المزايا التي تتحها التكنولوجيات الاتصالية الحديثة ، حيث يصبح إعلام المواطن في هذه الحالة إعلاما بديلا يؤمن للمواطن المتلقي المعلومات الصحيحة و الدقيقة و يغنيه عن تلقي الخطاب الإعلامي التقليدي الخاضع للرقابة و التعقيم و الأجندات السياسية و الأولويات التجارية .

ويصطلح على النوع الخاص من المضمون الناتج عن العملية الإعلامية ، ذات السيرة الخاصة و المختلفة عن العملية الإعلامية التقليدية ، و التي يمارسها نوع مختلف من المنتجين بـ "المحتوى الذي ينتجه المستخدمون User Generated Content" و الذي يطلق عليه أيضا ¹ consumer-generated media ، ذلك انه يمثل المضمون الذي ينتجه مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم و بشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية و يستهدف مستخدمين آخرين باعتباره المضمون الذي ينتجه الجمهور للجمهور. فهو "المحتوى الذي تتم صياغته جماعيا من خلال شبكة الأنترنت خارج إطار الممارسات الإحترافية" ² تميزا له عن المحتويات التي يمكن أن ينتجها صحفيون محترفون على نفس النوع من المواقع ، على غرار المدونات الإلكترونية التي يديرها صحفيون محترفون ، لذلك فإن المحتوى الذي ينتجه المستخدمون "مصدره أفراد عاديون يقومون طواعية بنشر معلومات و بيانات و مواد إعلامية لأهداف إخبارية أو ترفيهية" ³ و قد دفعت عدة عوامل باتجاه انتشار هذا المفهوم من بينها " تصاعد أهمية الأنترنت لتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم و نشرها ببسر و سهولة ، و كذلك الاعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلامي ، و سهولة التوصل و الاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين ، و انتشار مساهمات المستخدمين في ساحات و منتديات الأنترنت و المدونات و المواقع المختلفة ، و عبر الوسائل التفاعلية المتنوعة ، و تصاعد التنافس بين المؤسسات الإعلامية لشراء أكثر المواقع استضافة لمضامين المستخدمين و مساهماتهم التي يتوقع أن تتضاعف بتطور الويب 0.2 الذي يعتبر المظلة التي وفرت العديد من الأشكال التفاعلية التي تسمح للمستخدمين بتقاسم و تشارك المعلومات مع بعضهم البعض" ⁴

4 . 3 . 2 الإعلام التشاركي: النشأة و التطور

يربط Gillmor الإعلام التشاركي بنشأة الولايات المتحدة الأمريكية خلال القرن الثامن عشر " حين تبنى Ben Franklin اتجاهها جماهيريا في إدارة صحيفته *Pennsylvania Gazette* وهو ما يعتقد أنه كان

¹ Interactive Advertising Bureau (IAB) Platform Status Report: **User Generated Content, Social Media, and Advertising, An Overview**, Interactive Advertising Bureau , April 2008,p:1.

² BALASUBRAMANIAM Niroshan: **User-Generated Content**, Business Aspects of the Internet of Things Seminar of advanced topics, Swiss Federal Institute of Technology Zurich, June 23, 2009,p:28

³ KRUMM, John, DAVIES, Nigel, et NARAYANASWAMI, Chandra : **User-generated content**, IEEE Pervasive Computing, 2008, no 4, p:10

⁴ السيد بخيت: **الحوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية : دراسة في المفاهيم و بيئة العمل** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 09 العدد 02 ، ديسمبر 2009، ص: _ _

سائدا في تلك الفترة ،حيث كانت الجرائد غالبا ما تعتمد على عامة الناس للعمل كجامعي أخبار Newsgethers و يشير في نفس الإطار إلى كُتاب المطويات الذين خاطروا بأنفسهم في سبيل نشر كتاباتهم حول الثورة والحرية أواخر القرن الثامن عشر قبل سن أول دستور لضمان حرية التعبير والصحافة في الولايات المتحدة" ¹

و عبر Tom Curly رئيس وكالة الأنباء الأمريكية Associated Press عن العمق التاريخي للمحتوى الذي ينتجه المستخدمون في محاضرة له ضمن فعاليات The media center's we media سنة 2005 قائلا "إننا نتعامل في مجال عملنا بوكالة الانباء يوميا مع هذا النوع من المحتويات وأن مؤسسته سباقه في اكتشاف أهمية المحتوى الذي ينتجه المستخدمون قبل قرن من الزمن مستعرضا صورا فوتوغرافية إخبارية التقطها هواة على مر عشرات السنوات من الألفية الماضية، معتبرا السبب المباشر لبروز هذا النوع من المحتويات مؤخرا هو التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال" ²

ويعيد " Philip Meyer الإرهاصات الأولى للإعلام التشاركي إلى ما يطلق عليه الحركة الجديدة لصحافة الجمهور Public journalism التي بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1988 كإجراء تعويضي لتآكل الثقة في مصادر الاخبار التقليدية" ³ و هو ما اعتبر لاحقا بمثابة البداية الفعلية لأعتى تحولات الفضاء الإعلامي "حدث ذلك في ولاية Kansas الأمريكية أثناء الحملة الانتخابية لحاكم الولاية إذ امتعض الصحفي Davis Merritti من الشكل الذي جرت عليه الانتخابات الرئاسية ، فقرر عدم الالتزام بالتغطية الصحفية الكلاسيكية لانتخابات حاكم الولاية معلنا على واجهة صحيفته Wichita Eagle أنه سيعطي الأولوية لتغطية المواضيع التي تشغل بال المواطن والرأي العام عوض الاهتمام المفرط بالخطب والندوات الانتخابية للمرشحين ونشاطاتهم التي تشرف عليها عادة شركات متخصصة في العلاقات العامة والتسويق السياسي" ⁴

في حين يفضل Stuart Allan أن يؤرخ للإعلام التشاركي من خلال رصد استخدام المصطلح للتعبير عن الظاهرة في المجال الإعلامي ، ويرجعه إلى تسونامي جنوب آسيا نهاية العام 2004 حين استخدم النقاد والمراقبون المصطلح للتعبير عن التغيير العميق الذي عرفه المشهد الإعلامي بفعل اتجاه وسائل الإعلام الجماهيرية في تغطيتها للكارثة إلى الاعتماد على الصور ومقاطع الفيديو التي التقطها الأفراد الذين شهدوا الحدث وضمنوها مدوناتهم الإلكترونية وصفحاتهم الشخصية على شبكة الأنترنت ، " وهو ما عبرت عنه صحيفة The Independent البريطانية لاحقا في عددها الصادر يوم 3 جانفي 2005 التي نقلت عن منتجي ومصوري وسائل الإعلام أن مؤسساتهم الإعلامية ترسلهم ، ليس إلى موقع الحادثة لتصوير أثارها ، وإنما إلى المطارات

¹ GILLMOR, Dan: **We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People** Op.cit,p :01

² FRIEND, Cecilia and SINGER, Jane b: **on line journalism ethic:traditions and transitions**,M ESharp Inc Armonk,NewYork, 2007,p:152

³ عباس مصطفى صادق :: **الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** م س ذ ، ص:186
⁴ جمال الزرن : **البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن** ، م س ذ ، ص:23

حيث كان أولئك الذين صوروا الحدث متجهين إلى منازلهم يحملون كاميراتهم التي وثقوا بها تفاصيل الكارثة لحظة وقوعها¹

على هدي ما سبق يمكن أن نستنتج أن الإعلام التشاركي قد مر في مسيرته بمراحل مختلفة بدأت في شكل مبادرات محتشمة و منعزلة باعتبارها تجارب متفردة لبعض وسائل الإعلام التقليدية التي تبنت آليات بدائية للتعاون مع الجمهور في إنتاج نوع مخصوص من المضامين، ومن أشهرها بريد القراء والرد على استفسارات الجمهور، بيد أن هذه الظاهرة شهدت في السنوات القليلة الماضية تحولات كثيرة في عالم الإعلام والصحافة، وخاصة مع تزايد الاعتماد على الأنترنت سواء من قبل الجمهور أو من قبل وسائل الإعلام، لتمتعها بسمات وخصائص لا تتوافر في البيئة الإعلامية التقليدية، وبفعل التزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والتغيرات العميقة في المجتمعات مع اختلاف بناها، أصبحت الظاهرة السمة الأبرز في المشهد الإعلامي لهذا العصر، و على هذا النحو يعرض جمال الزرن تطور الإعلام التشاركي من خلال مرحلتين رئيسيتين² هما:

مرحلة الحركة التصحيحية الداخلية المرتبطة ما يعرف بالإعلام المدني حيث تلزم وسائل الإعلام صحافييها بالبحث عن الجمهور، والتحدث مع الجمهور و التعرف إلى الجمهور وتوقعاته ورغباته . و الجمهور هنا ليس الجمهور المتوقع الذي يختاره الصحفي ليدعي بعد ذلك معرفته بالآراء خارج غرفة الأخبار بل هو جمهور عشوائي تختاره الصحيفة أو دار النشر من الخارج بأسلوب غير قصدي، وتعتبر هذه الجزئية أهم مقومات بناء الإعلام المدني ويعود الاتجاه الذي تبنته العديد من الصحف الأمريكية التي تلزم صحافييها بضرورة تنظيم جلسات أسبوعية ودورية مع عامة الناس .

مرحلة الحركة التصحيحية الخارجية و التي بدأت نهاية القرن الماضي ومن أبرز مظاهرها انتشار المدونات الإلكترونية التي اعتبرت أوضح تجليات إعلام المواطن فهي كظاهرة اتصالية تبدو نتيجة حتمية منطقية لمسيرة الثورة التكنولوجية التي عرفتها شبكة الأنترنت هذه الأخيرة التي مكنت الأفراد بفعل ما تتميز به من خصائص تكنولوجية غير مسبقة من توثيق الوقائع والأحداث ونشرها ثم التعبير عن آرائهم تجاهها و مناقشة آراء الآخرين ومواقفهم ، و حررتهم من جهة ثانية من قبضة القنوات التقليدية للأخبار والمعلومات . حيث اتجه الأفراد ، سعياً لإشباع نهمهم الإخباري ، إلى هذا النوع الجديد من الإعلام لما يتميز به من شفافية فهو مرتبط بالأفراد غير خاضع لمنطق التسيير المؤسسي الذي تحكمه الأجندات السياسية والمصالح التجارية .

¹ ALLAN, Stuart. **Citizen journalism and the rise of 'mass self-communication: Reporting the London bombings**. Global Media Journal, 2007, vol. 1, no 1, p:03.

² جمال الزرن : **البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن** م س ذ ، ص:32

4 . 3 . 3 الإعلام التشاركي: حين يضيف الإعلام التقليدي الشرعية الإعلامية على إعلام المواطن

لقد أسست التكنولوجيا الحديثة لإعادة النظر في القيم ومراجعة القواعد التي تحكم الفضاء العمومي باعتبار الحق في الإعلام أرقى أشكال التعبير عن المواطنة ، فأعادت صياغة العلاقة بين وسائل الإعلام الكلاسيكية و جماهيرها و ساهمت ، من خلال فضاءات النشر الإلكتروني على الخط المتاحة للأفراد ، في تحويل العمل الإعلامي و الصناعة الإخبارية من فعل مؤسسي إلى فعل مواطني تشاركي في إطار ما بات يعرف بالإعلام التشاركي الذي أخذ فيه أفراد عاديون زمام المبادرة في ممارسة الوظائف المنوطة بالمؤسسات الإعلامية والمتعلقة بتوفير المناخ السليم للديمقراطية وخدمة الصالح العام ليتحول بذلك إعلام المواطن إلى سلطة خامسة تسعى إلى تحرير الإعلام بوصفه سلطة رابعة من قبضة التبعية السياسية الاقتصادية وأسر التوظيف النخبوي المصلحي الذي يعانيه

في هذا السياق يعتبر Jay Rosen الذي يقود مناصرة هذا النوع من الصحافة أن الإعلام التشاركي هو تلبية لعدة تحديات أهمها :

- العامل الاقتصادي :و هو ذو صلة وثيقة بانحسار مبيعات الصحف و قلة عدد القراء ... و هو ما يؤكد تقلص ثقة المواطن في أداء الصحافة ، كما يعاب على الصحفي تجاهل الرهانات الرئيسية ذات الصلة بحياة المواطن اليومية ، و هو ما حوّل الصحافة إلى عثرة امام تفعيل الخطاب السياسي ذي المصلحة العامة .
- العامل التكنولوجي : يتبلور العامل التكنولوجي في المتغيرات التقنية التي يعيشها المشهد الاتصالي و كيف أن المنظومة التقليدية في الاتصال هي بصدد إعادة التشكل ، فمن الاتصال الجماهيري يوجد تحول إلى اتصال فردي و جماعي تفاعلي .لقد أقل نجم المتلقي السلبي و أصبح المتلقي الحديث ، و من خلال ما توفره له التكنولوجيا الرقمية الحديثة ،بأثا و متلقيا في نفس الوقت و خاصة بفضل شبكة الأنترنت ، و يبدو ذلك بشكل ملفت في الصحافة الإلكترونية والمدونات .
- العامل السياسي : و الذي أظهر أشكالا و أنماطا من الاتصال بالجماهير تبدو غير أخلاقية و مشكوك في مصداقيتها ، و في هذا السياق توجه للصحفي احترازا و انتقادات مسايرته لحمى السباق الجنوني نحو المحاباة السياسية ، فالعديد من الصحفيين تحولوا إلى مغبيين و منعزلين عن هموم المواطن الحقيقية و مشاكله ،إضافة إلى الانتقادات التي وجهت لوسائل الإعلام، الغربية و الأمريكية خاصة ، بسبب أساليب تغطيتها للأحداث الكبرى كحرب العراق و ما سمي بالحرب على الإرهاب .

- العامل المهني : و يمكن تلخيصه في حالة التشاؤم التي يعيشها أهل المهنة ، فنسبة رضى الصحفي عن مهنته في تقلص و يمكن تفسير ذلك من خلال رغبة الصحفيين المحترفين التشبث بوضع مادي و معنوي أفضل لأداء مهنتهم على أحسن وجه

- العامل المعنوي : يتمثل في تساؤلات وجودية للصحفيين المتقدمين في التجربة و الباحثين عن معنى حقيقي روحي لماهية وظيفتهم ، فهم يعيشون حالة صراع و تناقض بين الرغبة في الإيمان بالامتيازات المادية و الاجتماعية التي توفرها لهم مهنتهم و حالة التردّي التي يعيشها القطاع الصحفي .

- العامل النخبوي الثقافي : يعود هذا العامل إلى الطريقة السطحية و المبسطة التي يتفاعل معها الصحفي مع الخبر و المعلومة و هي من املاءات المؤسسات الصحفية ، و ذلك على حساب شرح و تحليل و تفسير الخبر من أجل معرفة أسلم للواقع .إن من بين أولويات وظائف الإعلام هي التوعية و التنقيف و التفسير و الاستقصاء و ليس فقط مجرد عرض متواتر لمواد إخبارية خام .

و يمكن تفسير هذا التردّي و هذه النظرة المريبة إلى الإعلام بالعودة إلى التاريخ و إلى التضليل الإعلامي الذي تمارسه السلطات السياسية من خلال وسائل الإعلام ، كما أن نمطية عرض المعلومة و انفصال الصحفي عن الواقع تعتبر من الأسباب البارزة في تشخيص حالة الجزر التي يعيشها الإعلام، لذلك يعتقد المؤمنون بالمستقبل المشرق لإعلام المواطن أنه على الصحفي أن يتجاوز هذه المشاكل الهيكلية لمساعدة المواطن على معرفة مشكلاته و تمكينه من فرصته في الحكم عليها بشكل حر و مستقل و واع .إذ يجب على الصحفي ، من خلال المواثيق الأخلاقية مبادئ الموضوعية و المصادقية ، أن يتحول إلى محرك للعملية الديمقراطية و مشجعا على اتخاذ القرار السليم بعيدا عن حالة الشك و الريبة التي عشت في ذهن المواطن في تقييمه لأداء وسائل الإعلام .

اكتسب إعلام المواطن أهمية بالغة من خلال فاعليته في تسليط الضوء على بقع الظل في أماكن مختلفة من العالم و قدرته على تغطية الوقائع والأحداث التي لا توليها وسائل الإعلام التقليدية أهمية كبرى أو لم تتمكن من الوصول إليها إذ تعززت مكانة هذا النوع من الإعلام بفعل التقارير والصور وأشرطة الفيديو التي يعدها الصحفيون المواطنون في نقلهم لوقائع العمليات الإرهابية والحروب والكوارث الطبيعية من أعماق المجتمعات التي ينتمون إليها و التي لا تجد وسائل الإعلام التقليدية مهربا من اعتمادها في تغطيتها لهذه الأحداث.

إن إعلام المواطن باعتباره أسلوب إعلامي جديد أصبح شائعا في الممارسة الإعلامية حيث تتسع دائرة الصحف والمجلات العامة والخاصة والمحطات الإذاعية والتلفزيونية التي تأخذ من إعلام المواطن ترجها فكريا و مهني في ممارسة العمل الإعلامي ، حيث تسعى وسائل الإعلام الكلاسيكية إلى التكيف مع التطورات الحاصلة

في المجال ويظهر ذلك في محاولات جادة لبعض المؤسسات الإعلامية لاستثمار خصائص و مزايا إعلام المواطن، فهي تعمل على استحداث برامج إذاعية أو تلفزيونية تقارب في طريقة عرضها ومعالجتها للوقائع، الأسلوب المعتمد من قبل الصحفيين المواطنين في تغطية الأحداث في المناطق التي ينتمون إليها ويتواجدون فيها على غرار برنامج مراقبون على قناة France 24 الذي يقدمه ويعدده صحفي محترف بالقناة ويعرض من خلاله إسهامات صحفيين مواطنين يغطون من خلال مقاطع فيديو قاموا بتصويرها والتعليق على محتوياتها، وفي فرنسا أيضا " قام تلفزيون Nantes Télé بتوزيع مجموعة من الهواتف الجواله من الجبل الثالث (3g) على بعض المواطنين من محبي ومتابعي القناة حتى يجمعوا ما قد يعثروا عليه من أحداث قد تكون صالحة وقابلة للنشر ومن جهتها قامت قناة Télé Grenoble ببعث شبكة من المراسلين المواطنين الذين يشترط فيهم فقط امتلاك كاميرا رقمية والاهتمام بمتابعة الحياة العامة واليومية في الحي والمنطقة التي يسكنها هذا المراسل مقابل 30 يورو مقابل التقرير الصحفي الجيد"¹ وفي المنطقة العربية تذكر غالب المحطات التلفزيونية الإخبارية العربية مشاهديها، من خلال شريط الأخبار أسفل الشاشة، بأهمية إرسال ما تلتقطه كاميراتهم موفرة روابط خاصة لذلك، وتدعو شبكة تونس الإخبارية TNN المواطنين إلى تحميل تطبيق "أنت المصدر" الذي يسهل تحميل المحتويات المصورة وإرسالها. كما تدعو قناتي العربية والحدث إلى المشاركة في تغطية الحدث في محطاتهم من خلال تطبيق أنا أرى، وتطلق القناة نفس التسمية "أنا أرى" على نوافذ إخبارية ضمن نشراتها الرئيسية التي يعنى بتقديم موادها صحفي خاص يدير مداخلات إخبارية مختلفة لصحفيين مواطنين محليين ينقلون أخبار منطقتهم، وعادة ما يتم اختيار موضوع واحد تعرض عدة إسهامات حوله. ولأن استحداث هذه الطريقة في التغطية تزامن و تصاعد الأحداث في المنطقة العربية فإنه غالبا ما تخصص هذه النافذة لتغطية أحداث يؤر التوتر والحروب خاصة في المناطق التي يتعذر على الصحفيين الوصول إليها لخطورتها، فخلال هذه الفترة مثلا تركز فقرة " أنا أرى " على ضربات التحالف العربي التي تقودها المملكة العربية السعودية ضمن ما يعرف إعلاميا بعاصفة الحزم لمواقع ميليشيا الحوثي في اليمن، وفي الوقت الذي تقدم فيه النشرات الإخبارية المتلاحقة في القناة وبقية القنوات الإخبارية العربية والعالمية أخبارا عن تقدم التحالف وعن الخسائر التي تكبدها الحوثيون ومن يواليهم من أنصار الرئيس اليمني المخلوع علي عبد الله صالح، يطلّ المواطنون الصحفيون اليمنيون من خلال نافذة " أنا أرى " للتعبير عما يحدث على هامش هذه الضربات وينقلوا صور الدمار التي تخلفها ومشاعر الخوف لدى العائلات والأطفال و هم يتحسسون دوي الانفجارات.

إن تبني وسائل الإعلام الكلاسيكية لهذا النوع من البرامج قد أضفى "شرعية إعلامية" على المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، إذ لم يعد إعلام المواطن مصدرا للأخبار لنسب هامة من الأفراد فحسب، بل إنها باتت مصدرا مميزا للمعلومات بالنسبة لوسائل الإعلام الكلاسيكية التي تشهد توجها جديدا في علاقاتها بأفراد جماهيرها

¹ جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن م س ذ، ص: 36

فاهتماما بإشباع حاجات جماهيرها *واستكمالاً لمسيرة انتقالها إلى بث ونشر محتوياتها على شبكة الأنترنت تسعى وسائل الإعلام الكلاسيكية إلى الاستفادة من تطبيقات إعلام المواطن في مواقعها الإلكترونية ،وهي السياسة التي اعتمدتها كل من "شبكة التلفزيون الأمريكية CBS ومحطة التلفزة البريطانية BBC مبكراً من خلال فتح المجال أمام جماهيرها من المشاهدين والمستمعين وكذا مستخدمي مواقعها الإلكترونية لإبداء آرائهم ومقترحاتهم تجاه ما تبثه هذه المحطات " ¹ .في هذا الإطار أطلقت الجزيرة شهر سبتمبر 2006 الجزيرة توك aljazeera talk و بعدها خدمة شارك سنة 2008 ،وهما الخدمتان اللتان أتاحت من خلالهما شبكة الجزيرة للأفراد إنتاج مضامين إعلامية حول ما يحدث في محيطهم ونشره على الموقع التابع لها وهي الخدمة التي تجاوب معها الشباب العربي في كل الدول العربية حيث " يتكدس المواطنون أمام مركز شباب الجزيرة طلباً

للعضوية** " ²

1 حسين عبد الجبار **اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر**، دار اسامه، عمان ، 2008 ،ص 124

* تسعى وسائل الاعلام في هذا الاطار الى التواجد في كل الفضاءات التي تستخدمها جماهيرها والحضور عبر كل الوسائط المتاحة بهدف الحفاظ على حصتها من سوق الاعلانات المرتبطة بشكل وثيق بحجم جمهورها

2 سارة صلاح : **صحافة المواطن : تكسد المواطنين بمرکز شباب الجزيرة للحصول على العضوية**، <http://www.youm7.com/story> وضعت على الخط 23 / 07 / 2015 ، تم الاطلاع عليها 24 / 10 / 2015 13:03

****الموضوع المنشور في الموقع الالكتروني، مصدر الاقتباس** ، لصحيفة اليوم السابع المصرية يعود للصحفية المواطنة سارة صلاح التي تشارك بمعلومات و صور توثق اتجاه الشباب العربي نحو ممارسة هذا النوع من الاعلام ، و ذلك من خلال الخدمة التي اطلقتها الصحيفة على موقعها بعنوان "صحافة المواطن" اذ تدعو الصحيفة قراءها للمشاركة في تحرير المواد الصحفية المنشورة على الموقع بإرسال الصور والفيديو والأخبار الموقفة لنشرها بالموقع و الجريدة المطبوعة، باسم القراء ،

***وهي الصحيفة التي تبنت أعمال المدون العراقي SALAM

الأعمدة والمدونين الذين يملكون حضوراً في الفضاء المدوناتي للتعبير عن رؤاهم في الكثير من القضايا¹ وإن كانت إسهامات الصحف العربية في هذا المجال قليلة جداً، فإن تجربة صحيفة إيلاف الإلكترونية تعتبر رائدة ومميزة إذ أقامت منصة للمدونين سنة 2008.

4.3.4 نماذج الإعلام التشاركي

يُعرف Steve Outing إعلام المواطن باعتباره " المشاركة الفعالة و الحقيقية لأفراد الجمهور في صناعة الأخبار " ² لذلك فإنه يتخذ درجة المشاركة كمعيار أساسي لتصنيف نماذج إعلام المواطن على سلم ممتد من أدنى درجات المشاركة إلى أعلاها ليقتراح بذلك 11 نموذجاً مختلفاً³ :

- **المواقع المفتوحة للتعليق**: ويظم هذا النوع كل المواقع الإلكترونية التي تسمح للقراء بالتعليق على محتوياتها حيث يعتبر تمكين القراء من التعليق على الموضوع بدايته الفعلية و تمثل التعليقات في أبسط مستوياتها انتقاداً أو تعقيبا على ما قدمه الصحفي المحترف في موضوعه من معلومات .

- **المواطن المراسل** : بفارق درجة واحدة على سلم التصنيف يتموقع ثاني أصناف إعلام المواطن حيث يجند الصحفيين المواطنين للإسهام في تعزيز الأخبار و التقارير التي ينشرها الصحفيون المحترفون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية التي يعملون بها و لا تقتصر مشاركة الصحفيين المواطنين على التعليق و التعقيب بل يتوقع منهم تدعيم النص الرئيسي للموضوع بمعلومات جديدة و تفاصيل إضافية بحكم معاشتهم للحدث أو انتمائهم لجهات معينة على صلة به.

- **إعلام المصدر المفتوح** : والذي يمثل أحد أشكال إعلام المواطن و يعرفه البعض بالإعلام التشاركي و هي المصطلحات التي توظف " أكاديميا " للتعبير على تعاونية إنتاج الأخبار و التقارير و البرامج الإخبارية بين الصحفيين المحترفين و جماهيرهم من القراء و المشاهدين و تتعدد المقاربات التي يمكن للقائم بالاتصال انتهاجها في إطار هذا النموذج العالم، إذ يمكن له أن يعلن عن نيته للعمل على موضوع معين و يطلب المساعدة من القراء كأن يقوم مقدم برنامج حوارى بالإعلان عن الشخصية المعنية بالحوار حتى يتسنى للمشاهدين اقتراح أسئلة حول المواضيع التي يهتمون بها كما يمكن للصحفي المحترف أن ينشر مسودة تتضمن الخطوط العريضة لموضوعه الصحفي ملتصقا تدعيمها بأفكار و معلومات من قبل القراء .

¹الصدق رابح: المدونات و الوسائط الإعلامية بحث في حدود الوصل والفصل، م.س.ذ، ص: 549

²OUTING, Steve. The 11 layers of citizen journalism. Poynter , http://www.poynter.org/content/content_print.asp?i , consulté le 23/11/2015.12:03

³ Loc.cit

- **خدمات استضافة مدونات الهواة في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام :** حيث أن الصحفيين المواطنين أثبتوا قدراتهم العالية في ممارسة العمل الإعلامي على مدوناتهم الإلكترونية التي استقطبوا من خلالها اهتمام مستخدمي الشبكة و الباحثين عن المعلومات و الأخبار لإنشاء مدوناتهم الخاصة على موقعها الإلكتروني من خلال توفير منصة لاستضافة المدونات كما يمكن ان يكلف صحفيون بمتابعة إدراجات المدونين في مدوناتهم الخاصة و اختيار أفضلها لإبرازها في ركن خاص على الموقع الإلكتروني للمؤسسة الإعلامية

- **مدونات "شفافية" غرف الأخبار :** وهي نوع خاص جدا من مدونات الصحفيين المواطنين و التي تتأسس على فكرة شفافية صناعة الأخبار في المؤسسات الإعلامية أو مشاركة صناعة الأخبار مع الجمهور حيث تقوم بعض المؤسسات الإعلامية باستضافة مدونين ، ليس عبر خدمات استضافة المدونات في مواقعها فحسب و إنما استضافة المدون نفسه في غرفة الأخبار حيث يعمل على نقل أجواء العمل الإعلامي من داخل غرفة الأخبار بما يؤكد مبدأ الشفافية في تغطية الوقائع و الأحداث .

- **مواقع اعلام المواطن المؤطرة تحريريا:** هي مواقع إلكترونية قائمة بذاتها و مستقلة بشكل كامل عن المؤسسات الإعلامية ، تهتم غالبا بالأخبار والقضايا المحلية التي تعتمد في تغطيتها بشكل كامل على إسهامات أفراد المجتمع المحلي نفسه ، على أن يعمل المحررون القائمون على هذا النوع من المواقع على توجيههم بهدف تحسين مستوى إسهاماتهم من خلال تدريبهم على حسن اختيار المواضيع القابلة للمشاركة و التأكد من تحقق السلامة اللغوية و تصحيح الأخطاء الإملائية و النحوية و مراقبة القيم الأخلاقية للمحتويات و المضامين .

- **مواقع إعلام المواطن غير المؤطرة تحريريا :** وهذا النموذج مطابق للنموذج السابق عدا أن إسهامات المواطنين لا تخضع للإجراءات التحريرية المطبقة في مواقع إعلام المواطن المؤطرة تحريريا ، على أن يتم اعتماد ضمانات بعدم إدراج المحتويات "غير الأخلاقية" لطالبي العضوية في هذا النوع من المواقع.

- **النسخ الورقية لمواقع إعلام المواطن :** لقد تبنى عدد من المؤسسات الصحفية هذه الطريقة في التقرب من جماهيرها ، إذ تعمل على طبع نسخ ورقية لمحتويات مواقع إعلام المواطن المستقلة والتي توزع مجانا ، إما كملحق يومي أو أسبوعي للصحيفة أو بشكل مستقل على أفراد المجتمع المحلي .

- **المواقع الهجينة :** التابعة للمؤسسات الإعلامية التي تجمع بين الصحفيين المحترفين و الصحفيين الهواة ، ويعتبر الموقع الكوري الجنوبي *Oh My News أفضل مثال على هذا النوع من المواقع حيث يتأسس على إسهامات

* يعتبر موقع Oh My News الذي أطلق سنة 2000 في كوريا الجنوبية من المواقع الأولى و الرائدة في مجال صحافة المواطن، crown jewel على حد تعبير j.d lasica ، و قد أنشأ الصحفي الكوري الجنوبي او يون هو هذا الموقع كتجربة لاستخدام الأنترنت كوسيلة إعلامية تشاركية ، عمل معه على هذا المشروع أكثر من 700 مواطن مراسل صحفي ، و عند احتفال الموقع بالذكرى السنوية السابعة سنة 2007 كان عدد المواطنين المراسلين الصحفيين أكثر من 60 ألف منشورين في أكثر من 100 دولة في العالم.

الصحفيين المواطنين المنتشرين في جميع أنحاء العالم و التي يتم غربلتها و تصنيفها من قبل هيئة تحريرية محترفة .

- **دمج إعلام المواطن و الإعلام الاحترافي تحت سقف واحد** : وهي مواقع إلكترونية إخبارية على شبكة الأنترنت ، تتألف محتوياتها من تقارير لصحفيين محترفين مهنيين الى جانب اسهامات لصحفيين مواطنين، وهي مواقع مختلفة كليا عن مواقع النوع السابق ذلك أنه في كل ركن من أركان الموقع هناك مزيج من المحتويات الإعلامية الاحترافية (مدفوعة الأجر) و مضامين إسهامات المواطنين (المجانية) والتي تعرض على نحو يوضح الطبيعة المتفردة لكل منها بما يسهل على القراء و زوار الموقع التعرف عليها دون الحاجة إلى الفصل بينهما. و لعله النموذج الذي أشار إليه رائدا البحث في إعلام المواطن Jeff Javris و Dan Gillmor عندما ناقشا خاصية التحوارية في البيئة الإعلامية الجديدة التي تقوم على تشارك الصحفيين المحترفين و المواطنين من أفراد المجتمع الفضاءات الإعلامية .

إعلام الويكي : و هو مفهوم تجريبي يقوم على النظرية القائلة بجماعية الممارسة الإعلامية التي تنتج تقارير إخبارية متوازنة ذات مصداقية عالية حيث يصبح القراء محررون . وأبرز مواقع هذا النموذج wiki news التابع لمؤسسة wikipedia حيث يسمح لأي شخص بالكتابة و النشر على الموقع أو تعديل محتوى إدراجات سبق نشرها.

في حين تصنف نماذج الإعلام التشاركي حسب JD Lasica في ست فئات هي¹ :

- **المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية** : التي تتيح للجمهور خدمات تشاركية كالدونات الإلكترونية سواء تلك التي يديرها صحافيو المؤسسات الإعلامية والتي تمنح للقراء فضاء تعبيريا للتعليق عن مضامينها أو المدونات المعتمدة التي تعتبر مستقلة عن السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية التي تستضيفها ، وكذا الأركان التي تخصصها هذه المواقع لنشر التقارير و مقاطع الفيديو التي ينتجها الأفراد إضافة إلى المنتديات الحوارية التقليدية .

- **المواقع الإخبارية والإعلامية المستقلة** : بدء بأكثر أنواعها وضوحا وهي المدونات الشخصية سواء تلك التي تعنى بمعالجة القضايا السياسية و الإعلامية العامة وصولا إلى مواقع الصحف الإلكترونية الأكثر تعقيدا ، خاصة ذلك النوع من المواقع التي تعود النسبة الأكبر من مضامينه لصحفيين مواطنين يهدف بالأساس إلى استقطاب اهتمام هذا النوع النشط من مستخدمي الأنترنت.

¹ LASICA, Joseph D: **what is participatory journalism?** <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> mis en ligne: 2003-08-07 consulté le [25/07/12].

- المواقع الإخبارية التشاركية : وفي هذه المواقع يساهم المواطنون الصحفيون بتوفير المواد والمضامين وأبرزها موقع Oh My News والموقع الياباني Jan jan وكذا موقع Indy Media.

- **المواقع التعاونية التساهمية** : والتي تعمل وفق آليات وظيفية لتسهيل التصنيف والتنظيم الآلي للمحتويات والمضامين حيث يقوم المستخدمون في هذا النوع من المواقع بتسجيل أنفسهم وتقديم مقالات أو روابط لمواضيع أخرى على الشبكة .

- **المواقع الإعلامية الخفيفة** : كقوائم البريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية News Letters

- **مواقع البث والتوزيع الشخصي** : وهي مواد سمعية ومقاطع فيديو التي يحملها الأفراد على صفحاتهم الخاصة في مواقع متخصصة مثل you tube

ويرى د - الصادق رابح أن الإعلام التشاركي تسنده نماذج تتناسب مع المراحل الثلاث الضرورية في العمل الإعلامي التقليدي وهي جمع المعلومات والتحقق منها وغربلتها بما يتوافق والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية وبناء على ذلك يمكن أن تُصنف على النحو التالي¹ :

- **المدونات** : التي تتأسس على جمع المعلومات ، إذ لم يعد خافيا الشعبية التي تتمتع بها هذه الأداة الجديدة في تمكين الأفراد من النشر دون المرور بالوسطاء التقليديين. وعلى الرغم من أن أغلب المضامين المدوننية ، ذات الطبيعة الإعلامية ، توجد على المدونات التي تغلب عليها النصوص إلا أنه يجب الإشارة هنا إلى تفضيل المضامين المصورة والسمعية وخاصة الفيديوية ، ولأن الغلبة تركز في المواقع التعاونية أو التشاركية على العمل الجماعي الذي يقوم بتنشيطه التحواريون ، فإنه يمكن قراءة الوظيفة التي تقوم بها هذه الفئة على أنها الغلبة التحريرية الجماعية للمضامين والتي تنتج مايلي من أصناف :

- **مواقع الويكي** wiki : وهي الشكل الأبرز للعمل الجماعي ... ويعتبر موقع Wiki News ، أحد امتدادات الموسوعة الالكترونية Wikipedia ، رائدا في هذا المجال حيث تتاح لكل زائر إمكانية تغيير مضامين الموقع مباشرة ودون أي إكراهات تأتي من الأعلى ، وبالرغم من أن نموذج الويكي نيوز Wiki News ينتمي إلى العمل الإعلامي البدائي إلا أنه يظل ذو قيمة كبيرة بالنسبة للأحداث العاجلة .Breaking News

- **مشاريع إعلام المواطن ذات الطبيعة غير المهنية** : والتي تتكاثر بسرعة كبيرة منذ فترة ، فغالبا ما يقوم على مثل هذه المواقع عدد قليل من الأفراد ، ينحصر عملهم في مراقبة مساهمات الزائرين للمحافظة على

¹الصدق رابح : **فضاءات رقمية** ،م.س.ذ، ص :310

جودة المنتج (الموقع) وتميل هذه المشاريع إلى أن تكون "إعلاميا تشاركيا" محليا أو غارقا في محليته، وهناك بعض المشاريع المشابهة والنادرة لهذا النوع من المشاريع والتي بدأت تبرز ولكن على مستوى عالمي مثل Global Voices Online والذي يقوم ، مثله في ذلك مثل المواقع التي تهتم بالشأن المحلي ، على المدونات النصية والفيديوية و يعمل بهذا الموقع متطوعون من كل أنحاء العالم يقومون بمتابعة منطقة أو موضوع ما وذلك من خلال تبني معيار الكلمات الوصفة أو الوسوم Tags والويكي Wiki للتعرف على المدونين¹ واختيارهم.

- **مشاريع اعلام مواطن ذات الطابع المهني الاحترافي** : و تدخل ضمن هذه الفئة الوسائط الإعلامية التقليدية التي توظف عناصر تشاركيه في تحقيقاتها أو أبوابها الأخرى ، إضافة إلى الصحف التي تتواجد على الويب كنسخ الكترونية فقط وتتبنى في الكثير من مضامينها رؤية تشاركيه حقيقية .

- **المشاريع الهجينة** : باعتبارها قمة ما وصل إليه إعلام المواطن إذ تعتبر صحف إلكترونية حقيقية استطاعت أن تزواج بين هيئة تحريرية محترفة وطموحة وبين نسبة كبيرة من المضامين التي ينتجها الهواة ونموذج المبادرة الأولى يتمثل دون شك في موقع Oh My News الذي يمكن اعتباره أول وسيط إعلامي تشاركي مستقل يتمثل دور موظفيه في غربة المضامين التي تصلهم ،و التي تعود 80 % منها إلى 60000 متعاون مع الموقع ، ويقوم هؤلاء الإعلاميون المواطنون الذين لا ينتمي غالبيتهم إلى المحترفين بالحصول على مقابل نظير ما يقومون به، بالرغم من رمزيته ، وذلك اعتمادا على نظام دفع يرتبط بشعبية المضامين التي يرسلون بها والإعلانات التي تصاحبها .

4 . 3 . 5 الإعلام التشاركي : خطابات احتفائية و رؤى ناقدة

يتميز الإعلام التشاركي عن الإعلام التقليدي من جوانب كثيرة ومتعددة ، أهمها أن الأخير يعتمد على صحفيين محترفين في إنتاج المحتويات و المضامين في حين يقوم ، في الغالب ، بأنشطة الإعلام التشاركي أفراد عاديون يلعبون أدوار محورية في جمع وتحليل ونشر الأخبار والتقارير والمعلومات ،وهو ما يمكن اعتباره "منشأ الاختلاف" في الوسطين المهني والأكاديمي حول الظاهرة و إمكانية تقديمها كتطور منطقي في مجال وسائل الإعلام ووسائطه و بالتالي تقبلها كعنصر مستحدث ضمن إيكولوجيا إعلامية جديدة. حيث يختلف الباحثون الأكاديميون و الصحفيون المهنيون و ممارسو الصحافة الهواة في توقع ما ستؤول إليه وسائل الإعلام التقليدية ، اذ يثير موضوع الإعلام التشاركي سجالات فكرية و أكاديمية و مهنية عميقة عمق التغييرات التي تحدثها الاستخدامات الاجتماعية و الثقافية للتكنولوجيات الاتصالية الجديدة و تمثالاتها .

¹ يطلق عليهم مدونو الجسر bridge bloggers تأكيدا على إسهامهم في التقارب الثقافي

و يصنف الدكتور الصادق رابح ، في دراسة علمية له حول إعلام المواطن ، مواقف الباحثين من الظاهرة ضمن فئتين رئيسيتين تتبنى الأولى خطاب احتقائي بإعلام المواطن وتنطلق في ذلك من خصائصه ومزاياه التي تغيب عن نماذج الوسائط الإعلامية التقليدية بينما يعبر أصحاب الفئة الثانية عن رؤاهم النقدية التي تتخذ صبغة إعلامية .

ينطلق الكثير من المحققين بالإعلام التشاركي من الخصائص والمزايا التي تنفرد بها أدوات هذا النوع من الإعلام 'فعلى المستوى التقني يستفيد إعلام المواطن التشاركي من التجديدات التكنولوجية المتوالة بسرعة حيث يستثمر هذا الإعلام الإمكانيات الاتصالية التي توفرها الشبكة وتتجلى الإمكانية الأولى بداية في القدرة على التحميل من المنبع التي تعني أن الحوار يجب أن يحل محل "المحاضرة" أو "اللقاء" كما أن التقليل من تكاليف التوزيع المادي تخفف من الحواجز على مستوى دخول سوق المضامين الإعلامية ، و تتيح لغير المحترفين تلبية الطلبات غير الظاهرة ، أي توفير مضامين إعلامية عن مواضيع لا تحظى باهتمام كبير. كما أن الحضور المترامن وسهولة حمل الأجهزة (الحواسيب ، الهواتف المحمولة ، أجهزة التصوير والفيديو) خلق وتوزيع المضامين ، تعني منطقياً أن حجم التحقيقات التي يقوم بها الهواة سيكبر بسرعة ويمكن أن يجد مكانه إلى جانب المضامين التي ينتجها المحترفون"¹

على مستوى ثان وبفعل الخصائص التقنية للوسيط ، السابق ذكرها ، اقترن إعلام المواطن بديمقراطية النشر والتعبير الحر وهو ما دفع المحققين به إلى اعتبار تطبيقاته أفضل سبل التمثيل الديمقراطي والديموغرافي والجغرافي للأفراد على اختلاف انتماءاتهم الثقافية والسياسية والاجتماعية ، وهو ما رفع درجة الموثوقية في المحتويات التي ينتجها المستخدمون خاصة إذا ما قورنت بوسائل الإعلام التقليدية التي يعتقد الكثير من الباحثين في هذا الإطار أنها تعاني من تراجع في مصداقيتها ، ذلك أنها تعتمد في الغالب على ثلاثة ميكانيزمات إقناعية في صناعة الاخبار أولها وأكثرها أهمية (حراسة البوابة Gate Keeping) إضافة الى (ضبط الاولويات priming) و(التأطير framing)"²

و يرى آخرون أن في الإعلام التشاركي الناتج عن تبني وسائل الإعلام التقليدية لكل أشكال إعلام المواطن النشطة في المجتمعات التي تتحرك في إطارها مكسبا للمهنة الإعلامية "فكل أسلوب صحفي بإمكانه أن يطور الآخر و يدفع به إلى المزيد من الكفاءة و النجاعة المهنية و الأخلاقية ، فبإمكان الصحفي التقليدي أن يطور مهاراته و يكسب ... المسحة الذاتية في كتابة القصة الخبرية. و يمكن للصحفي المواطن أن

¹الصدق رابح : فضاءات رقمية ، م.س.ذ، ص: 251
²نفس المكان

يستفيد من كل ذلك الإرث التاريخي المجيد للصحافة التقليدية ، إن كان ذلك على مستوى أشكال الكتابة الصحفية أو الأخلاقيات أو التسيير"¹

بالموازاة مع تقديم ظاهرة الإعلام التشاركي باعتبارها أحد تجليات التطور الحاصل في الإعلام ، فإنها تمثل أيضا محل رفض و نقد خاصة من قبل محترفي وسائل الإعلام الكلاسيكية ، حيث تكتسي الانتقادات الموجهة للإعلام التشاركي في معظمها صبغة مهنية إعلامية ، و لعل ما يبرر ذلك أنه ، و بمجرد بزوغ ظاهرة إعلام المواطن و تسلل المواطنون الصحفيون إلى مجال نقل الأخبار و المعلومات ، ظهر تيار معارض ، من داخل المؤسسة الإعلامية، يرفض احتواء هذا النشاط الإعلامي الموازي باعتباره نوعا مخصوصا من الممارسات الإعلامية بفعل افتقاده للموضوعية و غياب الشمولية عن تغطياته و عدم مصداقية معطياته .

فالصحفيون المحترفون ، الذين لا يرون مستقبلا لهذا النوع من الإعلام يعتقدون أن الإعلام التشاركي "يجانب الموضوعية و يبتعد عن المهنية ، كما أنه يعبر عن الذات أكثر من الموضوع و لا يخضع لمعايير أخلاقية أو مهنية ، بل يتجاوز القانون و لا يعتد به ، فضلا عن كونه لا يتمتع بجهاز تحريري يميز بين الصحيح و الخطأ بما في ذلك الكتابة و اللغة"²

من جانب آخر ، يرفض طيف من الباحثين الأكاديميين و أساتذة الإعلام الاعتراف بالإعلام التشاركي بوصفه مكونا رئيسيا من مكونات البيئة الإعلامية الجديدة ، و يبررون موقفهم بغياب المؤهلات الأكاديمية لدى الصحفيين المواطنين . الأمر الذي يمكن أن يؤثر سلبا على مخرجاتهم و هو ما من شأنه أن يؤثر سلبا على الرسالة التي يؤديها الإعلام و الوظائف المنوطة به .

في هذا الإطار ، يمكن أن نشير إلى ضرورة مقاربة الإعلام التشاركي ضمن رؤية تتماشى و خصوصية التطورات التي يعرفها قطاع الإعلام ، إذ لا يمكن أن ننفي محورية الأدوار التي يُمارسها الصحفيون المواطنون و هو ما يُحيلنا إلى الحث على ضرورة بحث سبل استثمار هذه الأشكال الإعلامية المستحدثة في الممارسة الإعلامية المؤسساتية .

¹ جمال الزرن : البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن ، م.س.د. ، ص:21.
² عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م.س.د. ، ص:184.

5 - وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

1.5 وسائل الإعلام أسس جديدة للتصنيف

يمكن النظر إلى الأنترنت باعتبارها ذلك الوسط البيئي الذي يحتضن تنويعاً من " الوسائل الإعلامية التي تنتج موادها لتنتشر حصرياً على الشبكة و التي يمكن تمييزها وظيفياً عن بقية أنواع وسائل الإعلام اعتماداً على المكون التكنولوجي كمعيار حاسم للتصنيف "¹ و يشترك الباحثون المتخصصون و المهنيون المحترفون في اعتماد خطاب التفرد التكنولوجي لشبكة الأنترنت في التقديم لوسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة ، و يميز هؤلاء بين الصحفي التقليدي و ما أصبح يعرف بالصحفي الإلكتروني أو الصحفي على الخط حيث يعتبر Lynn Zoch ، أستاذ الاتصال بجامعة كارولينا الجنوبية ، أن هذا الجيل من الصحفيين يمثل سلالة جديدة تكتسب صفاتها المتفردة من الخصائص التكنولوجية لشبكة الأنترنت ، ففي هذا النوع من وسائل الإعلام على الصحفي أن يقرر أي الوسائط الإعلامية سيكون أنسب لقصته الإخبارية أو موضوعه الصحفي (خاصية تعدد الوسائط Multimedia) و أن ينظر في الخيارات التي سيوفرها للجمهور من أجل التفاعل مع الموضوع المنشور (خاصية التفاعلية Interactivity) و أن يفكر في طرق تدعيم تقاريره الصحفية من خلال ربطها بمواضيع أخرى ، أرشيف ، مصادر ، معلومات ... الخ و ذلك من خلال وصل موضوعه بالروابط التشعبية (تكنولوجياً النص الفائق Hypertexte)

من ناحية ثانية يتطلب التمييز بين وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة معايير مبتكرة تتماشى و خصوصية المزايا التي توفرها الأنترنت و أجيالها الجديدة ، ذلك أن الاستمرار في التمييز بينها اعتماداً على طبيعة الوسيط ، و التي يقسمها إلى وسائل إعلامية مكتوبة و أخرى سمعية و ثالثة مرئية ، لم يعد مجدياً ، فخاصية تعدد الوسائط قد أزلت الحدود بين وسائل الإعلام التقليدية التي تبث محتوياتها على الشبكة و أتاحت لكل الوسائل و الأدوات التي ولدت على الشبكة ، كالمدونات مثلاً ، إمكانات نشر و بث محتويات نصية و سمعية و مرئية . و هو ما دفع الباحثين إلى بحث أسس تصنيف جديدة لتصنيف وسائل الإعلام المعاصرة إلى أنواع .

2.5 أنواع وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

يقترح د. صادق الحمامي تصنيف المضامين الإعلامية الشبكية بناء على ثلاث مستويات هي: مستوى المضمون (النص ، الخطاب ، أجناسه و قواعد كتابته) مستوى طبيعة المنتج (الفاعل الذي يصدر عنه المضمون)

¹DEUZE, Mark. The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. New media & society, 2003, vol. 5, no 2, p. 204.

مستوى غايات عملية النشر، معتمداً في ذلك على ما يسميه "منهجية نمذجة المنظومات التواصلية على شبكة الأنترنت"، والتي توصل من خلالها إلى التميز بين ثلاث منظومات مختلفة هي¹:

المنظومة المؤسساتية:

مواقع و بوابات المؤسسات الاقتصادية و الجماعية و الحكومية ... وكل الفضاءات المرتبطة بنشاط مؤسسي بما في ذلك صفحات الفيس بوك و المدونات . فالمؤسسات (الاقتصادية، و المضمّنات العالمية، و الجمعيات بأصنافها المختلفة، و المؤسسات الحكومية ...) تنتج المضامين الإلكترونية بهدف بيع خدماتها أو منتجاتها و تسويقها أو التواصل مع الجمهور في إطار استراتيجيات ما يسمى بالاتصال المؤسسي . و الإخبار information و إن كان يمثل في ذلك أحد الأبعاد الأساسية في هذه المنظومة فإن غايته مخصصة لأنها تجارية ووظيفية (نشر المعلومات للجمهور العريض حول السلع و الخدمات) أو اتصالية (تحسين صورة المؤسسة) . و يخضع هذا المضمون الإخباري لقواعد الإعلام المؤسساتي التي تختلف عن قواعد الإعلام و ضوابطه التي تحظى بنوع من التوافق بين المهنيين .

المنظومة الفردية _ الجماعية:

يدير الأفراد المغمورون أو الجماعات الافتراضية فضاءات إلكترونية (الويكي wiki و مواقع الشبكات الاجتماعية و المدونات) ، و في هذه الفضاءات ينشر الناس مضامين متنوعة و يتواصلون فيها مع بعضهم البعض و يعبرون عن آرائهم و أفكارهم و وجهات نظرهم . و تكتسي هذه المضامين طابعاً خاصاً و حميماً و ذاتياً أو عاماً سياسياً و فكرياً و أدبياً ... و أفرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي و التواصل الإلكتروني أشكالاً من الكتابة متفق عليها بين المستخدمين، و أنتجت قواعد تضعها الجماعة ذاتها لتنظيم عملها .

المنظومة الصحفية الإعلامية:

تحيل على المؤسسات التي تنشط في مجال صناعة الأخبار news organisations / entreprise de presse أي تلك المؤسسات التي يمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيسي، ذلك أن المؤسسات الإعلامية لا تنتج المضامين لأهداف اتصالية (الإشهار و تحسين الصورة عبر العلاقات العامة و عبر تقنيات الاتصال المؤسساتي) أو لغايات التواصل الاجتماعي، ذلك أن إنتاج الأخبار يمثل خدمة مجانية في حد ذاتها بالنسبة إلى الإعلام العمومي و بمقابل بالنسبة إلى الإعلام الخاص.

¹الصادق الحمادي: الصحافة الإلكترونية: سياقات الابتكار و التجديد، اليوم المفتوح حول الصحافة الإلكترونية في تونس، النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين و مؤسسة بانوس باريس ، تونس، 15 جوان 2012، ص: 02

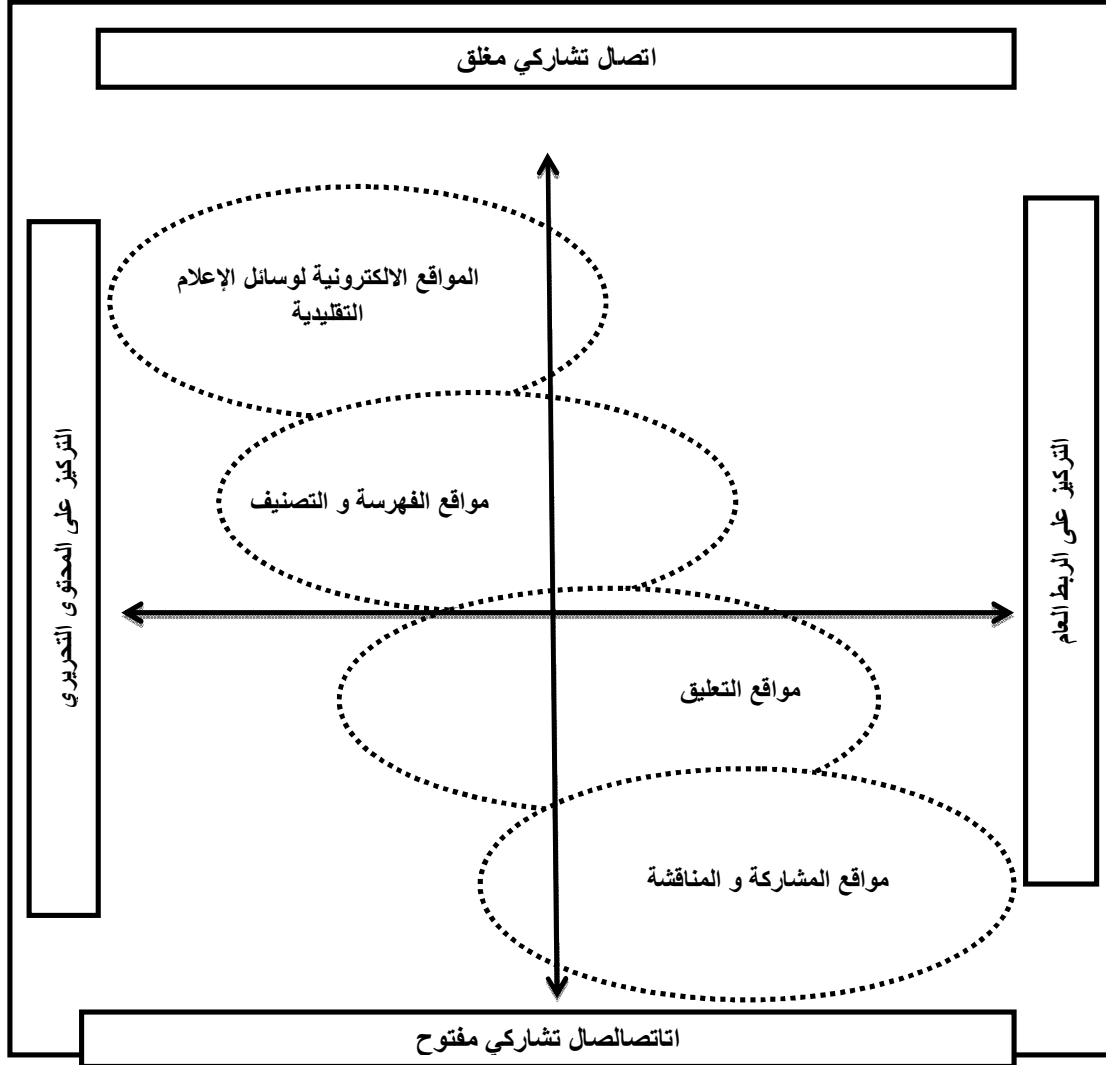
ويميز Deuze بين أربعة أنواع من صحافة الشبكات تتراوح من حيث طبيعتها بين تلك التي تركز على المحتويات التحريرية من جهة و المواقع القائمة على التواصل مع الجماهير من جهة ثانية ، وقد عمل على التمييز بينها اعتمادا على الخصائص التقنية التي تميز البيئة الصحفية على الخط ، على النحو الذي يظهره الشكل رقم (02) حيث تتوزع الأنواع الأربعة على نقاط تقاطع محورين اثنين ، يخص أولهما الاتصال التشاركي و الذي يعتبر بمثابة سلم لقياس مستوى التفاعلية على الموقع فمستوى الاتصال التشاركي يكون " مفتوحا " إذا أُتيح للمستخدمين مشاركة التعليقات و الإدراجات و تحميل الملفات دون رقابة أو فلترة، في حين يكون مستوى الاتصال التشاركي " مغلقا " في المواقع التي تخضع لهذا النوع من الخدمات المتاحة لرقابة صارمة و يربط المحور الثاني المحتوى التحريري بما يسميه بالربط العام حيث يعرف المحتوى التحريري باعتباره كل أشكال المضامين (مكتوبة مسموعة صور ثابتة أو متحركة) التي ينتجها و/أو يحررها الصحفيون في حين يمثل الربط العام في هذا السياق الخاص ما يسميه Odlyzko في مقاله " Content is not King " اتصال نموذج نقطة الى نقطة " حيث يشير مفهوم الربط العام إلى الولوج في عمليات الاتصال دون حواجز ، فالتفاعلية ، الاتصال التشاركي، ادراج المحتويات ... إنما هي عمليات و خصائص تؤسس مجتمعة "صحافة تحاورية" مبنية على تعزيز النقاش العام القائم على إشراك الجمهور في إنتاج المحتوى .

المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية: تمثل المواقع الرسمية لوسائل الإعلام التقليدية أحد أبرز أشكال صحافة النت ، حيث أسست وسائل الإعلام على اختلافها مواقع لها على الشبكة محاولة الحفاظ على مكانتها و سعيا لاستثمار خصائص الوسيط الجديد و مزاياه ، حيث يقترح هذا النوع من المواقع تنويعا مختاراً من المحتويات التحريرية و يُخضع خدمات التواصل التشاركي للرقابة و الترشيح. و تتميز محتويات هذا النوع بكونها أصيلة ، أنتجت لتنتشر خصيصا على الشبكة و التي تتطلب مهارات تحرير صحفي خاصة تتماشى وخصوصية الوسيط ، و إن كان هذا النوع من المواقع لا يختلف كثيرا على الصحف المطبوعة و وسائل الإعلام السمعية البصرية من حيث مقاربتها في تغطية الوقائع و الأحداث و ترتيبها للقيم الإخبارية و طبيعة علاقتها بجماهيرها ، فهي الأخرى تخضع لمنطق تسيير المؤسسات الإعلامية .

- مواقع الفهرسة و التصنيف : ينسب Deuze النوع الثاني إلى محركات البحث و المنصات التي تتيح خيارات متعددة لخدمات إضافة المواقع " ويتأسس هذا النوع من المواقع على توفير روابط لمواضيع إخبارية وتقارير منشورة على الشبكة حيث تعمل ، أحيانا ، فرق تحريرية على تجميع المواضيع وتصنيفها في سياقاتها الملائمة وكذا شرحها أو التعليق عليها و عرض وجهات نظر خاصة ¹ وتميل المطارحات المهنية إلى التساؤل حول

¹BRUNS, Axel: **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage**, Peter Lang Publishing , New york , 2008 , p :16

أخلاقيات ممارسات تجميع المواد و إعادة نشرها في إشارة إلى الخط الرفيع الذي يفصل بين توفير وصلة لموضوع من موقع آخر على الشبكة وبين نسخ محتويات خاصة بالآخرين وإعادة نشرها، وتجدر الإشارة إلى



الشكل رقم (02) يوضح: أنواع صحافة الانترنت حسب تصنيف ¹Deuze

أن هذا النوع من المواقع لا يهتم بعرض محتويات تحريرية أصيلة بقدر ما يسعى إلى فتح مجالات للنقاش و تبادل الأخبار و المعلومات و الروابط بين الأفراد .

¹ DEUZE, Mark *The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online*. Op.cit, p. 205.

ويصنف Deuze المدونات الإلكترونية ضمن هذه الفئة " فظاهرة المدونات الإلكترونية تمثل شكلا متجددا لصحافة النت و التي تظهر في شكل يوميات دورية لأفراد و صحفيين ،في حالات كثيرة ،ينقلون من خلالها تجاربهم الخاصة في تغطية المواضيع و يوفران روابط لمحتويات تم العثور عليها أثناء تصفح الويب " و يجد هذا النوع من الصحافة الفردية ، و التي يمكن أن يقع أيضا ضمن خانة المحتوى الذي ينتجه المستخدمون UGC ، مكانا بين مواقع هذه الفئة لأنها بطبيعتها تميل إلى تقديم اتصال تشاركي محدود ، فالمدونة يديرها غالبا شخص واحد هو صاحب المدونة يطرح القضايا المختلفة ويقترح الوصلات و الروابط حسب وجهة نظره مخاطبا مجموعات معينة من زوار مدونته .

- مواقع التعليق : تحوي ثالث فئات صحافة النت المواقع التي تعنى بعرض القضايا المثارة في وسائل الإعلام و التي تعمل كقريب على ما يبث و ينشر فيها ، و يضطلع الصحفيون في هذا النوع الجديد من مواقع "الصحافة حول الصحافة " أو التي أصبحت تعرف بالصحافة البديلة بإنتاج محتويات تحريرية ، غير أنهم مكلفون في المقام الأول بمتابعة القضايا المثارة في وسائل الإعلام الرائدة و مناقشة أساليب التغطية المتبناة من قبلها و يبرر Deuze اعتماد هذا النوع من المواقع ضمن تصنيفه لأنواع صحافة النت إلى الازدهار الذي عرفته مؤخرا فهذه المواقع الإخبارية التي تقدم نفسها كبديل لوسائل الإعلام لا تقدم فقط تغطيتها الخاصة للوقائع و الأحداث و إنما تميل إلى انتقاد آليات المعالجة الإعلامية في وسائل الإعلام و المواقع الصحفية على الشبكة موجهة المستخدمين إلى أماكن خارج نطاق التواجد الإلكتروني لوسائل الإعلام التقليدية على الشبكة .

- مواقع المناقشة و المشاركة : إن أحد الأسباب الرئيسية لنجاح الأنترنت يتمثل في استجابتها لحاجة الأفراد إلى التواصل مع الآخرين أينما كانوا دون عوائق و في الوقت الحقيقي ، وتستخدم مواقع المناقشة و المشاركة هذه الإمكانيات لتوفير منصات لتبادل الأفكار و الآراء و المعلومات. إذ يوضح موقعها أسفل الركن الأيمن في الشكل رقم (02) تركيزها على التواصل بين الأفراد من جهة و إتاحتها لخدمات التفاعلية دون قيود " و يمكن تصنيف المدونات الإلكترونية الجماعية Group Weblogs ضمن خانة مواقع المناقشة و المشاركة و التي تمكن الأفراد من مشاركة رؤاهم و تجاربهم الشخصية على الأنترنت " ¹

3.5 البيئة الإعلامية الجديدة : تحولات الممارسة المهنية :

تشهد البيئة الإعلامية في السنوات الأخيرة العديد من التغيرات و التحولات التي تمس صلب العمل الصحفي ، سواء في عملية جمع و تحرير الأخبار و نشرها أو إدارة العمل الصحفي ، أو في طبيعة الأطراف المشاركة في العملية الصحفية و قد انعكست هذه التغيرات على علاقة الصحفي كمنتج للمعلومة و الخبر

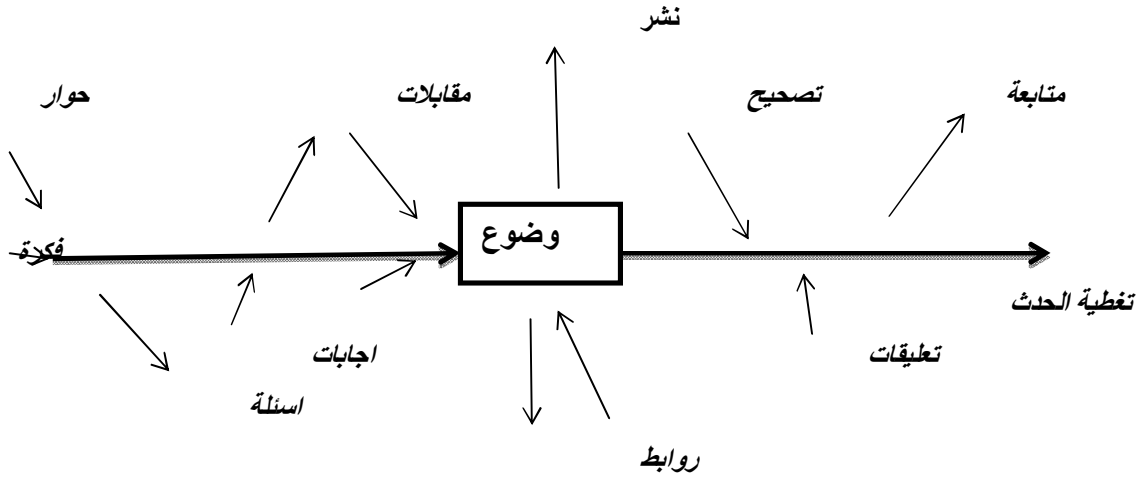
¹DEUZE, Mark: The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online Op.cit,p:211

بالجمهور كمستهلك و متلقي ، فلم يعد الصحفي هو منتج المعلومة و الخبر و الرأي فقط ، و لم يعد الجمهور متلق سلبي لها ، بل أصبح مشاركا فاعلا في العملية الصحفية ، و هو ما استتبع معه ظهور تحولات كثيرة ذات صلة بهوية و رسالة الصحافة و أدوارها و ممارساتها.

5 . 3 . 1 تحول في اتجاهات بث و نشر الأخبار:

- 5 . 3 . 1 . 1 تحول في تركيبة العملية الإعلامية:

لقد حافظت صحافة الأنترنت و وسائل الإعلام التقليدية من خلال مواقعها الإلكترونية على اتجاه النشر العمودي للأخبار لارتباطها بمنطق التسيير المؤسسي الموروث عن الإعلام التقليدي ، غير أن تمكين الأفراد العاديين من ممارسة جمع و تصنيف و غرلة و نشر و بث الأخبار عبر تطبيقات الويب 2.0 بشكل مستقل عن المؤسسات الإعلامية مكنهم من التأسيس لنشر و تداول الأخبار أفقيا مما ساهم حسب اعتقاد Jeff Jarvis * في خلق دورة جديدة لسريان المعلومة و غير تركيبة العملية الإعلامية على النحو الذي يمثلته الشكل رقم (03)



الشكل رقم (03) يوضح : سيرورة العملية الإعلامية الجديدة¹

- 5 . 3 . 1 . 2 إعلام متعدد الاتجاهات :

من التدفق الإعلامي أحادي الاتجاه *One to Many* إلى التدفق متعدد الاتجاهات *Many To Many*: لقد مكّنت الإنترنت بفعل ما عرفته من تطورات متصفحيها من أن يكونوا بمثابة مرسل المادية الإعلامية ومستقبلها في آن، فبفضل التطور التقني وتقدم تطبيقات الويب، ظهرت و انتشرت مواقع

¹JARVIS, Jeff: **Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture**, <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>, 29/11/2014 - 14 :30

*صحفي امريكي و استاذ الاعلام في جامعة نيويورك و صاحب كتاب La Méthode Google و Tout nu sur le web

نقلت الانترنتيون من حقبة استهلاك المحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج هذا المحتوى وحولت نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في اتجاه واحد One to Many إلى نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many، و هو ما يمكن اعتباره نمطا جديدا يضاف إلى أنماط التوزيع التقليدية، يسمح بتوزيع كل من المحتوى المهني بالإضافة إلى ذلك المحتوى الصادر عن المستخدمين.

- 3.1.3.5 تفتيت الفضاء العمومي :

يؤدي انتشار التطبيقات الإعلامية للويب 2.0 و تنامي شعبيتها بين مستخدمي الشبكة إلى " التراجع عن المنجز الديموقراطي الكبير المتمثل في تعزيز ما هو عام و مشترك و الذي رسخته الصحافة عبر مسيرتها الطويلة من خلال الإعلام العمومي و الذي يسمح بتداول واسع للأفكار و الآراء المختلفة و المتعارضة و مناقشتها بشكل علني. فالصحفي يضطلع بمهمة تجميع القراء حول الأحداث و الأخبار و الآراء التي يجمعها و ينتقيها و يرتبها وفق متطلبات مهنية تساهم في صياغتها اعتبارات أدبية و أخلاقية " ¹ في حين يعمل الفضاء التشاركي على تفتيت الفضاء العمومي ليصبح مجموعة من الفضاءات الخاصة بالمجموعات البشرية التي تشترك في متابعة موضوع معين على شبكات التواصل الاجتماعي أو تنقسم الفضاء التدويني ذاته .

5 . 3 . 2 من الجمهور إلى المستخدمين المنتجين

- 1.2.3.5 تحول اصطلاحي مفاهيمي :

بظهور الأنترنت و انتقال وسائل الإعلام التقليدية لبث و نشر محتوياتها على الشبكة استثمارا لخصائص التفاعلية و تعددية الوسائط و تكنولوجيا النص الفائق، و انتشار الصحف الإلكترونية و البوابات الإخبارية تنبأ الباحثون بنهاية مصطلح الجمهور التقليدي audience و دعوا لاستبداله بمصطلح المستخدمون Users في محاولة للتعبير عن تخلص أفراد الجمهور من إكراهات التلقي السلبي و ممارسة أدوار نشطة في عملية تلقي المضامين الإعلامية وفق الخيارات التي أصبحت متاحة لهم بفعل الوسيط الجديد . هذا الأخير الذي أعاد هندسة علاقاتهم بوسائل الإعلام ، و هي العلاقة التي لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط من خلال سلسلة لامتناهية من العمليات (التحكم في مكان و زمان التلقي ، النسخ، الطباعة، رجوع الصدى، الانتقال بين المواضيع و المواقع ، التجول في الأرشفة الخ ، فمصطلح الاستخدام (Usage/Use) يختلف بهذا المعنى عن مصطلح التلقي (Reception)، و يعكس التمايز بين الاستخدام و التلقي، فمستخدم الوسائل الإعلامية عبر الوسيط الجديد يختلف في سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع . و مع تطورات الجيل الثاني و تطبيقات الويب 2.0 التي ساهمت في ظهور و انتشار المدونات الإلكترونية و مواقع التواصل

¹ نصر الدين العياضي في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية و الصحافة م.س.ذ، ص:140

الاجتماعي و مواقع الويكي تحدث باحثون متخصصون عن انتقال المستخدمين ، كمنتجين و صنّاع للأفعال الاتصالية ، إلى ممارسة خبرات اتصالية مستحدثة و غير مسبقة ، تغيرت بفعلها أجديات العملية الإعلامية برمتها حد التثوير، ويصف الباحث الأكاديمي Axel Bruns عملية تحول الجمهور من عملية التلقي إلي فعل التأليف عبر إنتاج مضامين متنوعة في البيئة الإلكترونية من خلال رؤية خاصة تقضي باستبدال "مصطلح المستخدمون Users بمصطلح Producers للتعبير عن الأدوار الجديدة التي يتمكن هؤلاء من لعبها في إطار بناء وسائل إعلامهم الخاصة"¹ عن طريق إعادة تبويب المواد الإعلامية وإدراجها في فئات من ابتكاره و تغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها و إعادة نشر موضوعات على الشبكات الاجتماعية و مواقع الويكي و المدونات والتعليق عليها وتصنيفها ونصح الآخرين بتصفحها .

- 2.2.3.5 المنتجون ، المستخدمون المنتجون وإشكالية التلقي :

على هامش اقتراف المستخدم للفعل الإنتاجي وإسهامه ، الفعّال ، في تضمين المحتويات نشأ غموض التمييز بين المنتجين والمتلقين، وخاصة بعد زيادة إنتاج المستخدمين لمضامينهم الخاصة ، و إثبات قدراتهم كهواة محترفين، باعتبار أن القائمين على إنتاج هذا المضمون هم من المستخدمين الهواة لمواقع الإنترنت، ولكنهم أيضا أولئك الذين اكتسبوا صفات و سمات تؤهلهم للعمل كمحترفين ومنتجين للمضامين الإعلامية في مجالات مختلفة ، وهم الذين يصطلح على تسميتهم بـ ProAm اختصارا لـ " Professional Amateurs الهواة المحترفون" خاصة و أن الوسائل الإعلامية باتت تخصص أقساما خاصة لهذا النوع من المضامين على خارطة مواقعها الإلكترونية عبر شبكة الاتصالات التي يخرط فيها المستخدمون المنتجون سواء عبر التعليقات ومشاركة الملفات والبرامج المفتوحة المصدر و البودكاست ، و الشبكات الاجتماعية وبرامج الويكي والوسوم و التدوين ومنصات استضافة المدونات و المنتديات و التجمعات الإلكترونية...إلخ.

في ظل هذه التغيرات يتأسس التمييز بين طرفي العملية الإعلامية ، ليس على أساس موقعهما النهائي الذي تحدده طبيعة الانتماء للمؤسسة الإعلامية ، و إنما على طبيعة الفعل المنتج ، ذلك أن كلا الطرفين يتمتع بحياسة المبادرة في إنتاج المضامين في البيئة الإعلامية الجديدة ، و عليه أصبح التلقي عملية تمارسها كل الأطراف ضمن سياقات مختلفة ، فالصحفي المحترف يمارس التلقي للمضامين التي ينتجها الهواة و يتعامل معها كمصدر للمعلومات ، و يمارس المستخدم المنتج التلقي في إطار عملية

¹BRUNS, Axel: *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*, Peter Lang Publishing , New york , 2008 , p:15

استقبال نشط للمضامين التي يعلق عليها و يشاركها في مواقع التواصل الاجتماعي و يعيد إنتاجها في المدونات الإلكترونية .

5. 3. 3 من القائم بالاتصال إلى القائم بإدارة المحتوى

- 5. 3. 1 تحول في المهام: من حارس البوابة Gatekeeper إلى مراقب البوابة Gatewatcher لم يعد بوسع الصحفيين ممارسة الدور التقليدي لحارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة بفعل خصائص التفاعلية والمشاركة في إنتاج المضمون حيث أن تغييرا جذريا في أدوار القائم بالاتصال أصبح محتوما و لا يمكن تجاوزه ، فقد انتهت العلاقة ذات الاتجاه الرأسي التي تربط الصحفي بالمتلقين و فقد القائم بالاتصال شرعية احتكار المعلومة و التحكم في سيرورة عبورها إلى جمهور يكتفي بتلقي ما يملى عليه . "إن هذا التحدي الذي يواجهه الممارسة في الإعلام الكلاسيكي يمكن أن يلخص كتحول لما عرف لفترة طويلة من الزمن بحراسة البوابة Gatekeeping ، و التي مارست في ظلها دور الحراسة أطراف فاعلة - أفراد أو منظمات داخل النظام المهني ذاته غالبا - بهدف التحكم في المعلومات المارة عبر "البوابة" بناء على معايير يحددها نفس النظام الإعلامي ، إلى شكل جديد من أشكال الممارسة و هو مراقبة البوابة Gatewatching . فبدلا من حراسة البوابة بحزم و صرامة لاختيار أي الأخبار ستمر ليتمكن أفراد الجمهور من قراءتها أو مشاهدتها فإن الصحفيين ، شأنهم في ذلك شأن كل من مكنتهم التكنولوجيا من ممارسة العمل الإعلامي ، يستطيعون فقط مشاهدة البوابات التي تمر عبرها الأخبار قادمة مصادرها لتنتشر و تثبت للجماهير على نطاق واسع" ¹ فالتحول إلى نموذج مراقبة البوابة يعني تقليص سلطة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الكلاسيكية و توجيهه إلى ممارسة أدوار جديدة تقتضيها طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة ، فالصحفيون المشرفون على المواقع الإعلامية الإلكترونية مدعوون إلى مراقبة ومتابعة وإدارة ما ينشر على هذه المواقع، بدل المنع والحذف و القص والإضافة " ضمن هذه الحركية جُرد الصحفي من بعض الأدوار و الوظائف ، فلم يعد منتجا وحيدا للأخبار و شاهدا فريدا على ما يجري لينقله إلى الجمهور ، لقد أصبحت العديد من المؤسسات غير الصحفية تنتج الأخبار و توزعها ، و تشارك في ذلك العديد من الأشخاص من خارج مهنة الصحافة . كما أن الصحفي لم يعد المحلل الوحيد للأحداث و المعلق عليها ، لقد أصبح دوره مغمورا وسط جيش من الخبراء و المختصين الذين أصبحت آراؤهم متداولة على نطاق واسع" ² لذلك بدأ الحديث عن تحول في مفهوم القائم بالاتصال التقليدي و اعتماد مصطلح القائم بإدارة المحتوى كمفهوم أقرب للتعبير عن الأفراد المعنيين بممارسة هذه الأنواع الجديدة من المهام ، ففي البيئة الإعلامية الجديدة "على الصحفيين أن يدركوا أنهم قد أصبحوا جزءاً من

¹BRUNS, Axel: **Gatewatching : collaborative on line news production** , Peter Lang Publishing , New york , 2005, p :16

² نصر الدين العياضي في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية و الصحافة، ص: 146

واقع جديد الواقع الذي أصبح فيه القراء و المستمعون و المشاهدون مشاركون فاعلون في العملية الإعلامية¹ و يعبر Gillmor عن خصوصية هذا الوضع قائلًا أنه كصحفي يدرك تمامًا أن قراءه يعلمون أكثر مما يفعل هو ، و يدرك أن هذا يمثل حقيقة الواقع الجديد و ليس عامل تهديد في الحياة الإعلامية.

- 5.3.2.3.5 انهيار الحدود الفاصلة بين المصدر و الوسيلة الإعلامية و الجمهور :

أدت الأدوار الفعالة للمستخدمين المنتجين في إنتاج المحتويات و قيام الكثير من المؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية و العلمية بإنتاج الأخبار و المعلومات إلى تراجع " نظرية الاحتكار الأحادي الطرف للمعلومات ، فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية تحتكر المعلومات و الأخبار و الآراء حيث انتشرت مسألة تعدد مصادر المعلومات حين أصبحت فرص إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة متاحة للجميع² إذ لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكرًا على طرف ما دون غيره، بل أصبح بمقدور الجميع المساهمة في إنتاج المضامين المختلفة، حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة تقريبًا للسلطة التي يمارسها صحيفيو وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، كما أصبح بمقدور كل فرد المساهمة بالمعلومة أو الرأي أو الصورة أو غيرها، مع تنوع وتعدد الفرص التي تتيحها الأنترنت من أجل سماع أصوات متنوعة ومتعددة ومتباينة في ساحة مفتوحة بما يسهم في إثراء وإغناء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات .

- 5.3.3.3.5 تشاركية إنتاج الأخبار :

تختلف خاصية التشاركية عن التفاعلية ، فإذا كانت الأخيرة تعني إسهام المستخدمين في إثراء الموضوع الإعلامي بعد النشر أو البث من خلال التعليق أو الإعجاب أو المشاركة " بما يجعلها تحت إشراف القائمين على إدارة المحتويات في المؤسسات الإعلامية ، فإن التشاركية تتشكل في ظل السياقات الاجتماعية و الثقافية التي يعمل المستخدمون من خلالها على تضمين المحتويات باستخدام التطبيقات التكنولوجية المتاحة³ حيث أصبح المستخدمون المنتجون قادرين على المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواء تعلق الأمر بجمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها إلى الآخرين أو حذفها وكل ما يتعلق بمهام حارس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية . وعليه يعتقد عدد من الباحثين المتخصصين في دراسة التطورات الحاصلة في قطاع الإعلام و الاتصال* أنه أصبح من الضروري أن يتخلى الصحفيين المحترفين عن سلطتهم

¹ Dan Gillmor: We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People, Op.cit, p: 09

² فاضل محمد البدراني : صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري ،مجلة الاتصال و التنمية العدد 10 ،أفريل 2014 ، ص:47

³ BRUNS, Axel: Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage, Op.cit, p: 16

*DEUZE, Mark ; BRUNS Axel ; JARVIS, Jeff ; LASICA, j.d.

المطلقة في التعامل مع كل مراحل إنتاج المحتويات و المضامين، والسماح بمشاركة المستخدمين المنتجين في بعض مراحل هذه العملية سواء على مستوى جمع المعلومات أو غربلتها و تصنيفها أو نشرها أو التفاعل مع قرائها و مشاهديها ، وأن تتنازل وسائل الإعلام التقليدية عن الصورة الكلاسيكية لتدفق الأخبار والمعلومات، والتي تعتمد على التوجه الخطي الرأسي من الأعلى إلى الأسفل، لتساهم في بناء توجه اتصالي أفقي ، تعددي دائري شبكي ، قادر على استيعاب المضامين التي توفرها تطبيقات الإعلام الجديد، مع البحث عن سبل جديدة لزيادة مساحة الاستفادة المتبادلة بينهما تجاوبا مع متطلبات البيئة الإعلامية الجديدة في إطار ممارسة نوع جديد من العمل الإعلامي ، هو الإعلام التشاركي .

- 3.5.3.4 الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ :

يمثل الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ القاعدة الأساسية للإعلام التشاركي باعتباره " نوعا من الممارسة الإعلامية التي يقوم بها المحترفون و الهواة ، الصحفيون و المواطنون ، القائمون بإدارة المحتوى و المستخدمون المنتجون، جنبا إلى جنب ، ذلك أن الطبيعة التشابكية للبيئة الإعلامية الجديدة تتطلب انتهاز مقاربة جديدة لتنظيم إنتاج المحتويات بشكل لا مركزي ، تعاوني ، جماعي ، قائم على مشاركة المصادر و المخرجات " ¹ حيث يسعى مفهوم " الإعلام التشاركي إلى استيعاب العلاقة الجديدة بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال تجاوز المفهوم التقليدي للجمهور" ² في ظل تصور يؤكد أن مساهمة المستخدمين " لا تنفي إمكانية احتفاظ المؤسسات الإعلامية بسلطانها التقليدية في صناعة المضامين الإعلامية، ولكن في ذات الوقت لا بد من طرح تصورات تسمح بالاستفادة من مساهمات المستخدمين في العملية الإعلامية" ³ ، والاستجابة للتغيرات التي تحملها الخصائص التكنولوجية للويب 2.0 والتي تسمح للمستهلكين بلعب أدوار جديدة كمنتجين للمضامين، و هو ما عبر عنه * Necholas Negroponte في كتابه Being Digital الصادر تسعينيات القرن الماضي حين تنبأ بأن "الوسائط الجديدة ستتيح للأفراد إمكانيات لم يختبروها قبلا ، بما سيفعل أدوارهم في العملية الإعلامية من جهة و يساهم في تقويض الأسس الفلسفية للإعلام التقليدي من جهة ثانية" ⁴ و هو التصور الذي يؤيد ضرورة منح الجمهور فرصة للمساهمة والمشاركة في إنتاج صحافة مهنية، و يؤكد أن مستقبل وسائل الإعلام الكلاسيكية مرتبط بمدى استفادتها من المضامين التي ينتجها المستخدمون، ومدى ابتكارها لنماذج

¹DEUZE, Mark, BRUNS, Axel, et NEUBERGER, Christoph. Preparing for an age of participatory news. Op.cit., p. 326.

²GILLMOR, Dan: We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People, Op.cit,p :76

³BOWMAN, Shayne et WILLIS, Chris: We Media : how audience are shaping the future of news and information , Op.cit,p:34

* مؤسس و مدير مخبر الإعلام بمعهد ماساشوستس للتكنولوجيا MIT's Media Lab

⁴GIBERT, Montserrat Ginés: The Meaning of Technology. Selected Readings from American sources, Univ. Politèc. Catalunya, 2010,p :197

تساعدها على الدمج بين الإعلام التقليدي و الإعلام التشاركي القائم على إسهامات المستخدمين المنتجين، وعلى الاستفادة من الإمكانيات التي يتيحها اعتماد تطبيقات الإعلام التشاركي .

- 3.5.3.5 إشكاليات توزيع الأدوار :

طرح التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإعلامية الجديدة ، و تنازلهم عن ممارسة الدور التقليدي لحارس البوابة من جهة ومشاركة المستخدمين في إنتاج المضمون من جهة ثانية عدة تساؤلات جديدة، حول آليات اعتماد تطبيقات الإعلام التشاركي في المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام و الدرجة المسموح بها للمستخدمين في المشاركة في إنتاج المحتويات، وطبيعة الأدوار التي يمكنهم القيام بها، و مستويات الاستعانة بهم في المراحل المختلفة من العملية الصحفية، وهل ستطبق على مخرجاتهم نفس المعايير المطبقة على مخرجات الصحفيين المحترفين وكذا حدود حرية المستخدمين، وطرق تحفيزهم للمشاركة المتواصلة، و كيفية الحفاظ على هوية المؤسسة الإعلامية و صحافييها ضمن آليات التكيف التي اقتضت توطين إسهامات المستخدمين في العملية الإعلامية ، و الحاصل أن الملاحظة الدقيقة لطبيعة مشاركة المستخدمين في إنشاء المحتويات تكشف عن مهام مستحدثة يمكن أن تمارسها هذه السلالة الجديدة من الصحفيين ، و لعل أبرزها توفير المعلومات حيث يمكن للصحفيين المحترفين الاعتماد على إسهامات المستخدمين في الحصول على المعلومات و التفاصيل و الصور و مقاطع الفيديو حول الوقائع و الأحداث غير المتوقعة التي يعايشها هؤلاء و المتعلقة خاصة بالحروب و الكوارث الطبيعية ، كما تعمل هذه الفئة على إعادة إنتاج المضامين الإعلامية و لكن مع التركيز على ما أغفله الصحفيون المحترفون و المؤسسات الإعلامية من وقائع هامشية للأحداث التي قاموا بتغطيتها و التي قد تحظى باهتمام خاص لدى أفراد المجتمع ، إضافة إلى ما يمكن أن يلعبه هؤلاء في التدليل على المحتويات و المضامين ، خاصة في ظل الوفرة الهائلة و التعدد اللامتناهي للصحف و القنوات التلفزيونية و الإذاعية والتي تجعل الأفراد غير قادرين على متابعة ما يهمهم من أخبار و مواضيع و حصص و برامج ... الخ . و هنا يبرز الدور الجديد لهذه الفئة التي تهتم بمشاركة ما يعتقدون أنه مهم على صفحاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي أو توفير روابط لها على المدونات بما يسهل على الأفراد متابعتها ، ثم إن التعقيب و التعليق على ما يقوم به الصحفيون و متابعة مدى اضطلاع وسائل الإعلام بأداء الأدوار المنوطة بها في مراقبة المحيط وحماية مصالح المجتمع و وسائله و مؤسساته لا ينفي حفاظ وسائل الإعلام على مكانتها كسلطة رابعة تتأسس أدوارها على مراقبة أداء السلطات الثلاث وإنما يؤسس لسلطة خامسة يقودها المستخدمون المنتجون الذين تتمثل واحدة من بين أهم أدوارهم في مراقبة أداء السلطة الرابعة.

5. 3. 4 تحولات في صناعة المضامين

- 5. 3. 4. 1 النص الفائق و بنية النص الصحفي :

يعكس المحتوى الصحفي أهم مستويات التحول في البيئة الإعلامية الجديدة ، إذ تغيّر شكل إنتاج المضامين عما سبق ، بحيث أصبحت تُنشر مشفوعة بالوسائط المتعددة ضمن مزيج وسائلي يجمع بين النص والصوت والصورة ، ولعل أبرز تجليات التغير في المضمون الإعلامي يكمن في بناء النص الصحفي الذي لم يعد قائما على أحادية الرؤية بسبب أحادية المتكلم المحرر ، بل أصبح متعدد الرؤى بفعل تكنولوجيا النص الفائق HyperText التي تفتح أمام القارئ نوافذ متعددة للنظر إلى الأحداث عن طريق وصل النص الصحفي بالوثائق والوسائط والمواقع والصفحات التي تحمل وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة إذ " يساهم النص المتشعب في تعميق أزمة السردية الصحفية التقليدية ، حيث تؤسس كثرة الروابط وتعددها لنظام مخصص من التلقي يقوم على القطيعة ، أي الانتقال المتواصل من نص إلى آخر (داخل الموقع) ومن وسيط إلى آخر ومن موقع إلى موقع آخر ومن سياق إلى سياق آخر (من موقع إعلامي إلى شبكة اجتماعية أو من مدونة إلى موقع إعلامي) بفعل النص المتشعب ، وبهذا المعنى يمكن للأنترنيت أن تؤسس لسردية جديدة قائمة على تعدد الأصوات بفضل تعدد المصادر (تخصيب المقال بالروابط الداخلية والروابط المحاذية كالمقالات ذات الصلة)¹ من جهة وتعدد الفاعلين المشاركين في بناء النص الصحفي باختلاف خصائصهم سواء الصحفيين المحترفين ذوي التكوين الأكاديمي والتأطير المؤسسي المهني والأخلاقي أو الصحفيين الهواة اللذين لا يلتزمون بأساسيات الكتابة الصحفية واللذين يمارسون جمع المعلومات وتحريرها ونشرها دون مراعاة محاذير الانتماء للمؤسسات الإعلامية . كما أن هذا التفاعل بين النص الصحفي والنصوص الأخرى يمثل آلية جديدة لإنتاج المعنى تقوم على إعادة بناء النص كاملا ، ليس بترتيب أجزائه الداخلية (الفقرات المتعددة في النص الواحد) بل من خلال ربطه بأجزاء خارجية تضمّنه مستويات جديدة من الدلالة ، خاصة في ظل تعدد المضمّنين (الصحفي صاحب النص الصحفي الذي يقدم تغطية للحدث والمستخدم المنتج الذي يقوم إما بالإشارة إلى واقعة هامشية تضمنتها التغطية وأغفلها الأول أو تجاهلها ، أو التعليق على ما جاء في المحتوى الأصلي من معلومات) و عليه فإن النص الصحفي بات يتخذ مسارات جديدة للوصول إلى المتلقيين عبر ما يوفره المستخدمون المنتجون كالمدونين ونشطاء الشبكات الاجتماعية من روابط للمصادر الأصلية للمحتويات والمضامين الإعلامية مشبعة بتعليقاتهم وأفكارهم . وهو ما ساهم في تجديد آليات التلقي عبر إعادة تشكيل أفعال القراءة والمشاهدة، إذ تعكس تكنولوجيا النص الفائق

¹ الصالح الحمادي : الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد ، اليوم المفتوح حول الصحافة الإلكترونية ، م، س، د، ص: 05

خصائص التلقي الإيجابي للمستخدمين اللذين استقبلوا نصوصا إعلامية و أعدوا إنتاج محتوياتها عبر مسارات لا يمكن التنبؤ باتجاهاتها.

- 5.3.4 إعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار:

تتم عملية التحرير الصحفي في المؤسسات الصحفية الورقية والسمعية البصرية التقليدية أو الإلكترونية وفق خطوات متسلسلة يمكن اختصارها في التخطيط لتغطية الخبر المتوقع ، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به و جمع المعلومات من المصادر المختلفة المتاحة الرسمية وغير الرسمية ، البشرية والوثائقية ثم اختيار البناء الفني للخبر الصحفي: أي تحديد قالب الإخباري المخطط لاعتماده (المعتدل - المعكوس - المعكوس المتدرج ...) و تحديد المضامين المصورة (الفوتوغرافية أو الفيديو أو حتى الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة) المناسبة للخبر. و من بعدها مراجعة و تقييم المادة الصحفية المكتوبة أو المصورة وتحديد مدى صلاحيتها للنشر من قبل المحرر المسؤول، أو غيره حسب خط سير النص الصحفي داخل الوسيلة المعنية بالنشر. ويتم بعد ذلك تحرير النص الصحفي و إخضاعه للمراجعة و التقييم النهائيين وتحديد أولويات النشر على ضوء ما يفرضه الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية .

غير أن التغيرات الكبيرة و التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الإعلامية يجعل هذه المراحل الكلاسيكية الخاصة بصناعة الأخبار تقليدا مهنيا غير قادر على الصمود بفعل مشاركة المستخدمين و غياب المنطق المؤسساتي في سيرورة صناعة الخبر (إعلام المواطن) ، و لعل أبرز مظاهر التغيير هو الترتيب ذاته ففي حين يمر الخبر بمختلف عمليات التصحيح و التنقيح المبنية أعلاه قبل عملية النشر عملا بقاعدة " الفلترة قبل النشر " فإن إجراءات الفلترة في البيئة الإعلامية الجديدة تؤجل إلى ما بعد النشر و البث ، كما أن تدعيم النص الصحفي بالصور و المعلومات تتم أيضا بعد النشر بفعل مشاركة فاعلين متعددين .

- 5.3.4 أنماط جديدة لتوزيع المضامين :

واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي و تطبيقات الهواتف الذكية.

- 5.3.4 اعتماد مبدأ الربط الصحيح بدل الفصل في الممارسة الإعلامية :

الربط الصحيح Getting the connectoin right أحد المفاهيم التي (استحدثها) و ناقشها الباحث Jay Rosen كخلاصة لمفهوم إعلام الجمهور الذي صكه نهاية تسعينيات القرن الماضي في كتابه الشهير " Getting the connectoin right : public journalism and The troubles in the press " ففي البدايات الأولى لبروز ظاهرة إعلام المواطن دعا الباحث الى إعادة النظر في التقسيمات التقليدية بين الكثير من الثنائيات و أهمها ثنائية المدون / الصحفي كما أكد على ضرورة

إعادة التفكير في جملة من قواعد الممارسة الإعلامية التي تتأسس بصورة تكاد تكون حصرية على الفصل ، و هو يشير في ذلك إلى " فصل صفحات الأخبار عن صفحات الرأي ، فصل المهام التحريرية عن الجانب التجاري ، فصل اليوم الواحد عن بقية الأيام لارتباط الأخبار بالجدة ، فصل أولئك الذين يصنعون الخبر عن أولئك الذين يعملون على تغطية الخبر ، فصل الهوية المهنية للصحفي عن هويته الشخصية كمواطن ، فصل إحساس الصحفي تجاه قضية ما عن تغطيته لها ، وعلى عكس الإعلام الكلاسيكي يقوم الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة على أحد أبرز التحديات التي تواجه الصحافة والإعلام في عصرنا ، إنه الربط الصحيح بين ثنائيات الخبر والرأي ، الحقائق والقيم ، المنتج التحريري والتحديات الاقتصادية ، الإعلام والنظام السياسي و الأهم بين الإعلام والجمهور ذلك أن مواضع وجوب الفصل تصبح أكثر وضوحا عند القيام بالربط الصحيح بين هذه الثنائيات"¹

¹DARVILLE, Sarah: ***"This is what public journalism is saying: getting the connections right is the deeper challenge in journalism right now."*** Summer Reading 2013: [http://www.niemanlab.org/2summer-reading-2013-getting-the-connectiond- /](http://www.niemanlab.org/2summer-reading-2013-getting-the-connectiond-/) , mis en ligne le 09/ 08/ 2013 , consulté le 22/ 10/ 2014 , 12 :50

6 - المدونات

1.6 المدونات: المفهوم و الماهية

1.1.6 التعريف اللغوي : يتحدد التعريف اللغوي لكلمة blog في اللغة الإنجليزية باعتبارها اختصارا لـ weblog ، المكونة من جزئين web وتعني شبكة و log وتعني سجل ، وهو ما يبرر استخدام الترجمة الحرفية للكلمة إلى اللغة العربية "سجل الشبكة" ، و لعله ما دفع أيضا إلى الاصطلاح - عربيا - على استخدام كلمة "مدونة" للتعبير عن هذا النوع من المواقع و التي اشتقت من كلمة ديوان و يعني " الدفتر الذي يكتب فيه أسماء أفراد الجيش و أهل العطاء " ¹.

و يتضح من خلال المقاربة اللغوية أن فعل التدوين أولا يمثل وسيلة من وسائل حفظ الأثر أيا كانت طبيعته و بأي وسيلة جرى فعله، على اختلاف أهداف التدوين و غاياته ، و المرتبطة دائما بالحفاظ على الأثر المدون ذلك أن القصد من التدوين يتأسس على الشعور بالانتماء إلى الجماعة التي ستكون بحاجة إلى استثمار ما دون استثمارا يتحدد بثقافة العصر و أدواته . كما يتجلى من خلال الاصطلاح اللغوي ، ثانيا ، أن فعل التدوين سابق لظهور الويب كفضاء افتراضي أعطى للتدوين أبعادا جديدة قائمة على الخصائص التكنولوجية للوسيط الجديد ، فالتدوين حقيقة إنسانية تاريخية عرفتها كل المجتمعات و لكن بأساليب و أدوات و طرق و آليات تختلف باختلاف العصور ذاتها ، فمن التدوين على الأحجار و صخور الكهوف إلى التدوين عبر المخطوطات ، فالتدوين المطبعي ثم الإلكتروني .

و يؤكد ذلك Jill Rettberg الذي حاول ضبط معنى كلمة weblog بردها إلى أصل اشتقاقها حيث يرى أن " المعنى القاعدي للكلمة مستمد من اقتباس مفردة log - والتي تعني سجل - من الملاحة البحرية ، إذ تعني تسجيلا زمنيا للأحداث خلال الرحلة البحرية من حيث السرعة و حالة الجو و غيرهما ، و لأصل الكلمة علاقة بتطبيق لقياس السرعة عن طريق قذف قطعة من الخشب مربوطة بحبل ثم عد العقد التي يتم تسجيلها في الثلاثين ثانية ، مما يسمح في النهاية بقياس سرعة السفينة ، على أن تدون هذه المعلومات في سجل log و قد احتفظت المدونة الإلكترونية بذات الخاصية من حيث كونها تسجيلا زمنيا للتدوينات مرتبة من الأحدث إلى الأقدم ، إضافة إلى الاشتراك في معنى الإبحار بين أصل الكلمة و استخدامها الحالي للتعبير على الانتقال بين مواقع الويب " ²

2.1.6 التعريف الإصطلاحي : تستعمل كلمة weblog للدلالة على نوع مميز من المواقع التي تستخدم برامج خاصة و توفر خدمات نشر المحتويات المختلفة على الويب للأفراد مع إتاحة إمكانية التعليق لزوار الموقع

¹ ابن منظور ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الافريقي العربي، *لسان العرب*، المجلد 13 ، دار صادر، بيروت، ص: 166

² RETTBERG, Jill Walker: *Blogginq*, polity press, Cambridge, 2008 , p :18

و هو ما تمت الإشارة إليه في القاموس الأمريكي Merriam-webster الذي رصد كلمة blog باعتبارها الكلمة الأكثر استخداما لعام 2004 من قبل زوار القاموس في نسخته الإلكترونية على الشبكة ، ويعرف القاموس الكلمة باعتبارها " اختصارا مركبا من الكلمتين web و log وتعني موقع ويب يحتوي على اليوميات الشخصية و الأفكار و التعليقات التي يديرها المدون على الخط إضافة إلى ما يمكن أن يوفره من روابط تشعبية"¹

لقد عرفت المدونات تطورات كبيرة منذ أول ظهور لها بداية تسعينيات القرن الماضي سواء على مستوى البرامج المعدة لإنشاء هذا النوع من المواقع أو على مستوي الشكل و المضمون ، خلال مسار تطورها هذا قدم الباحثون ممن اهتموا بدراسة المدونات تعريفات متعددة حدّ التباين في بعض الحالات ذلك أنه " يمكن تفكيك بناء المدونات على الأنترنت بعدة طرق ، كصحافة بديلة للمواطنين ، كأدوات تشاركية تمكن المواطنين الناشطين من إنتاج المحتوى أو المضمون الإعلامي الخاص بهم ،كمواقع إلكترونية لطرح الآراء ، كركيزة اجتماعية لإعلام الأصدقاء و الأسرة داخل السياقات اليومية و ، بصورة متزايدة ، كأداة دعائية تسويقية جديدة"²

المدونة الأمريكية الرائدة Rebecca Blood و صاحبة أول دراسة علمية جادة حول التدوين و المدونات حين أرادت أن تعرف المدونة في كتابها The Weblog Handbook الصادر سنة 2002 عبرت عن الصعوبة التي يمكن أن تصادف الباحث في هذه المرحلة قائلة "المدونة...من السهل جدا ان نميزها لكنه من الصعب بما كان ان نصفها..." حيث ركزت في تعريفها للمدونة على وصف العناصر الشكلية المشتركة بين المدونات المختلفة بطبيعتها من حيث المحتوى تبعا لاهتمامات أصحابها و ميولاتهم " فما هو مشترك بين المدونات إنما هو الشكل : فهي صفحات ويب تحوي إدراجات حديثة موقعها أعلى الصفحة ، تحين دوريا ، في بعض الأحيان عدة مرات يوميا ، غالبا على جانب الصفحة توجد قائمة تحيل إلى مواقع مماثلة "³

و عرفت المدونة بتوصيفها و شرح طريقة العمل عليها فهي "نوع من أنواع المواقع التفاعلية على شبكة الأنترنت ، تتألف من إدراجات مرتبة بطريقة زمنية عكسية(الإدراج الأحدث يوضع تلقائيا في بداية المدونة)و تتوافر خاصية التفاعلية من خلال إتاحة إمكانية التعقيب و نشر التعليقات حول التدوينات التي يمكن ان تتخذ عدة أشكال ، نصوصا ، صور تسجيلات صوتية مقاطع مصورة او حتى روابط تشعبية "⁴

و بالتركيز على خصائصها و سماتها الشكلية التي تجعل منها نوعا مميزا من المواقع الإلكترونية يـُعرف

¹merriam-webster online dictionary www.merriam-webster.com/dictionary/blog.. consulté le 05-02-2014 20 :45

² Bailey, Olga et Cammaerts, Bart et Carpentier, Nico: **Understanding Alternative Media** , Open University Press , England,2007 p :117 .

³BLOOD,Rebecca: **The Weblog Handbook :practical advice on creating and maintaining your blog**, Perseus Publishing ,Cambridge ,2002,p :01

⁴BARUCH ,Thierry:**Blog professionnel :un outil d'échange et de communication** ,Edition ENI Paris 2006, p :13

Evan Williams * المدونة قائلا " تعلمت مع مرور الزمن أن المدونة تتعلق... بثلاث خصائص أساسية هي الدورية ، الإيجاز و الذاتية ، ولكنني أدركت مبكرا أن ما كان مهما حول المدونة إنما هو الشكل وليس المحتوى" ¹ كما يركز Wilson Lowrey على أبرز خصائصها فيعرفها باعتبارها " صفحة ويب شخصية تحين دوريا و تحوي روابط شعبية لمواقع ذات صلة " ²

و عرفت المدونات بالارتكاز على أبعادها الاتصالية " باعتبارها وسيلة اتصال تسمح ... للناس بالتواصل مع بعضهم البعض من خلال شبكة الأنترنت في الوقت الحقيقي " ³ وفي ذات السياق يعتبرها دمحم عبد الحميد " وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الأنترنت ، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشؤها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار و الآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك ، التي يطرحها الناشر على صفحاتها بنظم الإتاحة الفورية أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل و الروابط النصية الفائقة دون قيود على حرية القارئ في المناقشة و التعليق على الرسائل المتاحة بالنصوص أو الوسائل المتعددة ، وكذلك حرته في التجول بين الروابط و استدعاء الرسائل و المداخلات السابقة " ⁴ وتعرف أيضا باعتبارها وسيلة للنشر " فالمدونة قبل كل شيء وسيلة للنشر تسمح لأي كان بوضع محتويات على الخط نصوصا وصورا بسهولة كبيرة تفوق ما توفره برامج معالجة النصوص " ⁵

ويعتبر د عباس مصطفى صادق المدونات واحدة من أهم تطبيقات الإعلام الجديد حيث يعرفها باعتبارها " موقعا على الأنترنت تستخدم كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها و تركز على موضوع معين .. كما يمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية ، وهي تنشر بالنصوص و الصور و الفيديو و الصوتيات وتحمل وصلات إلى مدونات و مواقع أخرى " ⁶

و باعتبار التدوين حقيقة اجتماعية يعرف دعبالله الزين الحيدري المدونات باعتبارها " جزء من العمليات الفكرية ، المعقدة ، المتراسة لدى الإنسان و جزء من ردود فعله و انفعالاته إزاء الأحداث السارية في المحيط الاجتماعي و الطبيعي ، و هي كذلك جزء مما يجري من تفاعل في حلقات التواصل بين الأفراد و الجماعات ، و جزء مما يتم تبادله من أفكار وآراء عبر وسائل الاتصال التقليدي ، و جزء من الضوضاء الثقافية

¹YUS, Francisco: **Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in Context**, John Benjamins Publishing, Philadelphia, 2011, p:101

*أحد أبرز أوائل مصممي برامج إنشاء و إدارة المدونات الإلكترونية

²LOWREY, Wilson: **Mapping the journalism-blogging relationship**, Journalism , SAGE Publications Vol. 7, 2006 p:56

³ Esté Retief & Annette le Roux : **Blogging** University of South Africa , library of cape town, 2010 , P:05

⁴ محمد عبد الحميد : **المدونات : الإعلام الجديد** ، م، س، ذ، ص: 59

⁵DESAVOYE , Benoît: **Les Blogs: Nouveau média pour tous** , M21 Editions, Paris , 2005, p :12

⁶عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، م، س، ذ، ص: 196

التي تصيب الحقائق في المجتمع ، هي جزء من الحقيقة وجزء من الكذب ، هي أيضا جزء من الخطاب الذي يدور حول عمل وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع فالتدوين في نهاية المطاف هو كل هذه الأجزاء مجتمعة بعضها مع بعض ، تغذيها أحيانا رغبة شديدة في الحديث عن الذات و أخرى في الحديث عن الآخرين ، رغبة متحررة من كل أشكال الرقابة و قد يكون التدوين بالنسبة إلى الكثير من الأفراد شكلا من أشكال الذات و نشاطا فكريا يحقق انتصار الفرد على النماذج الخطية للاتصال"¹

و تعرف د مي العبد الله المدونات " كمواقع على الأنترنت خاصة بالأشخاص أو المؤسسات ، تتضمن تعليقات و آراء و أخبار ، و غالبا ما تتضمن روابط فائقة إلى معلومات متاحة على مواقع أخرى على الشبكة،وقد أثبتت المدونات وجودها و جدواها كإحدى الخدمات الحديثة على الشبكة ، لسهولة إنشائها و نشرها و تحديثها فضلا عن إتاحتها لفرصة التفاعل مع المستفيدين منها في كل مادة من المواد المنشورة بها"²

أما من وجهة نظر المدونين ، يعرفها محمد سعيد أحجوج في كتابه ألف باء التدوين ، الذي استعرض من خلاله تجاربه في مجال التدوين ، باعتبارها " دفتر إلكتروني لنشر اليوميات ، تظهر الموضوعات الأحدث في الصفحة الرئيسية للمدونة مرتبة ترتيبا تنازليا حسب تاريخ النشر ، من الأحدث إلى الأقدم ، مع رابط لصفحة الأرشفة التي تظم التدوينات كلها مصنفة حسب التاريخ أو المحتوى ، و يتوافر لكل موضوع إمكانية للتعليق تسمح للقراء بالتفاعل مع صاحب المدونة و مناقشته فيما يكتب "³

6 . 2 خلفية تاريخية لنشأة و تطور المدونات

في البدايات الأولى لشبكة الأنترنت كان إنشاء أي صفحة جديدة يعتبر بمثابة إضافة مهمة للفضاء الإلكتروني ، هذا الأخير الذي أصبح بعد فترة وجيزة عالما افتراضيا موازيا ينعكس بين ثناياه الازدحام المماثل في العالم الحقيقي . فبعد أن تأكد الجميع من صحة المقولة " من لا مكان له على الشبكة لا مكان له على الأرض " تسابقت وسائل الإعلام لإنشاء مواقع إلكترونية ، و بدأت الشركات و المؤسسات الاقتصادية و الخدماتية الإعلان عن منتجاتها و خدماتها على الشبكة و تزايدت أعداد المواقع الشخصية للأفراد محملة بتفاصيل حياتهم و اهتماماتهم و خلاصات تجاربهم ، ليتسع نطاق الويب بشكل مضاعف على النحو الذي أصبح فيه الإبحار على الشبكة يتطلب خارطة واضحة تسهل على المبحر التعرف على عناوين المواقع التي يريد زيارتها ، وكان ذلك هو الدافع البسيط وراء نشأة المدونات و انتشارها . فقد عمل رواد الأنترنت، و أغلبهم مصممو برامج و خبراء في تكنولوجيا الاتصال ، على تسجيل رحلاتهم حول عالم الأنترنت من خلال وضع قوائم لعناوين المواقع التي يعتقدون أنها يمكن أن تلقى اهتمام غيرهم ، تم تبادلها بداية عبر البريد الإلكتروني ثم تم توفيرها في صفحات

¹ عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد النظام و الفوضى ، م،س،ذ،ص:ص 34 35

² دمي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة في الاعلام و الاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ، دار النهضة العربية، بيروت، 2014 ،ص:255.

³ محمد سعيد أحجوج : ألف باء التدوين : تعرف على التدوين و انشئ مدونتك خطوة بخطوة، الناشر المؤلف نفسه، 2009 ، ص: 7

متاحة على الشبكة ، والنتيجة نوع جديد من المواقع قد ولد. فالمتصفحون المتحمسون قد حولوا صفحاتهم الرئيسية إلى قائمة من الروابط ، يتبع كل رابط بنص يصف محتوى موقع الرابط وما يريد صاحب الصفحة أن يقدمه من معلومات لزوار موقعه.

1.2.6 التدوين...البدايات الأولى

لقد ظهرت و تنامت المدونات الأولى بواسطة مصممي و مطوري البرامج الذين كانوا أكثر خبرة بتكنولوجيا الاتصال و المعلومات و يعتقد الكثيرون أن "أول مدونة تعود إلى مخترع الشبكة العنكبوتية العالمية Tim Berners-Lee الذي كان أول من دَوّن دون أن يعلم أنه يفعل ذلك ، إذ اقترح على موقعه *what is new in the internet* مجموعة من الروابط لمواقع اعتقد أنها مهمة "¹

في حين يجمع الباحثون الأمريكيون علناً" موقع الأمريكي Justin Hill الذي أطلقه بداية تسعينيات القرن الماضي تحت اسم « Justin's links from the underground » يعتبر أول مدونة فعلية "² و ذلك قبل أن تتوافر الأدوات و البرامج المطورة الخاصة بالتدوين و قبل أن يحمل هذا النوع من المواقع اسم مدونات . و شهدت سنة 1997 الانطلاقة الفعلية لحركة التدوين حيث أنشأ Steve Bogart « News, Pointers and Commentary » و أطلق Dave Winer في أبريل من نفس السنة « Scripting News » بدأ Michael Sipsey شهر ماي من نفس السنة أيضا العمل على موقعه The Abvious « Filter » و بعدهم الكثيرون .. "³ ممن أطلقوا مواقع مماثلة دون أن يدركوا بأنهم يؤسسون لنوع جديد من المواقع الإلكترونية .

و ينسب أول استعمال لكلمة weblog إلى المدون الأمريكي *Jorn Barger " ففي ديسمبر من سنة 1997 استحدث Barger المصطلح كجزء من عنوان موقعه الإلكتروني الجديد على الأنترنت Robot « Wisdom a weblog by Jorn Barger » والذي يظهر أساسا في شكل قائمة مستمرة التحديث لمواقع أخرى على الشبكة "⁴ و هو ما اقتصر عليه مدونته في تلك الفترة شأنها في ذلك شأن المدونات في بداياتها الأولى، حيث قامت على فكرة انتقاء المدون لموضوعات معينة من المواد المنشورة على شبكة الأنترنت أو مواقع إلكترونية تضمن في قوائم على شكل روابط إلكترونية يمكن لزوار المدونة قراءتها مع إتاحة إمكانية التعليق و تسجيل الملاحظات .

¹ DESAVOYE , Benoît: Les Blogs: Nouveau média pour tous , Op.cit,p :31

² GILLMOR, Dan: we the media Op.cit,p:12 .

³ BLOOD, Rebecca: The Weblog Handbook :practical advice on creating and maintaining your blog, Op.cit,p :03

* من مواليد سنة 1953 بولاية أوهايو الأمريكية وهو من أوائل المدونين الأمريكيين المؤثرين .

⁴ RETTBERG ,Jill Walker: Blogging , Op.cit, p :24

"و في نوفمبر من سنة 1998 قام Jesse James Garrett محرر «infosift» وهي واحدة من المدونات الأصلية ، بتجميع عدد من روابط لمواقع إلكترونية على قائمة و إرسالها إلى Cameron Barrett المشرف على مدونة « Cam World » متبنيا المصطلح الذي صاغه " Jorn Barger weblog " لوصف نوع المواقع التي ضمنها في القائمة ، كتب بعدها Cameron مقالا في جانفي 1999 بعنوان Anatomy of Weblog والذي فصل فيه العناصر الشكلية للمدونة، معلنا فتحه قائمة لتضمين روابط لهذا النوع الجديد من المواقع "المدونات" في عمود يمين الصفحة الرئيسية لمدونته ، مما دفع بالكثير من القائمين على مواقع مماثلة إلى مراسلته بهدف تضمين روابط لمدوناتهم على القائمة ، و هكذا و بفضل مقال Cameron أصبح مصطلح " weblog " المصطلح المعمول به ¹ ليتم بعد ذلك التعارف على استخدام كلمة " blog " كاختصار للمصطلح .

6 . 2 . 2 التدوين أصبح متاحا للجميع

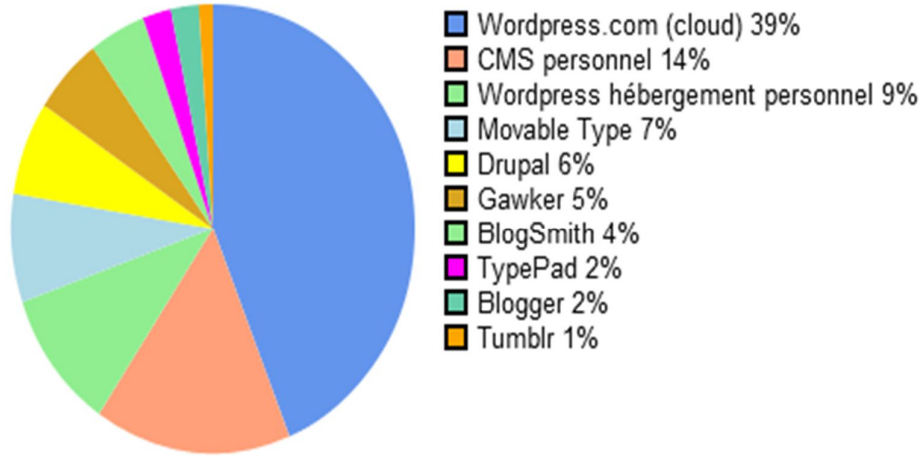
نشأت المدونات بداية تسعينيات القرن الماضي، إلا أن ظاهرة التدوين لم تنتشر على الشبكة العنكبوتية إلا بعد عام 1999م حيث بدأت مواقع الاستضافة في السماح للمستفيدين بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة وسهلة ، وتسمح برمجيات التدوين Blogging software المعتمدة في هذا النوع من المواقع بإنشاء المدونات دون الحاجة إلى الإحاطة العميقة بلغة تهيئة النصوص الفائقة HTML أو العمل مع نماذج عنكبوتية معقدة وذلك بتوفيرها للأدوات الأولية الأساسية التي تمكن أي شخص عادي من إنشاء مدونة دون الحاجة إلى إتقان لغة تصميم المواقع الإلكترونية ، وبدأ ذلك "في جويلية من سنة 1999 عندما قام Andrew Smales صاحب المدونة ذات الشعبية الكبيرة حينها ، Be Nice to Bears بابتكار PITAS و هو برنامج يوفر لأي شخص ، يملك حاسبا موصولا بالشبكة ، إمكانية إنشاء مدونة ² بأسلوب سهل و سريع . و بعد شهر من ذلك "أطلقت مؤسسة PYRA خدماتها في هذا المجال عبر موقع Blogger الذي سمح بإنشاء المدونات بشكل مجاني ³ لتنتشر في أعقابها مواقع مماثلة تعرض الخدمات ذاتها مثل Sky Open Diary Sixapart Live Journal Gandi.net BloggerXanga Open Diary والتي وفرت قوالب جاهزة لتصميم المدونات مدعمة بمجموعة من الأدوات التي تساعد المدون على التحكم في شكل مدونته و مضمونها و تمكن متصفح المدونات من جهة ثانية من التفاعل الفوري مع المواضيع المطروحة للنقاش ما ساهم في ازدياد أعداد

¹BLOOD,Rebecca: The Weblog Handbook :practical advice on creating and maintaining your blog, Op.cit,p :3

²BLOOD,Rebecca: The Weblog Handbook :practical advice on creating and maintaining your blog, Op.cit,p :5

³DESAVOYE ,Benoît: Les Blogs: Nouveau média pour tous , Op.cit,p :31

المدونات و تضاعف حجم المهتمين بمتابعة ما ينشر على صفحاتها . و في سنة 2012 قدم موقع خدمات الإحصاءات Pingdom المتخصص ترتيباً لأكثر منصات التدوين اختياراً من قبل المدونين لإنشاء مدوناتهم على النحو الذي يظهره التمثيل البياني التالي¹



التمثيل البياني رقم : (17) يوضح ترتيب أكثر منصات التدوين استضافة للمدونات لسنة 2012

و هو ما دفع نحو التطورات المتسارعة التي عرفتها مواقع الاستضافة لاحقاً ، فقد لقيت الخدمات التي توفرها هذه المواقع " إقبالا كبيرا للمدونين مما أدى إلى طرح تصاميم جديدة مصحوبة بخصائص متطورة ، و مميزات فعالة ضاعفت من أهمية التدوين ، مثل إمكانية الأرشفة ، وإمكانية التصنيف ، و تعديل الموضوعات ، وإدراج التعليقات و الروابط الإلكترونية المباشرة و إحصاء الزوار و إمكانية حجب النصوص أو إتاحة قراءتها للجميع"²

3.2.6 المدونات تقفز عبر أبرز الأحداث العالمية

لقد ساعدت الأحداث العالمية* التي واكبت ظهور المدونات هذه الأخيرة على الانتشار ، فقد افكت المدونات مكانتها و شددت انتباه العالم لها حين أثبتت فاعليتها في السبق ، إذ لاقت رواجاً كبيراً في تغطية أهم الأحداث العالمية بداية بهجمات 11 سبتمبر 2001 على برج التجارة العالمي في نيويورك بالولايات المتحدة

¹<https://www.pingdom.com/>

² عبد الله الزين الحيدري: **الإعلام الجديد النظام و الفوضى** ، م، س، د، ص: 34
 * سجل موقع Blogger على صفحته الرئيسية يوم هجمات 11 سبتمبر زيادة في نسبة الإشارات و إنشاء و مطالعة المدونات تقدر بـ 22 % ، وقد عبرت Virginia Postrel رئيسة تحرير سابقة في مجلة راي أمريكية Reason عن أهمية الأدوار التي لعبتها المدونات في تلك الفترة قائلة " إن الأمريكيون كانوا بحاجة إلى التعبير عما يشعرون به إزاء الحدث من جهة و الإطلاع عما يشعر به و يعتقد أصدقاؤهم و جيرانهم و كذا العالم بأسره و قد وفرت المدونات الوسائل الأفضل للاستجابة لهذه الحاجات وكانت الحرب على العراق عام 2003م سبباً من أسباب ذبوع صيت المدونات وانتشارها ، فقد كانت حرب المدونات الأولى blog war إذ استقطب المدونون العراقيون اهتمام متصفح الشبكة ممن اهتموا بمعرفة ما يحدث في العراق ، كما انشأ الجنود الأمريكيون مدوناتهم الخاصة ونقل كل منهم منظوره الخاص للحرب و وقائعها من خلال ما أصبح يعرف بالمدونات العسكرية Milblog حيث انتشرت المواقع الشخصية التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية في الحرب ، وتقديم ما يشبه المذكرات التي تؤرخ للأحداث أو تبدي الآراء و المواقف مما يحدث هناك .

الأمريكية إلى الحروب المتلاحقة في أفغانستان و العراق و كذا تسونامي ديسمبر 2004 بالمحيط الهندي و تفجيرات لندن سنة 2005*. و يعبر Axel Bruns في كتابه Gatewatching عن أهمية المدونات في هذا المجال مركزا على التحديات التي تواجه وسائل الإعلام التقليدية بفعل ذلك بالعبرة التالية **الحدث مهم...!!! إنه من الصعب بما كان التغلب على المدونات** " ففي الوقت الذي تعمل فيه القنوات الإخبارية المتخصصة و المؤسسات الصحفية على عمليات توزيع فرقها الإخبارية و تهيئة تجهيزاتها و تشرف على إعادة ترتيب مواقعها الإخبارية ، و تقف على إنشاء خطوط للاتصال بصحافيها في الميدان. يكون المدونون ، مثلما أثبتوا دائما في مثل هذا النوع من الأحداث ، في قلب الحدث يحينون محتويات مدوناتهم "لذلك أصبحت المدونات مصدرا رئيسا لتتبع الأخبار وكذلك للحصول على وجهات نظر مختلفة حول ما تتناقله من وقائع و أحداث و مظهرا من مظاهر الصحافة البديلة على الشبكة .

وفي قراءة تاريخية لنشأة المدونات و تطورها ، يميز الباحثون ممن اهتموا بدراسة الظاهرة بين ثلاث مراحل أساسية ، ويعتمدون في تقسيمهم هذا على درجة انتشار المدونات و مدى فاعلية التدوين في نقل الوقائع و الأحداث التي عجزت وسائل الإعلام ، لأسباب كثيرة ، عن تغطيتها . و تبدأ المرحلة الأولى منصف تسعينيات القرن الماضي ، حيث ظهرت أولى المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية . و أبرز ما نشر على صفحات مدونات هذه المرحلة " ما أصبح يعرف بـ " فضيحة Monica Lewinsky " السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي الأسبق Bill Clinton ، و التي استأثرت بنشر تفاصيلها مدونة Drudge Report لصاحبها Matt Drudge بتاريخ 17 يناير 1998 و هو المدون الذي حقق لمدونته مكانة مميزة بفعل نشره للتفاصيل الكاملة عبر مدونته بعد أن رفض موضوعه من قبل المجلة الإخبارية الأسبوعية الأمريكية Newsweek² ، و اتسمت نهاية هذه المرحلة بظهور مواقع خدمات التدوين و التي ساهمت بشكل فعال في انتشار الظاهرة .

و تعتبر سنة 2001 بداية المرحلة الثانية ، هذه الأخيرة التي تمثل مرحلة الميلاد الفعلي للمدونات خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر التي مثلت موضوعا خصباً للمدونين الذين عايشوا الحدث و غيرهم ممن أرادوا التعبير عن مواقفهم من الواقعة في الولايات المتحدة الأمريكية و خارجها ، كما تسللت المدونات في هذه المرحلة إلى الكثير من الفضاءات الإعلامية "ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين و بدأت المدونات تكتسب شيئا فشيئا قدرتها على التأثير"³ ففي 05 ديسمبر 2002 وفي حفل عيد الميلاد المئوي للسيناتور James Strom Thurmond " تذكر Trent Lott زعيم الأغلبية في مجلس الشيوخ الأمريكي حينها حملة

¹BRUNS, Axel: **Gatewatching: collaborative on line news production**, Peter Lang Publishing, Op.cit,P:13
*اثبتت المدونات فاعليتها مرة أخرى في نقل ما خلفه تسونامي 2004 من قبل المدونين الذين عايشوا الحدث و يعبر الباحثون عن انتشار المدونات في المنطقة بسبب تغطيتها للحدث قائلين ان تسونامي هو 11 سبتمبر بالنسبة للمدونين الاسويين كما ان اول الصور التي التقطت بعد تفجيرات لندن التقطها مدون بواسطة هاتفه النقال و نشرها مباشرة على مدونته

² Wikipedia, the free encyclopedia , http://en.wikipedia.org/wiki/Drudge_Report consulté le 21/12/2014, 22:57
³ حمال الزرن : **المدونات الالكترونية و سلطة التدوين** ، مجلة دراسات ، المركز العالمي لدراسات و ابحاث الكتاب الاخضر ، العدد 29 ، 2007 ، ص:71

الانتخابات الرئاسية لـ Thurmond سنة 1948 والتي دعا فيها للحفاظ على الفصل العنصري قائلا "أن الأمة كانت ستكون أفضل حالا لو أن Thurmond قد فاز حينها" هذه التصريحات المشينة لم تكد وسائل الإعلام أن تذكرها عدا ما ذكرته الـ Washington Post وأعرضت عنه بعد ذلك مباشرة ، غير أن الصمت لم يدم طويلا ،انها وسائل اعلام المستقبل ، سرب منالمدونين و الصحفيين الإلكترونيين اللذين غيروا الكثير من القواعد السائدة ... أمثال Joshua Marshall في مدونته Talking Points Memo و غيره الكثيرون ممن عبروا في مدوناتهم عن استيائهم منتغاضي وسائل الإعلام عن تصريحات زعيم الأغلبية ما دفعه إلى الاستقالة من منصبه "1 أو قد كان لهذه الواقعة تأثير كبير في مسيرة تطور المدونات و علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية . وقد عبر عن ذلك الكاتب الصحفي الأمريكي John Podhoretz في عموده بصحيفة New York Post حين قارن ما لعبته المدونات من أدوار مقابل غياب الصحف و الشبكات التلفزيونية " . لقد كان الحدث لحظة حاسمة في تاريخ وسائل الإعلام "2 تبع ذلك الكثير من الأحداث المشابهة ، كما ظهر ما عرف بمدونات الحرب أثناء الغزو الأمريكي للعراق سنة 2003 . و كذا الأدوار المحورية التي لعبتها المدونات في تغطية الحملات الانتخابية الأمريكية سنة 2004 .

" أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة النضج ،و بدأت مؤشراتنا في النصف الثاني من العام 2004 حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجارا كبيرا ابتداء من سنة 2005"3

3.6 تصميم مدونة

تتشترك المدونات على اختلاف أنواعها و تعدد أشكالها في مجموعة من العناصر الثابتة ، اجمالا هي :شريط المدونة ، عمود الإدراجات و الأعمدة الملحقة (انظر الشكل رقم 04)

الشكل رقم (04) : يوضح عناصر تصميم مدونة



¹GILLMOR, Dan: *We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People* , Op.cit p :44 45

²PODHORETZ ,John: *the internet's first scalp*, the New York Post , December 13, 2002 | 5:00am

<http://nypost.com/2002/12/13/the-internets-first-scalp/> , consulté le 22/12/2014 , 02: 30

³جمال الزرن : *المدونات الإلكترونية و سلطة التدوين* ، م.س ،ذ ،ص:71

- شريط المدونة : و يظهر غالبا في شكل صورة تحمل اسم المدونة "Title" ، يطلقه المدون نفسه بما يرى أنه يتلاءم و طبيعة مدونته ، وقد يدعمه بعنوان فرعي يضمه هدف المدونة أو يصغه في شكل شعار لها .

شريط المدونة



- عمود الإدراجات : يحتل المساحة الأكبر من الصفحة الرئيسية للمدونة ، ترتب فيه الإدراجات حسب تاريخ التدوين ، اذ يعتمد ترتيبا زمنيا "كرونولوجيا" عكسيا حيث يظهر الإدراج الأحدث في المقدمة فيما ينتزل الإدراج الأقدم إلى الأسفل " و الإدراج هو المحتوى القاعدي للمدونة ، حيث يجب أن نميز بين المصطلحين مدونة blog و إدراج blog post ، هذا الأخير الذي يمثل نص الموضوع الواحد في المدونة و عليه يمكن القول أن المدون يدون عندما يعمل على كتابة الإدراج ¹ و يختلف شكل الإدراج على المدونة باختلاف طبيعته سواء كان نصا أو صورة أو فيديو.

عنوان الادراج

¹BRADSHAW, Paul et ROHUMAA, Liisa : *The Online Journalism Handbook in the Digital Age* Routledge, New York, 2013,p:73

الخبير 15 أكتوبر، 2015

حمى الوادئ المتصدع: لاجئ فالفصاة تستمتع!!



صورة من مستنقع في نواكشوط نشرتها صفحة جمعية الإرادة

أعلنت وزارة الصحة الموريتانية في بيان أصدرته "يوم الأحد 15 أكتوبر 2019"، أنه حدثت حالة وفاة واحدة بسبب حمى الوادئ المتصدع وأن الوضع تحت السيطرة، وأن كل من يتحدث عن تفشي الحمى النزيفية في الدولة مجرد مغرض ويريد تسييس الحمى، وأكد وزير الصحة بعد ذلك أنه حدثت أربعة حالات وفاة بسبب حمى الوادئ المتصدع. يذكر أن بيان الوزارة وتصريح الوزير حدث بعد صخب وضغط حصل على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ندد المدونون والنشطاء بتعامل الحكومة الفاتر مع معاناة المواطنين ومحاولتها حجب المعلومات وتضليل المواطنين وعدم إكترائها بصحتهم، حيث لم تقم بحملات توعية ولم تستنفر طواقم من أجل مساعدة المواطنين، استطاع المدونين إخراج الحكومة، عبر هاشتغ #بيلد_ينزف، وقد نظمو وقفات أمام وزارة الصحة اعتكف على إثرها 12 ناشطا ولا يزال منهم خمسة منهم رهن التوقيف، وثلاثة غير معلومي المكان وتم قمع من تضامن معهم.

تجد الإشارة إلى أن المستشفيات تعاني منذ أشهر اكتظاظا شديدا بالمرضى المصابين بحمى الضنك وقد تحدث أطباء عن تفشي حمى الضنك وظهور حالات من حمى القرم الكونغولية وحمى الوادئ المتصدع. وقد ظهرت رسالة مسببة أرسلتها وزارة إلى الصحة منظمة الصحة العالمية، جاء فيها أنه حدث ثمانية حالات وفاة بسبب حمى الضنك وأن تلك الحمى وجدت في ثلاثة عشر مقاطعة، وهو ما

مدخل الادراج

نص الادراج

و عادة ما يحتوي الإدراج على :

. **عنوان الإدراج:** ويتم عرضه بصورة مميزة عن النص ، قد يكون هو ذاته عنوان المادة الأصلية المنقولة ، أو عنوانا يكتبه المدون ، يتبع العنوان بتفاصيل كتاريخ و توقيت الإدراج و الركن الذي صنف الإدراج في إطاره .

. **مدخل الإدراج:** وهو المقدمة المختصرة أو رأس الإدراج أو التدوينة ، تظهر أهميته حين يعتمد - إضافة إلى العنوان - للتدليل على محتوى التدوينة دون الحاجة إلى ظهورها كاملة على الصفحة الرئيسية للمدونة ، وتمكن هذه الطريقة زائر المدونة من الاطلاع على أكبر عدد من التدوينات الحديثة ما يدفع إلى زيادة نسبة مقروئية مواضيع المدونة .

نص الإدراج: و هو النص الأساسي في التدوينة ، قد يكون موضوعا قائما بذاته إذا كان من تحرير المدون أو تعليقا ، للمدون أيضا ،حول موضوع تم نشره في موقع آخر و يدعم النص في هذه الحالة برابط فائق للموضوع الأصلي محل النقاش ، حيث تتيح هذه الآلية ربط التدوينة بالمصدر الأصلي للموضوع من أجل تمكين القراء من استرجاع المادة الأصلية محل النقاش و الاطلاع عليها.



التعليقات : يتيح برنامج النشر المستخدم في منصات التدوين إمكانية التعليق و التعليق على كل إدراج في المدونة ، والشائع أن يسمح صاحب المدونة للقارئ بالاطلاع على التعليقات مما يتيح تسجيل النقاش الدائر حول موضوع الإدراج، وتعتبر هذه الخدمة من أبرز الخصائص التكنولوجية لتدوين و التي سنتوسع في شرحها في المباحث الموالية .

التعليقات

الأعمدة الملحقة : والتي تظهر في شكل روابط تحيل إلى صفحات داخل المدونة نفسها أو مواقع خارجها ويرجع ذلك إلى طبيعة الملحق ، وفيما يلي عرض لأهم ما يمكن أن تحمله الأعمدة الملحقة ، إذ يمكن أن تحظر أو تغيب بعض العناصر في بعض المدونات و يرجع ذلك لما تتيحه منصات التدوين من جهة و لاختيارات المدون من جهة ثانية ، والتي تحوي في الغالب :

عمود الفئات: تمثل الفئات الأركان التي يمكن من خلالها تصنيف الإدراجات إما حسب طبيعتها أو المواضيع التي تثيرها ، و يرجع ذلك أساسا إلى طبيعة المدونة و اهتمامات المدون إذ يرجع إليه تحديد عدد الفئات و تسميتها.

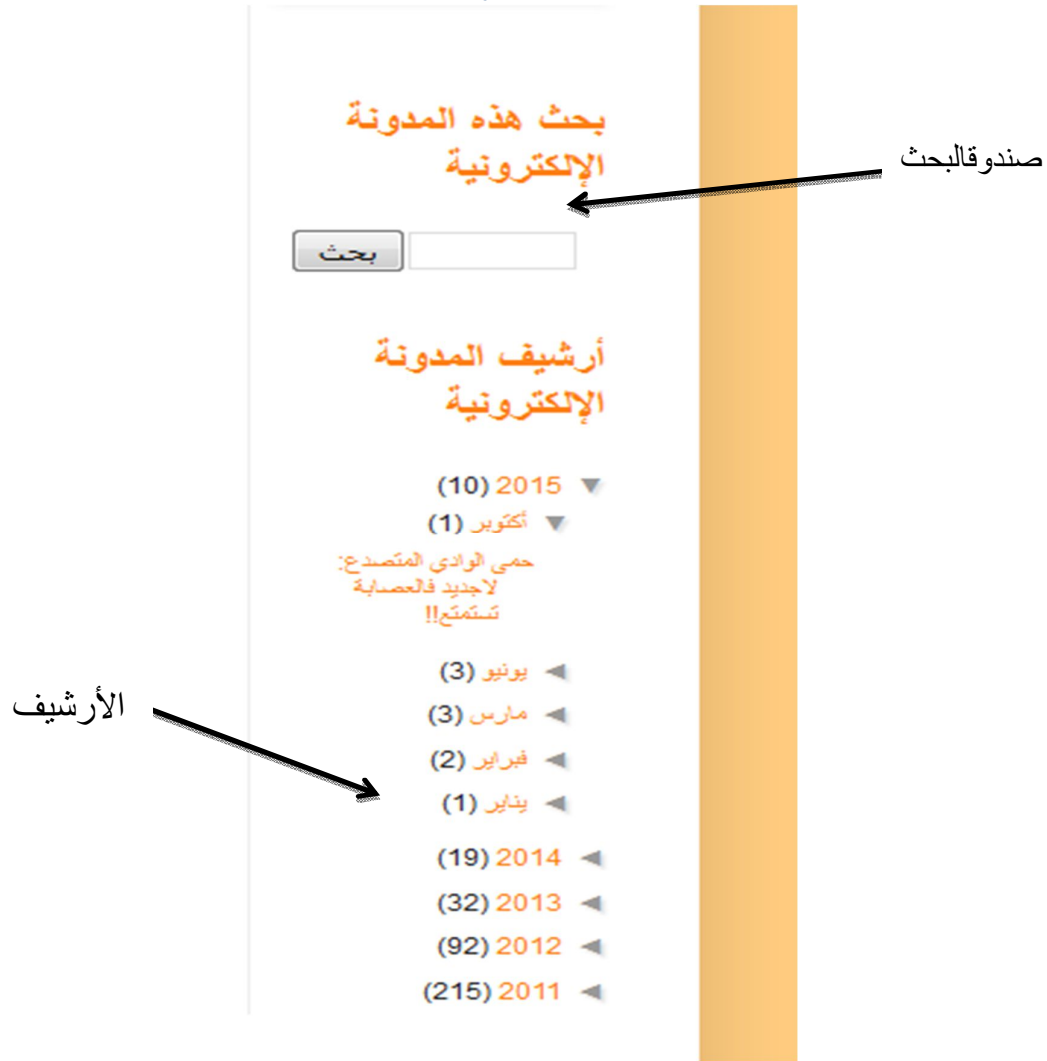
التسميات

- إحتجاجات
- الإنترنت، حوكمة الإنترنت
- الجنرال عزيز
- الديمقراطية
- الربيع العربي
- انتخابات
- تكوين
- تضامن
- تعذيب، حقوق الإنسان
- تعليقات
- تغطيات
- تونس
- ثورة 25 يناير
- حقوق إنسان
- رحلة
- سينما
- صحافة

عمود الفئات

. **صندوق البحث:** و هو محرك بحث داخلي يمكن زوار المدونة من الاطلاع على مواضيع معينة أو استرجاع تعليقات حول نقاش محدد عبر كتابة كلمات مفتاحية في محرك البحث الذي سيسترجع كل المواضيع ذات الصلة الموجودة على المدونة .

. **الأرشيف :** على المدونة ، تحفظ مختلف الإدراجات ليتم أرشفتها في قاعدة بيانات تلقائيا حيث توفر منصات التدوين ولوجا سهلا للتدوينات القديمة اذ ترتب كما الإدراجات بشكل تاريخي عكسي، و يشار إلى ترتيبها شهريا غالبا ، مع إتاحة إمكانية تعديل فترة الأرشفة للمدون (أسبوعيا ، شهريا ، سنويا) لتعرض ضمن عمود الأرشيف في شكل روابط حسب فترة الأرشفة .



. قائمة وصلات المدونات : وصلات خارجية تحيل إلى مدونات أخرى تحدد إقليم المجموعة الفرعية التي تشكلها المدونات الصديقة .

. الروابط : التي تحيل إلى مواضيع خاصة في المدونة ذاتها أو خارجها (مواقع إلكترونية أو مدونات أخرى)

. الاشتراك : و هي الخدمة التي تسمح بالاشتراك في المدونة بهدف تمكين زوار المدونة من استقبال كل جديد يتعلق بالمدونة (إدراجات جديدة لصاحب المدونة أو تعليقات جديدة من قبل زوار المدونة)



التقويم : و هو ميزة شائعة التوافر في أغلب أنظمة برمجيات التدوين ، حيث تتيح تقويما يوضح اليوم و الشهر والسنة .

4.6 الخصائص التكنولوجية للمدونات

لقد عرفت المدونات تغيرات عميقة خلال السنوات القليلة الماضية ، فقد انتقلت من كونها دفتر يوميات على الخط إلى أداة نشر ذات نجاعة متفردة ، فهي ملائمة لسرعة التحديث و توفر مرونة كبيرة في معالجة المحتويات و إدارتها ، و تكشف عن مزايا غير مسبقة في التحليل المعمق بفعل تكنولوجيا التشبيك و النص الفائق ، كما أنها قادرة على استيعاب كل أشكال المحتوى ، صورا و نصوصا و مقاطع صوتية أو مصورة و لعل هذه الخصائص التقنية هي التي جعلت منها "أحد مفاتيح مواكبة الصحافة للتطورات التكنولوجية في المجال الإعلامي ، حيث يقل تدريجيا و بشكل لافت عدد المؤسسات الإعلامية التي لا تعتمد تكنولوجيا التدوين و التي تجاوز المحررون و الصحفيون العاملون بها إشكالات التساؤل حول ما إذا كانت المدونات صحافة ، إلى بحث إمكانيات الاستفادة منها في قطاع الإعلام " ¹ و في إطار تحديد أبرز الخصائص التكنولوجية للمدونات تجدر الإشارة إلى ضرورة تجاوز بحث الطابع التقني المحض للمدونات إلى دراسة امتدادها التطبيقي الذي يكسبها محتوى اجتماعيا و ثقافيا. حقيقة كون المتغير في فعل التدوين هو الأداة بكل ما يميزها من خصائص تقنية مستحدثة تبقى حقيقة ظاهرة لأن الأداة عندما تتغير ، تجر إلى دائرتها منظومة التفكير كاملة فهي لا تشتغل بمعزل عن العمليات الفكرية المركبة بل إن العمليات الفكرية برمتها لا تدور بعيدا عن الأداة الناقلة و المجسمة للأفكار فإذا كان التدوين حقيقة ثابتة نجده في الماضي البعيد ، فعلا اجتماعيا موجها لاختراق الزمان ، و غايته بقاء الأثر المدون بصرف النظر عن أهمية تداوله الفوري كشكل من أشكال التواصل ، فإننا نراه اليوم سلوكا يخترق المكان في كل الاتجاهات لا اعتبار الغاية المركزية من فعل التدوين هي النقل و التداول و التفاعل السريع على نطاق واسع جدا " ² وفق خصائص تقنية غير مسبقة نوجزها فيما يلي :

6 . 4 . 1 البنية الشبكية للفضاء التدويني *The networked structure of the blogosphere* :

يمكن أن تنعكس أهم الاختلافات بين المدونات الإلكترونية و وسائل الإعلام التقليدية في كون المدونات ظاهرة تنفرد بالترابط الشبكي اعتمادا على تكنولوجيا الروابط التشعبية " إذ تتخذ الروابط بين المدونات شكلين مختلفين ، حيث يمكن أن يقوم المدون بتوفير قائمة الوصلات الإلكترونية الخارجية *Blogroll* و التي تظهر غالبا في الصفحة الرئيسية أو صفحة البداية *home page* . أو أن يعمل المدون على كتابة إدراجات معينة تحمل روابط لمدونات أخرى و بخلاف الروابط على قائمة *Blogroll* ، المستقرة على الصفحة الرئيسية ، ستترك الروابط على الإدراجات مكانها على الصفحة الرئيسية باتجاه الأرشفة التلقائية كلما حل إدراج جديد محل آخر سابق " ³

¹BRADSHAW, Paul et ROHUMAA, Liisa: *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age* Op.cit,p :74

²عبد الله الزين الحيدري: *الإعلام الجديد النظام و الفوضى* ، م،س،ذ، ص:30

³DREZNER, Daniel et FARRELL, Henry: *The power and politics of blogs*, Public Choice ,January 2008, Volume 134, Issue 1-2, pp 15-30, <http://link.springer.com/article/10.1007/s11127-007-9198-1> consulté le12/10/2015,10:15

6 . 4 . 2 قائمة الوصلات *Blogroll* : قائمة لمدونات أخرى على الشبكة مدعمة بروابط فائقة للإحالة إليها مباشرة. و بتعبير آخر هي " قائمة وصلات إلكترونية خارجية مدمجة في صفحات المدونة و التي تظهر غالبا في الصفحة الرئيسية أو صفحة البداية *home page* و التي تحيل إلى مدونات أخرى تحدد " إقليم " المجموعة الفرعية التي تشكلها المدونات الصديقة"¹.

6 . 4 . 3 توسيم (وصف) المحتوى *Content Tagging*: حيث يمكن للمدون أن يدعم إدراجاته بوسوم ، وتسمى أيضا بالكلمات المفتاحية أو الكلمات الدلالية باعتبارها الكلمات الأكثر استخداما في الإدراج أو أكثرها تعبيرا عن مضمونه . و هي تظهر غالبا بلون و سمك مختلفين و تكون عبارة عن وصلات تشعبية إلى مجموعات من العناصر التي تنسحب إليها هذه الوسوم ، و يُسهل توسيم الإدراج على محررات البحث تحديد طبيعة الإدراج و مضمونه و بالتالي تضمينه في نتائج البحث ، كما تسهل على مستخدمي الشبكة الوصول إلى المحتوى المعني. وتقوم فكرة تطبيقات توسيم أو وصف المحتوى على مشاركة المستخدم في إضافة الكلمات المفتاحية الخاصة به إلى المصادر، حيث يمكن أن يصف صورة أو ملف صوتي أو مرئي، وهذا التطبيق يحقق واحدا من أهم مبادئ الويب 2.0 وهو مبدأ مشاركة المستخدم في بناء المحتوى" وتعرض الوسوم المستخدمة في الإدراج أو المدونة عامة في (سحابة الوسوم) أو (سحابة الكلمات الدلالية) التي تؤدي وظيفتين أساسيتين هما : أولا أنها توفر عرضا بيانيا فوريا لطبيعة المواضيع التي يهتم المدون بتغطيتها من خلال مدونته ، و تهيئ المدونة من ناحية ثانية لاستقبال القراء المهتمين بوسم معين ، و بتعبير آخر فإن سحابة الوسوم توفر آلية أخرى لاستكشاف محتويات المدونة وقراءتها"².

6 . 4 . 4 الملخص الوافي للموقع *RSS*: الملخص الوافي للموقع عبارة عن تقنية تمكن المستفيد من الحصول على آخر الأخبار والمعلومات فور ورودها للموقع بشكل تلقائي بدلا من تصفح الموقع كاملا، فهي تخطر المستفيد بما يستجد من أخبار في الموقع وذلك من خلال استخدام برامج يطلق عليها RSS Reader من أجل جمع وتصفح المعلومات، ولا تقتصر هذه العملية على المعلومات المكتوبة فقط، بل تتعداها أيضا إلى الملفات السمعية والمرئية

¹نصر الدين العياضي في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة :م،س،ذ،ص:140

²BRADSHAW, Paul et ROHUMAA, Liisa: *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age* Op.cit.,p:74

6. 4. 5 الروابط التعقبية *Trackback* "و هو بروتوكول يسمح لمواقع الويب بالتواصل بين بعضها البعض بشكل آلي و يستعمل في المدونات لإشعار المدونين بأن هناك إدراجا جديدا في المدونة يهمهم، ويستفيد منه المدونون لمتابعة آثار ما ينشر عنهم في مواقع أخرى في الويب"¹

6. 4. 6 الروابط التشعبية *Hyperlink* : "تعتبر تكنولوجيا النص الفائق خاصية أساسية في ممارسة التدوين حيث يشير المدونون إلى محتويات موجودة على الشبكة من خلال توفير روابط لها ، و يسمح النص التشعبي بتأطير و تغطية القصص الإخبارية المركبة من كل جوانبها من خلال ربطها بالعديد من المصادر الأولية ، و الملاحظ هنا أن الروابط توفر خاصية الشفافية إذ تسمح تكنولوجيا النص الفائق للمحرر بالإشارة المباشرة إلى أي مصدر على الخط ما يدفع القراء إلى الوثوق في دقة و صحة المعلومات"²

5. 6 أنواع المدونات

يعتبر تصنيف المدونات إلى أنواع ضرورة علمية تقتضيها متطلبات الفهم العميق للتدوين ، ذلك أن التصنيف يعكس بالضرورة خصائص المحتوى من جانب و خصائص المدونين و اهتماماتهم من جانب آخر وكذا تمثلهم للفعل التدويني ذاته ، و تصنف المدونات إلى أنواع عدة حسب معايير مختلفة . وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف المدونة الواحدة في نوع معين في إطار مستقل كما يمكن أن تصنف على نقطة تقاطع بين عدة أنواع من خلال التكامل بين مختلف التصنيفات ، و تجدر الإشارة إلى أن التطور المتسارع لظاهرة التدوين قد أثر كثيرا على تصنيف المدونات إلى أنواع ، ففي نهاية تسعينيات القرن الماضي صنف المدونات القليلة التي وجدت في تلك الفترة إلى نوعين رئيسيين هما مدونات الفلتر *Filter Blogs* و التي يمكن اعتبارها أول أنواع المدونات ، إذ بدأت فكرة التدوين بتوفير مجموعة من الروابط لمواقع على الشبكة. و مدونات المذكرات الشخصية *Online diary weblogs* التي تعرض فيها الحياة اليومية للمدون .

6. 5. 1 تصنيف المدونات حسب الشكل : وتصنف المدونات حسب الشكل أو وسائل العرض و التقديم إلى :

- **المدونات النصية :** وهي المدونات في شكلها التقليدي والتي تحتوي في الغالب على تدوينات نصية بالأساس حيث تعتمد الكتابة كأسلوب أساسي للتدوين ، و تجدر الإشارة إلى إمكانية تدعيم النص بصور أو مقاطع فيديو.

- **مدونات المحتوى الصوتي *Pod casts Weblogs* :** المصطلح (*Pod casts*) مأخوذ من أجهزة IPOD ، و هي مشغلات الملفات الصوتية الشهيرة لشركة Apple ، والتي بإمكانها تشغيل الملفات

¹ نصر الدين العياضي: *في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية و الصحافة* ، م.س.ذ.، ص: 140

² BLOOD, Rebecca: *Weblogs and journalism: Do they connect?* Nieman Reports 57(3): (2003) p:61

بصيغة MP3. ويعتمد التدوين الصوتي Audio blogging على استخدام الصوت في الوصول إلى المتلقين بدل النصوص المكتوبة ، حيث تعتبر مدونات هذا النوع بمثابة قناة إذاعية خاصة بالمدون الذي يملك صوتاً مناسباً وشخصية تجذب السامع ، يرفع إليها ما يسجله من ملفات صوتية، يقوم بمشاركتها ويتيح إمكانية تحميلها لزوار المدونة ، و يطلق على هذا النوع من المدونات التي تبت محتويات أصيلة ينتجها المدونون أنفسهم اسم Saying Weblogs لتمييزها عن باقي أنواع المدونات الصوتية التي قد يكتفي أصحابها بتوفير روابط لملفات صوتية على الشبكة أو تحميل ملفات صوتية تلقى اهتمام زوار المدونة كالمقاطع الموسيقية و الألبومات الغنائية .

- **مدونات الصور Photo Weblogs:** وهي مدونات تعتمد بالأساس على مشاركة صور دون الإسهاب في التعليق عليها من المدون ، الصور غالباً يكون مصدرها صاحب المدونة نفسه لكن هناك مدونات كثيرة تعتمد على صور الآخرين.

- **مدونات الفيديو Video casts Weblogs:** تعرف اختصاراً V blogs و هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الإلكترونية و هي مماثلة لمقاطع البث الإذاعي (Pod casts)، غير أنها تعد بواسطة الفيديو حيث تمثل مقاطع الفيديو المادة الأساسية للتدوينات، و يقوم المدون بتسجيل مقاطع الفيديو بنفسه أو يحملها ليقوم بنشرها على المدونة ، ما عدا ذلك فإن مدونة الفيديو تشترك مع المدونات المكتوبة من حيث تسجيل الإدراجات بالوقت و التاريخ و ربما بوصف مركز و مختصر للمحتويات .

- **المدونات الإلكترونية متعددة الوسائط أو Multimedia Weblogs :** تعتبر مدونات هذا النوع مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة أعلاه حيث تعرض المحتويات المقروءة و السمعية و المرئية ولذلك يطلق عليها المدونات المنوعة .

6. 5. 2 تصنيف Blood : في سنة 2002 اقترحت Blood تصنيف المدونات إلى ثلاث أنواع هي

- **مدونات الفلتر Filter Blogs:** و هي نوع من المدونات التي تقوم على ترشيح الويب من خلال توفير روابط و تعليقات لمواقع يراها المدون مهمة .

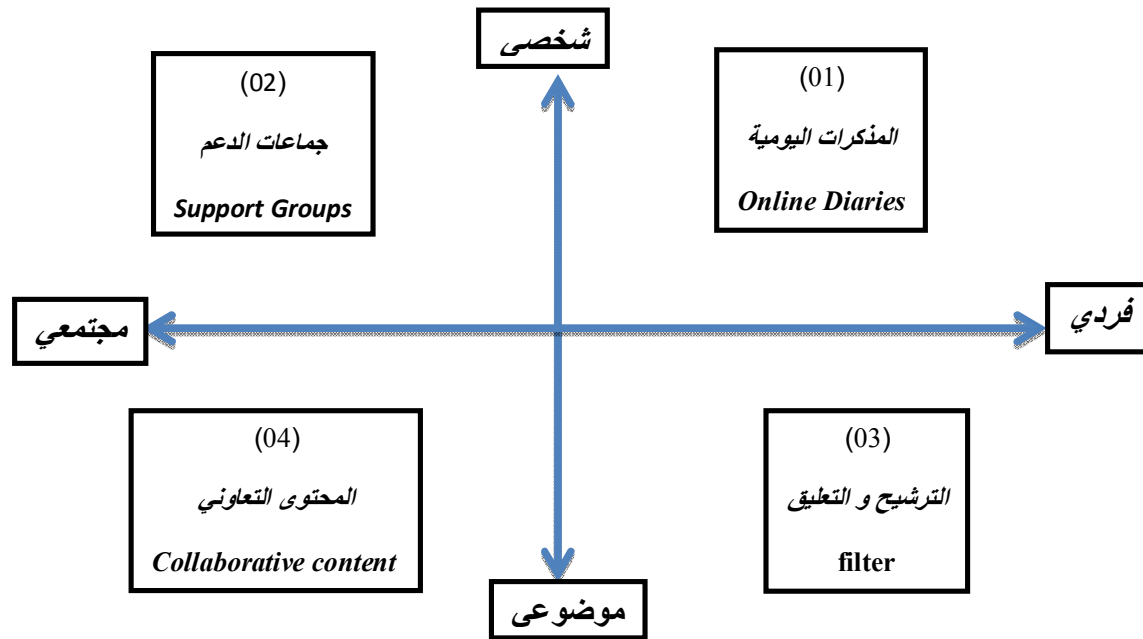
- **المذكرات اليومية Personal Journals:** و هي النوع الذي يعرض المدون من خلاله تجاربه الشخصية و تفاصيل حياته اليومية .

- **مدونات المعرفة k_logs :** و هي النوع الذي يوفر مادة علمية أصيلة .

و قد اعتمد تصنيف Blood سنة 2005 في دراسة ميدانية لعينة مكونة من 203 مدونة أمريكية حيث تبين أن "مدونات المذكرات الشخصية تمثل أكثر المدونات شعبية بنسبة 71% في حين حظيت مدونات

الفترة و المدونات المعرفية بتفضيل ما نسبته 12.6 % و 03 % من مجموع مفردات العينة على التوالي¹

3.5.6 تصنيف Krishnamurthy : في حين اعتمدت S Herring و شركاؤها في دراسة لهم بعنوان Bridging the Gap على التصنيف الذي قدمه Krishnamurthy و هو من صنف المدونات إلى أربعة أنواع حسب بعدين اثنين هما : شخصي / موضوعي Topical/personal . و فردي / جماعي individual / communit على النحو الذي يوضحه الشكل رقم (05) . حيث يعكس النوع الأول نموذج المدونات الشخصية التي ينشؤها الأفراد و تحاكي في مواضيعها و أهدافها المذكرات أو اليوميات الشخصية . أما النوع الثاني فيمثل مدونات المجموعات ، الأصدقاء أو جماعات الاهتمام المشترك ، في حين يقوم أصحاب مدونات النوع الثالث بعملية مسح لمواقع الويب عامة و المدونات بشكل خاص وتوفير روابط لمواضيع و مواقع مختارة (الفترة) و التعليق عليها . و تتجاوز أهداف المدونات في النوع الرابع حدود الفترة و التعليق إلى السعي إلى التغيير لأنها مرتبطة بأداء المجموعة القائمة على إنشاء هذا النوع من المدونات .



الشكل رقم (05) يوضح : أنواع المدونات حسب تصنيف Krishnamurthy²

¹ JENGHOON, Lee : **Computer-mediated Communication as Political Communication: investigation of the agenda-setting function**, Proquest information and learning company , Florida, 2008, p:14

² HERRING, Susan C., SCHEIDT, Lois Ann, BONUS, Sabrina, et al: **Bridging the gap: A genre analysis of weblogs**. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37), (2004) <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf> consulté le 25/05/2015, 00:44

6. 5. 4 تصنيف Amy Gahrn : و اقترحت Amy Gahrn* في مدونتها contentious أن تصنف المدونات إلى أنواع حسب طبيعة الإدراجات أو الطريقة المعتمدة في التدوين و ينتج وفقا لهذا المعيار ، حسب رأيها، "ما يلي من أنواع :

- رابط فقط *link only*: و هذا النوع من الإدراج يوفر رابط و عنوان .
- رابط و إشارة *link blurb*: رابط متبوع بتعليق .
- ملاحظة مختصرة *brief remark*: إدراج قصير جدا ، قد يظم رابط ، عنوان موضوع الرابط ، إضافة إلى وجهة نظر شخصية للمدون معبر عنها بشكل مقتضب .
- قائمة *list*: روابط متعددة جمعت في إدراج واحد حول موضوع معين .
- مقال قصير *short article*: يأتي في شكل إدراج مختصر ، يحرره المدون .
- مقال مفصل *long article*: يحرره المدون أيضا و يكون حجم النص فيه أطول مقارنة بالنوع السابق .
- إدراجات متسلسلة *series postings*: مجموعة من المواضيع حول موضوع واحد تدرج دوريا ¹.

6. 5. 5 تصنيف Steve Outing : و يصنف Steve Outing** المدونات حسب محرريها إلى أنواع هي

- "المدونات الأساسية *Basic Weblogs*: و هي تلك التي ينشؤها مدون واحد و يحافظ على استمرارية الإدراج حول مواضيع معينة.
- المدونات الجمعية *WeblogsGroup*: يشارك في تحرير إدراجاتها مدونون مشاركون متعددون
- المدونات العائلية أو مدونات الأصدقاء *Family and Friends Weblogs*: يسمح فقط للأصدقاء أو أفراد العائلة بالمشاركة في هذا النوع من المدونات.
- مدونات المجتمع *Community Weblogs*: نظام للنشر الخاص بالجماعات ²

6. 5. 6 تصنيف نصر الدين العياضي : ويهتم الدكتور نصر الدين العياضي بمعيار الهدف أو الغرض و القصد من التدوين كمعيار أساسي لتصنيف المدونات إلى أنواع ، ذلك أن " القصد يؤثر في محتوى كتابة المدونة و أسلوبها ، وشكلها الفني و على هذا الأساس تقسم المدونات إلى الأنواع التالية :

* مدونة أمريكية رائدة و صحفية مكلفة بتغطية مواضيع تكنولوجيا الهواتف الذكية بشبكة CNN الأمريكية

¹GAHRAN, Amy: **Blogging Style: The Basic Posting Formats**<http://www.contentious.com/2004/09/22/blogging-style-the-basic-posting-formats-series-index/#more-340> , consulté le 10/10/14,22:35

** خبير أمريكي معروف في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ومحرر رفيع المستوى في معهد بوينتر للدراسات الإعلامية Poynter Institute for Media Studies و صاحب عمود "أوقفوا المطابع" Stop The Presses! الذي يحظى بشعبية كبيرة في موقع Editor & Publisher ,Online

²OUTING, Steve: **The Basic Weblog** , <http://www.poynter.org/uncategorized/2455/the-basic-weblog/> consulté le 15/11/2014, 17:00,

- **المدونات الشخصية** : و هي المدونات الحميمية التي تتحدث عن أمور حميمية خاصة بالمدون ، تتمحور الكلمة فيها حول الأنا ..بمعنى التنفيس عن الذات عبر تخريج دواخلها و عرضها على الآخرين .
 - **مدونات الخبراء** : يستغلها المختصون لتقديم خبرتهم المهنية و نصائحهم و آرائهم.
 - **مدونات التسويق** : و تستهدف تسويق إنتاج معين أو بيع خدمات ، وهي في متناول جميع المؤسسات و بخاصة التجارية التي تروم الحوار مع زبائنها و الأخذ بعين الاعتبار اقتراحاتهم و آرائهم .
 - **مدونات المجموعات** : عدد زوارها قليل ، إذ تقتصر على الأصدقاء و بعض أفراد العائلة و تبني على علاقات اجتماعية موجودة مسبقا، وتتسم بكثافة التبادل و استمرارية التواصل الذي يتوسل الوسائط المختلفة الصوت والصورة والنص .
 - **مدونات النظراء** :تقوم هذه المدونات بتشكيل "جماعات انتقائية" و تكون اجتماعيتها من خلال هواية ما أو منفعة ما أو خصائص هوياتيه ، و تتوسع عبر الشبكة من خلال المعارف و الأصحاب مثل المدونات المهنية و مدونات أنصار الفرق الرياضية ...و غيرها .
 - **المدونات التجنيدية أو المواطنة** : تتجه هذه المدونات إلى أكبر عدد من الأنترنتيين لمحاولة تجنيدهم حول قضية أساسية أو هاجس مركزي ذي علاقة بانشغالات المجتمع المدني ، تقدم مادة موثقة وتجمع الأشخاص اللذين يتقاسمون القناعات ذاتها حول القضية المطروحة .
 - **مدونة المدونات** : مدونة خاصة بظاهرة التدوين و الفضاء التدويني ، يذكرنا وجودها بأول شكل من المدونات الذي كان يعرض سجلا للمواقع الإلكترونية مع الإشارة إلى أهميتها .
 - **مدونات الصحفيين** : يقصد بها المدونات ..التي يستعملها الصحفيون للتعليق على الأحداث السياسية و الوقائع التي كانوا شهودا على حدوثها، و يتحول بعضها إلى منابر لتبادل الآراء و الأفكار حو الوقائع الطارئة في الحياة المحلية أو الوطنية أو الدولية وإثارة النقاش حولها ¹
- و هو النوع الذي نهتم بدراسته في هذا البحث ، إذ تسربت المدونات إلى الفضاء الإعلامي عبر مسارات متنوعة ، حيث أنشأ الصحفيون مدوناتهم الخاصة ومارسوا من خلالها عملهم الصحفي، و وطنت وسائل الإعلام المدونات في مواقعها الإلكترونية الرسمية على شبكة الأنترنت بأشكال مختلفة .و بالموازاة مع ذلك اهتم الهواة بنقل ما يحدث من حولهم من وقائع وأحداث فاختار العديد منهم المدونات لجاذبيتها و سهولة إنشائها و مرونة إدارة محتوياتها .

¹ نصر الدين العياضي في البحث عن العلاقة بين المدونات الالكترونية و الصحافة ، م،س،ذ، ص:150

7 - المدونات الإعلامية

7. 1 المدونات الإعلامية: مقارنة اصطلاحية

المدونات الإعلامية نوع مخصوص من المدونات ، يقوم بإنشائها وإدارة محتوياتها صحفيون هواة أو محترفون، يقومون من خلالها بالتعليق على الأخبار و تغطية الأحداث التي يعاشونها ، وهو ما يسميه Axel Bruns بالتدوين الإخباري و الذي يعني " تغطية الأخبار من خلال المدونات سواء عن طريق التغطية الميدانية للحدث أو عن طريق توفير روابط لمواد إعلامية حول الوقائع التي تعرضها وسائل الإعلام المختلفة " ¹

و قد شهد الفضاء التدويني ميلاد "أول مدونة إلكترونية إعلامية سنة 1998 حين أنشأت الصحيفة اليومية الأمريكية *The Charlotte Observer* أول مدونة إعلامية ، متبوعة باليومية البريطانية *The Guardian* سنة 2000 ، وفي فرنسا كانت صحيفة *Libération* سباقة في هذا المجال سنة 2004، تليها في ذلك *Le Monde* و *L'Express* و *Les Échos* . في حين يُعتبر *Dan Gillmor* أول صحفي ينشئ و يدير مدونة إعلامية في أكتوبر 1999 على الموقع الإلكتروني للصحيفة التي يعمل لحسابها *San José Mercury News* ² و بحلول سنة 2001 بدأت المدونات تكتسب شعبية كبيرة في تغطية أبرز الأحداث العالمية .

7. 2 أنواع المدونات الإعلامية :

7. 2. 1 تصنيف Ertzscheid : يخص Ertzscheid هذا النوع من المدونات - أي الإعلامية - بالدراسة حيث قام بتصنيفها إلى نوعين رئيسيين هما :

- "المدونات التعاونية corporate blogs : يقوم بإنشائها فريق عمل في إطار خط افتتاحي مشترك
- مدونات الأحداث الجارية News blogs : التي ينشئها الصحفيون لتغطية الأحداث و تغذيتها ."³

7. 2. 2 تصنيف François Guillot : وفي نفس الإطار يهتم François Guillot بدراسة المدونات الإلكترونية التي وجدت مكانتها في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام الكلاسيكية و يصنفها إلى أنواع على

¹BRUNS, Axel & Joanne Jacobs *Uses of Blogs* peter Lang publishing, Ink, New York 2007,p :11

²SALLES, Chloë : *La question des blogs dans la presse : pour une amélioration des pratiques journalistiques*, Op.cit,p: 99

³ERTZSCHEID, Olivier : *Creer, trouver et exploiter les blogs*. ADBS editions, HAL Id: sic 00586027 http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00586027v2, consulté le 21 /04 /2011, 18 :35

*صحيفة امريكية تصدر بولاية كاليفورنيا

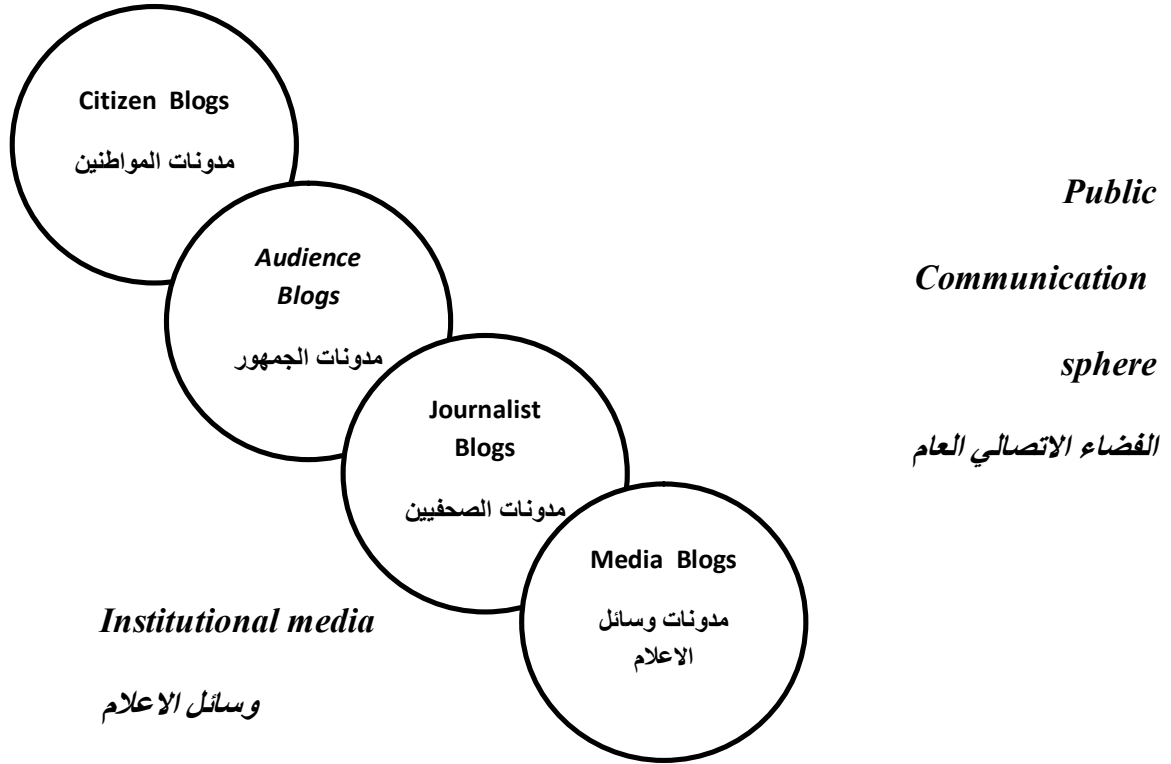
- **الشكل المغلق « Le modèle « fermé » :** ويتعلق بالمدونات الإلكترونية التي تصدرها الوسائل الإعلامية في مواقعها الرسمية على شبكة الأنترنت ، يقوم على تحريرها صحفيون أو خبراء أو شهود عيان مميزون تستضيفهم قاعات التحرير ، حيث يقدمون مواد مضافة أو مكملات للمادة التحريرية (الرسمية) ، والملاحظ في هذا النوع أن الوسيلة الإعلامية لا تتيح إنشاء المدونات على موقعها لكل اللانترنتيين لأنها لا تعمل بمنطق توفير الخدمات بقدر ما تسعى للترويج لاسم الوسيلة .
- **الشكل نصف المفتوح « Le modèle « semi-ouvert » :** وهو الشكل الذي تتيحه وسائل الإعلام التي تسمح لصحافييها ولمشتركيها - وليس لكل الانترنتيين - بإنشاء مدوناتهم الخاصة على مواقعها الإلكترونية و يندرج هذا الشكل ضمن الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام لجماهيرها بهدف تمتين علاقتها بهم.
- **الشكل المفتوح « Le modèle « ouvert » :** في هذا النوع تقترح وسائل الإعلام على زوار مواقعها إنشاء مدوناتهم الخاصة مجاناً على مواقعها الرسمية على شبكة الأنترنت ، مع اشتراط ضرورة التسجيل و فتح حساب خاص على الموقع و يبدو أن وسائل الإعلام في هذا الشكل تعمل بمنطق تقديم الخدمات بهدف توسيع الدائرة الجماهيرية .

7 . 2 . 3 تصنيف David Domingo & Ari Heinonen : يصنف كل من David Domingo Ari Heinonen & Heinonen المدونات الإعلامية إلى أنواع ، حسب موقعها بالنسبة إلى وسائل الإعلام ، في إطار متسلسل. إذ يوجد في بداية السلسلة - المكونة من أربع حلقات - المدونات التي يقوم على تحريرها مواطنون لا تربطهم بالوسائل الإعلامية أي روابط ، وفي نهايتها المدونات التي تشكل جزء من المضامين الإعلامية التي تشرف على إنشائها المؤسسات الإعلامية ذاتها ، وبينهما يتموقع صنفان وسيطان أولهما يمثل المدونات التي ينشؤها الأفراد اعتماداً على منصات تتيحها لهم وسائل الإعلام و يتشكل الثاني من تلك التي يقوم على إنتاجها إعلاميون خارج إطار المؤسسات التي يعملون بها ، وتتوضح العلاقة التسلسلية بين هذه الأنواع وكذا مساحات التقاطع بينها على النحو الذي يوضحه الشكل رقم (06)

- **مدونات المواطنين Citizen Blogs :** وهي المدونات التي ينشؤها مستخدمو الأنترنت ، ويعتبر هذا النوع من المدونات نوعاً أساسياً من المدونات الإعلامية لارتباطه بما أصبح يعرف بصحافة المواطن

¹GUILLLOT, François: **Les médias en ligne et leurs politiques de blogs**, <http://internetetopinion.wordpress.com/2008/11/30/les-medias-en-ligne-et-leurs-politiques-de-blogs/>, consulté le 29/12/2014 , 14 : 05

ذلك أن المدون "يقترف" الفعل الإعلامي لمجرد قيامه بنقل ، وصف أو التعليق على ما يحدث من حوله
وعندما يقوم المدونون بذلك فانهم يتبنون أدوارا مختلفة تتنوع بين المعلقين و الناقدین لمضامين وسائل



الشكل رقم (06) يوضح : انواع المدونات الإعلامية¹

الإعلام و كفاءات تغطيتها للأحداث و الوقائع و محققين اعلاميين و معدي التقارير الجوارية للذين يكتبون حول الأحداث المحلية التي شهدوها أو سمعوا عنها من الغير ، مساهمين في ذلك بتشكيل ما أصبح يعرف بالفضاء العام المحلي ، و يهتم هؤلاء عادة بالقضايا التي تهم الجمهور المحلي و التي لا تجد طريقها غالبا إلى الوسائل الإعلامية التقليدية.

¹DOMINGO, David et HEINONEN, Ari: **Weblogs and Journalism , A Typology to Explore the Blurring Boundaries** , Nordicom Review 29 (2008) 1, p : 07 ,
<http://class.umd.edu/classes/jour698m/domingoblogs.pdf>, consulté le 12 /02/ 2015 , 12 :50

- **مدونات الجمهور Audience Blogs:** و هي المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية الرسمية للوسائل الإعلامية ، حيث تفتنت الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى أهمية إدماج مدونات الجمهور في مواقعها كألية للإشراك المستخدمين و التسويق لعلاقة تفاعلية بينها و بين المترددين عليها ، وبالتالي تحسين الولاء للمؤسسة الإعلامية و الثقة في مضامينها .
- **مدونات الإعلاميين Journalist Blogs :** و هي المدونات التي يحررها إعلاميون خارج إطار المؤسسات التي يعملون لحسابها، فقد انجذب الكثير من ممارسي الإعلام بسرعة إلى المدونات بعد أن أتاحت لهم هذه الأشكال الصحفية الجديدة مساحات تعبيرية حرة لنشر أفكارهم و رؤاهم حول قضايا من الصعب تمريرها عبر القنوات الرسمية للمؤسسات التي يعملون بها ، و منحهم هامشا تعبيريا كبيرا و مكنتهم من صياغة آرائهم والتعبير عن مواقفهم بطريقة أكثر تحررا من الإكراهات و المعايير التي تحكم عملهم في المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية .
- **مدونات الإعلاميين الملحقة بالمواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية Media Blogs:** ينعكس هذا النوع من المدونات في استثمار المؤسسات الإعلامية لهذا الشكل الجديد من الكتابة في إطار تمكين صحافييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة على الموقع الرسمي للمؤسسة الإعلامية، ويرى كل من Ari Heinonen و David Domingo في دراستهما أنه يمكن توظيف هذا النوع ضمن فضاء المؤسسة الإعلامية وفقا لثلاث مقاربات أساسية هي :
 - . تغطية الأحداث البارزة ، خاصة غير المتوقعة منها حيث تستثمر وسائل الإعلام خاصية الآنية التي تميز التدوين وسرعة و سهولة بث الأخبار.
 - . نشر مقالات الرأي ، فبالنظر إلى الخصائص التكنولوجية للتدوين و بفعل تجاوز المدونات لإكراهات المساحة و الوقت ، و التي غالبا ما تشكل عائقا أمام وسائل الإعلام الكلاسيكية ، استطاعت هذه الأخيرة استقطاب عدد كبير من الكتاب و الإعلاميين البارزين من أصحاب المدونات ، وبالتالي تدعيم محتوياتها على مواقعها الإلكترونية بروى و أفكار و آراء لم تكن لتجد طريقها إلى النسخ التقليدية.
 - . التعليق على الأخبار، وفي هذا النوع يقوم الصحفيون و المراسلون المتخصصون بالتعمق أكثر في الموضوعات التي يكتبونها لمؤسساتهم الإعلامية و يضمنونها و جهات نظرهم و رؤاهم الخاصة التي لا يمكنهم التعبير عنها بنفس الحرية في الصحف أو القنوات التلفزيونية أو الإذاعية التي يعملون بها .

7 . 2 . 4 تصنيف Brian Stelter : و يخص Brian Stelter*مدونات وسائل الإعلام بالدراسة مستثنيا بذلك المدونات الإعلامية التي ينشؤها الصحفيون المحترفون خارج إطار المؤسسات التي يعملون بها و كذا

* من كبار مراسلي الـ CNN و مقدم برنامج *Reliable sources* عمل في وقت سابق كمراسل لصحيفة نيويورك تايمز ورئيس تحرير TVNewser.

المدونات الإعلامية التي ينشئها هواة العمل الصحفي من المدونين ، بهدف تقديم تصور واضح لكيفية استثمار المؤسسات الصحفية لفكرة التدوين ، وقدم في دراسته هذه تصنيفا للأشكال التي قد تتخذها وسائل الإعلام من خلال المدونات في خمس فئات على النحو التالي¹:

- **مدونات إذاعة الأخبار *Blogs Breaking News***: غالبا ما تتداول المدونات الإلكترونية الإعلامية الأخبار قبل ظهورها في وسائل الإعلام المحلية أو الوطنية ، إذ تعتبر المدونة أداة سريعة لنشر الأخبار لذلك فإنها تكتسب أهمية خاصة بالنسبة لوسائل الإعلام الإخبارية ، حيث تتيح للصحفيين إمكانية تدوير المعلومات في ظل سرعة حركة الأحداث و تطور وقائعها ، خاصة وأن تأثير الوسيلة في جمهورها مرتبط بسرعة ضخ المعلومات و التفاصيل .
- **مدونات السبق الصحفي *Beat Blogs***: وهي أبرز أشكال مدونات الصحافة التي نمت سريعا ، وهي ذلك النوع من المدونات التي يقوم على تحريرها صحفيون يعملون على تغطية مواضيع معينة ، حيث يعمل من خلالها على توفير المعلومات و التفاصيل التي لم يتمكن من نشرها أو إذاعتها على التلفزيون أو الصحيفة لا سباب مرتبطة بتأثير المساحة أو الزمن ، فينشر معالم من القصص الطويلة و يضع الباقي في المدونة على شبكة الويب لتحقيق سبق الصحفي ، وبذلك تعتبر هذه المدونات فرصة كبيرة لتحقيق النمو في الصحافة خارج حدود المساحة المتاحة أو الزمن .
- **مدونات المعيشة *Experiential Blogs***: تمكن هذه المدونات الزوار من تجريب المشهد الإخباري من خلال إتاحة إمكانية مشاركتهم في تدعيمها بالتفاصيل و المعلومات أو حتى بالتعليقات ، فيجد القراء أنفسهم كما لو كانوا في وسط الصورة التي رسمها المحرر .
- **مدونات الشفافية *Transparency Blogs***: تستثمر المؤسسات الإعلامية المدونات الإلكترونية في إضفاء الشفافية على عملية جمع الأخبار و نشرها من خلال تقديم لقطات من داخل غرف الأخبار مثل قرارات المحررين ، كيفية اختيار مانشيت العدد ، وصف اجتماعات التحرير اليومية التي تشكل أخبار اليوم التالي ، إعلام القراء بأسباب قرارات صحفية معينة ، و غالبا ما تهدف المؤسسات الإعلامية من خلال توطيئ هذا النوع من المدونات في مواقعها إلى الحفاظ على ولاء قرائها .
- **مدونات التغذية الإخبارية *feed blogs News***: أحد أبرز أنماط استخدام المدونات في الصحافة هو التغذية الإخبارية للمواضيع الهامة ، بهدف إثرائها و الحفاظ على الجمهور من خلال العمل المتواصل على توفير المعلومات و التفاصيل الآنية و العاجلة .

¹STELTER, Brian: **Journalism via blog: How media organizations are embracing blogging**, Journalism via blog - Towson University - Search Page http://pages.towson.edu/lieb/inde_study_paper.pdf, consulté le 06 /05/ 2014 , 11 :45,p :09

7. 3. المدونة الوافدة الإعلامي الجديد

7. 3. 1 في دافعية التدوين الإعلامي

تؤطر أبحاث علم النفس طريقا للتفكير في الدافعية، وكيف يمكن لدوافع معينة أن تؤدي إلى تطوير سلوكيات محددة. وفي الوقت نفسه، تؤسس الأبحاث في مجال الاتصال لدراسة الظواهر الإعلامية اعتمادا على المعايير والقيم الصحفية، إلى جانب فهم الإنتاج الإعلامي القائم على المشاركة و الذي يعكس الخصوصية التكنولوجية للوسيط الجديد وما تفرضه من تحديات على وسائل الإعلام ، ما يسمح لنا بدراسة دوافع الممارسات الصحفية في المدونات الإلكترونية.

لقد اهتم الباحثون ، خلال عقود طويلة من الزمن ، ببحث أدوار الإدراك و الدوافع في التأثير على السلوك في مجال الاتصال ، لا سيما في سياق التأطير النظري لتأثير و سائل الإعلام الجماهيرية على الجمهور. و يستخدم مفهوم الدافعية Motivation كمرادف لمفهوم الدافع Motive حيث يعبر كلاهما عن الملامح الأساسية للسلوك المدفوع ، غير أن الكثير من الباحثين* (Harold F. O'Neil, Jr. Michael Drillings) يميلون إلى التمييز بين المفهومين على أساس أن الدافع عبارة عن استعداد الفرد لبذل الجهد أو السعي في تحقيق هدف معين أو إشباع حاجة محددة ، في حين تمثل الدافعية تلك العملية النشطة التي تعكس حالة دخول هذا الاستعداد أو السعي حيز التحقيق الفعلي" باعتبارها نظاما مركبا من أجزاء مختلفة تغذي من خلال ترابطها السلوك البشري و توجهه و تحافظ عليه خلال مسار تحقيق الهدف"² لذلك ترتبط الدافعية بحاجات الأفراد و رغباتهم و ما يرمون إلى تحقيقه من أهداف . فحين ندرك حاجتنا و نتعرف على طبيعة رغباتنا يتولد لدينا شعور بضرورة تحقيقها فيتوضح الهدف ، وتؤطر الدافعية عملية الانخراط في تحقيق الهدف ، باعتبارها محركا للسلوك و موجهها له و محافظا عليه خلال مسار تحقيق الهدف . من جهة ثانية يمكن الاستفادة من تحديد طبيعة الحاجات و الرغبات وضبط طبيعة السلوكيات التي يطورها الأفراد بغية تحقيق أهداف معينة كطريقة ناجعة في التعرف على الهويات الذاتية لهؤلاء.

من خلال ما تقدم يظهر أن تمثل المدونين لا أنفسهم و طبيعة الأهداف التي يسعون إلى تحقيقها من خلال مدوناتهم يمكن أن تكون شديدة الصلة بدافعية التدوين ، بناء على ذلك تربط دراسات علمية عديدة التدوين بالتجارب الشخصية للمدونين و دوافعهم و تلخصها في " خمس دوافع رئيسية هي :

*لمزيد من التفاصيل انظر :

Harold F. O'Neil, Jr., Michael Drillings, : **Motivation: Theory and Research** , Routledge, New York, 2009

²Steers RM and Porter LW, **Motivation and Work Behavior**, 5th ed, McGraw-Hill. New York 1991 p: 290

- الحصول على المعلومات

- التعليق و المناقشة

- المشاركة

- توثيق الحياة اليومية

- التعبير عن الرأي " ¹

مع العلم ، و بالعودة إلى نتائج دراسات علمية حديثة ، أن دافع جمع المعلومات و نشرها يمثل دافعا أساسيا ، و هو ما قد يفسر تسلل المدونات إلى الكثير من الفضاءات الإعلامية مقدمة نفسها ، بفضل ما يميزها من خصائص تكنولوجية ، كأداة إعلامية جديدة ذات نجاعة غير مسبوقة في جمع و تداول المعلومات وفق مقتضيات العصر و احتياجات جماهيره ، فالمدونون اللذين يسعون من خلال مدوناتهم إلى جمع و نشر المعلومات يعتقدون أن نشاطهم الرئيسي على مدوناتهم يتمثل في الأخبار و توفير المعلومات ، و أنهم قادرون على جعل قراء مدوناتهم أكثر اهتماما بالوقائع و الأحداث من حولهم " حيث يمكن حصر دوافع التدوين لديهم ، وان تعددت ، في ثلاث جوانب أساسية : تحريرية ، تجارية و مهنية" ²

- الجانب التحريري :تتيح المدونات سبلا جديدة للوصول إلى مصادر المعلومات ، خاصة تلك التي تقع خارج الدوائر الرسمية حيث تمكن الصحفيين من التواصل بيسر مع أفراد المجتمع ، و متابعة اهتماماتهم و ما يحدث معهم . كما توفر المدونات طريقة سريعة للنشر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية ، سواء على الوسائط الكلاسيكية أو في مواقعها الإلكترونية على شبكة الأنترنت ، بما يدعم الوظيفة الإخبارية ليس لأنها تستجيب بمرونة لقيم الفورية و الآنية و الجدة فقط ، بل لأن نشر الخبر بسرعة يعني الحصول على ردود أفعال القراء بسرعة أيضا و التي قد تحمل معها تفاصيل و معلومات جديدة حول الموضوع ، إضافة إلى أن المدونات تتيح مساحات غير محدودة للنشر متعدد الوسائط المشبع بالروابط و الإحالات .

- الجانب التجاري : تعتبر قدرة المدونات على تحسين نسب ظهور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية على قوائم النتائج في محركات البحث دافعا قويا لسعي وسائل الإعلام إلى توطيد تكنولوجيا التدوين في مواقعها على الشبكة ، إضافة إلى أن المدونات يمكن أن تلعب أدوارا حاسمة في تحسين توزيع الأخبار على الخط . فالمدونات الناجحة هي تلك التي تساهم، من خلال "الفضاء التدويني" ، في تشكيل

¹DE ZÚÑIGA, Homero Gil, LEWIS, Seth C., WILLARD, Amber, et al: ***Blogginq as a journalistic practice: A model linking perception, motivation, and behavior***, Journalism, sage publication, 2011, p:588, <http://jou.sagepub.com/content/12/5/586> consulté le 02/06/2013 04: 00,

²BRADSHAW, Paul et ROHUMAA, Liisa: ***The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*** Op.cit, pp:77 78

"مجتمعات تدوينية" عن طريق الروابط التي تجمعها بالمدونات الأخرى ذات الاهتمام المشترك ، فأهمية المدونة لا تكمن في المدونة ذاتها بقدر ما تنعكس من خلال ما تتسجه من روابط مع مدونات أخرى بما يفعل مشاركة الإدراجات و تبادل التعليقات . و في ظل غياب بنية تحتية للتوزيع على الويب فإن هذه الطريقة في تمرير الأخبار تكتسب أهمية متزايدة نتيجة فاعليتها في الوصول إلى الجمهور .

- الجانب المهني : أصبحت المدونات طريقة مثالية لإثبات الكفاءة المهنية ، ليس باعتبارها بعدا من أبعاد الخبرة فقط ، بل لأن المدون الذي تحظى مدونته بمعدلات زيارة مرتفعة و تلقى إدراجه تجاوبا مرتفعا من خلال المشاركة و التعليق سيكون قادرا ، دون شك ، على جذب قراء و مشاهدين جدد لأي مؤسسة إعلامية تظمه إليها .

2.3.7 المدونات هل هي صحافة ؟

لقد أثارت العلاقة بين التدوين و الصحافة جدلا كبيرا في الأوساط الإعلامية و الأكاديمية على حد سواء بين من يتوقعون اندثار الوسائط الإعلامية الكلاسيكية بفعل تصاعد أهمية المدونات كأدوات إعلامية جديدة تعكس تحولات عميقة في نماذج الممارسة الإعلامية ، مهللين بقدرة التدوين على منافسة وسائل الإعلام التقليدية في النقد و التعليق و الرصد و المراقبة ثم الإخبار بعد ذلك ، و العمل على تعزيز مشاركة الأفراد في إنتاج المحتويات و مناقشة القضايا و الأحداث اعتمادا على شبكة الأنترنت بوصفها بنية تحتية اتصالية قوية و ذات مزايا غير مسبوقة من جهة و بين من لا ينظرون إلى ظاهرة المدونات نظرة مثالية من جهة ثانية " إذ يرون أن الظاهرة قد تنتج شكلا جديدا من الخطاب الشعبي، فالاستقلالية، حسبهم، لا تعطي بالضرورة للمعلومات مصداقيتها ، بل تتأتى المصداقية من التحقق من المعلومات ، و تشكل عملية التحقق هذه جوهر العملية الصحفية" ¹ لذلك لا يمكن أن تقارن، حسبهم ، المدونات بوسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية لأن التدوين يختلف كثيرا عن الممارسة الصحفية.

بعيدا عن منطق النهايات ، يدعو Lasica إلى بحث ظاهرة التدوين و دراسة المدونات كجزء من بيئة إعلامية أوسع و يعرفها باعتبارها " شكلا صحفيا جديدا* ، وإن كانت تمثل نوعا مختلفا من الصحافة ، لا تحكمها تقاليد وسائل الإعلام الكلاسيكية ... فقد ولدت المدونات الإلكترونية على شبكة الأنترنت و تحمل ، بطبيعتها ، خصائص الوسيط الجديد ومزاياه و هي بذلك تؤدي أدوارا جديدة و غير مسبوقة في مجال وسائل الإعلام و عليه يجب أن يكون واضحا أن المدونات الإلكترونية الإعلامية لا تنافس المؤسسات الإعلامية و إنما تكمل وظائفها في

¹الصادق الحمادي(و اخرون) : *الانترنت و الإذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الإذاعي و التلفزيوني* ، م، س، ذ، ص: 21
*في حوار له على موقع internetactu.net أكد Lasica أن اعلام المواطن يمثل مستقبل الاعلام و انه لا يمكن استثناء المدونات الإلكترونية الاعلامية ، التي يعمل اصحابها على توفير روابط لتقارير صحفية مرفقة بتعليقاتهم الخاصة ، من الصحافة ذلك ان اصحابها يضطلعون باداء مهام اعلامية تستحدثها خصوصية المرحلة .

المجتمع " ¹ حيث يعمل المدونون على إرشاد المستخدمين في تصفح الأنترنت ذلك أن الشكل القاعدي للمدونة يتمثل في توفير روابط للمواضيع التي يعتقد المدون بأنها تهم رواد الأنترنت. وباعتبارها سلطة خامسة * تعمل المدونات على تغطية القصور في أداء وسائل الإعلام التقليدية في شرح وتفسير الأحداث و الوقائع و التعليق عليها و مشاركة المحتويات مع المهتمين ، و إضافة إلى نجاعتها في رصد المحيط فهي تضطلع أيضا بمراقبة أداء وسائل الإعلام . كما أن المدونات الإلكترونية بفعل يُسر إنشاءها و إدارتها و كذا إمكانية تحيين محتوياتها بسهولة ، إضافة إلى جاذبية الخيارات التي تتيحها لمستخدميها ،مدونين و قراء " قد وفّرت فرصة لكل مواطن في أن يصبح صحفيا ،يتحكم في زمن الأحداث و وقوعها ، إذ لا تستطيع أي وكالة أنباء أن تنشر مراسلين في كل الشوارع و قد أظهرت أحداث تسونامي جنوب شرق آسيا و تقجيرات لندن و إعصار كاترينا في الولايات المتحدة الأمريكية " ² و تصاعد أحداث ما سمي بالربيع العربي في مصر و تونس وليبيا و سوريا و اليمن ، قوة و فاعلية هذه الظاهرة .

بالمقابل رفضت Blood منذ البدايات الأولى لانتشار المدونات أن يوسع مصطلح "صحافة" ليصبح قادرا على احتواء الأشكال التحريرية الجديدة على الأنترنت مقترحة مفهوم الميديا التشاركية participatory media لوصف " الممارسات التدوينية المتعلقة بتسليط الضوء على الأخبار و التقارير التي تبثها و تنشرها وسائل الإعلام و مناقشتها و التعليق عليها " ³ مثمّنة أدوار المدونين و منوهة بأهميتها ، غير أنها تركز على الاختلاف الكبير بين ما يقومون به و بين الممارسة الصحفية . لكنها من جهة ثانية تقر بأنها لا تستطيع استثناء المدونات التي يقوم أصحابها بتوفير محتويات أصيلة من خلال "تغطية" ، تحرير ونشر المعلومات والأخبار و التقارير" ⁴ . و عليه تعتبر الممارسة الصحفية معيارا أساسيا لارتباطها ، حسب الباحثة ، بالالتزام الصارم بالمبادئ و المعايير المتفق عليها في المجال الإعلامي .

و الحقيقة أن هذا الاختلاف يعود إلى الكيفية التي يعرف بها هؤلاء الصحافة ف Deuze الذي يصنف المدونات الإلكترونية الإعلامية كنوع من أنواع صحافة النت اعتمادا على معيار الهدف ، باعتبار أن الهدف الرئيسي لهذا النوع من المواقع يتمثل و الهدف الرئيسي للصحافة المعبر عنه في كل ديموقراطيات العالم و المتمثل في تزويد المواطنين بالمعلومات التي هم بحاجة إليها لتحقيق الحرية و الاستقلالية ، و يقترح تعديلا

¹LASICA, J. D: **Blogs and Journalism Need Each Other**, Nieman Reports 57(3):. (2003)p:71

²حمال الزرن : **المتلقي عندما يصبح مرسلًا**، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد 51 52 ، 2009، ص:06
*المزيد انظر:

GRILO, Marcia Rogerio et PÉLISSIER, Nicolas: **La blogosphère, un cinquième pouvoir ? Critique du journalisme et reconfiguration de l'espace public au Portugal** Réseaux, no 138, 2006/4, P : 159

³BLOOD, Rebecca: **Weblogs and journalism: Do they connect?**, Opcit, p:62

⁴Loc.cit

عميقا للتعريف مراعاة للخصوصية الايكولوجيا الاتصالية الجديدة التي فرضها بروز نمط الاتصال الأفقي في عالم وسائل الإعلام على النحو التالي " توفير المنصات و الأدوات الضرورية للمواطن الإلكتروني (netizen) لتبادل المعلومات و الآراء و وجهات النظر الضرورية لتحقيق الحرية و الاستقلالية " ¹

و يظهر مما تقدم أن الاتفاق على النظر إلى المدونات باعتبارها وسيلة إعلامية لم يحقق الإجماع بين الباحثين الذين يسعون إلى دراسة مكانتها في البيئة الإعلامية الجديدة انطلاقا من استكشاف العلاقات التي تجمعها بوسائل الإعلام بتسليط الضوء على حدود الوصل و الفصل بينهما و تحديد نقاط التلاقي و مواطن الاختلاف ، بدء بمدونات المواطنين و هواة العمل الصحفي التي تمارس تحدياتها على وسائل الإعلام من الخارج إلى مدونات محترفي الممارسة الإعلامية و الصحفيين التي تفرض تحولات عميقة على وسائل الإعلام من الداخل. وفي هذا الإطار يعتقد محمد عبد الحميد أن بحث العلاقة بين المدونات و وسائل الإعلام التقليدية يكتسي طابعا خاصا بفعل تأثير عدد من العوامل هي : ²

- أن صحافة المدونات بدأت و مازالت جهدا فرديا يحد من وجود أطراف عديدة في العملية الصحفية ، فهي علاقة بين كاتب و قارئ فقط لا ثالث لهما يتبادلان الأدوار بالمشاركة في النقد و التعليق ، تتسع المشاركة باتساع دائرة القراء و المشاركين . ولكنها تظل بين هذين الطرفين ، وفي هذه الحالة ثقل أو تتعدم التأثيرات الخارجية على هذه العلاقة بغياب الضوابط التي يمكن أن تضعها أطراف أخرى مثل المؤسسات أو النقابات أو السلطة في أشكالها المتعددة و تأثيرات الإعلان أو السوق .
- ارتبطت نشأة صحافة النت بداية بكونها منفذا آخر من منافذ النشر و صورة أخرى منها على الشبكة في البناء و المحتوى و بالتالي كانت مطلبا للمؤسسات الإعلامية ذاتها بهدف مواكبة التطورات التكنولوجية و الاستفادة من خصائص الوسيط الجديد ، بينما ولدت المدونات من رحم الشبكة و واكتسبت بطبيعتها خصائص الوسيط و مزاياه ما جعلها قادرة على القيام بالعديد من الوظائف المفقودة في صحافة المؤسسات مثل المراقبة و الرصد Watchdog ليس للمحيط فقط بل و لوسائل الإعلام التقليدية المهيمنة أيضا و تميل إلى رد الفعل على ما ينشر و يبيث فيها.
- استفادت وسائل الإعلام التقليدية و الإلكترونية من العوائد المادية لمواقعها على شبكة الأنترنت ، و التي تمثلت في الإعلان على هذه المواقع أو نشر النسخة المطبوعة بكل ما فيها من إعلانات على الشبكة ، بجانب عوائد الدخول على مواقعها من خلال الخوادم الخاصة بهذه المؤسسات . بينما قدمت المدونات صورة أخرى لصحافة الشبكات لم تستهدف العائد المادي ، ولم تضع أعباء مادية على أطراف عملية

¹DEUZE, Mark: ***The Web and its Journalism : considering the consequences of different types of news media online***, Op.cit,p:211

² محمد عبد الحميد : ***المدونات الاعلام البديل*** ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 ، ص ص: 109-110.

التدوين ، و بصفة خاصة القارئ أو المشارك الذي لا يبذل سوى جهد الكتابة و التعليق على الصفحات المخصصة لذلك في المدونات .

- على الرغم من استفادة وسائل الإعلام التقليدية من الخصائص التكنولوجية لشبكة الأنترنت في دعم مشاركة القارئ و تفعيل خاصية التفاعلية Intractivity بإنشاء المنتديات Forums و خدمة النشر المتزامن RSS ، فإنها تتم تحت رقابة المؤسسات الإعلامية التي تدير هذه الخدمات بناء على سياساتها التحريرية و أجندة النشر فيها ، بما يدعم التحيز و غياب الموضوعية و يقيد حرية القارئ في المشاركة و التعليق . في حين تترك المدونات للقارئ حرية النشر و التعليق دون رقابة أو قيود ، مع إتاحة نفس خدمات النشر المتزامن للمشاركين في الموضوعات و الأخبار ذات الاهتمام المشترك .

- تخلت وسائل الإعلام التقليدية عن خصائص المصداقية و الشفافية مما يفسر في كثير من الأحيان فقدان الثقة فيما تنشر و تبث و بالمقابل تعمل المدونات الإلكترونية على تأكيد المشاركة المفقودة في وسائل الإعلام بصفة عامة و صحافة المؤسسات بصفة خاصة من خلال استحضار قيم الشفافية و المصداقية مدعومة بما يميزها من خصائص تكنولوجية مما يساهم بالتالي في الانحياز إلى التدوين و المدونات .

و ينظر الدكتور نصر الدين العياضي إلى أوجه الاختلاف بين الصحافة و المدونات الإلكترونية من خلال منظورين متكاملين هما المنظور السيميائي و المنظور الاجتماعي و يختصرها في العناصر التالية ، المتلفظ enunciator و الملفوظات utterances و وضعية التلفظ situation of enunciation حيث يمثل "المتلفظ في الصحيفة الورقية الصحفي أو المؤسسة الإعلامية التي تنتج خطابا وفق علاقة تعاقدية مع القارئ، **فالمتلفظ** ينمحي في الملفوظات و ذلك لأن نمط الاتصال يتسم بعموديته...بينما المتلفظ في المدونات يتجلى من خلال عدة مستويات أولها المدون الذي ينتج خطابا شديد الالتصاق به لأنه يشكل مادته أو يتوسله لاستعراض ذاتيته ... و ثانيها أن المتلفظ لا يأخذ دائما صيغة المفرد بل يمكن أن يشمل أيضا كل اللذين ساهموا في جعل الاتصال دائريا من خلال مساهمتهم بالرأي أو المعلومات أو الحوار و المناقشة التي تتضمنها تعليقاتهم المنشورة في المدونات ... هذه الأخيرة التي تسمح ببناء الذات أو تشكيل الهوية في إطار إقامة شبكة من العلاقات ، عبر **الملفوظات** التي تعد، في آخر المطاف، ثمرة نشاط تشاركي ، يساهم فيه أشخاص مزدوجو الهوية ، إذ أنهم كتاب و قراء في آن واحد حيث يكون المتلقي منتجا أيضا في المدونة ، في حين تشمل **وضعية التلفظ** في المدونات الوضعية العامة التي يتم فيها الاتصال ، المتحدث و لمن يتحدث و الهدف من التحدث و شكل الاتصال اي هل تتزامن عمليتي التلفظ و التلقي ام تتعاقبان من خلال تأجيل التلقي لبعض الوقت "1 و يخلص الى تبيان مواطن الاختلاف على النحو التالي:2

¹ نصر الدين العياضي، في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة، م.س.ذ ، ص 139 140
² نصر الدين العياضي: نفس المرجع السابق، ص: 151

المدونات	الصحافة
مساحة غير محدودة	مساحة محدودة
أكثر شخصية و تحرر من المسؤولية الاخلاقية و الاجتماعية	مؤسسية و تخضع لادبيات المهنة و مسؤولياتها
المدون أكثر حرية و تلقائية	الصحافي المهني يفقد استقلاليته لارتباطه الوظيفي برب العمل و معاناته من وطاة الرقابة الذاتية . و يلتزم بالمسؤولية ازاء المؤسسة و المجتمع
الاختصار و الايجاز	التفصيل و الاسهاب
اسلوب سهل و مباشر يقترب من النمط الشفاهي	اسلوب تعاقدي او تواضعي
الكتابة منفردة و أكثر ذاتية	الكتابة تعيد انتاج قوالب الكتابة النمطية السائدة
الحوار مفتوح و التعليق شرط انطولوجي	المادة الصحفية تكتفي بذاتها في ظل بطء صداها ، و تلك التي تفتح جدلا قليلة جدا ان لم تكن نادرة
نص المدونة متشعب و يتيح تعددية الاصوات و الوصلات ضمان بقاء و ازدهار المدونات	نص الكتابة منغلق على ذاته و يهيمن عليه صوت كاتبه الملتبس بصوت المؤسسة رغم نهله من نصوص مختلفة
الكتابة في المدونة قد تكون ذات نهاية مفتوحة لانها تتضمن حوارا و تعاليق و مساهمات خارجية	بعض المواد الصحفية تنشر في شكل حلقات ، اما جل المواد الصحفية فتكون نهايتها مغلقة نظرا لنمط تلفظها.
الاراجات ترتب ترتيبا تنازليا من الاحداث الى الاقدم ،نوع مراعاة مواضيعها	المواد الصحفية تنتقى و ترتب وفق شرطين الاهمية التي تراها الصحيفة ، و المواضيع التي توزع على الاقسام .
الاستعانة بالطنين buzz ، اي ما يذاع من الفم الى الاذن مباشرة ليقتررب من الاشاعة	السعي الى السبق الصحفي.

7. 3. 3 المدونون هل هم صحفيون ؟

المدونون هل هم صحفيون ؟ سؤال رافق المدونات منذ البدايات الأولى لظهورها و انتشارها ، ولعل أبرزها طرح خلال الحملات الانتخابية الرئاسية سنة 2004 في الولايات المتحدة الأمريكية بعد أن لعب

المدونون أدوارا محورية في تغطية أخبار و فعاليات الحملات الانتخابية و النشاطات السياسية الموازية ، و على الرغم من أن السؤال ، وأسئلة مماثلة ، قد أثار سجالا كبيرا لم يحسم في الأوساط المهنية و الأكاديمية *الإعلامية إلا أن تطور المدونات و تسلسلها إلى الفضاءات الإعلامية تم بشكل متسارع " إذ صدر أول اعتماد صحفي لعدد من المدونين اللذين غطوا الاتفاقيات الوطنية بين الجمهوريين و الديموقراطيين خلال تلك الفترة في الولايات المتحدة الأمريكية " ¹ كما تحول Salam Pax من مواطن عراقي عادي ، يعبر عن انشغاله بهوم وطنه و ينقل تفاصيل حياته اليومية في ظل الحرب على مدونته ، إلى مراسل حربي و صانع أفلام و صحفي . فأتثناء الغزو الأمريكي للعراق و بعده مباشرة " أعادت العديد من الصحف في أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية نشر مقتطفات من مدونة Salam Pax ، و أصبح بعد ذلك محررا في صحيفة The Guardian بالمملكة المتحدة و تنشر له مقالة بصورة نصف شهرية ، كما تم نشر آرائه ووجهات نظره في الكثير من الصحف الأخرى في أنحاء أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية ، ونشرت تدويناته في شكل كتاب (Salam Pax 2003) و كذلك أنتج Salam Pax سلسلة من الأفلام الوثائقية لشركة Guardian Films إستخدم فيها مادة فيلمية قام هو بتصويرها بنفسه ، وقد تم تجميع هذه المساهمات على DVD كما أذيعت في برنامج News Night من إنتاج هيئة الإذاعة البريطانية .²

إضافة إلى اتجاه صحفي المؤسسات الإعلامية التقليدية و الإلكترونية إلى التدوين ، لتصبح المدونات أدوات للنشر و التوزيع بالنسبة لهؤلاء الصحفيين بالموازاة مع المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها و ينتمون إليها " بما يؤكد إمكانية أن يكون المدونين صحفيون طالما أن الكثير من الصحفيين يمتلكون مدوناتهم الخاصة و يتقاضى بعضهم أجورا لقاء إدارة مدونات لهم على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية التي يعملون بها " ³ حيث توقع الباحثون الأكثر تفاؤلا بأن الصحفيين ، بفعل التحديات التي يفرضها المدونون ، " سيسعون إلى إنتاج محتويات أكثر دقة ، مصداقية و استجابة لاهتمامات الجمهور و احتياجاته " ⁴ و هو ما أثار تساؤلات كثيرة عن علاقة الصحفيين بعملية التدوين و المدونين ، و موقع المدونين منهم ، خاصة بعدما أثرت الأسئلة الخاصة بواجبات المدونين و التزاماتهم بقيم الممارسة الإعلامية و أخلاقياتها . إذ لا يخضع المدونون إلى تكوين أكاديمي و لذلك يُتوقع أنهم لا يملكون تصورا واضحا عن ضوابط الممارسة الصحفية و التحريرية و الأخلاقية ، كالأنواع

*لمزيد من التفاصيل انظر البحوث و الدراسات التالية:

E.g. Andrews, 2003; Blood, 2003; Domingo and Heinonen, 2008; Haas, 2005; Lasica, 2003; Lowrey, 2006; Matheson, 2004; Robinson, 2006; Rosen, 2005; Rosenberg, 2009

¹ SINGH, Gurdev and SHAHID, S.M: Blogs as Tools for Online Information Sharing. (2006). Library Philosophy and Practice (e-journal). Vol. 9, No. 1,P : 96, found at. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/96>, consulté le 15/09/2014, 13: 50

² BAILEY, Olga and CAMMAERTS, Bart and CARPENTIER, Nico: Understanding Alternative Media , Op.cit p :123

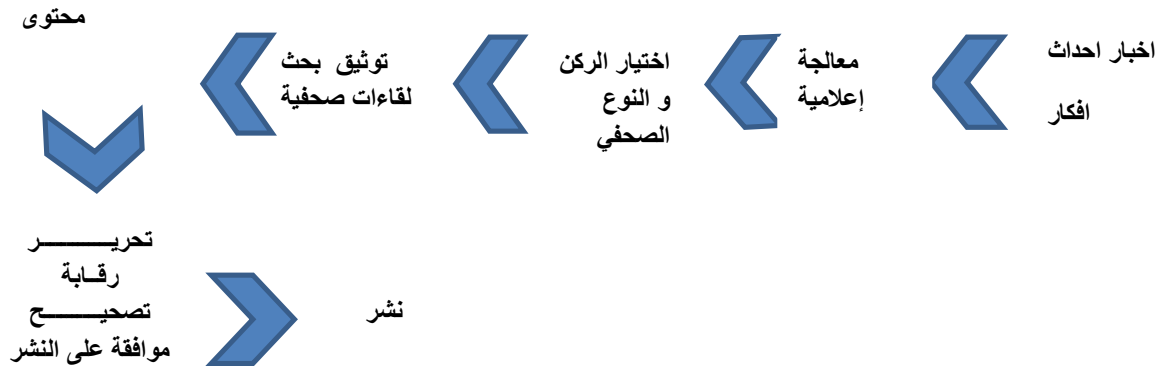
³ ANDREWS, Paul: is Blogging Journalism , Nieman Reports 57(3):. (2003)p:63

⁴ GILLMOR, Dan: Moving Toward Participatory Journalism, Nieman Reports 57(3), 2003, pp:79 80

الصحفية و القيم الإخبارية و دقة التغطية و موضوعية الطرح و التحقق من صحة المعلومات و نسبها إلى مصادرها الأصلية... الخ و هو ما يستدل به أولئك الذين يرفضون ادعاء المدونين ممارسة العمل الصحفي و الإعلامي.

يرى François Guillaot ان السؤال المدونون هل هم صحفيون ؟ مرتبط في الحقيقة بمساءلة التعريف الدقيق لمفاهيم أساسية : من هو الصحفي ؟ من هو المدون ؟ ما هي المدونة ؟ ما هي الصحافة ؟ ما هي الوسيلة الإعلامية ؟ و يعتقد أنه وإن أمكن اعتبار المدونات الإلكترونية أدوات إعلامية باعتبارها أحد تجليات التطور التكنولوجي في المجال ، فإن المدونين ليسوا صحفيين ، و يعتقد أن المقارنة بينهما تشبه إلى حد بعيد المقارنة بين أن تكون صحفيا (محترفا) و أن تمارس الصحافة ، معتمدا في استنتاجه على المقارنة بينهما من خلال أربع ثنائيات " نشاط أساسي مدفوع الأجر مقابل نشاط إبداعي غير مدفوع الأجر ، تكوين متخصص مقابل الهواية ، وجهة نظر عامة مقابل وجهة نظر ذاتية ، منظور الجدة و الأنوية(الأخبار) مقابل منظور الرأي و التعليق " ¹و يدعم نظريته بمقارنة مماثلة على مستوى مهام الصحفيين من جهة و أدوار المدونين من جهة ثانية خلال المراحل المختلفة لإنتاج المحتوى و يشرح ذلك من خلال الشكلين (07) و (08) ²على النحو التالي

- الصحفيون : الإنتاج الجماعي للمحتوى

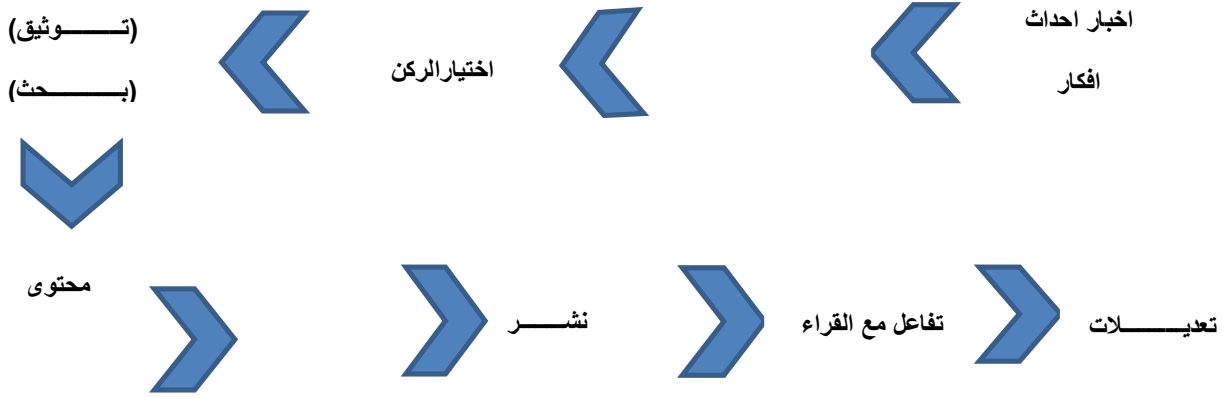


الشكل رقم (07) يوضح : عملية إنتاج المحتوى في وسائل الاعلام

¹GUILLLOT, François: **Les blogueurs sont-ils journalistes, la responsabilité des médias** , colloque organisé par le Mouvement Ethic, 17 septembre 2010, <https://internetetopinion.wordpress.com/2010/09/18/les-blogueurs-sont-ils-journalistes-intervention-colloque-ethic/> , consulté le 05 34 11/08 2014

² ibid

- المدونون : الإنتاج الفردي للمحتوى



الشكل رقم (08) : يوضح عملية إنتاج المحتوى في المدونات

و تدل الفراغات في الشكل (08) أن المدونين يغيّون مراحل مهمة تعود الصحفي على الالتزام بها و يتعلق الأمر بالمعالجة الإعلامية التي توطر إنتاج المحتوى و تجعله قابلاً للنشر، في ظل ما تفرضه أبعديات اللغة الإعلامية من جانب و ما تتطلبه خصوصية الوسيلة من جانب آخر ، إضافة إلى أن المادة الإعلامية في وسائل الإعلام تخضع لعمليات التحرير التي يشرف عليها مدير النشر أو رئيس التحرير بهدف مراقبة الصحة المنطقية للنص الصحفي و الصحة الأسلوبية العامة و السلامة اللغوية و الأهم الصحة الأسلوبية الخاصة و المتعلقة بسلامة اللغة الإعلامية التي تتأسس على خصائص الأصالة و البساطة و الإيجاز و الاختصار و الدقة ، كما يتم في هذه المرحلة التأكد من مراعاة النص الصحفي لحدود الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية ، إضافة إلى جملة من التدابير المتعلقة بشكل النص و عمليات الإخراج . وعليه فإن المحتوى يصحح و ينقح و يعدّل في هذه المرحلة ، قبل أن يوجّه للنشر ، غير أن غياب هذه المرحلة في عملية إنتاج المحتوى في المدونات قبل النشر ، يؤجلها إلى ما بعده ، إذ تعدّل التدوينة بعد نشرها من قبل المدون نفسه ، و ينصح الباحثون و خبراء التدوين ، في هذا الإطار ، أن يلتزم المدون في ذلك بجملة من القواعد و المعايير طالما أن عملية "التعديل" تتم بعد النشر بحكم الخصوصية التكنولوجية للمدونة ، غير أن الباحث François Guillot يعتقد أن ذلك مناف أو "مختلف على الأقل" لتقاليد الممارسة الإعلامية .

و في المقابل يعتقد الكثيرون أن النظر إلى المدونين باعتبارهم هواة غير مؤهلين لممارسة العمل الصحفي قد يعكس حالة من عدم الاستيعاب لمتطلبات البيئة الإعلامية الجديدة التي تفرضها التطورات التكنولوجية و تغذيها الخصوصية التاريخية ، و التي تعتبر المدونات الإلكترونية جزء منها ، إذ يضطلع المدونون بممارسة مهام مختلفة كمرقبة ما تبثه وسائل الإعلام و تحليلها و تفسيرها و التعليق عليها و تبادلها مع بعضهم البعض و مع قراء مدوناتهم .

في هذا الإطار يشير Lasica إلى الأدوار الفاعلة التي يلعبها المدونون في عملية جمع و فرز و تغطية و تحليل الوقائع و الأحداث و نشر الأخبار و المعلومات باعتبارها مهام حصرية لصحفي وسائل الإعلام في محاولة لرصد نقاط تقاطع مسارات مهامهما مستنتجا أن المقارنة بينهما خاطئة أساسا ، إضافة إلى التداخل الذي تشهده الساحة الإعلامية بين أدوار المدونين و الصحفيين حيث أصبحت " المدونات الناجحة و التي تحظى بشعبية كبيرة كـ Huffington Post تقدم نفسها كصحف إلكترونية ، و استأجرت بعض المنظمات صحفيين محترفين لإدارة مدوناتها على الشبكة إضافة إلى ارتفاع عدد المدونات الإلكترونية التي تقوم وسائل الإعلام التقليدية باستضافتها في مواقعها الرسمية على شبكة الأنترنت ¹ و هو ما قد يساهم في دفع المدونين نحو التقيد ببعض أخلاقيات الممارسة الصحفية و يحثهم على تحري الدقة في تغطية الأحداث و تصحيح المعلومات و نسب المعلومات إلى مصادرها .

7 . 3 . 4 المدونات و الإعلام البديل

اهتم الكثير من الباحثين بدراسة المدونات الإلكترونية في متعلقها الإعلامي باعتبارها وسيلة إعلامية بديلة ذلك أنها تعمل بفعالية على تجاوز رقابة حارس البوابة و ثقافة الترخيص تبعا لطابعها اللامؤسستي ، و تجاوزها لمفهوم احتكار المواد الإعلامية بفعل قيامها على حرية العرض و ديموقراطية التعبير و النشر إضافة إلى تخلصها من قبضة التبعية للتوجهات الإيديولوجية السائدة أو المحاذير التحريرية في المؤسسات الإعلامية ذات التبعية للسلطة أو الأحزاب السياسية .

لذلك يمكن أن تُعرف المدونات الإلكترونية باعتبارها وسائل إعلام بديلة اعتمادا على المداخل الأربعة التي حددها Olga G Baily و التي تسمح بتركيز تكميلي على الجوانب المختلفة للمفهوم مما يعطي صورة أوضح لهويته . و يقترح الباحث في هذا الإطار دمج المداخل النظرية الأربعة من أجل بيان تنوع وسائل الإعلام البديلة ، و من بينها المدونات الإلكترونية ، من جهة وإبراز خصوصيتها من جهة ثانية .

¹DE ZÚÑIGA, Homero Gil, LEWIS, Seth C., WILLARD, Amber, et al: ***Blogging as a journalistic practice: A model linking perception, motivation, and behavior, Journalism***, Op.cit,p:589

و يعتقد Baily وزملاءه أن فهم الإعلام البديل يتطلب وضعه كمفهوم ضمن أطر النظريات السياسية والديموقراطية التي توفر سندا نظريا وخلفية فكرية لهويته وممارسته ،ذلك أن الإعلام لا يعمل في فراغ بل يستمد جذوره و أسسه من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية سواء كانت محلية أو قومية أو اقليمية أو دولية. و يستخدم المدخل الأول ،الذي يركز على خدمة المجتمع، إطارا نظريا ذا طابع جوهري يشدد على أهمية و محورية المجتمع، بينما يركز المدخل الثاني على العلاقات بين الإعلام البديل الإعلام المهيمن . ويُعرف المنهج الثالث وسائل الإعلام البديلة بأنها جزء من المجتمع المدني في حين يسمح المدخل الرابع بإدراج جوانب الاحتمالية و المرونة و المراوغة في تحليل الإعلام البديل.

7. 4. 3. 1 مدخل خدمة المجتمع: يركز الباحثون من خلال هذا المدخل بقوة على مفهوم المجتمع ما وراء الجغرافيا والعرق حيث يؤكد "تحليل تأثير تكنولوجيات الإعلام و الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضا في الفضاء الإلكتروني في إطار ما يُسمى بالمجتمعات الإلكترونية أو المجتمعات الافتراضية"¹ إذ يمكن أن يشكل الأفراد في هذا النوع من المجتمعات تجمعات موازية تتميز بالترابط و تنسم بقوة الإحساس بالانتماء و هو ما يمكنها من تجاوز مفاهيم الحيز و المكان مؤكدا بذلك أن القرب الجغرافي لا يكون في كل الأحوال شرطا ضروريا لقيام مجتمع ما.

و يكتسي مفهوم المشاركة في هذا المدخل أهمية بالغة فالإعلام البديل يلعب أدوار محورية في تسهيل المشاركة في العملية الإعلامية التي لا تعرف باعتبارها مجموع الممارسات المهنية التي يؤديها حصريا رجال الإعلام المهنيون المحترفون ، ولكن كحق من حقوق الإنسان.

ويميز Olga بين المشاركة في الإعلام والمشاركة من خلال الإعلام حيث "تتعلق المشاركة في الإعلام بمشاركة غير المهنيين في إنتاج المخرج أو الناتج الإعلامي وفي اتخاذ القرارات الإعلامية ... أما المشاركة من خلال الإعلام فتتناول فرض المشاركة الموسعة في النقاش العام من أجل التمثيل الذاتي في المجالات العامة"²

7. 4. 3. 2 مدخل الإعلام البديل كإعلام بديل عن الإعلام السائد: يؤسس المدخل الثاني لتعريف الإعلام البديل بناء على فكرة "البديل" ذاتها ، حيث يطرح هذا المفهوم تمييزا واضحا بين الإعلام السائد أو المهيمن من جهة و الإعلام البديل الذي يعمل إما كمكمل للإعلام السائد أو منافسا له من جهة ثانية .

¹بيلي اولجا جوديس ، كاميرتس بارت ، بنتيير نيكوكار : فهم الإعلام البديل ، ترجمة : علا احمد صلاح ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2009، ص:31

²بيلي اولجا جوديس ، كاميرتس بارت ، بنتيير نيكوكار : م،س،ذ، ص:34 35

من خلال الربط بين وسائل الإعلام السائدة و مفهوم الهيمنة يعتقد الباحثون أنه لا يمكن بحث و دراسة وسائل الإعلام البديلة بمنأى عن تحليل مفاهيم السيطرة و الهيمنة باعتبارها رؤى بديلة للسياسات و الأولويات و المنظورات و الأجندات المهيمنة التي تعمل في ظلها وسائل الإعلام التقليدية السائدة، من خلال نشر الثقافة الجماهيرية التي تعمل على ترسيخ استمرار هيمنة الفئات المسيطرة في المجتمع و ذلك من خلال العمل على الترويج لأفكار و توجهات الأطراف الفاعلة كالسلطة السياسية (الدولة الأحزاب السياسية) أو القطاع الاقتصادي (الإعلان) حيث أن غياب المصادقية في وسائل الإعلام التقليدية و انحيازها إلى قوى السيطرة و الهيمنة ووقوعها تحت سيطرة المعلن تؤكد غياب اهتمام وسائل الإعلام بجماهيرها و حاجاتهم لحساب الأنظمة المهيمنة و هو ما خلص إليه محمد عبد الحميد من خلال الفروض الخمسة التي تصور العلاقة بين وسائل الإعلام و القوى الاجتماعية المختلفة من جهة و عناصر العملية الإعلامية من جهة ثانية في إطار مفهوم السوق الذي تطفو على السطح فيه علاقات التمويل بالإنتاج و التسويق و سيادة مفهوم المنتج الإعلامي و تسويق الرمز و الفكرة بين الجماهير المستهدفة لأغراض سياسية أو اقتصادية .

- الفرضية الأولى : يعتبر نظام المعلومات نظاما فرعيا في النظام الإعلامي ، يعتمد عليه الآخر في تحقيق أهدافه . وبالتالي فإننا لا نتوقع نظاما غير هادف للمعلومات في وسائل الإعلام، و يؤثر هذا بالتالي في انتقاء المعلومات و إعدادها للنشر و الإذاعة في قوالب وظيفية مقبولة تتفق و الهدف من جمع المعلومات و إعادة توزيعها .
- الفرضية الثانية : يتأثر الهدف الأساسي لنظام المعلومات في وسائل الإعلام بحركة القوى المسيطرة في المجتمع و علاقاتها بوسائل الإعلام. حيث تعمل هذه القوى ، بوصفها المراكز الرئيسية، على تسويق آرائها و أفكارها و شخصياتها من خلال نظام المعلومات في هذه الوسائل.
- الفرضية الثالثة : يعتبر القائم بالاتصال أحد آليات المؤسسات الإعلامية ، و سياسة المؤسسة هي أحد بنود التعاقد الرئيسية مع القائم بالاتصال فيها، و هذا ما يؤكد الاتساق الكامل مع هذه السياسة التي تطبع سلوك القائم بالاتصال بطابعها الذي يتمثل في أهدافها و مراميها و علاقاتها بالقوى الخارجية في المجتمع و تؤثر السياسة بالتالي في تحديد الضوابط و القيود و أولويات النشر و الإذاعة و اختيار الصور و الرموز التي تتفق مع السياسة و أهدافها .
- الفرضية الرابعة : يؤدي ذلك إلى تصنيف القائم بالاتصال ، كمنتج لمحتوى ، بوصفه وكيلا عن المؤسسة الإعلامية في علاقاتها بالقوى التي تستهدف تسويق هذا المنتج النهائي ، أكثر من كونه وكيلا عن جمهور المتلقين .
- الفرضية الخامسة : يستهدف القائم بالاتصال الوصول بالمنتج الإعلامي ، المحتوى، إلى الجمهور المستهدف لتحقيق استجابات معينة تتفق و نظام المعلومات في وسائل الإعلام. و بذلك فإن اختياره لرموز

المحتوى و صورته و أسلوب تقديمه يتأثر بسياسات المؤسسة و أهدافها و يعمل على استثارة الحاجات القائمة لهذا الجمهور أو خلق حاجات جديدة تتفق و هذه السياسات و الأهداف¹.

و يؤكد Baily على أهمية دراسة الإعلام البديل على ضوء تحديد مفهوم التمثيل لارتباطه الوثيق بما تؤديه وسائل الإعلام من وظائف ، لذلك يركز الباحث على ضرورة فهم العلاقة بين وظائف الإعلام و أهدافه من جهة و التمثيل من جهة ثانية ، إذ أن أهم أسباب و أبرز أهداف وجود الإعلام البديل ذاته هو التعبير عن أيديولوجيات أولئك الممثلين بدرجة غير كافية أو مشوهة في وسائل الإعلام التقليدية ، هذه الأخيرة التي اكتسبت ، خلال مراحل تطورها المختلفة ، أهميتها البالغة بفعل ما تلعبه من أدوار و ما تؤديه من وظائف على جميع الأصعدة في المجتمعات المختلفة ، و التي يلخصها Jürgen Habermas في أربعة محددات أساسية هي²:

- القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع .
- حماية مصالح المجتمع و وسائله و مؤسساته .
- توفير المعلومات للجمهور .
- المساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية .

7 . 3 . 4 . 3 مدخل ربط الإعلام البديل بالمجتمع المدني : يمكن اعتبار وسائل الإعلام البديل من خلال هذا المدخل جزءا عاديا من المجتمع المدني أو أحد المظاهر الكثيرة و المتعددة للمنظمات العاملة في حقل المجتمع المدني حيث " تسمح عملية إضفاء الصبغة الديمقراطية على الإعلام للمواطنين بأن يكونوا فاعلين في أحد المجالات الجزئية الكثيرة وثيقة الصلة بالحياة اليومية و بأن ينظموا أشكالا مختلفة للتداول و التشاور و بأن يمارسوا حقوقهم في الاتصال"³.

7 . 3 . 4 . 4 المدخل الرابع الإعلام البديل كجذور : ينطلق هذا المدخل في تفسير ظاهرة الإعلام البديل من الإشارة إلى التناقض الذي تتسم به وسائل الإعلام البديل بطبيعتها ، فكل شيء في نقطة ما بديل لشيء آخر ، مع التأكيد على التنوع الشديد الذي يميزها و قيامها بوظيفتين أساسيتين هما التعبير عن المعارضة عموديا و بناء الترابط الشكلي افقيا .

ويرتكز المدخل الرابع على مجاز الجذور Rhizome الذي طرحه الباحثان Guttan و Delueze أواخر سبعينيات و بداية ثمانينيات القرن الماضي لاهتمامهما في المجال بالإذاعة البديلة الفرنسية الحرة " حيث

¹ عبد الحميد ، محمد: *نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير* ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997، صص: 52 53
² HABERMAS, Jürgen, translated by BURGER, Thomas: *Structural Transformation of the Public Sphere* , Mit Press , Massachusetts, 1991, pp:171 179
³ عبد الحميد ، محمد: نفس المرجع السابق، ص: 54

يقوم مجاز الجذور على التجاور بين الفكر الجذوري و الفكر الشجري Arabolic Thinking فالفكر الشجري عبارة عن هيكل خطي هرمي يمكن تمثيله على هيئة شجرة تنقسم فروعها باستمرار إلى فئات أصغر ... أما الفكر الجذوري فهو (لا خطي) مستقيم و فوضوي و على عكس الأشجار و فروعها أو جذورها يصل الجذور أي نقطة بأي نقطة أخرى ، و عليه يمثل الجذور كيانا قواعده في حالة حركة مستمرة بسبب إدخال عناصر جديدة باستمرار¹ و عليه يركز المدخل الجذوري في مقاربة الإعلام البديل على ثلاثة جوانب هي :

- الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام البديلة في المجتمع المدني.
 - الطبيعة المراوغة و غير المتوقعة لوسائل الإعلام البديلة باعتبارها جزءا من المجتمع المدني من جهة و موقعها كبديل لوسائل الإعلام المناهضة للدولة و السوق من جهة ثانية .
 - طبيعة الصلة التي تجمعها بالدولة و السوق ذلك أن وسائل الإعلام البديلة لا تعمل خارج الدولة أو السوق .
- فباعتبارها بديلا لوسائل الإعلام السائدة فإنها تعمل على تخطي حدود الهيمنة لتقيم أنواع مختلفة من العلاقات مع السوق و الدولة لأسباب غالبا ما تتعلق بالبقاء ، فهذه الطريقة يمكن أن يستمر النظر إليها على أنها كيانات يحتمل أن تزعزع استقرار ثوابت المنظمات الإعلامية التقليدية .

4.7 المدونات وتحولات البيئة الإعلامية

أكاديميا ، اهتم الكثير من الباحثين بدراسة العلاقة بين الصحفيين و المدونين محاولين رصد عناصر الاختلاف و نقاط التلاقي بينهما سعيا للوصول إلى إجابة نهائية حول إمكانية اعتبار المدونين صحفيين. و على نحو مواز عقدوا المقارنات بين المدونات الإلكترونية و الصحافة ، إما لاستجلاء الأفق الإعلامي للمدونات باعتبارها شكلا صحفيا جديدا ، أو بغية التنبؤ بمستقبل الصحافة في ظل تطور ظاهرة التدوين و انتشارها . غير أنه ، وعلى هامش السجال الأكاديمي الذي أنتجه طرح هذا النوع من الإشكاليات ، تشهد الساحة الإعلامية تغييرات عميقة بفعل تنامي استخدام المدونات الإلكترونية في تغطية الوقائع و الأحداث و نشر الأخبار و التقارير ما يؤكد ضرورة الانتقال إلى مسائل التأثيرات التي يمكن أن يمارسها هذا الوافد التكنولوجي الجديد في المجال الإعلامي ، و ما يمكن أن تشهده وسائل الإعلام التقليدية من تغييرات بفعل توطين تكنولوجيا التدوين في مواقعها الإلكترونية على الشبكة . خاصة و أن هناك من الباحثين من يعتقد أن المدونات تمثل تحديا مصيريا لوسائل الإعلام التقليدية " ذلك أنها ساهمت في كشف مواطن ضعف الصحافة و تمكنت من تجاوز سلطات

¹ نفس المرجع السابق، ص: 57

حراس البوابة Gate Keepers و اختراق الجدران النارية Fire Walls لتنتهي بذلك عصر سيادة الصحافة " ¹.

فالمدونات الإلكترونية باعتبارها جزء من البيئة الإعلامية الجديدة " تعمل على تحويل آليات الممارسة الصحفية و تساهم في بناء محيط صحفي جديد لم تكتمل معالمه بعد " ² و بتعبير آخر ، يساهم التدوين في خلق بيئة ذات أبعاد جديدة للعمل الصحفي و الإعلامي موفرا جملة من الخصائص التي تستجيب للحاجات الجديدة لجماهير وسائل الإعلام التي تتجاوز حدود التلقي و التفاعل مع المضامين إلى المشاركة في إنتاجها . و لعل ما فَعَلَ تأثير المدونات و أكسبها شرعيتها الإعلامية ، توطئتها في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية حيث " تعمل المؤسسات الإعلامية ببطء و لكن بشكل أكيد على فتح فضاءات للتدوين في مواقعها الإلكترونية الرسمية ، على نفس النحو الذي انتقلت من خلاله تدريجيا إلى نشر و بث محتوياتها على شبكة الأنترنت " ³. ففي البيئة الإعلامية الجديدة " تتعامل وسائط الإعلام الكلاسيكية مع المدونات كشكل تواصل يمكن الاستفادة منه ، إذ استحدثت الإذاعات و التلفزيونات و الصحف المكتوبة منصات للمدونات على مواقعها الإلكترونية ، كما أنشأ العديد من الصحفيين مدوناتهم الخاصة داخل مواقع المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها . و من هذا المنظور لا تقوم علاقة وسائط الإعلام الكلاسيكية بالمدونات على التصادم ، إذ أن المدونات تشكل مصدرا إضافيا للمعلومات بالنسبة إلى الصحفيين من جهة وقراءة نقدية لما تقدمه وسائط الإعلام الكلاسيكية " ⁴ من جهة ثانية.

يرى Benoit Raphael أنه و بالاعتماد على "الملاحظة الدقيقة لتطور التطبيقات التحريرية على شبكة الأنترنت ، و في بعض الأحيان في وسائل الإعلام التقليدية ، يصبح من الصعب إنكار حقيقة أن المدونين قد ثُوروا مقاربتنا للتعطية الإخبارية " ⁵ فالخصائص التكنولوجية للمدونات أكسبت هذه الأخيرة طابعا متقدرا و منهاجا مغايرا في جمع المعلومات و تغطية الوقائع و الأحداث و نشر الأخبار و التقارير و التعبير عن الآراء و المواقف و لعل ذلك ما أكسب المدونات شعبيتها الواسعة و ساعدها على افتكاك مكانة خاصة بين وسائل الإعلام، حيث تنامي الاعتماد على المدونات الإلكترونية باعتبارها مصدرا للأخبار و فاعلا مؤثرا في الرصد و المراقبة ما رسخ تأثيرها في أساليب المعالجة الإعلامية و التي يمكن إيجاز أبرز مظاهره فيما يلي :

¹LOWREY, Wilson : Mapping the journalism-blogging relationship, Journalism , SAGE Publications Vol. 7, 2006 p:65

²ANDREWS, Paul: is Blogging Journalism Op.cit,p:63

³ALLAN Stuart: Online news: Journalism and the Internet. Open University Press , Maidenhead, UK, 2006,p:86

⁴الصادق الحمادي(و اخرون): الانترنت و الإذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الإذاعي و التلفزيوني ، ص: 21

⁵BENOIT, Raphael : Comment les blogueurs ont révolutionné le journalisme <http://benoitraphael.blogspot.com/2008/05/comment-les-blogueurs-ont-rvolutionn-le.html> , mis en ligne le 04 /05/ 2008 consulté le 16/08/2012 11:24

- 7. 4. 1 المدونات استجابة للإفراط الإخباري: يشهد عالمنا حالة من الإفراط الإخباري و المعلوماتي بامتياز، حيث تعددت عناوين الصحف و تنامت أعداد المحطات التلفزيونية الإخبارية و القنوات الإذاعية مما وضع الفرد أمام سيل هائل من الأخبار و المعلومات ، و عليه فإنه أصبح من الصعب بما كان ، ليس البحث عن الخبر أو المعلومة ، و إنما حصرها و ترتيبها و اتخاذ قرار صائب بشأن أهمها وأكثرها موضوعية ومصداقية. و يلعب المدونون في هذا الإطار أدوارا فاعلة و محورية في فلترة الأخبار و التقارير و المعلومات في مواجهة حالة الإفراط الإخباري و هو ما قد يكشف عن "مهمة" جديدة تضاف إلى قائمة مهام الصحفي ، و التي قد يجب أن يضطلع بها نوع جديد من الصحفيين هم "المدونون"

- 7. 4. 2 المدونات مصدر تكميلي للمعلومات : يمكن أن تشكل المدونات مصدرا تكمليا للمعلومات بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية فالمدون "المتخصص في مجاله" و الذي يتبادل المعلومات و يناقشها من خلال فضاء تدويني يجمعه بمن يشاركه التخصص و الاهتمام يمثل مصدرا ذو كفاءة عالية يمكن للصحفي الاستفادة منه .

- 7. 4. 3 المدونات تكمّل وسائل الإعلام: يتأسس الفعل التدويني باعتباره شكلا من أشكال الممارسة الصحفية المستحدثة على قاعدتين أساسيتين ، تتمثل أولهما في ميزة التحوارية القائمة على أبرز الخصائص التكنولوجية للتدوين و هي الروابط . و تتجلى ثاني القاعدتين في طبيعة التدوين الذي يمكن النظر إليه على أنه عملية غير منتهية ، مفتوحة و مستمرة باعتباره سيرورة مرتبطة بفضاء تشاركي ، وعليه فإن الطبيعة المتفردة للمدونة تتيح لصحفي وسائل الإعلام الإدراج حول أفكار مقالاتهم و برامجهم بحثا عن معلومات جديدة و التماسا لاقتراحات أفراد الجمهور و آرائهم ، كما يمكن توظيف المدونات لتجاوز إكراهات المساحة و الزمن في الوسائط التقليدية ، لاستكمال النقاش حول المواضيع التي تعالجها التقارير و المقالات الصحفية المنشورة أو الحصص و البرامج التلفزيونية و الإذاعية ، حيث يمكن للصحفي أن "يوفر لها رابطا على مدونته كمرحلة متقدمة من عملية إنتاج المحتوى و معالجته ، لفتح نقاش أوسع حول الموضوع المثار"¹ و يقوم المدونون من جهة ثانية - على مدوناتهم ، باعتبارها أدوات للرصد و المراقبة - بالربط للبرامج و الحصص والأخبار و التقارير و المقالات الصحفية من أجل مناقشة محتوياتها و التركيز على ما يعتقد المدونون أن وسائل الإعلام لم تقدمه بالشكل الكافي .

- 7. 4. 4 التدوين مساحات واسعة للتحوار و النقاش : إذا كانت وسائل الإعلام تبث الرسائل فإن المدونات تطلق العنان للنقاش و تفتح مجالات الحوار واسعة فالنص الصحفي في المدونة ليس فقط ما يدرجه المدون بل هو ذلك الكل المركب من النص و إسهامات قراء المدونة التي قد تتخذ أشكال مختلفة ،

¹BRADSHAW, Paul et ROHUMAA, Liisa: *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*, Op.cit,p:77

ملاحظات ، تصحيح للمعلومات ،شهادات حية لمن عاشوا الوقائع و كذا تحليلاتهم و آرائهم و مواقفهم .
و تظهر أهمية المدونة في هذا الإطار من خلال ما تنسجه من روابط تشعبية مع مدونات أخرى في فضاء
تدويني Blogosphere غني يحوي مجرات تدوينية لا متناهية ، ذات اهتمامات متعددة و هو ما يطلق
عليها تسمية المجتمعات أو التكتلات التدوينية ، حيث تمثل كل تدوينة دعوة للنقاش و يكون في هذه الحالة
المدون قارئ في نفس الوقت لمواضيع بقية المدونات و مساهما بالتعليق و التعقيب . و هو ما يحيلنا إلى
الاعتقاد بأن المدونات قد جسدت الانهيار الفعلي و الحقيقي*للحوار و الحدود بين المرسل و المستقبل و
غيرت بعمق طريقة قراءة النص الصحفي كما غيرت بعمق و بشكل جذري، أيضا من الجانب الآخر،
الكيفية التي يعالج من خلالها الصحفي مادته الإعلامية ، فهو يبقى على صلة بها بعد النشر لمتابعة
إسهامات القراء و تعليقاتهم و الرد عليها . و تسمح تقنية Trak back بعرض روابط فائقة للتدوينة أو
الإدراج على مدونات أخرى ، دعوة للمزيد من النقاش و الحوار ،كما تتيح المدونات الإلكترونية خدمة
استضافة التدوينات Guest Blogging و التي تعني المشاركة في التحرير على المدونة "إذ يشارك
المدون في إدراج مواضيع على مدونة "مستضيفة" وهي العملية التي تنطوي على فوائد لكل من المدون
الضيف والمدونة المستضيفة"¹

- 5. 4. 7. **التدوينة ... نص صحفي مفتوح** : و هو الاتجاه الذي يعتبر نتيجة حتمية و منطقية للاتجاه السابق
إذ تتأسس ،على المدونة، علاقة ممتدة للنص الصحفي مع الزمن و هو امتداد تغذية التعليقات و ملاحظات
زوار المدونة من جهة وردود المدون عليها من جهة ثانية ، مما ساهم حسب اعتقاد Jeff Jarvis** في
خلق دورة جديدة لسريان المعلومة و غير تركيبة العملية الإعلامية ، فالمدونات باعتبارها إحدى أدوات
الإعلام التشابكي فإن " أفراد الجمهور ينخرطون ،من خلالها ، في بناء القصة الإخبارية عن طريق
الإسهام بالحقائق و الأسئلة و الاقتراحات و عليه يمكن للصحفيين ، و يجدر بهم ، الاعتماد على الجمهور
لمساعدتهم في تغطية الوقائع ...و بعد النشر يستطيع أفراد الجمهور مواصلة الإسهام ،تصحيحا
للمعلومات ،أسئلة ، حقائق جديدة ووجهات نظر "²

- 6. 4. 7. **جماعية (تشاركية) إنتاج الأخبار** : لقد بات واضحا أن "مسار إنتاج المحتوى أصبح يعتبر عاملا
حاسما في رصد ملامح التغيير التي أحدثتها المدونات "³ فباعتبارها واحدة من أدوات الإعلام
التشاركي ، يسمح المدون بمشاركة المتلقين في إعداد التقارير الإخبارية على مدونته ، فمنتج المحتوى

¹CHARRIERE, Christophe: **La ligne éditoriale d'un site ou un blog** <http://viaprestige-agency.com/la-ligne-editoriale-dun-site-ou-blog/> ,consulté le 19/10/2014 -02 :05

²JARVIS, Jeff: **Networked journalism**, <http://buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism/> mis en ligne le 05 /07/ 2006 , consulté le 29/09/2014 -01 :23

³JARVIS ,Jeff: **Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture**, <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/> ,consulté le 29/11/2014 -14 :30

*و هو ماتغنتيهو سائلا لاعلاما كلاسيكية بعد تحولها للنبتو نشر مضامينها علنا لشبكة

لا يتخذ دائما " صيغة المفرد بل يمكن أن يشمل أيضا كل اللذين ساهموا في جعل الاتصال دائريا من خلال مساهمتهم بالرأي أو المعلومات أو الحوار و المناقشة التي تتضمنها تعليقاتهم المنشورة في المدونات، و هنا يكمن التجديد في السرد و البناء النصي للمدونة ، فالسرد لا يأخذ دائما اتجاها تصاعديا بل يسجل وقفاته و استئنافاته التي قد يثيرها الحوار"¹

- 7. 4. 7. الانتقال من الترتيب الهرمي إلى الترتيب الزمني العكسي : حين يتعلق الأمر بنقل المعلومات فإن ترتيب الأخبار و التقارير في المدونة لا يتم بالطريقة الكلاسيكية التي تفرض هرمية معتدلة أو عكسية، تراعي أجندة الوسيلة الإعلامية وخطها الافتتاحي ، وإنما يخضع لتراتبية من نوع جديد تفرضها الطبيعة المتفرقة للمدونة ، حيث ترتب المواضيع بطريقة زمنية عكسية معتمدة ترتيبا زمنيا تصاعديا . إذ يوضع الإدراج الأحداث تلقائيا في بداية المدونة ، فترتب المواضيع حسب وقت حدوثها و هو ما أصبحت الكثير من وسائل الإعلام تعتمد في مواقعها الإلكترونية على الشبكة ، وحتى في حواملها الكلاسيكية على صفحات الجرائد و النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية و الإذاعية ، محاولة إضفاء خصائص موضوعية الطرح و مصداقية المعالجة ، و تشبها منها بشفافية المدونات محاولة تحسيس القراء بأنها تنقل الوقائع و الأحداث دون ترتيب أولويات مسبق لأجندات معينة ، فتعرض محتوياتها مرتبة حسب وقت حدوثها ، حيث تهتم بنشر و بث الأخبار العاجلة أولا تليها بقية المواضيع مرتبة ترتيبا كرونولوجيا عكسيا .

- 8. 4. 7. التدوين انطلاق للمعلومات: تبث و تنشر المعلومات في وسائل الإعلام التقليدية ، لكنها تنطلق على المدونات الإعلامية الإلكترونية ، هذه الأخيرة التي تتيح شكلا جديدا من أشكال الكتابة التي ينفرد بها الويب و المنبثقة أساسا من إحدى خصائصه و هي تكنولوجيا النص الفائق hypertexte ، حيث تحيل التدوينة إلى تفاصيل أكثر حول الموضوع أو تدعمه بمواد متعددة الوسائط أو تربطه بمصادره الأصلية ، ويتاح بذلك لزائر المدونة تتبع المعلومة على صفحات مواقع مختلفة بسهولة ويسر مهتديا بدليل الروابط الفائقة ، و هو ما ساهم في خلق نمط جديد من القراءة.

إن تزاوج الشكل الأولي للمدونة (صفحة إلكترونية تحوي روابط لمواقع على الشبكة) و استخدامها في مجال الإعلام جعل منها تطبيقا جديدا لما يُعرف في الأدبيات الإعلامية بمجلة الصحافة ، حيث يوفر المدون في هذا النوع من المدونات روابط متعددة لموضوع معين ، أو مواضيع مختلفة ، تحيل إلى المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام و هو في هذه الحالة لا يكتفي بعرض تغطية وسائل الإعلام للموضوع إنما يفتح مجالا للنقاش أو يهدف إلى تسليط الضوء على وقائع معينة .

¹ نصر الدين العياضي ، نفس المرجع السابق ، ص:140

- 9.4.7 **التدوين ذاتية معينة** : لا يخلق المدونون جدارا ناريا Fire Wall فاصلا بين الخبر والرأي، فهم يعبرون بذاتية عن وجهات نظر معينة و يناقشونها مع قراء مدوناتهم ، و يبدو أن هذا النمط في تغطية الأحداث هو ما يتوقعه قراء المدونات و ما يتقنه المدونون ، إذ لم تعد صياغة الأخبار مرتبطة بضرورة الالتزام بالموضوعية و تحري الحياذ ، ففي مدوناتهم يعرض المدونون مواضيعهم بأسلوب ذاتي صريح مقارنة بالموضوعية التي تتغنى بها وسائل الإعلام التقليدية و التي تحكمها الأجندات السياسية و هو ما تربطه الكثير من الدراسات بتراجع جماهير وسائل الإعلام التقليدية مقابل ارتفاع نسب المهتمين بمتابعة الأخبار و السعي للحصول على المعلومات من خلال الأشكال المختلفة لصحافة المواطن عامة و المدونات الإلكترونية الإعلامية خاصة .

- 10.4.7 **التدوين نمط جديد للتحرير** : حيث تؤسس المدونات الإعلامية لخط جديد في أنماط الاتصال المكتوب ، إذ "تكتسب المدونات جاذبيتها في الأساس نتيجة تحررها من القوالب التقليدية للكتابة الصحفية"¹ و تلعب الخصائص التكنولوجية للتدوين أدوارا فاعلة في هذا الإطار ، فالمدونات كأداة متفردة من أدوات الإعلام الجديد تتوافر على خصائص و مزايا غير مسبوقة تساعد على ممارسة تأثيرها العميق في أشكال الكتابة الصحفية من جهة و تطوير أشكال جديدة للكتابة من جهة ثانية ، ولعل أبرزها :
قالب الدرج : لا تظهر التدوينات كاملة على الصفحة الرئيسية للمدونة و إنما الجزء الأهم و تسمح الروابط الداخلية بإحالة القارئ الى صفحة جديدة تحمل التفاصيل الكاملة أو المدعمة بمقاطع الفيديو أو الصور أو النصوص .

قالب القائمة : و هو "أحد الأشكال التحريرية الفعالة التي انتجها عالم التدوين. إذ يمكن ان يتألف الإدراج الواحد من عدة عناصر تظهر في شكل قائمة ، حيث يحيل كل عنصر عادة إلى ارتباط لتغذيته بالمعلومات و التفاصيل بفضل تكنولوجيا النص الفائق كما يمكن أن يكون أيضا قوائم للصور أو مقاطع الفيديو"² و هو ما يجعله ملائما لتجميع المعلومات و تغطية الأحداث متعددة الوقائع أو ذات التفاصيل الكثيرة و المتشعبة ، أو التي لقيت اهتماما كبيرا من قبل وسائل الإعلام.

5.7 أخلاقيات التدوين

أثبتت المدونات فاعليتها في جمع و ترشيح المعلومات و الأخبار و التقارير و نشرها و رصد الوقائع و الأحداث و التفاعل مع المستخدمين مستفيدة في ذلك من خاصية الشفافية التي تميزها ، و لأن المدونات الإلكترونية الإعلامية تقع خارج نطاق الاتجاه السائد لوسائل الإعلام التقليدية ، فإنها تعمل طبقا لمعايير خاصة

¹ الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان ، وحدة البحث و التوثيق : دليل النشر الإلكتروني: المصادقية و الحماية ،
²BENOIT,Raphael : Comment les blogueurs ont révolutionné le journalisme,Op.cit

تمكنها من نشر المعلومات و مشاركتها و التعليق عليها دون الخضوع لأي رقابة من أي نوع ، و دون أن يتوسط علاقة المدون بقارئ المدونة أي وسيط .

في هذا الإطار يطرح انتشار أدوات الإعلام الجديد عامة و المدونات الإلكترونية الإعلامية بشكل خاص إشكاليات مستحدثة تتعلق بفعالية الأخلاقيات المهنية التقليدية في البيئة الافتراضية الجديدة ،ذلك أن قواعد أخلاقيات الممارسة الإعلامية التي تحكم علاقة الصحفي بمهنته تصورا و ممارسة قد تشكلت في أفق فكري و مهني مخصوص مرتبط ببيئة الإعلام التقليدي الذي يتعاطى مع الصحافة باعتبارها مهنة أولئك اللذين يتابعون تكويننا علميا أكاديميا مسبقا و يلتزمون باحترام ضوابط ممارستها من خلال الانتساب إلى مؤسسة إعلامية تصقل فيهم هذه المهارات و تمكنهم ، بالممارسة ، من اكتساب الخبرة اللازمة . فيكون الصحفي ،أيا كان الخط التحريري الذي يمثله ملتزما بأسس الميثاق الأخلاقي. غير أن التدوين قد تجاوز حدود هذا الأفق المهني المخصوص باعتبارنا أمام سلالة جديدة من الصحفيين الذين تحرروا من الالتزامات التكوينية و المهنية لذلك فإن بحث إمكانيات إلزام هذا الجيل الجديد من الصحفيين بأخلاقيات الممارسة الإعلامية يبدو أمرا زنبقيا لا يفضى إلى جني عائدات و مكتسبات مهنية أو ثقافية حسب ما تراه " د . ثريا السنوسي" و التي تقترح " الانتقال من الحديث عن الأخلاقيات المهنية إلى الأخلاقيات الاجتماعية حيث أن هذا الميثاق الأخلاقي الجديد مدعو للتخلص من المفهوم المعياري للأخلاق و الانخراط في مفهوم جديد قائم على ثقافة الامتناع الذاتي بعيدا عن كل أشكال الرقابة و العقاب و الجزاء"¹. وفي هذا الإطار يقترح عدد من الباحثين مشاريع متعددة لميثاق أخلاقي يؤسس لإنشاء المدونات وممارسة التدوين.

7 . 5 . 1 مشروع R- Blood : تعتقد R- Blood ، أول من أثار موضوع أخلاقيات التدوين ،أنه ليس من المتوقع أن يقدم المدونون صورة متوازنة عن العالم لكن بالمقابل ينتظر منهم أن يؤسسوا لانفتاح أكثر على الحقيقة انحيازاً و سلوكاً ،مقترحة ستة مبادئ أساسية على المدون أن يلتزم بها² هي:

- **نشر ما يتم التأكد من صحته فقط:** حيث يفضل عدم إدراج أي محتويات يعتقد المدون أنها غير صحيحة ، دون ذلك يمكن أن يعبر المدون صراحة عن تحفظه تجاه أي معلومات أو أخبار مدرجة موضحا الأسباب.
- **تدعيم الإدراجات بالروابط و الإشارة إليها طالما كانت متاحة على الخط :** و يسمح ذلك بتوفير خلفية مرجعية للإدراج ، و هو ما يسهم في خلق شبكة واسعة من المعلومات و المعرفة المشتركة من جهة و بحث القراء على لعب أدوار نشطة في البحث عن الحقائق و التأكد من دقة الإدراجات و المساهمة في

¹ثريا السنوسي : صحافة المواطن و إعادة إنتاج الأدوار ،ملتقى الاتصال و الشباب و الميديا ، معهد الصحافة و علوم الاخبار ، منوبة ، تونس افريل 2010،ص:10

²BLOOD , Rebecca: the Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog Weblog Ethics, http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html , consulté le 23/09/2014, 18 :00

تدعيمها بالمعلومات و الحقائق و المواقف و الرؤى من جهة ثانية ، وهو ما يضيفي على المدونة في المحصلة شفافيتها المتفردة .

و ينصح المدون في حال وجود محتويات على مواقع "غير أخلاقية " بعدم الربط و الاكتفاء بذكر الموقع و الإشارة إلى عنوانه الإلكتروني مع شرح أسباب عدم الربط ليترك الخيار في تصفح الموقع المعني للقارئ نفسه .

- **ضرورة التصحيح العلني للمعلومات الخاطئة :** على المدون أن يصحح مباشرة أي معلومات خاطئة أو غير دقيقة و ذلك عن طريق الإشارة إلى مواطن الخطأ في التدوينة و تصحيحها و تدعيمها بالروابط الضرورية لتقديم تقرير أكثر دقة ، أما إذا تعدّر تصحيح المعلومات الخاطئة في التدوينة الأصلية يمكن القيام بالأمر في التدوينات اللاحقة ، ومن الضروري أن يدرك المدون أهمية التصحيح الفوري لأن ذلك مرتبط بمصداقية المدونة التي قد تتأثر سلبا في حال صحح أحد القراء المشاركين المعلومة قبل أن يفعل المدون .

- **كتابة الإدراج كما لو أنه غير قابل للتعديل :** حيث تفضل الإضافة و يستحسن الابتعاد عن الحذف أو إعادة كتابة التدوينة ، لأن ذلك يتنافى و طبيعة البناء النصي للتدوينة و الذي تؤسسه عملية الاتصال الدائري التي تجمع بين المدون صاحب الإدراج و قراء المدونة اللذين يساهمون في إعطاء الإدراج بنيته النهائية من خلال المعلومات و الآراء و المواقف التي تتضمنها تعليقاتهم المنشورة على هامش التدوينة لذلك تعتبر الإضافة الظاهرة الطريقة المثلى لتصويب المعلومات و الحقائق ذلك أنها تؤكد النزاهة الشخصية و المهنية للمدون و تساعد على خلق سجل تاريخي ثابت بتاريخ سليم و معلومات صحيحة. في هذا الإطار تنصح Blood بضرورة الاستثمار الأمثل للوقت و الجهد الكافيين في كل تدوينة فكرة و كتابة ، و إذا تبين للمدون في مرحلة ما أنه قد ارتكب خطأ في موضوع معين أو غير موقفه تجاه قضية ما فإنه يسجل ذلك على مدونته مبررا و يستمر في التدوين بدقة ، أما إذا اكتشف المدون أنه قد تجاوز دون قصد ، حدود الأخلاقيات المهنية المرتبطة بالمصداقية و الحياة الشخصية للأفراد... فإنه سيكون من المنصف حذف التدوينة كاملة مع الإشارة إلى ذلك و ذكر الأسباب .

- **الكشف عن أي تعارض في المصالح :** تستمد المدونات الإلكترونية من الثقة التي يوليها القراء للمدون ، لذلك وجب على الأخير أن يكون واضحا فيما يختص بوظيفته و اهتماماته المهنية و ما يرتبط بها من مصالح قبل الخوض في المواضيع ذات الصلة ، حتى يكون للقراء صورة واضحة و مكتملة تساعد على استيعاب إدراجات المدون و تمكنهم من تقييم مواقفه و التفاعل معها .

- **ضرورة الإشارة إلى المصادر المنحازة و المثيرة للشكوك:** يعتمد القراء على المدونين لإرشادهم في تصفح الأنترنت ، لذلك يجب على المدون أن يلتزم بالإشارة إلى مصادر المواضيع المنشورة على

مدونته و التعريف بطبيعة المواقع الإلكترونية التي يعيد نشر موادها خاصة إذا كانت تابعة لمنظمات ذات توجهات متطرفة ، فالقراء بحاجة لهذا النوع من المعلومات حتى يتمكنوا من تقييم المواضيع و الحكم عليها .

7 . 2.5 مشروع *Charlène Li*: و تؤكد * *Charlène Li* الحاجة إلى التدوين في إطار ميثاق لأخلاقيات التدوين حيث تقترح نص ميثاق تسنه المؤسسات لتسطير مبادئ توجيهية لموظفيها من المدونين و نصا آخر لقواعد السلوك التدويني يلتزم به المدون باعتباره السبيل الأنجع لمد جسور الثقة مع القراء.

تقترح *Charlène* على المؤسسات الإعلامية التي تستضيف مدونات على مواقعها أن تلزم مدونيتها ب: ¹

- ضرورة الإشارة إلى أن الآراء الواردة في المدونة تعود للمدون و لا تعكس بالضرورة اتجاه المؤسسة الإعلامية .
 - احترام حقوق الملكية الفكرية للمؤسسة الإعلامية .
 - العودة لإدارة المؤسسة الإعلامية في حال وجوب الاستفسار عما هو مناسب للإدراج في المدونة من مواضيع .
 - احترام المؤسسة الإعلامية و موظفيها و عملائها و شركائها و منافسيها .
 - التفهم و التعاون التام في حال طلبت المؤسسة الإعلامية عدم الخوض في مواضيع معينة مراعاة لخصوصية خطها الافتتاحي أو امتثالاً للقوانين التنظيمية .
 - التأكد من أن النشاط التدويني للمدون لا يتعارض أو يتداخل مع التزامات العمل الخاصة به .
- و من جهة ثانية تقترح *Charlène* على المدونين مشروعاً لميثاق أخلاقيات التدوين يحث المدونين على الالتزام ب: ²

- قول الحقيقة .
- تحري الدقة في الكتابة .
- فورية تصحيح الخطأ، إن وجد، و الإشارة إلى ذلك بوضوح .
- الحفاظ على أصالة الإدراج من خلال الإشارة إلى التغييرات و الإضافات و تبريرها .
- تجنب حذف أي إدراج .
- تجنب حذف التعليقات ما لم تكن بريداً مزعجاً "spam" أو خارج موضوع الإدراج .
- الرد على رسائل البريد الإلكتروني و التعليقات عندما يتطلب الأمر ذلك في أسرع وقت ممكن .

¹LI, Charlene: ***Blogging policy examples, report on corporate blogging***, http://forrester.typepad.com/grou ndswell/ 2004/ 11/blogging_policy.html, mis en ligne le 08 /11/ 2004 ,consulté le 26/10/2014,22:30

² IBID

- العمل على تحقيق الجودة العالية للإدراجات بما في ذلك التدقيق اللغوي و الإملائي .
- المحافظة على دورية الإدراج و استمراريته .
- احترام الرأي الآخر .
- الالتزام بربط المواضيع و المقالات و الإدراجات بمصادرها الأصلية على الخط .
- العمل على كشف تضارب المصالح .
- تجنب الخوض في المواضيع و القضايا التي من شأنها أن تعرض المدون أو محيطه العائلي أو المهني للخطر .

7 . 5 . 3 مشروع *Jeff Jarvis* : و يرى Jeff Jarvis أن أخلاقيات التدوين لا يمكن أن تصاغ إلا من خلال استيعاب البيئة الإعلامية الجديدة التي تسهم المدونات الإلكترونية الإعلامية ، بوصفها واحدة من أدوات الإعلام الجديد ، في تشكيلها و التي تتمحور حول ما يلي من قيم ¹:

- الشفافية The ethic of transparency : حيث يمتلك القراء حق التعرف على المدون و توجهاته حتي يتمكنوا من الحكم على ما يعرض من إدراجات ، وهي ما يمكن أن يحقق المدون جزء كبيرا منها من خلال التعريف بنفسه على صفحة السيرة الذاتية لصاحب المدونة .
- الحوار The ethic of conversation : باعتبار الحوار أساسا لاستيعاب و فهم الآخر .
- الإنسانية The ethic of humanity : حيث تميز المدونات بالاهتمام بالبعد الإنساني مقابل اهتمام وسائل الإعلام التقليدية بالبعد المؤسسي .
- الربط The ethic of the link : حيث تعتبر المهمة الأساسية للمدونين توفير روابط للمواضيع ذات الاهتمام المشترك و مواد المصدر لتمكين القراء المعلومات و مساعدتهم في الحكم عليها بأنفسهم .
- التصحيح The ethic of correction : ضرورة التصحيح العلني ، الواضح ، المبرر و السريع للأخطاء .
- الآنية The ethic of immediacy : ذلك أن المعلومات تحافظ على قيمتها إذا تم تداولها بالسرعة اللازمة .

7 . 5 . 4 مشروع محمد عبد الحميد : و بعد دراسة مقارنة للإسهامات الباحثين المهتمين بسن ميثاق لأخلاقيات التدوين اقترح د- محمد عبد الحميد "كود" لأخلاقيات التدوين الحق بـ"كود" آخر خاص بالمدونين ²

¹JARVIS, Jeff: *Ethics meet ethics* , January 20, 2005, <http://buzzmachine.com/2005/01/20/ethics-meet-ethics-some/> , mis en ligne le 20 /01/ 2005, consulté le 07/08/2014 , 15:57

²محمد عبد الحميد : *المدونات الاعلام البديل* م،س،ذ، ،ص: 197

- 1- الكود المقترح لأخلاقيات التدوين :
 - دعم حرية التعبير .
 - الوضوح بقدر الإمكان فيما يتعلق بالتحيز و الانتماء الشخصي .
 - التأكيد على العوامل الإنسانية و المتمثلة في :
 - . الكشف عن الشخصية.
 - . دعم المساواة في مجتمع المدونات.
 - . تخفيف الضرر عن الآخرين .
 - . دعم البناء الاجتماعي.
 - الأسبقية للوقائع الحقيقية :
 - . عدم خداع القراء .
 - . المسؤولية على المعلومات التي تدون على المدونة.
 - . الربط مع كل المصادر .
 - . تأمين التصريح بالربط قبل بنائه مع المدونات الأخرى و محتوى الويب.
 - دعم التفاعلية :
 - . التدوين بناء على أسس منتظمة
 - . احترام الأصول و البروتوكولات الخاصة بالمدونات.
 - . كن ظريفا و مسليا
- 2- كود أخلاقيات المدونين :
 - الأمانة و الحياد في جمع المعلومات و كتابة التقارير و تفسير المعلومات.
 - عدم انتحال آراء الغير.
 - التعرف على المصادر و الارتباط أينما تكون ذات جدوى ، فالقراء يرتبطون بالمعلومات كلما كانت صادرة عن مصادر موثوقة.
 - الاهتمام بالمداخلات و الاقتباسات و العناوين و الصور و كل أشكال المحتوى الأخرى التي تزيد من تمثيل الموضوع ، وبما يلقي الضوء على السياق .
 - عدم تحريف محتوى الصور بدون الكشف عن معالم التغيير.
 - التمييز بين التأييد و التعليقات و المعلومات الحقيقية و كل كتابات التأييد أو التعليقات لا يجب أن تغفل الحقائق أو السياق.

- تخفيف الضرر، مع ضرورة التعامل مع المصادر و المفردات كإنسان بما يستحقه من احترام.
- التحلي بالمسؤولية من خلال :
 - . تجنب الخطأ و التصحيح السريع.
 - . شرح أهداف المدونة و الدعوة إلى الحوار مع القراء و المدونين حول محتوياتها.
 - . الكشف عن تباين الاهتمامات و الولاءات و الانتساب و الأنشطة و الأجندات الشخصية .
 - . التنكر للمعاملة المتحيزة للمعلنين و أصحاب الاهتمامات الخاصة و مقاومة ضغوطهم للتأثير في المحتوى و كشفهم للقراء .
 - . الحذر من المصادر التي تقدم معلومات متحيزة .

8 . الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة

1.8 الخطاب الإعلامي : مقارنة اصطلاحية :

يعرف الخطاب الإعلامي باعتباره " منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية و ثقافية محددة و هو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع ، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي و إعادة تشكيل وعيه و رسم رؤاه المستقبلية و بلورة رأيه بحسب الوسائل التقنية التي يستعملها و المرتكزات المعرفية التي يصدر عنها . و بالتالي فهو شكل تواصل مركب و متشابك ، و صناعة تجمع بين اللغة و المعلومة و محتواها الثقافي و الآليات التقنية لتوصيلها"¹

2.8 الخصائص العامة للغة الخطاب الإعلامي :

لا تكتسب المهنة الصحفية أهميتها بفعل ما تؤديه من وظائف إخبارية فقط ، و إنما من خلال ما تلعبه من أدوار محورية في التسجيل اليومي للتاريخ البشري* في كل مجالاته بأسلوب خاص يمكّن القارئ من استيعابه ، لذلك يعتبر الكثير من الباحثين* * الكتابة الصحفية فنا له أسسه و قواعده التي تميزه عن باقي أشكال الكتابة و التي صنفها علماء اللغة كمستوى ثالث للتعبير اللغوي ،ذلك أن مستوى اللغة يتحدد تأثرا بالأسلوب المستخدم مما ينتج أربع مستويات للغة هي:

"المستوى الأول: النثر الأدبي و هو مستوى تذوقي فني جمالي يستعمل في الأدب و الفن .

المستوى الثاني: النثر العلمي النظري التجريدي و يستخدم في العلوم.

المستوى الثالث: النثر العملي و هو المستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام .²

المستوى الرابع: النثر العادي وهي لغة التخاطب اليومي.

وسمي المستوى الإعلامي بالمستوى العملي أو النثر العملي لأنه يتوسط المكانة بين النثر الأدبي و النثر العادي ، هذا الأخير الذي يأخذ منه سهولته و شعبيته ، في حين يأخذ من النثر الأدبي التزامه بقواعد اللغة و بعضا من جماليته "فاللغة التي تستعملها الصحافة و تتداولها وسائل الإعلام ليست لغة خاصة بفئة معينة ، بل إنها اللغة الأكثر شيوعا و قبولا وسط قطاعات جماهيرية كبيرة"³ و يتأتى هذا القبول بشكل أساسي من المرونة التي تتسم بها اللغة الإعلامية و التي تكتسبها من طبيعة الوسيلة أولا، و من استجابتها لمقتضيات العصر ، و في مقدمتها السرعة ، ثانيا .

¹ هشام صويلح: بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي :دراسة في ضوء البلاغة الجديدة ،الخطاب منشورات مخبر تحليل الخطاب جامعة مولود معمري ،

تيزيوزو، العدد19،جانفي 2015 .ص:257

²محمود خليل و محمد منصور هببة، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، مركز جامعة القاهرة، 2002، ص.18

* هو ما اكده الدكتور زهير إحدادن في مداخلة له على هامش ندوة حول التاريخ والنشر في الجزائر: تاريخ الفكر الوطني في النشر الجزائري"ضمن فعاليات الصالون الدولي للكتاب بالجزائر سنة 2012 ، قائلا بأن الكتابة التاريخية لا بد أن تستند إلى المقالات الصحفية كوثيقة أساسية.

* * انظر :- فاروق ابو زيد :فن الكتابة الصحفية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1990

- اسماعيل ابراهيم :فن التحرير الصحفي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1998.

- عبد العزيز شرف :فن التحرير الإعلامي ، الهيئة العامة المصرية للكتاب ، القاهرة 1987

³نبيل حداد في الكتابة الصحفية السمات المهارات الاشكال و القضايا، دار الكندي، الاردن، 2002 ،ص.42

ويمكن تحديد خصائص اللغة الإعلامية عامة في المكونات الأربع التالية¹:

- الصحة النحوية والصرفية : وهي تحديد أبنية الكلمات بضبط العلاقات التي تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء من جهة، وأصول النطق أو الهجاء السليم لأنه يحدد المعنى من جهة ثانية مع الأخذ بعين الاعتبار لكل التغييرات التي يمكن أن تطرأ على الكلمة بفعل موقعها في الجملة و النص .

- الصحة المنطقية: وهي ضرورة ترتبط بالبناء الفكري للنص الصحفي بشكل عام، والجملة بصفة خاصة، بحيث تأتي النتائج والأحكام والاستنتاجات، متفقة مع الاستهلال، وأن تنتظم الفكرة الواحدة في ضمن سياق الأفكار، المرتبطة بها، أو المكملة لها خلال النص أو المضمون الواحد، وتتضمن الصحة المنطقية أن ينتظم الكلام إيقاعاً فكرياً داخلياً، لا تتناقض فيه المعاني مع بعضها البعض من ناحية ولا تتناقض مع الحقيقة من ناحية أخرى.

- الصحة الأسلوبية العامة (اللغوية): ويعني بها أن يتحدد الأسلوب وفقاً لمتطلبات اللغة السليمة بما يحقق شروط البلاغة، ولا تتناقض هنا بين هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح في لغة الإعلام.

- الصحة الأسلوبية الخاصة (الصحفية): والمقصود بذلك محاولة لغة الإعلام إلى جانب المحافظة على المكونات الثلاثة السابقة، أن تحافظ على خصائص أخرى في الأسلوب من أهمها: البساطة والإيجاز والتأكيد والأصالة والاختصار والصحة.

8. 3 خلفية تاريخية لتطور الخطاب الإعلامي:

على غرار الصحافة ، تطور الخطاب الإعلامي عبر الزمن و الواقع أن التحولات التي شهدتها مجال الإعلام عامة و الصحافة بشكل خاص قد أثر بشكل مباشر على أسلوب التحرير الصحفي . و لاستيعاب التغييرات التي عرفها التحرير الصحفي لابد من تتبع مسارات التحول فيه زمنياً . فمميزات الخطاب الصحفي في زمان و مكان معين يعكس بالضرورة تغييرات المعايير و الممارسات الصحفية التي تؤسس لأساليب معينة و تنتج أشكال و أجناس صحفية محددة ، و لعل تعدد الأنواع الصحفية و اختلافها يعكس تنوع الحقب التاريخية مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الوسيلة الإعلامية المهيمنة في كل حقبة تاريخية .

ففي القرن السابع عشر لم تكن ملامح الكتابة الصحفية قد أخذت طابعها الخاص ، حيث أن الصحف الأسبوعية القليلة التي وجدت في تلك الفترة اتسمت بتنوع أساليب التحرير و تعددها و اختلافها من مقال إلى آخر في نفس الصحيفة ، و لعل ما يسجل إجمالاً ، خلال القرن السابع عشر ، هو المحاولات الحثيثة للتنظيم الدقيق لكل أشكال الطباعة .

¹ انظر في ذلك: محمود خليل و محمد منصور هيبه، مرجع سبق ذكره، ص.41.

في القرن الثامن عشر كانت الصحف تصدر عددا واحدا إلى عديدين أسبوعيا ، و تنشر تغطيات لمواضيع يختارها صاحب المطبعة الذي يتحدد أسلوب الكتابة وفقا لاختياراته من جهة و ورؤى المحررين و الكتاب من جهة ثانية ، فقد شهدت هذه الفترة ازدهارا للحوار و النقاش الفكري سعيا للتخلص من سيطرة الكنيسة و الأنظمة الملكية القائمة .

أما في بداية القرن التاسع عشر و بفعل التطورات التي عرفتها الطباعة أصبحت المحتويات الصحفية أكثر اتساقا و جاذبية و بالتالي أكثر قابلية للقراءة .و قد عرفت الصحافة في هذه الفترة منعرجا حاسما ، حيث بدأت الصحف تعمل على توظيف صحفيين و تكلفهم بمتابعة الأحداث و تغطية الأخبار التي تهتم الجمهور ، و أصبحت بفعل ذلك المقالات أقصر و المفردات أكثر بساطة و وضوحا .

في النصف الثاني من القرن التاسع عشر بدأ الصحفيون و المراسلون باستغلال التلغراف في تغطية الأحداث ، و لأن تكاليف الإرسال مرتبط بعدد الكلمات ، اعتمد الصحفيون على الجمل القصيرة في تحرير مواضيعهم التي يتم إرسالها في فقرات ، حيث يستهلون كل فقرة بالمعلومات الأهم فالمهم فالأقل أهمية ، متبوعة بالتفاصيل إذا كانت ميزانية الإرسال تسمح بذلك . و هو ما يمكن اعتباره بمثابة الإرهاصات الأولى لظهور قالب الهرم المعكوس في الكتابة الصحفية.

في مطلع القرن العشرين ، و بظهور الإذاعة و التلفزيون تطورت أشكال الكتابة ، و بدأ التمييز بين الكتابة الصحفية و الكتابة الإذاعية و التلفزيونية تبعا لخصوصية كل وسيلة على حدى ، غير أنه لا يمكن تصور أن ميلاد وسيلة إعلامية جديدة يؤدي مباشرة ، بشكل آلي و آني ، إلى ميلاد لغة خاصة بها .بل تظل هذه اللغة رهينة جملة من العوامل الداخلية المرتبطة بالجانب التقني للوسيلة وطريقة تنظيم عملها والعوامل الخارجة عن الوسيلة الإعلامية . فالإذاعة قد استعانت، في انطلاقتها، بلغة " الصحافة المكتوبة " في نشراتها الإخبارية ، لكن سرعان ما فرضت لغتها الخاصة ، البعيدة عن اللغة المكتوبة ، والمستلهمة من اللغة اللفظية ، المتميزة بتلقائية المحكي .و هو ما ينطبق ، أيضا ، على التلفزيون ، الذي استعان في بداية بثه للأخبار بلغة الإذاعة ، و استقل بعدها ليأخذ بعين الاعتبار ما منحه الصورة من تميز مقارنة ببقية وسائل الاتصال الجماهيري ، ثم إن " التطور الاجتماعي والتاريخي قد أسهم في تقسيم المهام و الأدوار بين وسائل الإعلام الكلاسيكية انطلاقا من خصوصيتها التقنية و الثقافية ، ولطبيعة جمهورها . فالإذاعة كانت السباقة للإعلان عن وقوع الأحداث، و التلفزيون يظهرها ، والصحافة تعلق عليها وتفسرها . هذه الحقيقة انعكست على استخدام الأنواع الصحفية في وسائل الإعلام المذكورة ، بحيث أن الصحافة المكتوبة كانت تميل أكثر لاستعمال الأنواع الفكرية و التأملية كالمقال بأنواعه الثلاثة :المقال ،الافتتاحية ،و العمود بينما كانت الإذاعة أكثر استعمالا للأنواع الإخبارية كالأخبار و التقارير بينما كان التلفزيون يميل

للأنواع الاستعراضية والتعبيرية كالرورتاج، والبورتري. ¹ و إن كان تضافر التطور التكنولوجي في مجال البث التلفزيوني المباشر من جهة وتسارع النزعات والتوترات المسلحة في العالم قد أعاد النظر في هذا التقسيم حيث تفوقت القنوات التلفزيونية الفضائية في تقديم الأحداث وإظهارها وشرحها وتفسيرها. و منذ أربعينيات القرن الماضي كان على الصحفيين الالتزام بالمعايير الأخلاقية للمهنة و الموضوعية ، لذلك تم تبني الأسلوب المباشر في تحرير المواضيع الصحفية و هو الأسلوب الخالي من النزعة الخطابية و الذاتية. و لعل الالتزام بقيمة الموضوعية كان أحد الأسباب المحورية وراء التمييز بين الأجناس الصحفية المختلفة و التي تختلف أنواع الرأي فيها عن الأنواع الإخبارية .

و قد ساهم تدعيم غرف الأخبار في وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية بأنظمة الحاسب الآلي بداية من سبعينيات القرن العشرين في تغيير قواعد الممارسة المهنية للصحفي في مختلف مراحلها ، بدء بالكتابة و المراجعة و التحرير وصولاً إلى كل جوانب المعالجة التيبوغرافية .

و تمثل الكتابة الصحفية في القرن الواحد و العشرين " انعكاساً لحجم التغيرات و عمق التحولات التي عرفها قطاع الإعلام منذ ثمانينيات القرن السابق " ² بفعل الخصائص و المزايا المستحدثة التي اكتسبتها وسائل الإعلام التقليدية بفعل انتقالها إلى بث و نشر محتوياتها على الوسائط الجديدة من جهة و ظهور وسائل إعلامية جديدة كلياً كالمدونات الإعلامية و المواقع الإخبارية التعاونية و التي خلقت نوعاً جديداً من الإعلام المبني بشكل أساسي على التشاركية* " فخاصية الميلايميديا قد حولت عميقاً الكتابة الصحفية " ³ التي تجذر اعتمادها تاريخياً على الكلمة المكتوبة لنقل الوقائع و الأحداث .

8 . 4 سياق تلقي الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة:

إن الحديث عن سياق التلقي الذي يتم في إطاره استقبال الخطاب الإعلامي ضروري بفعل الاختلاف الكبير بين عادات تعرض أفراد الجمهور للمضامين الإعلامية عبر وسائل الإعلام الكلاسيكية . و ممارسات التلقي التي طورها المستخدمون - المنتجون في البيئة الإعلامية الجديدة تكيفا و خصوصية التقنية لوسائل الإعلام الجديدة . فإذا كانت قراءة المطبوع الورقي و متابعة البرامج الإذاعية و مشاهدة التلفزيون تتسم بالعمق و التأمل و البطء ، فإن خبرات تلقي المضامين على الشبكة تتميز بكونها استكشافية انتقائية و سريعة . غير أن الاختلاف الأساسي يكمن في واقع أن المستخدمون - المنتجون

¹ نصر الدين العياضي : *الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية : نشأة مستأنفة أم قطيعة ؟*

<http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/.pdf> ، تم الاطلاع عليها 2014/04/01 ، 12:54 ، ص: 11

² WATINE, Thierry. *De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse: vers un journalisme de conversation.* Les Cahiers du journalisme, 2006,p :72

*انظر الفصول السابقة من الدراسة

³ GREVISSE, Benoît. *Écritures journalistiques: stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif.* De Boeck Supérieur, Bruxelles ,2008,p :08

يستهلكون المعلومة بشكل مختلف تأثراً بخصائص التفاعلية و النص الفائق و التشاركية و تعددية الوسائط .

ففي البيئة الإعلامية الجديدة ، يتلقى هؤلاء سيلا هائلا من المضامين الإعلامية المشبعة بالصور و مقاطع الفيديو و النصوص ، مدعمة بمد معلوماتي دائم و مستمر ، و لعل أبرز عادات استخدامهم لوسائل الإعلام هو عدم البحث عن المعلومة ، لأنها تأتيهم جاهزة ، كاملة ، موجزة ، مفهومة ، مُحَيَّنة و مدعمة بوجهات نظر مختلفة تساعد على اتخاذ موقف مناسب بشأنها ، عبر قنوات و منصات مختلفة و متعددة تمكنهم من التفاعل و المشاركة . و نحن هنا لا نشير إلى الأعداد المتزايدة للصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية العامة و الإخبارية المتخصصة فحسب ، و إنما نقصد تعدد قنوات إرسال و استقبال المضامين الإعلامية عامة و الأخبار و التقارير الصحفية بشكل خاص ، فوسائل الإعلام لم تعد تكثف بالبث و النشر عبر قنواتها التقليدية (الصحف الورقية و القنوات الإذاعية و التلفزيونية) بل تعمل على توفير مخرجاتها عبر مواقعها الإلكترونية ، صفحاتها في شبكات التواصل الاجتماعي المتعددة و من خلال تنويع كبيرة من تطبيقات الهواتف الذكية و الأجهزة اللوحية ، إضافة إلى كل أشكال و أدوات إعلام المواطن .

5.8 المعايير التحريرية: شكل و محتوى الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة :

أسست الدراسات العلمية من جهة و الممارسة الصحفية من جهة ثانية لقواعد التحرير الصحفي ، و ربطت نجاح الخطاب الإعلامي في تحقيق الأهداف المنوطة به بدرجة التزامه بأطر التحرير و ضوابطه ، و عليه فإن إتقان هذه القواعد يصبح ضروريا لكل محرر صحفي .وليؤدي الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة الوظائف المرجوة و يحقق ما سطر له من أهداف يجب مراعاة جملة من المبادئ التحريرية أهمها :

5.8.1 الشكل :

لعلاقة شكل النص الصحفي بمحتواه أهمية حاسمة ، إذ لا يكفي احتواء النص على معلومات جيدة لاكتساب الجودة ، بل يجب التمكن من كيفية عرض هذه المعلومات .و يختلف نشر أو بث الخطاب الإعلامي عبر وسائل الإعلام التقليدية عن نشره إلكترونيا ،و إن كان النشر الإلكتروني قد تجاوز إشكالات المساحة التي أرقّت الصحيفة لعقود طويلة من الزمن ، إلا أنه يُنصح بالاختصار في تحرير الخطاب الموجه للنشر إلكترونيا على الخط ، مراعاة ليسر القراءة على الشاشة من جهة و تماشيا مع السرعة التي تفرضها طبيعة الوسيط على القارئ من جهة ثانية بفعل خاصية النص الفائق التي تمنحه إمكانيات الانتقال من صفحة إلى أخرى و من موقع إلى آخر بحثا عن مصادر و تفاصيل و رؤى جديدة حول الموضوع المُثار.

و لتحقيق يسر القراءة إلكترونيا ، ينصح بتهوية النص و بث الحيوية فيه اعتمادا على جملة من التقنيات أهمها :

- العنوان : يحافظ العنوان على أهميته في البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة ، فهو الذي يقود الخطاب إلى التمتع في نتائج البحث عبر محركات البحث ، إضافة إلى موقعه المهم أعلى رأس الخطاب ليكون أول ما يقع عليه نظر القارئ ، لذلك يجب أن يكون مختصرا ، مركزا ، دقيقا ، واضحا و جذابا .
- تعدد الفقرات : الذي يعتبر أفضل وسائل تهوية النصوص على الأنترنت ، على أن تكون قصيرة حتى لا تمنع القارئ من مواصلة القراءة و يؤكد باحثون أن " الفقرات الجيدة هي تلك التي تحمل فكرة رئيسية واحدة و تحوي من 40 إلى 50 كلمة لا تتجاوز الـ 10 أسطر .في حين ينصح أن لا تتجاوز الأسطر للنص على شبكة الانترنت الـ 86 حرفا مع احتساب الفراغات"¹و لأن الفقرة الأولى مهمة باعتبارها استهلالا للخطاب ينصح أن تحرر بحروف أكثر بروزا و أن تلخص محتواه.
- عرض المعلومات : "يختلف عرض المعلومات في الخطاب الإعلامي الموجه إلى النشر إلكترونيا عنه في وسائل الإعلام الكلاسيكية ، إذ يمكن أن يدعم بالروابط و الإحالات و كذا العناصر متعددة الوسائط كالصور و مقاطع الفيديو و التمثيلات البيانية و التعليقات ... الخ"²و هو ما مكن المكتوب من تجاوز مظهره الثابت .
- يسر القراءة : على النص الصحفي أن يكون قابلا للقراءة و لا يتعلق الأمر في هذا الإطار بالجوانب الإخراجية المتعلقة بالشكل (كحجم الحرف و شكله و كيفية توزيع عناصر الموضوع على الصفحة) فقط بل بالمحتوى أيضا ، وهي الخاصية التي يمكن تحقيقها من خلال الالتزام بعدد من المبادئ التي حددها الباحثون المتخصصون باعتبارها معايير لقياس قابلية النص الصحفي للقراءة ، ففي أربعينيات القرن الماضي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية الدراسات الأولى التي تهتم بقياس يسر قراءة النصوص الصحفية ، و لعل إسهاماتRudolf Fleschفي هذا المجال هي الأبرز ، حيث يعتقد أن " الكلمة الواحدة يجب أن تحوي من مقطع إلى خمس مقاطع على الأكثر في حين يجب أن لا تتجاوز الجملة الواحدة 19 كلمة"³

¹WATINE, Thierry. *De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse: vers un journalisme de conversation*. Op.cit P :44

² GREVISSE, Benoît. *Écritures journalistiques*: Op.cit., p : 192

³CONQUET, André et Richaudeau François. *Cinq méthodes de mesure de la lisibilité*, Communication et langages, n°17, 1973. pp. 5-16. doi : 10.3406/colan.1973.3978 http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_17_1_3978 , consulté le, 15/10/2015, 14:39,p:07

- الوضوح: النص الصحفي الواضح هو النص الذي يقدم معلومة محددة باستخدام كلمات سهلة ،واضحة و بسيطة،إذ يتفق الباحثون و الأكاديميون المهتمون بدراسة البنى التحريرية في وسائل الإعلام على أن البساطة تعتبر أحد المؤشرات الرئيسية لجودة النص الصحفي ، و التي يمكن أن تتحقق من خلال مراعاة اختيار الكلمات السهلة و الجمل و العبارات الواضحة ، ليسهل فهم الأفكار و استيعاب المعلومات لدى المتلقين .
- الاختصار : الذي يرتبط بقاعدة نقل أكبر حجم من المعلومات باستخدام أقل عدد من الكلمات و تنعكس هذه الخاصية في درجة كفاءة المحرر الصحفي في اعتماد القوالب القصيرة و تجنب التكرار و التفاصيل غير المفيدة ، و يكتسي الاختصار ، غير المخل ، أهمية خاصة في الخطاب الإعلامي لارتباطه بجذب المتلقي و المحافظة على اهتمامه و متابعته لكل ما يتضمنه الخطاب من أفكار و آراء و معلومات و مساعدته على استيعاب المعاني في يسر و سهولة .
- التنوع : و يقصد به تنوع الكلمات و العبارات و الجمل في وحدة عضوية واحدة للخطاب ، تبث فيه الحيوية و تحميه من السقوط في فخ ما يعرف إعلاميا بلغة الخشب و بالتالي تمكين الخطاب من جذب المتلقي و دفعه إلى الثقة في المعلومات التي يقدمها.
- بناء الجمل : يجب أن تبنى جمل النص في ظل احترام قاعدة الاختصار التي تقضي بتحرير جمل قصيرة مكونة من 13 إلى 19 كلمة كأقصى حد ، على أن تحوي كل جملة فكرة واحدة ، صحيحة نحويا .
- اختيار الكلمات : تمثل الكلمة الوحدة الأساسية المكونة للنص الصحفي ، لذلك يجب اختيار الكلمات بعناية بحيث تؤدي المعنى الذي يقصده الصحفي وتُجنب المتلقين أي ارتباك أو سوء فهم. و تُفضل الكلمات ذات عدد المقاطع الأقل (أقل من ثلاث مقاطع) لسهولة و يسر استيعابها و بالتالي استيعاب الخطاب الصحفي كاملا وعلى غرار الكلمات ذات المقاطع الأقل،تضفي الكلمات الواضحة على الخطاب الإعلامي أسلوبه السهل اليسير.
- استخدام مفردات في سياقاتها الصحيحة: من أجل نقل معلومات دقيقة ، من المهم استخدام مفردات في سياقاتها الصحيحة مع تحري فرق المعنى بين المترادفات ، إضافة إلى تجنب المفردات الغامضة و التي قد تحمل معاني مختلفة و متعددة و عليه يتعين على الصحفي استخدام هذا النوع من الكلمات مما يعني الابتعاد عن الكلمات المعقدة و المصطلحات العلمية ، كما ينصح بتجنب المفردات الأدبية أو تلك المستمدة من اللهجات المحلية أو العامية إلا إذا كانت طبيعة الوسيلة الإعلامية تتطلب ذلك .

- اختيار الكلمات المناسبة : يُفضل استخدام نوع محدد من الكلمات و تجنب أخرى ، على غرار الأسماء و الأفعال التي تسهم في تدعيم الفهم الصحيح للخطاب الإعلامي . و بالمقابل ينصح بالابتعاد عن الصفات و النعوت التي يمكن أن تثقل النص و تؤثر في درجة موضوعيته .
- الأنواع الصحفية :تصنف الأنواع الصحفية إلى أنواع و مستويات حسب معايير مختلفة و متعددة ، أهمها معيار الهدف أو الوظيفة التي تقسمها إلى أنواع إخبارية تضطلع بأداء الوظيفة الإخبارية عن طريق نقل المعلومات. و أنواع الرأي التي تُوظف للتعبير عن وجهات النظر و الآراء و المواقف تجاه القضايا و الأحداث . و تقسم إلى مستويات تختلف باختلاف القوالب الفنية للتحليل الصحفي و هي:

المستوى الصحفي الإخباري : و هو المستوى الذي يرتبط بالخبر كنوع صحفي قاعدي على اختلاف أنواعه .

المستوى الصحفي التسجيلي (التقريري) : و تختص بهذا المستوى التقارير الصحفية بشكل أساسي .
المستوى الصحفي التفسيري : و يرتبط بهذا المستوى الأنواع الصحفية التي تتجاوز التسجيل إلى بحث المقدمات و الأسباب و شرح النتائج و التأثيرات ، كالتحقيق الصحفي و بعض أنواع التقارير والافتتاحيات و التعليقات...التي تعنى بالشرح و التفسير.

المستوى الصحفي الوصفي : وهو مستوى يتداخل مع المستويات السابقة و يضم كل الأنواع الصحفية التي يغلب عليها طابع الوصف من أحاديث صحفية وتقارير و تحقيقات .

المستوى الصحفي الأدبي : و يتعلق بالأنواع الصحفية التي تحرر بأسلوب يحوي قدرا من الذوق الأدبي كالربرتاج و مقالات الأعمدة.

المستوى الصحفي العلمي : يتعلق هذا المستوى بطبيعة المواضيع ذاتها أكثر من ارتباطه ، كمستوى للتحليل ، بالأنواع الصحفية إذ يختص بالمواضيع المتعلقة بالعلوم على اختلاف تخصصاتها كالمواضيع الطبية و الفلكية والاقتصادية و غيرها من المواد المتخصصة بشكل عام.

المستوى الصحفي العام : و هو المستوى الذي يمكن أن يجمع فيه المحرر بين أكثر من مستوى من المستويات الفرعية السابقة ، أو بين هذه المستويات كلها.

غير أن محاولة البحث عن الأنواع الصحفية المعروفة، التي أطّرت الممارسة التحريرية في وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري لمئات السنين في وسيلة اتصال جديدة ،كالصحف الإلكترونية و المدونات الإعلامية قد يؤدي إلى طريق مسدود، وذلك بالنظر إلى "أن كل وسيلة إعلام جديدة تخلق فضاء إعلاميا جديدا خاصا بها ،لذا تستعين بالأنواع الصحفية التي كانت تعمل بها وسيلة الإعلام التي سبقتها وتحاول أن تطورها وتكيفها مع خصوصيتها وفضاءها الإعلامي الجديد، وتستحدث أنواعا جديدة

أكثر استجابة لأدوارها و وظائفها النوعية والأكثر ملاءمة لخصوصيتها التقنية. هذا ما حدث مع الإذاعة، ثم التلفزيون و... الصحيفة الإلكترونية التي انتعشت في شبكة الانترنت. فالخصوصية التقنية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية، سمحت لها ببلورة إحدى الأنواع الصحفية، التي كانت تستعمل بشكل أقل من بقية الأنواع الصحفية في المجالات: إنه الملف الصحفي، الذي يعنى بقضية أو حدث معين من مختلف الجوانب لتسلط عليه الأضواء من كل الجهات. ويشترك في إنجازها أكثر من صحفي باستغلال جميع الوثائق و الدراسات والمصادر¹ و هو ما يحدث مع المدونات الإلكترونية و المواقع الإعلامية التعاونية و كل التطبيقات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ أثبتت دراسات علمية عديدة* أن التحرير الإلكتروني في مجال الإعلام و الاتصال يعتمد على الأسس التقليدية، فالمحرر الإلكتروني يجب أن يكون متمكنا من قواعد التحرير الصحفي التقليدي حتى يتمكن من استيعاب التغيرات واستثمارها لصالحه. و من بين الشواهد التي يستند إليها منظرو هذا الاتجاه، حقيقة أن أشهر القوالب التحريرية الخبرية و أكثرها استخداما في كل وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية (الهرم المعكوس) و الذي يؤسس لتحرير الخبر من خلال عرض المعلومات تنازليا حسب درجة أهميتها (من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية) عن طريق الإجابة على الأسئلة من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ ثم كيف؟ و لماذا؟ مازال يحافظ على مكانته الريادية في كل أنواع الوسائل الإعلامية التي استحدثت بفعل التطورات التكنولوجية الجديدة متكيفا مع خصوصياتها التقنية.

فالواقع يثبت أن "التحرير الإلكتروني لم ينطلق من الفراغ و إنما هو محصلة تحول مبني على قواعد التحرير التقليدي ... وإن كان ذلك لا يمنع من القول أن للتحرير الإلكتروني مخرجات متميزة شكلا و مضمونا"²

و عليه يمكن القول أن البنى التحريرية للخطاب الإعلامي الإلكتروني، و إن تأسست على مبادئ التحرير التقليدي، تختلف عن نظيراتها في الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الكلاسيكية إذ "لا يجب النظر إلى الانتقال من التحرير الورقي إلى التحرير الإلكتروني باعتباره مجرد تغيير للوسيط، ذلك أن الآثار الأولى لهذا الانتقال قد ظهرت على مستوى العملية التحريرية و مخرجاتها"³ فقد ثورت

¹ نصر الدين العياضي: الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: نشأة مستأنفة أم قطيعة؟، نفس المرجع السابق، ص: 12.
*المزيد من التفاصيل انظر:

MCGOVERN, GerryKiller: Web content: make the sale, deliver the service, build the brand, A&C Black, Londres, 2006.
KILIAN, Crawford: Writing for the Web 3.0, Self-Counsel Press, Vancouver, 3e édition, 2007.
KAVANAGH, Éric : La rédaction web: anatomie d'une «nouvelle» expertise. Lire, écrire, communiquer et apprendre avec internet, Solal Éditeurs, Marseille, 2006.

² GREVISSE, Benoît : Écritures journalistiques: Op.cit., pp :186,197

³ DESPRÉS-LONNET, Marie et COTTE, Dominique : Nouvelles formes éditoriales en ligne. Communication et langages, 2007, vol. 154, no 1, p : 111.

*لأن التشاركية كقيمة إعلامية جديدة تنفي تقسيم المشاركين في بناء الخطاب الإعلامي الجديد إلى مرسلين و مستقبلين هؤلاء الذين أصبحوا يوصفون باستخدام المصطلح المستخدمون- المنتجون Producers تبعا لأدوارهم الفاعلة في بناء النص الصحفي

التكنولوجيا الاتصالية عميقا الممارسات التحريرية الصحفية ، إذ لم يعد ممكنا لمحرر الخطاب الإعلامي أن ينفرد بالدور الرئيسي في العملية التحريرية متجاهلا الأدوار الجديدة للمتلقين في البيئة الإعلامية الجديدة باعتبارهم مستخدمون- منتجون Producers فاعلون .

و تؤسس البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام على الخط ، وفقا لآليات مستحدثة، لجملة من القيم الإعلامية التي يمكن تصنيفها في ثلاث مجموعات رئيسية هي :

- الموثوقية : المبنية على الشفافية و أصالة المحتوى ، و التي يمكن أن تتحقق بفعل تكنولوجيا النص الفائق التي تستثمر في رد كل معلومة إلى مصدرها .

- التشاركية : التي تتطلب من المرسلين و المتلقين بوصفهم مشاركين*الالتزام بالانفتاح على الآخر كل من موقعه ،حيث يعزز التفاعل على الشبكة لثقافة تلق جديدة ، تأخذ التغذية المرتدة فيها مكانا محوريا و التي تُقدم باعتبارها مصدر قوة و ثراء للخطاب الإعلامي . فهي تتيح للمحررين تحديد و تطوير أهدافهم الاتصالية بناء على الحاجات الحقيقية للمستخدمين و تخلق وضعية إرسال و تلق مستمرة البناء لتخدم بذلك الطرفين معا فهي تُعنى من جهة بتقديم خدمات مضافة للمتلقين (إخبارية إعلامية و فتح أبواب الحوار حول القضايا المثارة ، إضافة إلى إمكانيات المشاركة في بناء الخطاب الإعلامي ذاته) كما تمثل من جهة ثانية مصدر معلومات فعال من خلال ما قد يقدمه المستخدمون – المنتجون في مشاركاتهم و تعليقاتهم .

- الكفاءة : التي تتأتى من خلال تضافر عدد من العوامل أبرزها تحديث المعلومات و تحيينها .

الإطار التطبيقي للبحث

9 - الخصائص التكنولوجية للمدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 خصائص الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 2 خصائص توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 3 خصائص الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 4 طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 5 التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

10 - البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

10 . 1 بنية الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

10 . 2 أسلوب الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

10 . 3 الأنواع الصحفية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

الإطار التطبيقي للبحث :

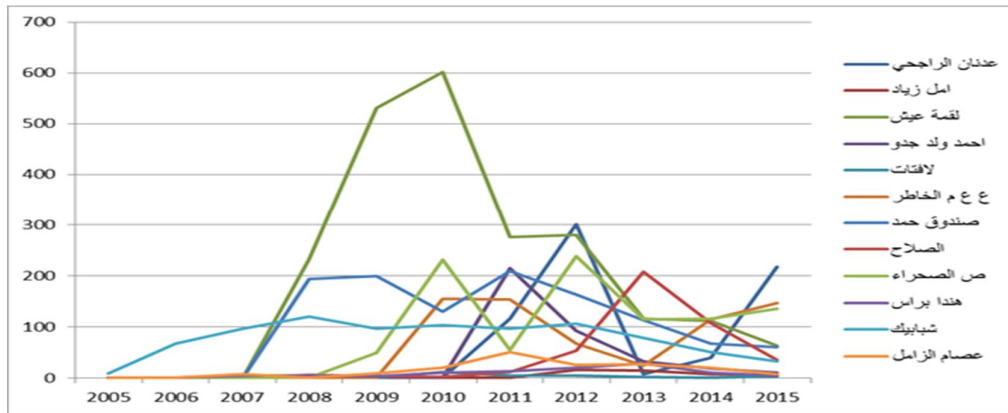
9 - الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

لقد برز البعد الإعلامي في مخرجات المدونات الإلكترونية بفعل ما يميزها من خصائص تكنولوجية متفردة و غير مسبوقة ، لذلك فإننا نعمل من خلال الإطار التطبيقي على رصد أبرز هذه الخصائص و السمات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و دراسة كيفية استثمار و استغلال مميزاتها من قبل المدونين العرب في إدراجاتهم ، تحضيراً لتحليل تأثيرها في البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات محل البحث و الدراسة .

9 . 1 خصائص الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

يكتسي الإدراج، باعتباره النشاط الرئيس في كل أنواع المدونات عامة و المدونات الإعلامية بشكل خاص ، أهمية بالغة لارتباطه بخاصية الدورية التي تمثل واحدة من أهم محددات هوية المدونة ، فانتظام دورية الإدراج يعتبر عاملاً حاسماً في بناء علاقة المدون و باقي مدونات الفضاء التدويني و قراء المدونة على حد سواء ، و عليه يعتبر الإدراج أهم الممارسات التي يقوم بها المدون على مدونته ، لذلك نستهل دراستنا للخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ببحث خصائص الإدراج فيها .

9 . 1 . 1 دورية الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية: يُبين الجدول رقم (05) عدد الإدراجات السنوية في مدونات إتحاد المدونين العرب ، و على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم (18) يتضح أن عدد



التمثيل البياني رقم (18): يوضح عدد الإدراجات السنوية لمدونى إتحاد المدونين العرب

الإدراجات ، في كل مدونة ، يختلف من سنة لأخرى بشكل كبير . فقد انخفض مثلاً عدد الإدراجات في مدونة عدنان الراجحي من 300 إدراج سنة 2012 إلى 08 إدراجات فقط سنة 2013 .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
8,92	680	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	17	116	44	300	1	08	06	39	32	217	عدنان الراجحي
0,58	44	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	36	16	34	15	18	08	11	05	امل زياد
29,0	2210	00	00	00	00	00	00	10	232	24	531	27	602	12	275	13	279	05	116	05	112	03	63	لقمة عيش
4,84	369	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	58	215	25	92	09	32	05	19	03	11	احمد ولد جدو
0,37	28	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	43	12	18	05	18	05	07	02	04	01	11	03	لافتات
8,67	661	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	23	155	23	154	10	67	04	24	17	115	22	146	ع ع محمد الخاطر
14,8	1135	00	00	00	00	00	00	17	194	18	199	11	130	19	209	14	163	10	113	06	68	05	59	صندوق حمد
5,62	428	00	00	00	00	00	00	01	06	01	03	0	02	03	12	13	54	49	208	25	107	08	36	الصلاح
12,3	940	00	00	00	00	00	00	00	00	05	49	25	231	06	55	25	238	12	115	12	116	14	136	صرخة الصحراء
1,31	100	00	00	00	00	05	05	05	05	03	03	10	10	13	13	20	20	29	29	10	10	05	05	هندا براس
11,2	857	01	09	08	67	11	97	14	120	11	97	12	104	11	96	12	106	09	78	06	51	04	32	شبابيك
2,23	170	00	00	00	00	04	08	01	01	05	09	12	20	30	51	15	26	16	27	12	20	05	08	عصام الزامل
100	7622	0.1	09	0.8	67	1.4	110	7.3	558	11.6	891	16.6	1266	15.7	1201	17.9	1366	10.0	767	8.74	666	9.46	721	المجموع

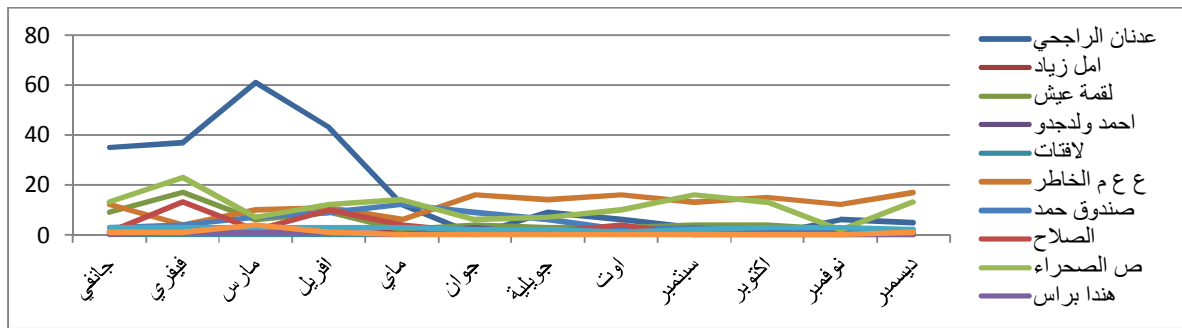
الجدول رقم (05) يوضح : عدد الإدراجات السنوية في مدونات إتحاد المدونين العرب

و على نفس النحو يرتفع عدد الإدراجات في مدونة الصلاح من 54 إدراج سنة 2012 إلى 208 إدراجات سنة 2013 . و لعل أكثر المدونات استقرارا من حيث انتظام الإدراج السنوي مدونتي شبايك و عصام الزامل .

و يظهر على هامش هذا الجدول أن هناك عددا من المدونات التي خاض أصحابها التجربة التدوينية في وقت مبكر ، على غرار مدونة شبايك المصرية التي أطلقها صاحبها رؤوف شبايك سنة 2005 على منصة Blogger قبل أن ينقلها سنة 2006 إلى موقع المستضيفون العرب . في حين أطلقت كل من هند السباعي الإدريسي (هندا برس) و عصام الزامل مدونتيهما سنة 2007 ، و في سنة 2008 ظهرت مدونات لقمة عيش و الصلاح و صندوق حمد ، و هو ما يدل على اهتمام العرب بظاهرة التدوين منذ بداية ظهورها .

و بما أننا نركز في بحثنا هذا على دراسة تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية خلال سنة 2015 ، فإننا نوضح اعتمادا على الجدول رقم (06) عدد الإدراجات الشهرية في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة خلال نفس السنة ، حيث يتضح لنا حفاظ بعض المدونين على انتظام دورية الإدراج في حين يفضل البعض الآخر التدوين بشكل مناسباتي ، إما حسب طبيعة الوقائع و الأحداث التي تسترعي اهتمامهم و انتباههم أو حسب ظروف حياتهم اليومية و عادات التدوين لديهم .

فمن بين مدوني اتحاد المدونين العرب و على النحو الذي يعكسه التمثيل البياني رقم (19) هناك من امتنع



التمثيل البياني رقم (19): يوضح عدد الإدراجات الشهرية لمدونى شبكة المدونين العرب لسنة 2015

نهائيا عن الإدراج خلال أشهر كاملة ، على غرار عدنان الراجحي الذي لم يُدون خلال شهر أكتوبر و أمل زياد التي لم تدرج أي تدوينة منذ شهر أفريل و حتى نهاية السنة ، و كذا المدون أحمد ولدجدو الذي انقطع عن التدوين شهري أفريل و ماي ثم أدرج 03 تدوينات شهر جوان ليعود إلى الانقطاع على مدونته مدة ثلاثة أشهر قبل أن يستأنف التدوين شهر أكتوبر. و يوضح التمثيل البياني أن المدونين عبد القادر الفيتوري صاحب مدونة صرخة الصحراء و رؤوف شبايك صاحب مدونة شبايك لم ينقطعوا نهائيا عن ممارسة الإدراج حيث تعتمد مدونة شبايك

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ديسمبر		نوفمبر		أكتوبر		سبتمبر		أوت		جويلية		جوان		ماي		أفريل		مارس		فيفري		جانفي		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
15,3	217	02	05	03	06	00	00	01	03	02	06	03	09	00	00	04	12	16	43	22	61	32	37	13	35	عدنان الراجحي
0,35	05	00	00	00	00	00	00	00	00	20	01	00	00	00	00	20	01	00	00	20	01	20	01	20	01	أمل زياد
4,44	63	00	00	3	02	06	04	06	04	05	03	05	03	06	04	03	02	14	09	10	06	27	17	14	09	لقمة عيش
0,78	11	09	01	00	00	09	01	00	00	00	00	00	00	27	03	00	00	00	00	27	03	18	02	09	01	أحمد ولد جدو
0,21	3	00	00	00	00	00	00	00	00	33	01	33	01	33	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	لافتات
10,3	146	12	17	08	12	10	15	09	13	11	16	10	14	11	16	04	06	08	11	07	10	03	04	08	12	ع العزيز محمد
4,16	59	03	02	02	01	02	01	05	03	03	02	10	06	15	09	20	12	15	09	12	07	07	04	05	03	صندوق محمد
2,54	36	00	00	00	00	00	00	00	00	11	04	03	01	03	01	11	04	28	10	06	02	36	13	03	01	الصلاح
9,59	136	10	13	01	02	10	13	12	16	07	10	05	07	04	06	10	14	09	12	05	07	17	23	10	13	صرخة الصحراء
0,35	05	00	00	00	00	00	00	00	00	20	01	20	01	00	00	00	00	20	01	20	01	20	01	00	00	هندا براس
2,12	30	07	02	10	03	10	03	07	02	02	01	07	02	07	02	10	03	10	03	10	03	10	03	10	03	شبابيك
0,56	08	13	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	13	01	48	04	13	01	13	01	عصام الزامل
15,6	222	06	15	05	12	10	22	11	28	11	24	09	27	09	19	09	29	05	12	7	15	09	19	00	00	أحمد الملا
12,4	176	13	23	05	08	10	17	12	21	06	11	09	16	06	11	09	15	09	16	06	10	06	10	10	18	ر.ع. الزهراني
2,33	33	42	14	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	18	06	09	03	30	10	00	00	باسم البغادي
1,62	23	04	01	00	00	00	00	00	00	09	02	17	04	09	02	04	01	26	06	00	00	17	04	13	03	شربينيات أقصر
1,27	18	28	05	28	05	28	05	00	00	00	00	00	00	00	00	05	01	00	00	11	02	00	00	00	00	مصر فايف

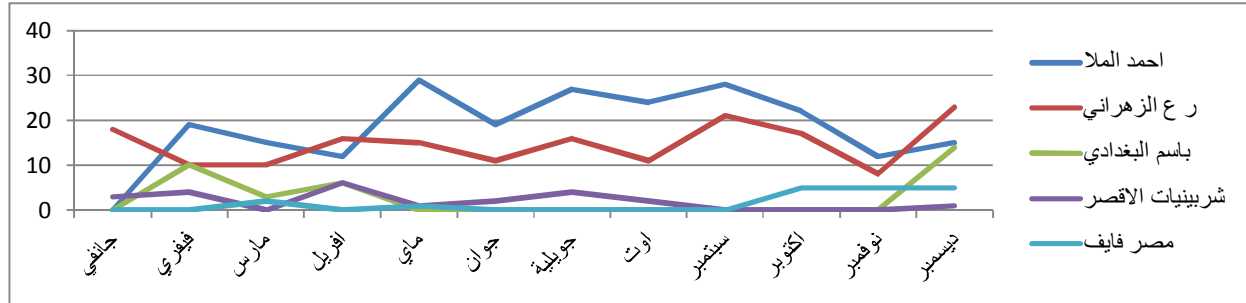
الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ديسمبر		نوفمبر		أكتوبر		سبتمبر		أوت		جويلية		جوان		ماي		أفريل		مارس		فيفري		جانفي		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
1,34	19	05	01	00	00	05	01	05	01	84	16	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	حنان اليوسفي
0,42	06	50	03	50	03	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	م. ع. الامغاري
0,63	09	56	05	22	02	11	01	00	00	11	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	ش. الدين النقا
1,48	21	19	04	19	04	19	04	24	05	19	04	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	بسام جعارة
1,69	24	21	05	21	05	17	04	17	04	21	05	03	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	حكم البابا
0,14	02	50	01	50	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	أحمد بادغيش
0,28	04	50	02	50	02	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	حصّة البتيمي
0,21	03	33	01	33	01	33	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	م. عبد المنعم
0,78	11	36	04	27	03	27	03	09	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	أسعد طه
0,42	06	17	01	17	01	33	02	00	00	33	02	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	باسم العيسى
5,01	71	11	08	11	08	10	07	07	05	04	03	06	04	06	04	08	06	08	06	11	08	07	05	10	07	نراتيل أنثى
0,56	08	13	01	48	04	00	00	13	01	00	00	13	01	13	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	يوميلت
0,63	09	00	00	22	02	00	00	00	00	00	00	22	02	22	02	00	00	22	02	11	01	00	00	00	00	المصورتية
0,14	02	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	50	01	50	01	في فمي ماء
2,26	32	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	06	02	28	09	38	12	28	09	حكايا الربيع
100	1418	9.52	135	6.14	87	7.33	104	7.55	107	7.97	113	6.98	99	5.71	81	7.48	106	10.51	149	10.79	153	11.78	167	8.25	117	المجموع

الجدول رقم (06) يوضح : عدد الإبراجات الشهرية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة خلال سنة 2015

دورية إدراج تعتبر الأكثر انتظاما مقارنة بباقي المدونات ،إذ يدون صاحبها بمعدل ثلاث إدراجات شهريا ، و هو ما من شأنه أن يسهم في خلق صلة وفاء بين مدونته وبين باقي مدونات الفضاء التدويني و القراء على حد سواء.

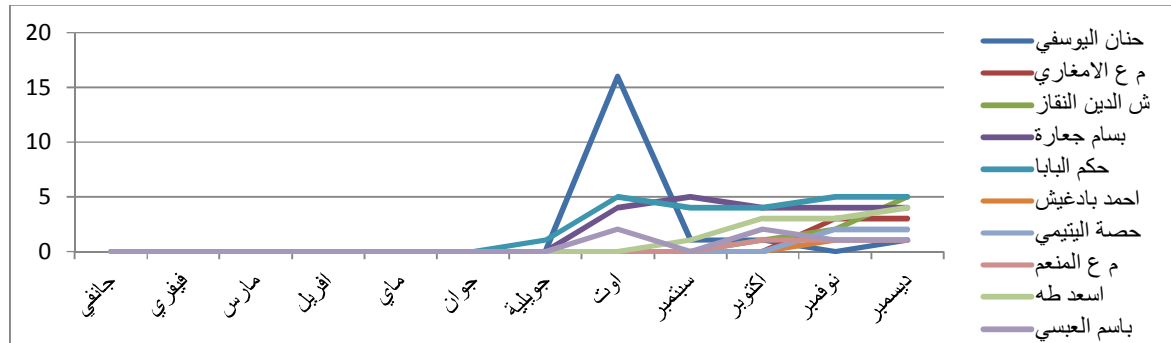
في منصة صحيفة إيلاف يظهر أن المدونين أحمد الملا و رياض الزهراني أكثر مدوني المنصة التزاما بدورية الإدراج ، لتعودهما على دورية إدراج شبه يومية .



التمثيل البياني رقم (20): يوضح عدد الادراجات الشهرية لمدوني صحيفة ايلاف لسنة 2015

في حين انقطع باسم البغدادي عن التدوين شهر ماي و لم يستأنف الإدراج إلى غاية 22 ديسمبر. و على نفس النحو انقطع محمد أحمد خليل صاحب مدونة شربينييات الأقصر لمدة ثلاثة أشهر (سبتمبر ، أكتوبر ، نوفمبر).

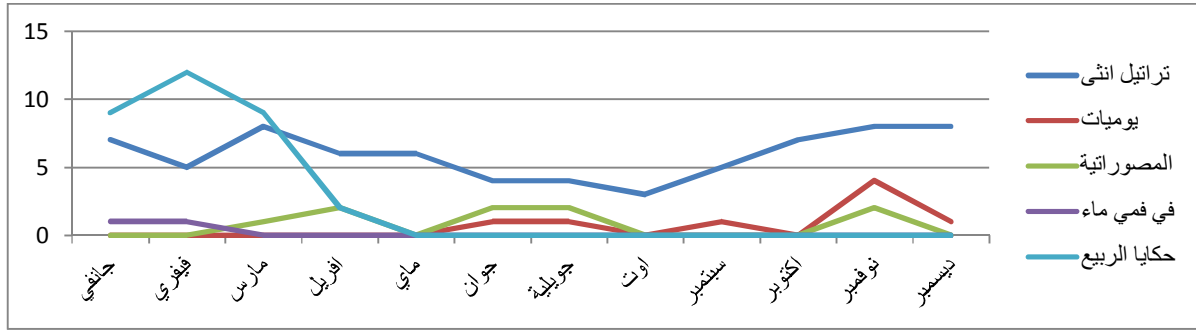
أما مدونوا الـHuffington -Post التي انطلقت شهر جوان فيبدو أنهم أكثر حفاظا على دورية الإدراج لاسيما لدى المدونين بسام جعارة و حكم البابا متأثرين بالتزامهما الاحترافي، حيث أدرج بسام



التمثيل البياني رقم (21): يوضح عدد الادراجات الشهرية لمدوني الـHuffington -Post لسنة 2015

جعارة خلال آخر خمس أشهر من السنة 4 ، 5 ، 4 ، 4 ، 4 إدراجات على التوالي . و على نفس النحو أدرج حكم البابا 1، 5 ، 4 ، 5 ، 5 إدراجات على التوالي.

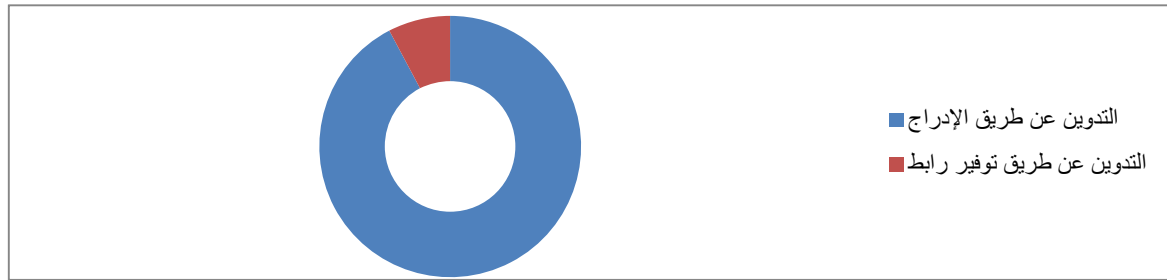
في منصة مدونات عربية Arablog.org انقطع المدون متولي محمود صاحب مدونة حكايا الربيع



التمثيل البياني رقم (22): يوضح عدد الإدراجات الشهرية لمدوني منصة مدونات عربية Arablog.org لسنة 2015

و المدون ياسر زارع صاحب مدونة في فمي ماء عن التدوين بعد الشهرين الرابع و الثاني من سنة 2015 على التوالي . في حين تبدو المدونة خولة القرشيحي صاحبة مدونة تراويل انثي أكثر مدوني منصة مدونات عربية Arablog.org حفاظا على دورية الإدراج ، حيث أنها لم تنقطع نهائيا عن الإدراج خلال فترة الدراسة و تدون بمعدل 06 إدراجات شهريا.

2.1.9 أسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية: يختلف الإدراج من حيث الشكل ، فقد يكون أصيلا من إنشاء المدون نفسه كما يمكن أن يأتي في شكل رابط لمضامين و مواقع على الشبكة ، يوفره المدون على مدونته و يُضمنه شرحا أو تفسيراً أو تحليلا بما يتماشى و رؤاه الذاتية أو ما يرمي إليه من خلال الإدراج . وفي المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية محل البحث يُظهر الجدول رقم (07) الاهتمام الكبير للمدونين العرب بالإدراج مقارنة بتوفير روابط لمواضيع أخرى. فخلال سنة 2015 ، و على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم (23) قام أصحاب المدونات موضع التحليل بإدراج



التمثيل البياني رقم (23) يوضح : أسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

1309 تدوينة بنسبة 92.31 % مقابل 109 تدوينة عن طريق توفير رابط بنسبة 7.69 % . و هو ما يؤكد الوجود القوي لدافع الرغبة في التعبير الحر عن وجهة النظر لدى هؤلاء ، واهتمامهم باستغلال إمكانيات النشر التي تتيحها المدونة في نقل الوقائع والتعبير عن مواقفهم إزاءها من خلال إدراج نصوص أصيلة من إنتاجهم الخاص.

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المدونة	التدوين عن طريق الإدراج		التدوين عن طريق توفير رابط		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
شبكة المدونون العرب	عدنان الراجحي	193	13,61	24	1,69	15,31
	أمل زياد	05	0,35	00	0,00	0,35
	لقمة عيش	49	3,46	14	0,99	4,45
	احمد ولد جدو	11	0,78	00	0,00	0,78
	لافتات	03	0,21	00	0,00	0,21
	ع ع م الخاطر	146	10,30	00	0,00	10,30
	صندوق حمد	59	4,16	00	0,00	4,16
	الصلاح	36	2,54	00	0,00	2,54
	ص الصحراء	82	5,78	54	3,81	9,53
	هندا براس	03	0,21	02	0,14	0,35
	شبابيك	30	2,12	00	0,00	2,12
	عصام الزامل	08	0,56	00	0,00	0,56
	احمد الملا	222	15,66	00	0,00	15,67
	ر.ع. الزهراني	176	12,41	00	0,00	12,42
إيلاف	باسم البغدادي	33	2,33	00	0,00	2,33
	شربينيات أقصر	23	1,62	00	0,00	1,62
	مصر فايف	03	0,21	15	1,06	1,27
	حنان اليوسفي	19	1,34	00	0,00	1,34
	م. ع. الأمغاري	06	0,42	00	0,00	0,42
PostHuffington عربي	ش.الدين النقا	09	0,63	00	0,00	0,64
	باسم جعارة	21	1,48	00	0,00	1,48
	حكم البابا	24	1,69	00	0,00	1,69
	احمد بادغيش	02	0,14	00	0,00	0,14
	حصّة اليتيمي	04	0,28	00	0,00	0,28
	م. عبد المنعم	03	0,21	00	0,00	0,21
	اسعد طه	11	0,78	00	0,00	0,78
	باسم العيسي	06	0,42	00	0,00	0,42
	تراتيل أنثى	71	5,01	00	0,00	5,01
	يوميات	08	0,56	00	0,00	0,56
	المصوراتية	09	0,63	00	0,00	0,64
	في فمي ماء	02	0,14	00	0,00	0,14
مدونات عربية	حكايا الربيع	32	2,26	00	0,00	2,26
	المجموع	1309	92.31	109	7.69	1418
						100

الجدول رقم (07) يوضح : اسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و قد مارس 05 مدونين فقط التدوين عن طريق توفير رابط ، هم المدون عدنان الراجحي الذي وفر روابط لمقاطع فيديو لأخبار و تقارير حول الحرب الدائرة في اليمن ، و التي يتم بثها في النشرات الإخبارية بقناة بلقيس الفضائية ، وقد اعتمد المدون هذا النوع من التدوين في 24 تدوينة من إجمالي 217 إدراج بنسبة 1,69 % . و تجدر الإشارة في هذا الإطار إلى أن المدون لم يرفق أيا من الإدراجات الـ 24 بالتعليق ، حيث اكتفى بتوفير روابط لها و لعل ذلك راجع إلى أن المحتويات الفيديوية التي وفرها من خلال الروابط المذكورة هي محتويات خاصة به ، فالمدون يعمل كمراسل صحفي محترف في قناة بلقيس الفضائية و مجمل مواضيع الروابط تمثل أخبار و تقارير من إعداداته.

أما المدونة هند السباعي الإدريسي فمن بين إدراجاتها الخمس خلال سنة 2015 ، اعتمدت أسلوب توفير الرابط في تدوينتين اثنتين ، و كلاهما يحيل إلى مقطع فيديو ، حيث لم تدرج أي نص إضافي في الإدراج الأول في حين عرفت ، من خلال نص مقتضب أرفقته برابط الإدراج الثاني ، التقنية المستخدمة في تصوير الفيديو الثاني المتعلق بساحة جامع الفنا بمراكش المغربية.

و يعتمد المدون أبو المعالي فايق في مدونته لقمة عيش أسلوب توفير رابط للتدوين في 14 تدوينة بنسبة 0,99 % مقابل 49 تدوينة بأسلوب الإدراج ، و تتعلق هذه الإدراجات غالبا بأخبار يريد المدون نقلها عن مصادرها الأصلية فيوفر روابط لها ، و تحيل هذه الروابط في مجملها إلى مقاطع فيديو لأخبار و تقارير من قنوات تلفزيونية أو مقاطع أنشأها هواة و قاموا بنشرها على الشبكة . و الملاحظ أن المدون يمارس التدوين عن طريق توفير رابط بكفاءة عالية إذ لا يكتفي بتوفير الرابط بل يرفقه دائما بنص مكتوب من إعداداته ، يحمل إما معلومات إضافية حول الواقعة أو تعليقا يُعبر عن رؤيته الخاصة و وجهة نظره.

في حين يعتمد عبد القادر الفيتوري في مدونته صرخة الصحراء أسلوبا فريدا في توفير الروابط ، ففي التدوينات الـ 54 التي جاءت في شكل روابط يقترح المدون روابط لمقاطع فيديو أو مقالات صحفية ، و بدل التعليق على محتوياتها يعيد المدون نشر صيغة مكتوبة لما جاء فيها مع التوقيع باسم أصحاب المواد الإعلامية و هم في الغالب صحفيون محترفون ، و هو ما يجعل هذا النوع من التدوين يميل إلى شكل الاستضافة أكثر من كونه توفيراً للروابط .

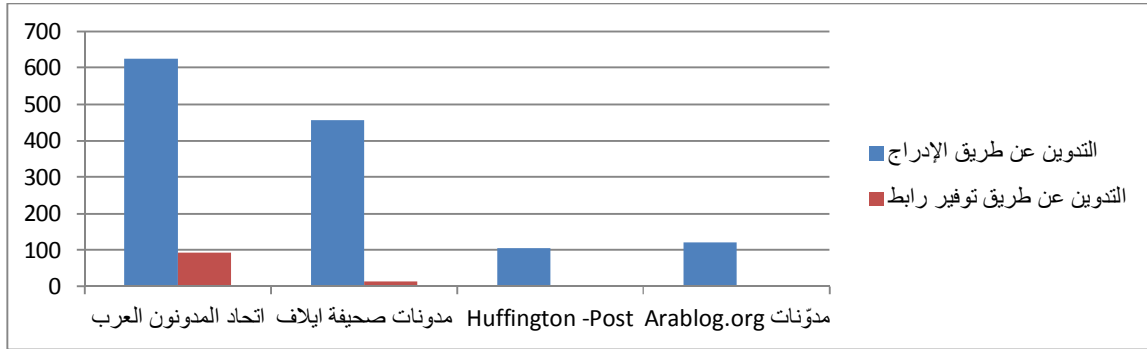
و يتميز المدون إبراهيم وليد في هذا المجال ، ففي مدونته مصر فايف في منصة إيلاف يبلغ عدد التدوينات بأسلوب توفير رابط 15 تدوينة من مجموع 18 بنسبة 1,06 % . و يعتمد المدون هذا الأسلوب في التدوين لإعادة نشر مواضيع البوابة الإخبارية المصرية "مصر فايف" و هي بوابة مصرية شاملة للأخبار و يتكون فريق عمل الموقع من مجموعة من الصحفيين الإلكترونيين و المراسلين الهواة . حيث يشغل المدون منصب المدير العام للموقع ، و يهتم من خلال مدونته - التي تحمل نفس اسم الموقع و إن كان ينسبها إلى نفسه

بتوفير روابط بعض المواضيع الاقتصادية المنشورة في البوابة و المتعلقة بأسعار صرف العملات ، مع استثمار إمكانية التعليق عليها في شرح و تفسير المضامين الواردة في الرابط .و يُظهر الجدول رقم (08) أن لأسلوب التدوين علاقة بمتغير المنصة ، فقد غاب أسلوب التدوين عن طريق توفير رابط في منصتي- Huffington

	التدوين عن طريق الإدراج		التدوين عن طريق توفير رابط		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%
شبكة المدونون العرب	625	44,08	94	6,63	719	50,71
مدونات صحيفة إيلاف	457	32,23	15	1,06	472	33,29
Huffington –Post	105	7,40	00	0,00	105	7,40
مدونات Arablog.org	122	8,60	00	0,00	122	8,60
المجموع	1309	92,31	109	7,69	1418	100

الجدول رقم (08) يوضح : أسلوب التدوين المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

Post ومدونات عربية ، Arablog.org في حين أُعتمد هذا الأسلوب في التدوين في المنصة التدوينية لصحيفة إيلاف بشكل محتشم بنسبة 1,06 % و هي النسبة التي تمثل 15 إدراج عن طريق توفير رابط و التي تعود كلها للمدون إبراهيم وليد، و هو ما يعني أن باقي مدوني المنصة لم يعتمدوا نهائيا هذا الأسلوب في التدوين و قد يكون لتجربة المدون في ممارسة النشر الإلكتروني بحكم عضويته في البوابة الإخبارية المصرية دور رئيس في اعتماد هذا الأسلوب بفعل احتكاكه الدائم بالمضامين الإعلامية الإلكترونية من جهة و تحكمه في العامل التقني من جهة ثانية.



التمثيل البياني رقم (24) يوضح : أسلوب التدوين المعتمد في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

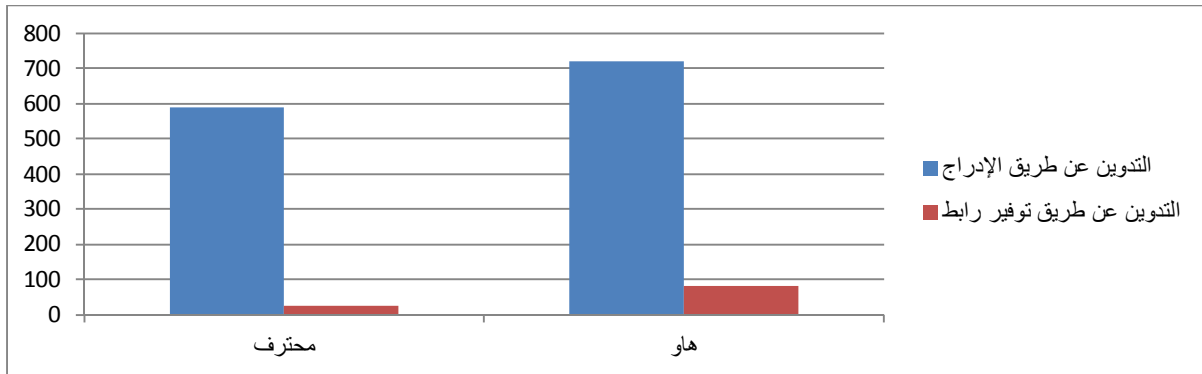
و يلاحظ في هذا الإطار أن المدونين الأعضاء في اتحاد المدونين العرب هم الأكثر استخداما لأسلوب التدوين عن طريق توفير رابط بنسبة 6,63 % مقارنة ببقية المدونين ، و إن كانوا يفضلون في مجملهم التدوين عن طريق الإدراج بنسبة 44,08 % و هو ما يظهره التمثيل البياني رقم (24) .

و يُصور الجدول رقم (09) علاقة متغير الاحتراف بأسلوب التدوين ، و هو ما يُظهر أن المدونين الهواة

التدوين عن طريق الإدراج		التدوين عن طريق توفير رابط		المجموع	
تك	%	تك	%	تك	%
589	41,54	26	1,83	615	43,37
720	50,78	83	5,85	803	56,63
1309	92,31	109	7,69	1418	100
محترف					
هاو					
المجموع					

الجدول رقم (09) يوضح : أسلوب التدوين المعتمد في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة حسب متغير الاحتراف

أكثر اهتماما بأسلوب التدوين عن طريق توفير رابط مقارنة بالمدونين الصحفيين المحترفين و هو ما يعكسه التمثيل البياني رقم (25) حيث اعتمد صحفيين محترفين اثنين فقط هذا الأسلوب في التدوين من بين 12 صحفي محترف من أصحاب المدونات موضع الدراسة في 26 تدوينة و هما المدونين عدنان الراجحي بـ 24 تدوينة بنسبة 1,69% و هند السباعي الإدريسي بتدوينتين بنسبة 0.14% في حين أدرج ثلاث مدونين هواه 83 تدوينة عن طريق توفير رابط .



التمثيل البياني رقم (25) يوضح : أسلوب التدوين المعتمد في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة حسب متغير

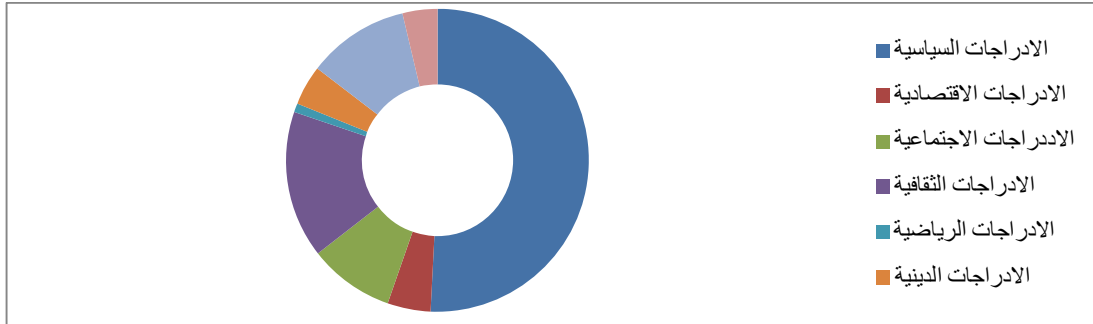
الاحتراف

و هو ما يجعلنا نستنتج ان المدونين العرب يفضلون الإدراج بدل توفير الروابط للمحتويات ، على الرغم من أهمية هذا الأسلوب في التدوين خاصة بالنسبة للمدونات التي يُنشئها أصحابها بهدف استثمار مزايا الإعلام التشاركي على غرار ما ترمي إليه منصات ايلاف و Huffington –Post و مدونات عربية Arablog.org.

9. 1. 3 طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية : يوضح الجدول رقم (10) طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية العربية موضع البحث ، و هو الجدول الذي تكاد تخلو فيه خانة الإدراجات السياسية من الأصفار ، و هو ما يؤكد اهتمام أغلب مدوني العينة المدروسة بالقضايا السياسية، إذ يبلغ مجموع الإدراجات السياسية 719 إدراج بنسبة 50,71% ما يشير إلى قوة دافع التعبير بحرية لدى المدونين و سعيهم لاستثمار الإمكانيات المتاحة في المدونات الإلكترونية للتخلص من كل أشكال الرقابة السياسية و الإجتماعية وحتى المهنية.

في هذا الإطار نسجل غياب الإدراجات السياسية في عدد من المدونات من بينها مدونة شبائك التي يُقدر فيها عدد الإدراجات الإقتصادية بـ28 إدراج من مجموع 30 إدراج خلال سنة 2015 ، و هو ما يُترجم اهتمام المدون بالميدان الإقتصادي ، إذ يهتم من خلال مدونته بعرض تجارب ناجحة لشخصيات مختلفة في مجال المال و الأعمال ليحث قراءه على خوض تجاربهم الخاصة ، فهو المدون الذي تحمل مدونته شعار " يمكنك أن تفعلها" . و على نفس النحو تغيب المواضيع السياسية عن مدونة عصام الزامل ، و هو المدون الذي يُشاطر رؤوف شبائك اهتمامه بالميدان الاقتصادي ، و هما المدونان اللذان ينتمي كل منهما إلى قائمة الـ blogroll في مدونة الآخر ، غير أن عصام الزامل يُعنى في مدونته بتحليل بعض قضايا الإقتصاد السعودي .

و على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم (26) يحظى المجال الثقافي باهتمام المدونين العرب في العينة المدروسة حيث تقدر نسبة المواضيع الثقافية بـ15,73% و من بين أكثر المدونين اهتماما بالمجال



التمثيل البياني رقم (26) يوضح :طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

الثقافي المدون رياض الزهراني الذي يقدر عدد الادراجات الثقافية في مدونته بـ66 إدراج مقابل 63 إدراج سياسي .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

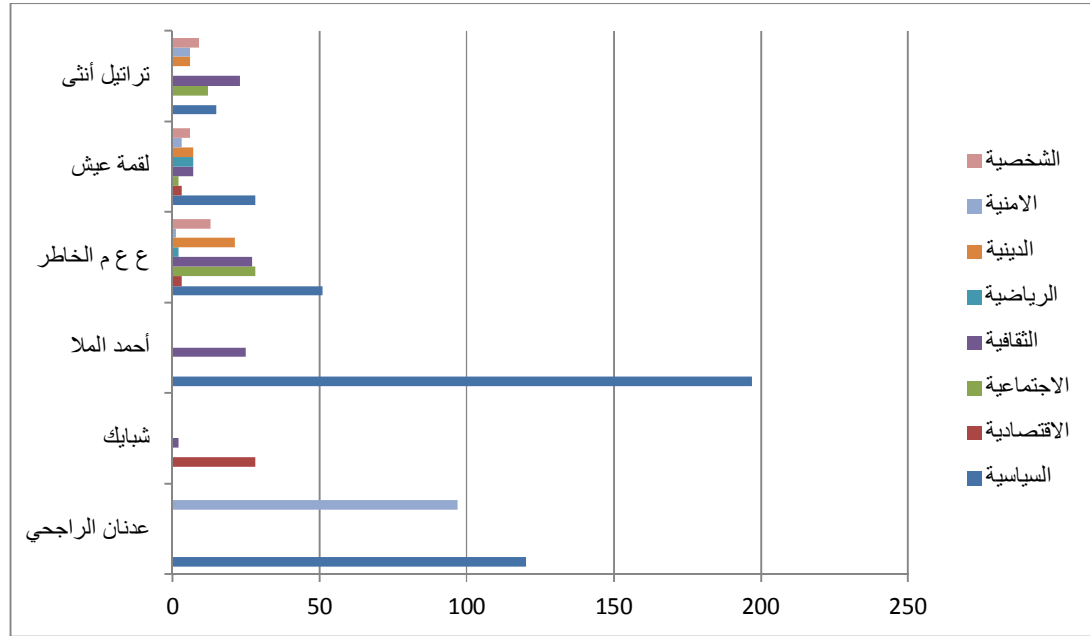
المجموع		الشخصية		الامنية		الدينية		الرياضية		الثقافية		الاجتماعية		الاقتصادية		السياسية		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
15,30	217	0,00	0	6,84	97	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	8,46	120	عدنان الراجحي
0,35	5	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,28	4	امل زياد
4,44	63	0,42	6	0,21	3	0,49	7	0,49	7	0,49	7	0,14	2	0,21	3	1,97	28	لقمة عيش
0,78	11	0,00	0	0,14	2	0,00	0	0,00	0	0,14	2	0,28	4	0,00	0	0,21	3	احمد ولد جنو
0,21	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,14	2	لافتات
10,30	146	0,92	13	0,07	1	1,48	21	0,14	2	1,90	27	1,97	28	0,21	3	3,60	51	ع ع م الخاطر
4,16	59	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,14	2	0,00	0	3,95	56	صندوق محمد
2,54	36	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,21	3	1,76	25	0,42	6	0,07	1	الصالح
9,59	136	0,00	0	1,97	28	0,00	0	0,00	0	2,19	31	2,05	29	0,35	5	3,03	43	ص الصحراء
0,35	5	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,28	4	0,00	0	0,00	0	0,07	1	هندا براس
2,12	30	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,14	2	0,00	0	1,97	28	0,00	0	شبابيك
0,56	8	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,56	8	0,00	0	عصام الزامل
15,66	222	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	1,76	25	0,00	0	0,00	0	13,89	197	احمد الملا
12,41	176	0,85	12	0,42	6	0,99	14	0,00	0	4,65	66	0,78	11	0,28	4	4,44	63	ر.ع. الزهراني
2,33	33	0,00	0	0,14	2	0,63	9	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	1,48	21	باسم البغدادي
1,62	23	0,07	1	0,14	2	0,00	0	0,07	1	0,35	5	0,14	2	0,07	1	0,78	11	ش أقصر
1,27	18	0,28	4	0,00	0	0,00	0	0,21	3	0,07	1	0,00	0	0,49	7	0,21	3	مصر فايف

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		الشخصية		الامنية		الدينية		الرياضية		الثقافية		الاجتماعية		الاقتصادية		السياسية		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
1,34	19	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	1,06	15	0,14	2	0,00	0	0,07	1	حنان اليوسفي
0,42	6	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,42	6	م. ع. الامغاري
0,63	9	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,63	9	ش. النقا
1,48	21	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	1,48	21	بسام جعارة
1,69	24	0,14	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	1,55	22	حكم البابا
0,14	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,07	1	0,00	0	0,00	0	احمد بادغيش
0,28	4	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,28	4	0,00	0	0,00	0	حصة اليتيمي
0,21	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,21	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	م. عبد المنعم
0,78	11	0,28	4	0,21	3	0,14	2	0,00	0	0,00	0	0,14	2	0,00	0	0,00	0	اسعد طه
0,42	6	0,07	1	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,28	4	باسم العبسي
5,01	71	0,63	9	0,42	6	0,42	6	0,00	0	1,62	23	0,85	12	0,00	0	1,06	15	تراتيل أنثى
0,56	8	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,21	3	0,07	1	0,21	3	يوميات
0,63	9	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,42	6	0,00	0	0,00	0	0,14	2	المصوراتية
0,14	2	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	0,07	1	0,00	0	0,00	0	في فمي ماء
2,26	32	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	2,26	32	حكايا الربيع
100,00	1418	3,74	53	10,86	154	4,30	61	0,92	13	15,73	223	9,10	129	4,65	66	50,71	719	

الجدول رقم (10) يوضح : طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

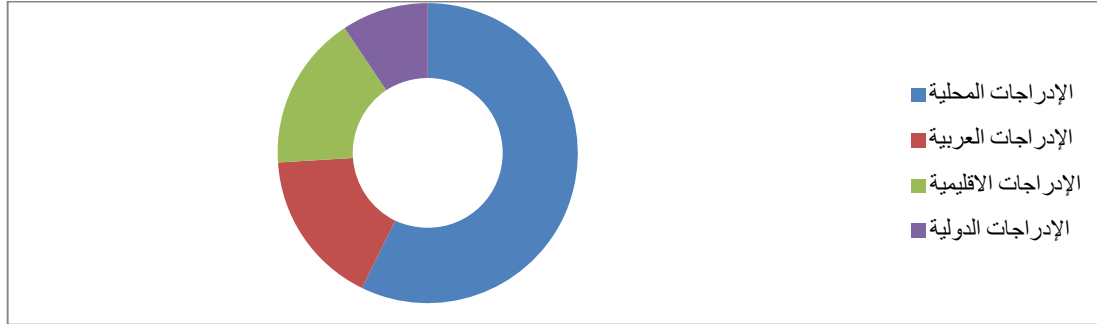
و تكشف الملاحظة الدقيقة للجدول رقم (10) إمكانية تقسيم مدونات العينة المدروسة إلى مجموعتين مختلفتين بناء على معيار طبيعة مواضيع الإدراجات ، حيث تهتم المجموعة الأولى بنوع محدد من المواضيع لتتمحور كل الإدراجات حولها و تتنوع محتويات مدونات المجموعة الثانية فتتوزع الإدراجات بين مختلف المجالات و من بين أبرز المدونات في المجموعتين يمكن أن نقارن بين مدونات عدنان الراجحي ، شبايك ، أحمد الملا من جهة ومدونات لقمة عيش ، عبد العزيز محمد الخاطر و تراتيل أنثى من جهة ثانية .



التمثيل البياني رقم (27) يوضح: طبيعة مواضيع الإدراجات في نماذج من المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

يتضح جليا ، من خلال التمثيل البياني رقم (27) أن بعض المدونات تنسم باتساق المواضيع المعالجة على غرار مدونات كل من عدنان الراجحي الذي تتمحور إدراجه حول المواضيع السياسية و الأمنية في اليمن . و أحمد الملا الذي يركز في جل تدويناته على القضايا السياسية العراقية و كذا المدون رؤوف شبايك الذي يركز على مشاريع المال و الأعمال الناجحة ، و هو ما يسهم في وضوح الخط الإفتتاحي في هذه المدونات و بالتالي رفع نسب وفاء القراء من جهة و التوقع الجيد بين بقية مدونات الفضاء التدويني ، فالمدونة ليست مجالا مغلقا ذلك أن الطابع التواصل للمدونة يحيل إلى وجوب وضوح الهدف من إدراجاتها حتى يتمكن صاحبها من نسج علاقات متينة بقراء تدويناته من جهة و بناء قائمة blogroll لمن يشاركونه الاهتمام و الأهداف.

4.1.9 التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية : يوضح الجدول رقم (11) الاهتمامات الجغرافية للمدونين العرب و التي قمنا بقياسها اعتمادا على مخرجات مدوناتهم ، و مثلما هو موضح في التمثيل البياني رقم (28) يظهر الاهتمام الكبير للمدونين العرب بشؤونهم المحلية .



التمثيل البياني رقم (28) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

حيث تقدر نسبة الإدراجات الوطنية بـ 57.19% تمثل 811 إدراج مقابل 16.78% للإدراجات العربية و 16.71% للإدراجات الإقليمية في حين لا تتعدى نسبة الإدراجات الدولية نسبة 9.31% .

و نسجل في هذا الإطار الاهتمام الكبير لبعض المدونين بشؤونهم الوطنية مثل المدون عدنان الراجحي الذي تبلغ عدد إدراجاته المحلية 155 إدراج من مجموع 217 . و المدون أحمد الملا الذي تبلغ عدد إدراجاته المحلية 150 إدراج من مجموع 222 إدراج . و كذا المدونين بسام جعارة و حكم البابا اللذين تبلغ عدد إدراجتهما المحلية 17 و 18 إدراج محلي من مجموع 21 و 24 إدراج على التوالي .

و الملاحظ أنه ، وإن تمّ تصنيف بعض إدراجات هؤلاء في خانات المواضيع العربية أو الإقليمية ، فإنهم يعالجونها وفق مقاربات مرتبطة بدولهم ، و لعل ذلك ما تبرره خصوصية الفترة الراهنة التي تمر بها هذه الدول فعندنا الراجحي مهتم بنقل أخبار الحرب الدائرة في اليمن و أحمد الملا يعرض رؤى و تحليلات للاختلافات السياسية و العقائدية في العراق و يعبر كل من بسام جعارة و حكم البابا عن قلقهما مما يحدث في سوريا .

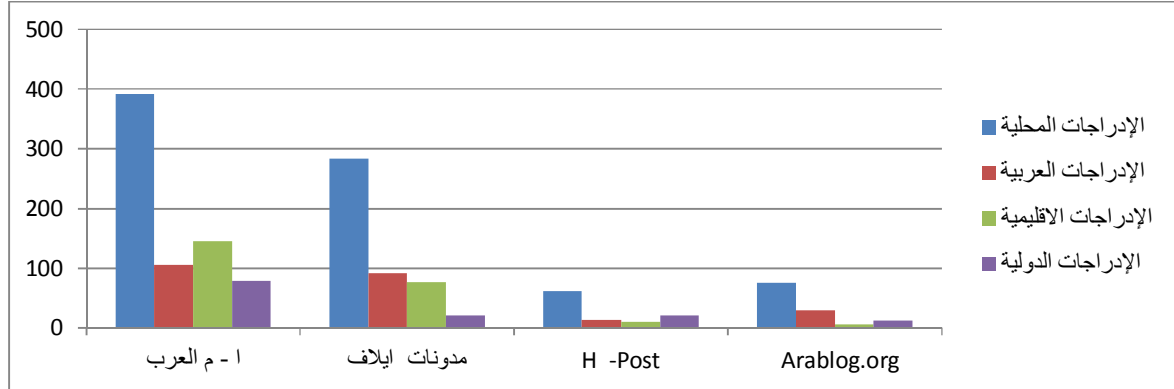
و تصنف كل إدراجات مدونة الصلاح في خانة المواضيع الوطنية، فتسجل الإدراجات الـ 36 لسنة 2015 نسبة 100% في خانة الإدراجات الوطنية ، و إن كان المدون لا يُعنى بالمواضيع ذات البعد الوطني مثلما هو الأمر لدى المدونين السابق ذكرهم ، فهو مهتم بتغطية الوقائع و الأحداث في مجتمعه المحلي بولاية الجلفة الجزائرية ، إذ يعمل على نقل انشغالات سكان المنطقة إلى السلطات المحلية عن طريق التدوين .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		الإدراجات الدولية		الإدراجات الإقليمية		الإدراجات العربية		الإدراجات الوطنية		المدونة
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
15,31	217	0,42	06	2,40	34	1,55	22	10,93	155	عدنان الراجحي
0,35	05	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,35	05	امل زياد
4,45	63	0,78	11	0,42	06	0,85	12	2,40	34	لقمة عيش
0,78	11	0,00	00	0,00	00	0,21	03	0,56	08	احمد ولد جدو
0,21	03	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,21	03	لافتات
10,30	146	0,42	6	1,20	17	1,83	26	6,84	97	ع ع م الخاطر
4,16	59	0,35	05	1,41	20	0,42	06	1,97	28	صندوق محمد
2,54	36	0,00	00	0,00	00	0,00	00	2,54	36	الصلاح
9,53	136	1,41	20	4,80	68	2,54	36	0,85	12	ص الصحراء
0,35	05	0,07	01	0,00	00	0,00	00	0,28	04	هندا براس
2,12	30	1,97	28	0,00	00	0,00	00	0,14	02	شبابيك
0,56	08	0,07	01	0,00	00	0,00	00	0,49	07	عصام الزامل
15,67	222	0,78	11	3,46	49	0,85	12	10,58	150	احمد الملا
12,42	176	0,49	07	1,41	20	4,87	69	5,64	80	ر.ع.الزهراني
2,33	33	0,21	03	0,35	05	0,14	02	1,62	23	باسم البغدادي
1,62	23	0,00	00	0,07	01	0,21	03	1,34	19	شربينيات أقصر
1,27	18	0,00	00	0,07	01	0,35	05	0,85	12	مصر فايف
1,34	19	0,63	09	0,00	00	0,42	06	0,28	04	حنان اليوسفي
0,42	06	0,14	02	0,07	01	0,07	01	0,14	02	م.ع. الامغاري
0,64	09	0,21	03	0,14	02	0,21	03	0,07	01	ش.الدين النقا
1,48	21	0,00	00	0,28	04	0,00	00	1,20	17	بسام جعارة
1,69	24	0,07	01	0,21	03	0,14	02	1,27	18	حكم البابا
0,14	02	0,00	00	0,00	00	0,07	01	0,07	01	احمد بادغيش
0,28	04	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,28	04	حصّة اليتيمي
0,21	03	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,21	03	م. عبد المنعم
0,78	11	0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,35	05	اسعد طه
0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,42	06	باسم العبسي
5,01	71	0,28	04	0,28	04	1,41	20	3,03	43	تراتيل أنثى
0,56	08	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,56	08	يوميات
0,64	09	0,28	04	0,00	00	0,00	00	0,35	05	المصوراتية
0,14	02	0,07	01	0,00	00	0,00	00	0,07	01	في فمي ماء
2,26	32	0,21	03	0,14	02	0,63	09	1,27	18	حكايا الربيع
100	1418	9.31	132	16.71	237	16.78	238	57.19	811	المجموع

الجدول رقم (11) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

يصف الجدول رقم (12) العلاقة بين متغيري المنصة و التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات ، حيث نلاحظ اهتمام المدونين العرب بالمواضيع الوطنية، إذ تسجل نسبة الإدراجات الوطنية أعلى النسب في كل المنصات التدوينية . و هو ما يظهر جليا في التمثيل البياني رقم (29) ، حيث تُقدر نسبة الإدراجات



التمثيل البياني رقم (29) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

الوطنية في مدونات شبكة المدونين العرب بـ 27,57% ، وتقدر بـ 20,03% في منصة صحيفة إيلاف و 4,30% في منصة Huffington –Post و 5,29% في منصة مدونات عربية Arablog.org.

	الإدراجات الوطنية		الإدراجات العربية		الإدراجات الإقليمية		الإدراجات الدولية		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
ش-م العرب	391	27,57	105	7,40	145	10,23	78	5,50	719	50,71
مدونات إيلاف	284	20,03	91	6,42	76	5,36	21	1,48	472	33,29
H-Post	61	4,30	13	0,92	10	0,71	21	1,48	105	7,40
Arablog.org	75	5,29	29	2,05	6	0,42	12	0,85	122	8,60
المجموع	811	57,19	238	16,78	237	16,71	132	9,31	1418	100

الجدول رقم (12) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

و يشترك المدونون العرب في إظهار الاهتمام بالقضايا الإقليمية و الدولية التي لها علاقة مباشرة بما يحدث في أوطانهم . كما يهتم المدونون العرب بما يحدث في الدول العربية ، فكل مدون إدراجات تُعبر عن مساندته للشعوب العربية التي تشهد أوطانها نزاعات و حروب ، باستثناء المدونات التي لا يخوض أصحابها في المواضيع السياسية مثل مدونة الصلاح الجزائرية و مدونة شبائك و مدونة عصام الزامل . و يُذكر أن الظروف السياسية غير المستقرة ليست الدافع الوحيد لاهتمام المدون العربي بالقضايا الداخلية للدول العربية ، فعلى سبيل

المثال يُدرج المدون الليبي عبد القادر الفيتوري في مدونته صرخة الصحراء مواضيع متعددة متعلقة بالتجارب النووية الفرنسية في الصحراء الجزائرية. و على نفس النحو تُظهر المدونة التونسية خولة القرشيحي حبها الكبير للجزائر ، حيث أدرجت تدوينات متعددة خاصة بالجزائر . ففي أحد إدراجاتها تحدثت عن لقاء كرة القدم الذي جمع بين الفريقين الجزائري و الفلسطيني و هو الإدراج الذي أشادت من خلاله بجمهور كرة القدم الجزائري و أحييت في إدراج آخر أحداث الحادي عشر ديسمبر ، و وصفت في إدراج شخصي رحلة لها إلى الجزائر .

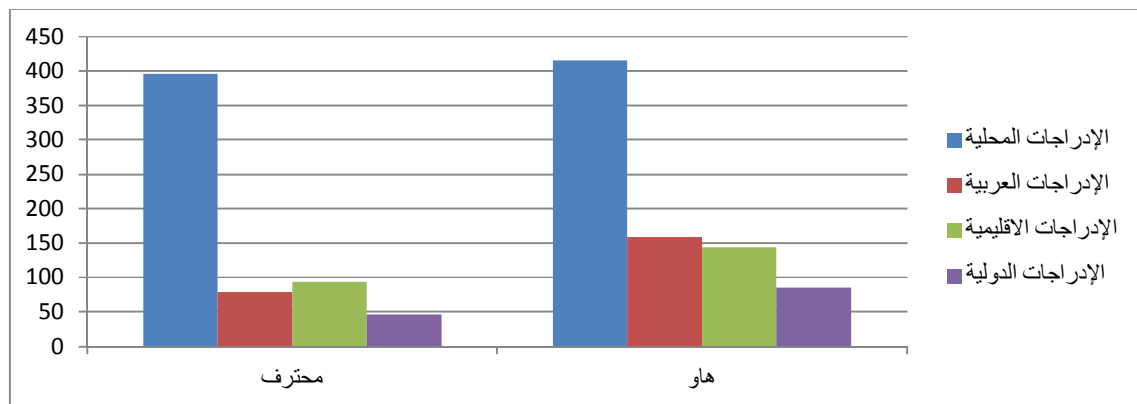
و يُوضح الجدول رقم (13) طبيعة علاقة متغير الاحتراف بالتوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة ، إذ يظهر الاهتمام المشترك للمحترفين و الهواة بالقضايا المحلية

	الإدراجات المحلية		الإدراجات العربية		الإدراجات الإقليمية		الإدراجات الدولية		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
محترف	396	27,93	79	5,57	94	6,63	46	3,24	615	43,37
هوا	415	29,27	159	11,21	143	10,08	86	6,06	803	56,63
المجموع	811	57,19	238	16,78	237	16,71	132	9,31	1418	100

الجدول رقم (13) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير

الاحتراف

إذ يبلغ عدد الإدراجات المحلية للمحترفين 396 إدراج بنسبة 27,93% ، كما يقدر عدد الإدراجات المحلية لدى الهواة بـ 415 إدراج بنسبة 29,27% . و مثلما هو موضح في التمثيل البياني رقم (30) تتقارب ، مع اختلافات طفيفة ، نسب اهتمام المدونين (محترفين و هواة) بالقضايا العربية و الإقليمية و الدولية ، هذه الأخيرة التي تُقدر نسبة إدراجات الهواة حولها بنسبة 6,06% ، في حين تبلغ نسبتها لدى المحترفين 3,24% .

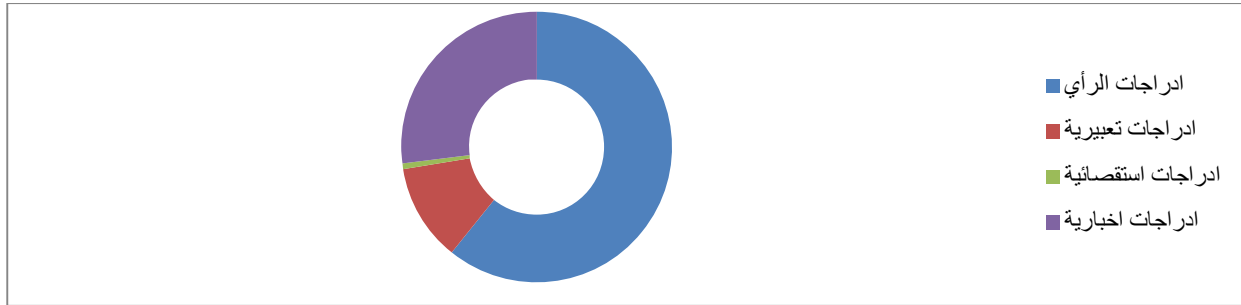


التمثيل البياني رقم (30) يوضح: التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المدروسة حسب متغير الاحتراف

5.1.9 الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية: يُظهر الجدول رقم (14) طبيعة الأنواع التحريرية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ، و تجدر الإشارة في هذا الإطار إلى أن تصنيف إدراجات المدونين حسب الأنواع التحريرية المختلفة قد أخذ بعين الاعتبار إمكانية التغيير الذي يمكن أن تشهده هذه الأخيرة بفعل الخصائص التكنولوجية للمدونات . لذلك فإننا قصدنا توزيع الأنواع التحريرية على أربع مجموعات أساسية حسب معيار الهدف أو الوظيفة ، وهي أنواع الرأي ، الأنواع التعبيرية ، الأنواع الاستقصائية و الأنواع الإخبارية . و هي المجموعات التي تمكنا من تغطية كل الإدراجات الواردة في المدونات المدروسة و التي يمكن أن تُستثمر لاحقا في تحليل التغييرات المحتملة في شكل و مضمون الأنواع التحريرية باستخدام أداة تحليل الأطر المرجعية .

و لعل أبرز الملاحظات المسجلة في هذا الإطار ، و هو ما يُبرزه التمثيل البياني رقم (31) ، ضعف نسبة الأنواع الاستقصائية ، حيث لم يهتم المدونون العرب ، من أصحاب مدونات العينة المدروسة، بهذا النوع التحريري عدا ما أدرجه المدون محمد صلاح في مدونته الصلاح من أحاديث صحفية جمعتها بالمسؤولين المحليين في المنطقة (ولاية الجلفة الجزائرية) التي يهتم بتغطية الأحداث فيها .



التمثيل البياني رقم (31) يوضح: الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

بالمقابل ، نلاحظ الاهتمام اللافت بأنواع الرأي و التي تشكل نسبة 60.79% من إجمالي الإدراجات ، و هو ما يؤكد ميل المدونين العرب إلى التعبير عن آرائهم و مواقفهم و اتجاهاتهم إزاء مختلف الوقائع و الأحداث والقضايا و لعل ذلك ما يكشف أبرز دوافع التدوين لدى المدونين العرب و هو "التعبير عن الرأي" فالمدونة الإلكترونية و بفعل خصوصيتها التقنية تتيح للمدون إمكانيات غير محدودة للتعبير بحرية مطلقة عن آرائه و مواقفه ، كما أنها تتيح لأصحابها من الصحفيين المحترفين التخلص من إكراهات الرقابة و الخطوط الحمراء التي تفرضها السياسات الافتتاحية في المؤسسات الإعلامية .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ادراجات اخبارية		ادراجات استقصائية		ادراجات تعبيرية		ادراجات الرأي		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك		
15,31	217	13,05	185	0,00	00	0,00	00	2,26	32	ع الراجحي	
0,35	05	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,35	05	امل زباد	
4,45	63	2,19	31	0,00	00	0,28	04	1,97	28	لقمة عيش	
0,78	11	0,21	03	0,00	00	0,00	00	0,56	08	احمد ولد جدو	
0,21	03	0,07	01	0,00	00	0,00	00	0,14	02	لافتات	
10,30	146	0,00	00	0,00	00	2,40	34	7,90	112	ع ع م خاطر	
4,16	59	1,90	27	0,00	00	0,21	03	2,05	29	صندوق حمد	
2,54	36	1,20	17	0,71	10	0,00	00	0,63	09	الصلاح	
9,53	136	2,75	39	0,00	00	0,00	00	6,84	97	ص الصحراء	
0,35	05	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,35	05	هندا براس	
2,12	30	0,00	00	0,00	00	0,99	14	1,13	16	شبابيك	إيلاف
0,56	08	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,56	08	عصام الزامل	
15,67	222	1,76	25	0,00	00	0,00	00	13,89	197	احمد الملا	
12,42	176	0,92	13	0,00	00	3,74	53	7,76	110	ر.ع. الزهراني	
2,33	33	0,00	00	0,00	00	0,00	00	2,33	33	باسم البغدادي	
1,62	23	0,63	09	0,00	00	0,35	05	0,63	09	ش الأقصر	عربي PostHuffington
1,27	18	0,78	11	0,00	00	0,00	00	0,49	07	مصر فايف	
1,34	19	0,63	09	0,00	00	0,00	00	0,71	10	حنان اليوسفي	
0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,42	06	م. ع. الامغاري	
0,64	09	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,63	09	ش.الدين النقا	
1,48	21	0,00	00	0,00	00	0,00	00	1,48	21	باسام جعارة	
1,69	24	0,00	00	0,00	00	0,14	02	1,55	22	حكم البابا	
0,14	02	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,14	02	احمد بادغيش	
0,28	04	0,00	00	0,00	00	0,28	04	0,00	00	حصة اليتيمي	
0,21	03	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,21	03	م. عبد المنعم	
0,78	11	0,00	00	0,00	00	0,63	09	0,14	02	اسعد طه	
0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,42	06	باسم العيسي	
5,01	71	0,49	07	0,00	00	2,05	29	2,47	35	تراتيل أثنى	مدونات عربية
0,56	08	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,56	08	يوميات	
0,64	09	0,00	00	0,00	00	0,49	07	0,14	02	المصوراتية	
0,14	02	0,07	01	0,00	00	0,00	00	0,07	01	في فمي ماء	
2,26	32	0,28	04	0,00	00	0,00	00	1,97	28	حكايا الربيع	
100	1418	26.94	382	0.71	10	11.57	164	60.79	862	المجموع	

الجدول رقم (14) يوضح : الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و تمثل أنواع الرأي الأنواع التحريرية الأكثر تفضيلا لدى أغلب المدونين ، على غرار المدون النشط عبد العزيز محمد الخاطر الذي أدرج 146 تدوينة خلال سنة 2015 ، من بينها 112 تدوينة رأي بنسبة 7,90% والتي يعرض من خلالها مواقفه من مختلف الوقائع و الأحداث التي تشد انتباهه في كل المجالات السياسية و الثقافية و الاجتماعية .

و بشكل مماثل يهتم المدون الصحفي المحترف أحمد الملا بأنواع الرأي حيث أدرج 197 تدوينة من هذا النوع ، و بخلاف المدون السابق يهتم أحمد الملا بالتعبير عن مواقفه السياسية تجاه الأحداث الجارية في العراق و الصراع الدائر هناك بين الأطياف السياسية ذات المرجعيات الدينية و العقائدية و الإيديولوجية المختلفة .

و على نفس النحو يهتم بسام جعارة ، حكم البابا ، خولة القرشي ، محمود متولي ، و باسم البغدادي بالتعبير عن مواقفهم من الوقائع و الأحداث الجارية في بلدانهم ، خاصة في ظل ما تشهده المنطقة من توترات على المستويين السياسي و الأمني لاسيما في سوريا و العراق و اليمن و مصر و تونس .

و تحتل الأنواع الإخبارية المرتبة الثانية بنسبة 26.94% ، حيث يهتم المدونون العرب بنقل تفاصيل الوقائع و الأحداث التي يعايشونها ، و في مقدمتهم المدون عدنان الراجحي الذي يُسخر مدونته لنقل أخبار الحرب الدائرة في تعزيز تحديدا ، حيث تعادل نسبة الإدراجات الإخبارية في مدونته 13,05% . ولعل عمله كمراسل صحفي مكلف بتغطية وقائع الحرب يُمثل تفسيراً منطقياً لارتفاع نسبة الأخبار في مدونته . و على نفس النحو ينقل أبو المعالي فايق مستجدات الواقع السياسي المصري حيث تشكل نسبة الأنواع الإخبارية في مدونته 2,19% . كما يهتم إبراهيم وليد بنقل الأخبار أيضا إذ تمثل الإدراجات الإخبارية في مدونته مصر فايف نسبة 0,78% غير أنها متعلقة بالمجال الاقتصادي حيث يُعنى المدون بنقل مستجدات سعر الصرف و البورصة في مصر .

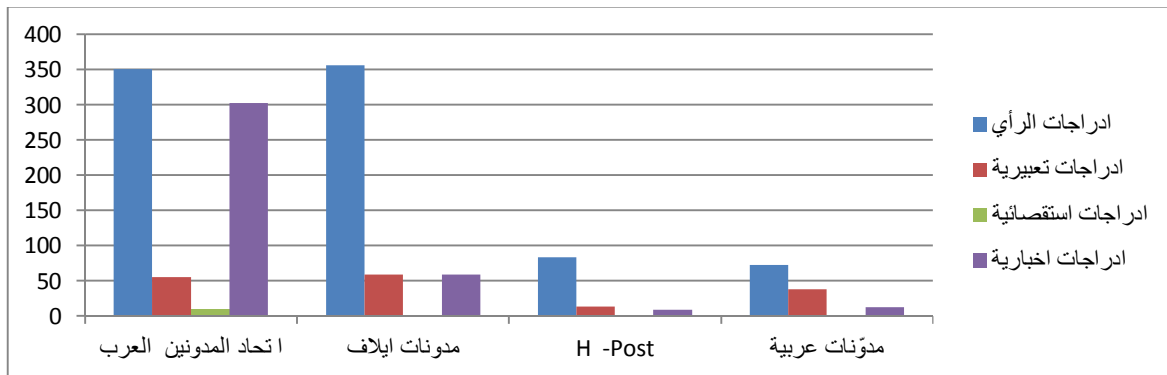
كما نلاحظ من خلال الجدول اهتمام المدونين العرب بالأنواع التعبيرية ، حيث يُدرج عبد العزيز محمد الخاطر عددا من الإدراجات التي تشبه إلى حد كبير الروبورتاجات المكتوبة و التي يصور من خلالها عددا من المواقع و المدن التي يتحدث عن خصوصيتها التراثية و مكانتها التاريخية و ينتقد زحف مظاهر الحداثة التي تهدد هويتها الثقافية . و هي التدوينات التي تشكل نسبة 2,40% من إجمالي التدوينات و على نفس النحو تحتل الأنواع التعبيرية مكانة هامة في مدونة شبايك و تقدر بنسبة 0,99% و تمثلها مجموعة من الإدراجات التي يقدمها المدون في شكل بورترية لشخصيات عاصمية غالبا ، أثبتت نجاحها في مجال المال و الأعمال و التي يقدمها المدون كنماذج يمكن الاقتداء بها و الاستفادة من تجاربها في هذا المجال.

و يُظهر الجدول رقم (15) ضعف العلاقة بين متغيري المنصة و الأنواع التحريرية ، حيث يميل المدونون ، من مختلف المنصات التدوينية إلى أنواع الرأي مقارنة ببقية الأنواع لاسيما في منصات إيلاف

ادراجات الرأي		ادراجات تعبيرية		ادراجات استقصائية		ادراجات اخبارية		المجموع	
تک	%	تک	%	تک	%	تک	%	تک	%
351	24,75	55	3,88	10	0,71	303	21,37	719	50,71
356	25,11	58	4,09	00	0,00	58	4,09	472	33,29
83	5,85	13	0,92	00	0,00	09	0,63	105	7,40
72	5,08	38	2,68	00	0,00	12	0,85	122	8,60
862	60,79	164	11,57	10	0,71	382	26,94	1418	100

الجدول رقم (15) يوضح: الأنواع التحريرية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

التي تشكل نسبة أنواع الرأي فيها 25,11% مقابل 4,09% للأنواع الإخبارية ، و كذا منصة- Huffington Post التي ترتفع في مدوناتها نسبة أنواع الرأي لتقدر بـ 5,85% مقابل 0,63% للأنواع الإخبارية ، إضافة إلى منصة مدونات عربية Arablog.org التي تقدر نسبة إدراجات الرأي في مدوناتها بـ 5,08% . و هو ما يظهر جليا في التمثيل البياني رقم (32) الذي يبين انخفاض الأنواع الإخبارية و الأنواع التعبيرية مقارنة بأنواع الرأي في كل المنصات التدوينية على اختلافها ، كما يظهر من خلاله بشكل لافت غياب الأنواع الاستقصائية في كل المنصات . مع تسجيل ما نسبته 0,71% في مدونات شبكة المدونين العرب و التي تعود كلها لمدونة الصلاح .



التمثيل البياني رقم (32) يوضح: الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

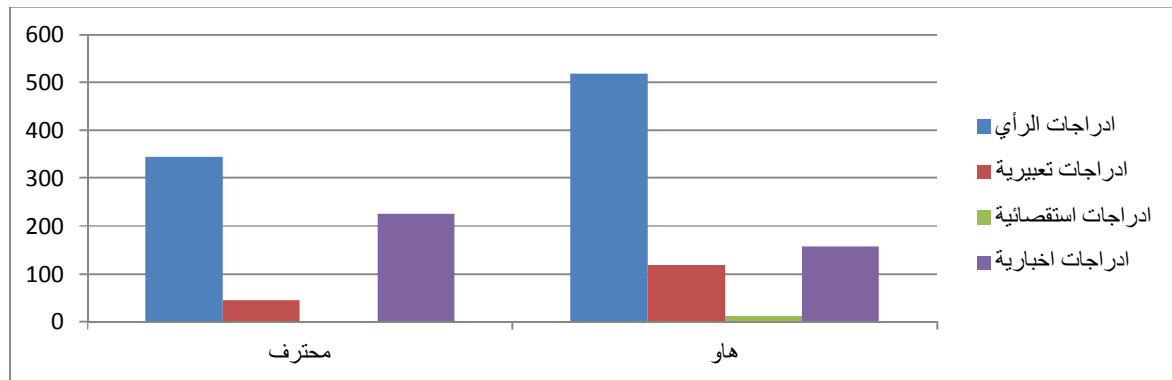
أما التقارب بين نسبتي أنواع الرأي و الأنواع الإخبارية لدى مدوني شبكة المدونين العرب فتفسره كثافة الإدراج الإخباري في مدونة عدنان الراجحي الذي استأثر في مدونته بـ 185 إدراج إخباري من مجموع الإدراجات الإخبارية المقدرة بـ 303 إدراج لباقي مدوني الاتحاد .

و يعكس الجدول رقم (16) علاقة متغير الاحتراف بطبيعة الأنواع التحريرية للادراجات في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة ، حيث ترتفع إدراجات الرأي لدى المدونين الهواة بنسبة 36,53% مقارنة بالمدونين – الصحفيين المحترفين و الذين تبلغ نسبة إدراجات الرأي لديهم 24,26% و على العكس من ذلك تنخفض نسبة الإدراجات الإخبارية لدى المدونين الهواة بنسبة 11,00% مقارنة بالمدونين الصحفيين المحترفين الذين تقدر نسبة إدراجاتهم الإخبارية بـ 15,94% .

	ادراجات الرأي		ادراجات تعبيرية		ادراجات استقصائية		ادراجات اخبارية		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
محترف	344	24,26	45	3,17	00	0,00	226	15,94	615	43,37
هوا	518	36,53	119	8,39	10	0,71	156	11,00	803	56,63
المجموع	862	60,79	164	11,57	10	0,71	382	26,94	1418	100

الجدول رقم (16) يوضح : طبيعة الأنواع التحريرية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير الاحتراف

و من بين ما نستخلصه من قراءتنا للجدول السابق و ملاحظتنا للتمثيل البياني رقم (33) أن المدونين الصحفيين المحترفين أقل اهتماماً بالأنواع التحريرية التعبيرية مقارنة بالمدونين الهواة ، اذ تقدر نسبة



التمثيل البياني رقم (33) يوضح : الأنواع التحريرية للادراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير الاحتراف

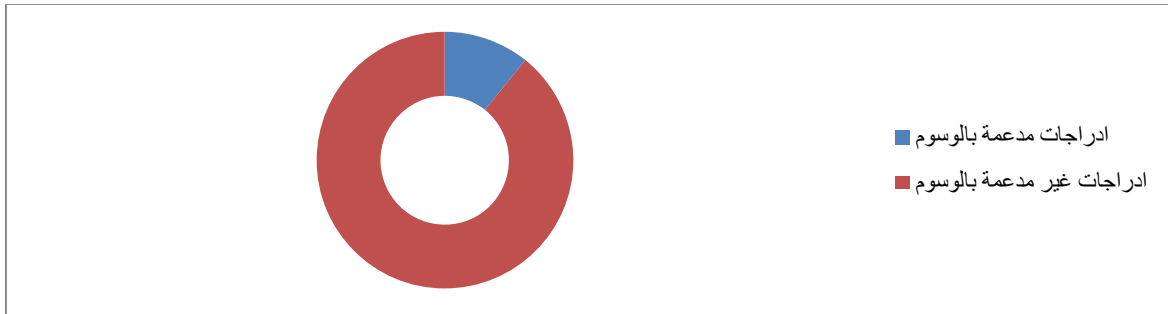
هذا النوع من الإدراجات لدى الصحفيين المحترفين بـ 3,17% و التي تمثل 45 إدراج فقط من إجمالي الإدراجات ، من بينها 26 إدراج خاص بمدونة تراتيل أنثى و التي تهتم صاحبها في كثير من إدراجاتها ، من خلال عدد من الروبورتاجات ، بالتعبير عن جماليات عدة أماكن قامت بزيارتها . و يُلاحظ في هذا الإطار ارتفاع نسب الإدراجات التعبيرية في كل من مدونتي أسعد طه من منصة Huffington – Post بـ 09 إدراجات من مجموع 11 إدراج و المصوراتية من منصة مدونات عربية Arablog.org بـ 07 إدراجات من مجموع 07.

و لعل لذلك علاقة بمجال اهتمام كل منهما فأُسعد طه صانع أفلام وثائقية في حين تعمل صاحبة مدونة المصوراتية كمصورة صحفية في صحيفة مصرية.

9. 2 خصائص توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

يتمثل توسيم محتوى الإدراجات في المدونات الإلكترونية في عملية وضع كلمات مفتاحية لتوصيف محتويات هذه الإدراجات ، مما يسهل على المستخدمين من قراء المدونة الوصول إلى هذه التدوينات ببسر و مرونة .

و تؤكد نتائج الجدول رقم (17) ،الذي يوضح توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ،عدم اهتمام المدونين العرب بتوسيم محتويات إدراجاتهم ، رغم الأهمية البالغة للوسوم في المدونات الإلكترونية عامة و الإعلامية بشكل خاص ، لما لها من تأثير في ترتيب نتائج البحث باستخدام محركات البحث من جهة و التعريف بالكلمات المفتاحية في الإدراجات و بالتالي توضيح توجه المدون و اهتماماته و خطه الافتتاحي من جهة ثانية . و يُظهر التمثيل البياني رقم (34) الذي يصورتوسيم محتويات الإدراجات في مدونات العينة محل البحث الانخفاض الملحوظ للإدراجات المدعمة بالوسوم و التي تحتل نسبة 10.79% تمثل 153 إدراج مقارنة بالإدراجات غير المدعمة بالوسوم و التي تقدر نسبتها بـ 89.21% و تمثل 1265 إدراج.



التمثيل البياني رقم (34) يوضح :توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و من بين المدونين العرب من أصحاب المدونات محل الدراسة و البحث ،يهتم 09 فقط من مجموع 32 بتوسيم محتويات إدراجاتهم ، من بينهم مدونين اثنين قاما بتوسيم كل محتويات إدراجتهما ، و هما المدونة التونسية خولة القرشيحي صاحبة مدونة تراويل أنثى و المدون اليمني محمود متولي صاحب مدونة حكايا الربيع . مع العلم أن المدونتين تنطلقان من منصة واحدة هي منصة مدونات عربية Arablog.org .و يُذكر أن 04 مدونين من مجموع 05 في هذه المنصة قد قامو بتوسيم محتوياتهم ، في حين اكتفى باستغلال هذه التقنية 03 مدونين من مدوني إتحاد المدونين العرب الـ12 و مدونين اثنين فقط من منصة صحيفة إيلاف الإلكترونية .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ادراجات غير مدعمة بالسوم		ادراجات مدعمة بالسوم		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك		
15,31	217	15,30	217	0,00	00	عدنان الراجحي	
0,35	05	0,21	03	0,14	02	امل زيد	
4,45	63	4,44	63	0,00	00	لقمة عيش	
0,78	11	0,71	10	0,07	01	احمد ولد جدو	
0,21	03	0,21	03	0,00	00	لافتات	
10,30	146	10,30	146	0,00	00	ع ع م الخاطر	
4,16	59	4,16	59	0,00	00	صندوق محمد	
2,54	36	2,54	36	0,00	00	الصلاح	
9,53	136	7,97	113	1,62	23	ص الصحراء	
0,35	05	0,35	05	0,00	00	هندا براس	
2,12	30	2,12	30	0,00	00	شبابيك	
0,56	08	0,56	08	0,00	00	عصام الزامل	
15,67	222	15,66	222	0,00	00	احمد الملا	ايلاف
12,42	176	12,41	176	0,00	00	ر.ع. الزهراني	
2,33	33	2,33	33	0,00	00	باسم البغدادي	
1,62	23	1,34	19	0,28	04	شربينات أقصر	
1,27	18	0,56	08	0,71	10	مصر فايف	
1,34	19	1,34	19	0,00	00	حنان اليوسفي	عربي PostHuffington
0,42	06	0,42	06	0,00	00	م.ع. الامغاري	
0,64	09	0,63	09	0,00	00	ش.الدين النقا	
1,48	21	1,48	21	0,00	00	باسام جعارة	
1,69	24	1,69	24	0,00	00	حكم البابا	
0,14	02	0,14	02	0,00	00	احمد بادغيش	
0,28	04	0,28	04	0,00	00	حصّة اليتيمي	
0,21	03	0,21	03	0,00	00	م. عبد المنعم	
0,78	11	0,78	11	0,00	00	اسعد طه	
0,42	06	0,42	06	0,00	00	باسم العيسى	
5,01	71	0,00	00	5,01	71	تراتيل أنثى	ملونات عربية
0,56	08	0,56	08	0,00	00	يوميات	
0,64	09	0,07	01	0,56	08	المصوراتية	
0,14	02	0,00	00	0,14	02	في في ماء	
2,26	32	0,00	00	2,26	32	حكايا الربيع	
100	1418	89,21	1265	10,79	153	المجموع	

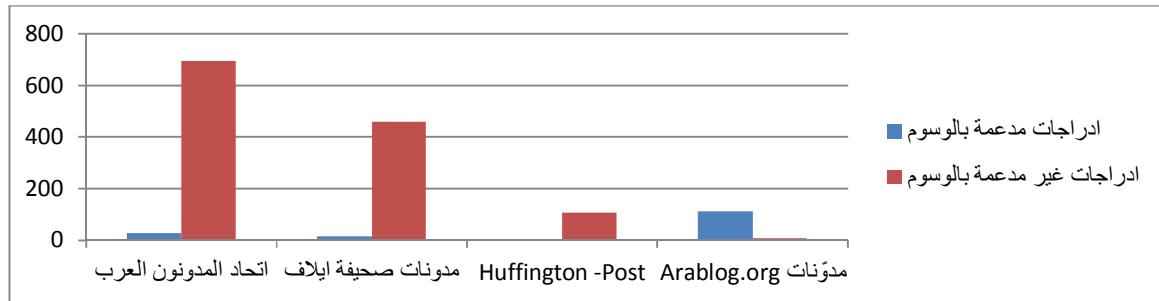
الجدول رقم (17) يوضح : توزيع محتويات الادراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) التأثير الجلي لمتغير المنصة على توسيم المحتويات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية محل الدراسة ، حيث ترتفع نسبة التوسيم في منصة مدونات عربية Arablog.org ، ويُقدر عدد الإدراجات المدعمة بالوسوم في المنصة بـ 113 بنسبة 7,97%

المجموع	ادراجات غير مدعمة بالوسوم		ادراجات مدعمة بالوسوم		
	تك	%	تك	%	
شبكة المدونون العرب	719	48,87	693	1,83	26
مدونات صحيفة ايلاف	472	32,30	458	0,99	14
Huffington -Post	105	7,40	105	0,00	00
مدونات Arablog.org	122	0,63	09	7,97	113
المجموع	1418	89.21	1265	10.79	153

الجدول رقم (18) يوضح : توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

مباجمالي 122 إدراج ، ويرجع اهتمام مدوني المنصة بتوسيم المحتويات إلى إدراكهم أهميتها و وعيهم بمدى تأثيرها في درجة انتشار تدويناتهم على الشبكة ، فمدوني عربية Arablog.org ، الذين يخضعون لاختبارات خاصة قبل الانتساب إليها ، يحظون ، قبل ممارسة التدوين في المنصة، بدورة تكوينية يُشرف من خلالها مختصون في المجال على تلقينهم أبجديات التدوين و أساسياته، و هو ما يظهر أنه يؤثر بشكل مباشر في تمكنهم من الجانب التقني في الممارسة التدوينية .و نسجل في هذا الإطار ، على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم



التمثيل البياني رقم (35) يوضح :توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير

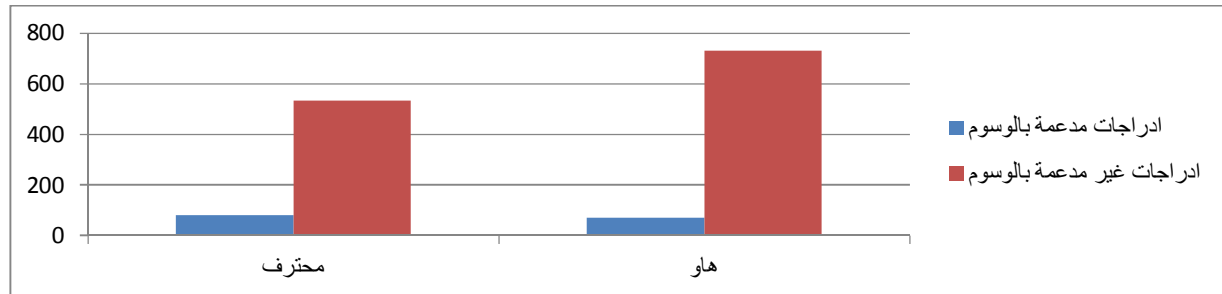
المنصة

(35) ، الغياب الكلي لأهتمام بتوسيم المحتويات في منصة Huffington -Post . أما في منصة إيلاف فتم توسيم 14 إدراج من مجموع 458 إدراج بنسبة 0,99% ، و تعود 10 إدراجات منها إلى المدون وليد إبراهيم صاحب مدونة مصر فايف ، و هو المدون الذي سبق و أن ذكرنا بتجربته في النشر الإلكتروني . في حين يظهر الاهتمام "المحتشم" بتوسيم المحتويات لدى مدوني شبكة المدونين العرب ، فالمدون الموريتاني أحمد ولد جدو

ادراجات مدعمة بالوسوم		ادراجات غير مدعمة بالوسوم		المجموع	
تكم	%	تكم	%	تكم	%
81	5,71	534	37,66	615	43,37
72	5,08	731	51,55	803	56,63
153	10,79	1265	89,21	1418	100

الجدول رقم (19) يوضح : توزيع محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

الذي فاز بمدونته بجائزة أفضل مدونة عربية في مسابقة البوبز¹ لسنة 2013 ، والذي انخفضت نسبة إدراجه بشكل لافت خلال سنة 2015 ، و لم يعتمد تقنية توسيم المحتويات إلا في إدراج واحد من مجموع إدراجه الـ 11. و نسجل ارتفاع نسبة الإدراجات المدعمة بالوسوم في مدونة صرخة الصحراء ، حيث اعتمد تقنية التوسيم في 24 إدراج من مجموع 136 إدراج ، و الملاحظ في هذا الجانب أن غالبية الإدراجات الموسومة هي إدراجات أسلوب توفير رابط ، و هو ما يعني أنه قد تمّ توسيمها من مصادرها الأصلية. و يظهر من خلال الجدول رقم (19) و كذا التمثيل البياني رقم (36) أن الإدراجات المدعمة بالوسوم تتوزع بين المدونين الهواة من جهة و المدونين الصحفيين المحترفين من جهة ثانية بشكل متقارب حيث تقدر نسبة هذا النوع من الإدراجات لدى المحترفين بـ 5,71% مقابل 5,08% لدالهواة، و عكس النحر تتوزع الإدراجات غير المدعمة بالوسوم



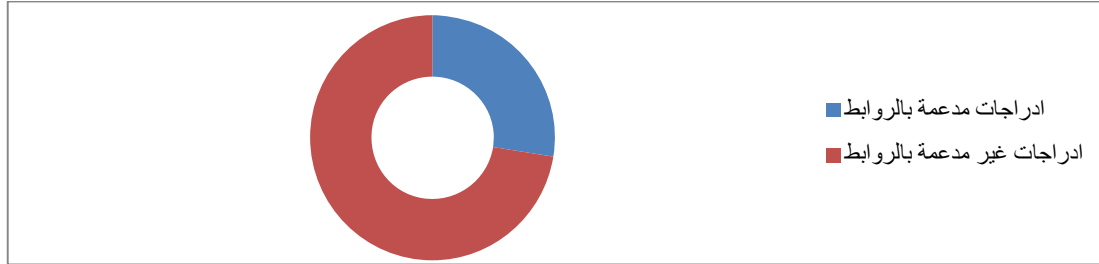
التمثيل البياني رقم (36) يوضح : توزيع محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير الاحتراف

بين الفئتين ، حيث تقدر نسبة التدوينات غير الموسومة لدى الهواة بـ 51,55% مقابل 37,66% لدى المحترفين.

¹ جائزة البوبز The BOBs اختصار لمصطلح (Best of the Blogs) و هي أكبر جائزة عالمية في مجال التدوين ومواقع الويب، تأسست عام 2004 وترعاها إذاعة صوت ألمانيا Deutsche Welle ، تمنح جائزة البوبز للمدوينين والنشطاء والصحفيين الداعمين لحرية الرأي والمدافعين عن حقوق الإنسان وتفتح مجالاً للنقاش عبر الإنترنت.

9. 3 خصائص الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

9. 3. 1 تدعيم الإدراجات بالروابط في المدونات الإلكترونية العربية : تؤكد النتائج المسجلة في الجدول رقم (21) انخفاض درجات اهتمام المدونين العرب ،من أصحاب المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة ، بتدعيم محتويات إدراجاتهم بالروابط التشعبية . باستثناء بعض الحالات الاستثنائية ، و يُظهر التمثيل البياني رقم (37) ذلك بشكل واضح إذ تقدر نسبة الإدراجات المدعمة بالروابط 27.50% مقابل 72.50% بالنسبة للإدراجات



التمثيل البياني رقم (37) يوضح :الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

غير المدعمة بالروابط و تُظهر النتائج أن 15 مدون من بين المدونين الـ 32 قد اهتموا بتدعيم محتويات إدراجاتهم و نسجل في هذا الإطار أن مدونة شبائك هي المدونة الوحيدة التي تم تدعيم كل محتويات الإدراجات فيها بالروابط وبمعدلات عالية ، حيث أن غالبية الإدراجات مدعمة بأكثر من رابط واحد ، و هو ما يظهره الجدول التالي :

نسبة %	تكرار	
13,33	04	رابط واحد
30,00	09	02 رابط
30,00	09	03 روابط
6,67	02	04 روابط
20,00	06	أكثر من 05 روابط
100	30	المجموع

الجدول رقم (20) يوضح :عدد الروابط التشعبية في إدراجات مدونة شبائك الإلكترونية

يُذكر أن مدونة شبائك ،لصاحبها رؤوف شبائك، قد انطلقت في وقت مبكر ، حيث بدأت المدونة حياتها سنة 2005 على منصة Blogger قبل أن تنتقل الى موقعها الحالي المستضيفون العرب سنة 2006، و هو ما يؤكد عمق تجربة المدون في المجال .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ادراجات غير مدعمة بالروابط		ادراجات مدعمة بالروابط		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك		
15,31	217	1,62	23	13,68	194	عدنان الراجحي	شبكة المدونون العرب
0,35	05	0,35	05	0,00	00	امل زياد	
4,45	63	2,89	41	1,55	22	لقمة عيش	
0,78	11	0,07	01	0,71	10	احمد ولد جدو	
0,21	03	0,21	03	0,00	00	لافتات	
10,30	146	10,30	146	0,00	00	ع م الخاطر	
4,16	59	3,10	44	1,06	15	صندوق محمد	
2,54	36	2,26	32	0,28	04	الصلاح	
9,53	136	6,84	97	2,75	39	ص الصحراء	
0,35	05	0,14	02	0,21	03	هندا براس	
2,12	30	0,00	00	2,12	30	شبابيك	
0,56	08	0,56	08	0,00	00	عصام الزامل	
15,67	222	15,51	220	0,14	02	احمد الملا	إبلا
12,42	176	12,41	176	0,00	00	ر.ع. الزهراني	
2,33	33	0,21	03	2,12	30	باسم البغدادي	
1,62	23	1,62	23	0,00	00	شربينيات أقصر	
1,27	18	0,00	00	1,27	18	مصر فايف	
1,34	19	0,14	02	1,20	17	حنان اليوسفي	PostHuffington عربي
0,42	06	0,42	06	0,00	00	م. ع. الامغاري	
0,64	09	0,63	09	0,00	00	ش.الدين النقا	
1,48	21	1,41	20	0,07	01	بسام جعارة	
1,69	24	1,69	24	0,00	00	حكم البابا	
0,14	02	0,14	02	0,00	00	احمد بادغيش	
0,28	04	0,28	04	0,00	00	حصة اليتيمي	
0,21	03	0,21	03	0,00	00	م. عبد المنعم	
0,78	11	0,78	11	0,00	00	اسعد طه	
0,42	06	0,42	06	0,00	00	باسم العيسي	
5,01	71	4,80	68	0,21	03	تراتيل أنثى	مدونات عربية
0,56	08	0,56	08	0,00	00	يوميات	
0,64	09	0,49	07	0,14	02	المصوراتية	
0,14	02	0,14	02	0,00	00	في فمي ماء	
2,26	32	2,26	32	0,00	00	حكايا الربيع	
100	1418	72.50	1028	27.50	390	المجموع	

الجدول رقم (21) يوضح : الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

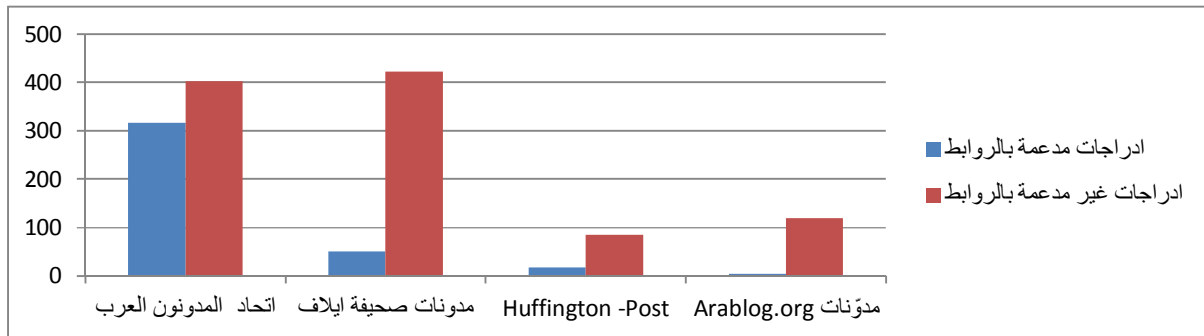
و على نفس النحو نسجل اهتمام المدون أحمد ولد جدو بتدعيم إدراجاته بالروابط ، هذه الأخيرة التي تغيب في إدراج واحد فقط من مجموع إدراجات المدون خلال سنة 2015. و بشكل لافت ، يدعم كل من باسم البغدادي من منصة إيلاف و حنان اليوسفي من منصة Huffington -Post إدراجتهما بالروابط ، إذ يهتم كلاهما بوصل المعلومات الواردة في مدونتيهما بمصادرها الأصلية .

و تُظهر نتائج الجدول رقم (22) طبيعة العلاقة التي تربط متغير المنصة بمتغير تدعيم الإدراجات بالروابط حيث لا يهتم مدونو منصة عربية Arablog.org، بشكل مثير للاستفهام ، بتدعيم إدراجات مدوناتهم بالروابط . حيث تقدر نسبة الإدراجات المدعمة بالروابط بـ 0,35% و التي تمثل 05 إدراجات فقط من مجموع 122 إدراج تابع للمنصة موزعة بين المدونتين تراتيل أنثى بـ 03 إدراجات من بين 71 إدراج و المصوراتية بإدراجين اثنين من مجموع 09 إدراجات ، في حين لم يهتم نهائيا باقي مدوني المنصة بتدعيم إدراجتهم بالروابط .

ادراجات مدعمة بالروابط		ادراجات غير مدعمة بالروابط		المجموع	
تك	%	تك	%	تك	%
317	22,36	402	28,35	719	50,71
50	3,53	422	29,76	472	33,29
18	1,27	85	5,99	105	7,40
05	0,35	119	8,39	122	8,60
390	27,50	1028	72,50	1418	100
شبكة المدونون العرب		مدونات صحيفة إيلاف		Huffington -Post	
مدونات Arablog.org		المجموع			

الجدول رقم (22) يوضح : الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

بالمقابل ، و على النحو الذي يعكسه التمثيل البياني رقم (38) ترتفع نسبة الإدراجات المدعمة في مدونات



التمثيل البياني رقم (38) يوضح : الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

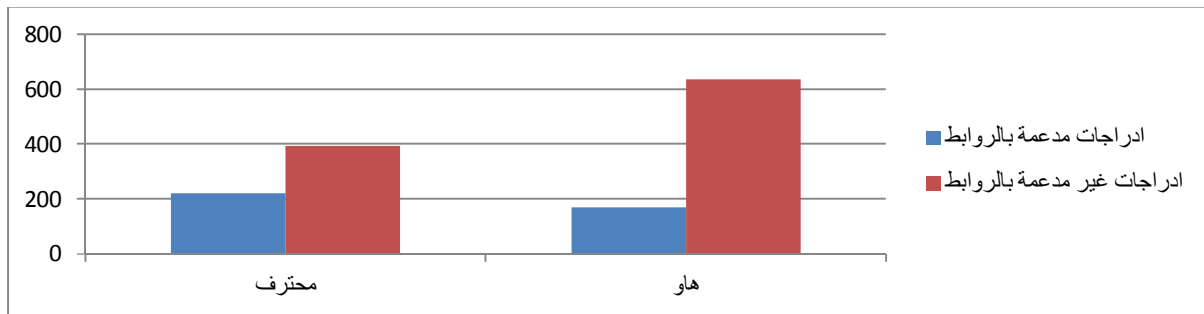
شبكة المدونين العرب ، حيث يبلغ عدد هذا النوع من الإدراجات الـ 317 بنسبة 22,36% مقابل 402 إدراج غير مدعم بالروابط بنسبة 28,35% .

من خلال الجدول رقم (23) ، الذي يصور العلاقة بين متغيري الاحتراف و تدعيم محتويات الإدراجات بالروابط، يظهر اهتمام المدونين المحترفين بتدعيم إدراجاتهم بالروابط ، ذلك أنهم يدركون الأهمية الإعلامية

ادراجات مدعمة بالروابط		ادراجات غير مدعمة بالروابط		المجموع	
تك	%	تك	%	تك	%
222	15,66	393	27,72	615	43,37
168	11,85	635	44,78	803	56,63
390	27,50	1028	72,50	1418	100
محترف		هاو		المجموع	

الجدول رقم (23) يوضح : الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

لذكر مصادر المعلومات و دورها في رفع مصداقية إدراجاتهم ، و هو ما يترجمه التمثيل البياني رقم (39) ، حيث يقدر عدد الإدراجات المدعمة بالروابط في مدونات الصحفيين المحترفين بـ 222 إدراج من مجموع 615 إدراج بنسبة 15,66%، في حين لا يتجاوز عدد هذا النوع من الإدراجات الـ 168 إدراج من مجموع 803 إدراج لدى الهواة بنسبة 11,85% .

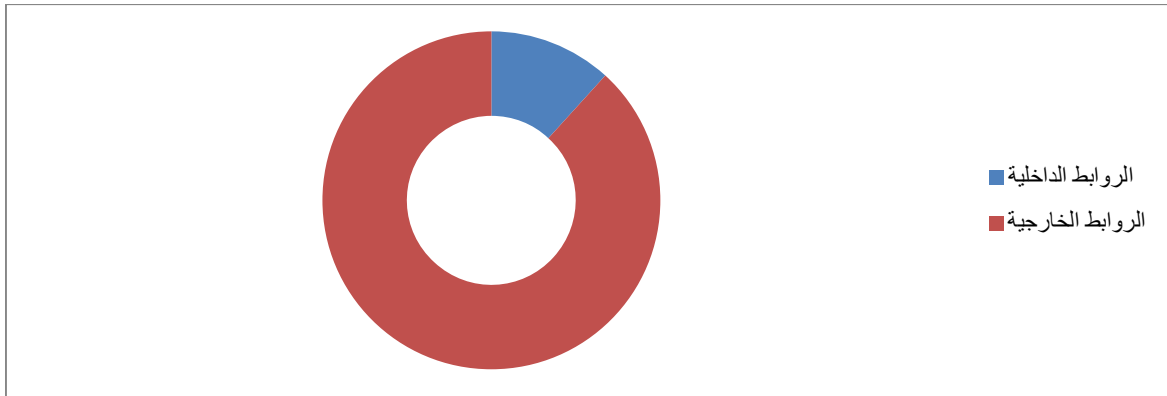


التمثيل البياني رقم (39) يوضح : الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة حسب متغير الاحتراف

و يعتبر المدون عدنان الراجحي المدون المحترف الأكثر تدعيماً لإدراجاته بالروابط و التي تقدر في مدونته بـ 194 إدراج من إجمالي 217 تدوينة و تشاركه هذا الاهتمام كل من الصحفيتين هند السباعي الإدريسي و حنان اليوسفي ، في حين نسجل عدم اهتمام أحمد الملا بتدعيم إدراجاته بالروابط إذ يقدر عدد الإدراجات المدعمة بالروابط في مدونته بإدراجين اثنين فقط من إجمالي 222 تدوينة .

9. 3. 2 أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية : تبين النتائج المسجلة في الجدول رقم (24) أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة و يظهر أن غالبية روابط الإدراجات هي روابط خارجية تحيل في مجملها إلى مواقع إلكترونية لها علاقة بمواضيع الإدراجات إما باعتبارها مصادر للمعلومات أو لكونها تحمل مضامين مماثلة .

و يظهر التمثيل البياني رقم (40) الحجم الكبير للإدراجات المدعمة بالروابط الخارجية و التي تقدر بـ 344 بنسبة 88.21% مقارنة بالإدراجات المدعمة بالروابط الداخلية التي يقدر عددها بـ 46 إدراج فقط بنسبة 11.79% .



التمثيل البياني رقم (40) يوضح :أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و تتعلق الروابط الداخلية في العينة المدروسة بجملة من المحتويات التي قام المدونون بإنشائها أو تحميلها على مدوناتهم ، فعلى سبيل المثال يدعم رؤوف شبايك 07 إدراجات على مدونته بروابط داخلية على غرار تدوينة "قصة نجاح" التي تروي تفاصيل قصة نجاح شاب مصري في التأسيس لعمل تجاري دولي ناجح جنوب القارة الإفريقية ، حيث أدرج هذه التدوينة يوم 2015/05/09 و دعمها بثلاث روابط يحيل أولها الى تدوينة سابقة أدرجها المدون بتاريخ 2015/09/16 و التي تحدث من خلالها على تجربة الشاب قبل توجهه إلى جنوب أفريقيا .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		الروابط الخارجية		الروابط الداخلية		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك		
49,74	194	41,54	162	8,21	32	عدنان الراجحي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	امل زيد	
5,64	22	4,87	19	0,77	03	لقمة عيش	
2,56	10	2,56	10	0,00	00	احمد ولد جدو	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	لافتات	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ع ع م الخاطر	
3,85	15	3,33	13	0,51	02	صندوق محمد	
1,03	04	1,03	04	0,00	00	الصلاح	
10,00	39	10,00	39	0,00	00	ص الصحراء	
0,77	03	0,77	03	0,00	00	هنذا براس	
7,69	30	5,90	23	1,79	07	شبابيك	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	عصام الزامل	
0,51	02	0,51	02	0,00	00	احمد الملا	إلاف
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ر.ع.الزهراني	
7,69	30	7,18	28	0,51	02	باسم البغدادي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	شربينييات أقصر	
4,62	18	4,62	18	0,00	00	مصر فايف	
4,36	17	4,36	17	0,00	00	حنان اليوسفي	PostHuffington عربي
0,00	00	0,00	00	0,00	00	م.ع. الامغاري	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ش.الدين النقا	
0,26	01	0,26	01	0,00	00	باسم جعارة	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حكم البابا	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	احمد بادغيش	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حصة اليتيمي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	م. عبد المنعم	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	اسعد طه	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	باسم العبسي	
0,77	03	0,77	03	0,00	00	تراتيل انثى	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	يوميات	
0,51	02	0,51	02	0,00	00	المصوراتية	مدونات عربية
0,00	00	0,00	00	0,00	00	في في ماء	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حكايا الربيع	
100	390	88.21	344	11.79	46	المجموع	

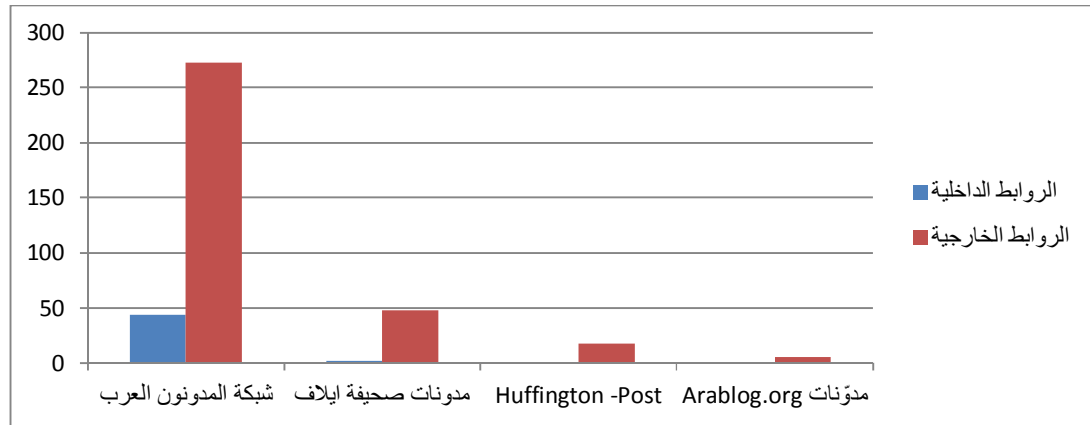
الجدول رقم (24) يوضح: أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و يُظهر الجدول رقم (25) ، الذي يصف نوع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة ، طبيعة العلاقة بين متغيري المنصة و نوع الرابط ، إذ ترتفع نسبة الروابط الخارجية في كل الإدراجات بغض النظر عن طبيعة المنصة .

	الروابط الداخلية		الروابط الخارجية		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
شبكة المدونون العرب	44	11,28	273	70,00	317	81,28
مدونات صحيفة إيلاف	02	0,51	48	12,31	50	12,82
Huffington –Post	00	0,00	18	4,62	18	4,62
مدونات Arablog.org	00	0,00	05	1,28	05	1,28
المجموع	46	11,79	344	88,21	390	100

الجدول رقم (25) يوضح : نوع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

و يمكن رصد طبيعة هذه العلاقة من خلال التمثيل البياني رقم (41) ، فمدونات اتحاد المدونين العرب



التمثيل البياني رقم (41) يوضح : أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير

المنصة

الأكثر توفيراً للروابط الخارجية في محتويات إدراجاتها إذ تحوي روابط خارجية في 273 إدراج بنسبة 70,00% مقابل 44 إدراج يحمل رابط داخلي بنسبة 11,28% ، و على نفس النحو يوفر مدونو صحيفة إيلاف الإلكترونية 48 رابط خارجي في إدراجاتهم بنسبة 12,31% مقابل رابطين داخليين فقط في مدونة باسم البغدادي والذين يوفرهما المدون للرجوع إلى إدراجين سابقين. و بينما تغيب نهائياً الروابط الداخلية في منصتي

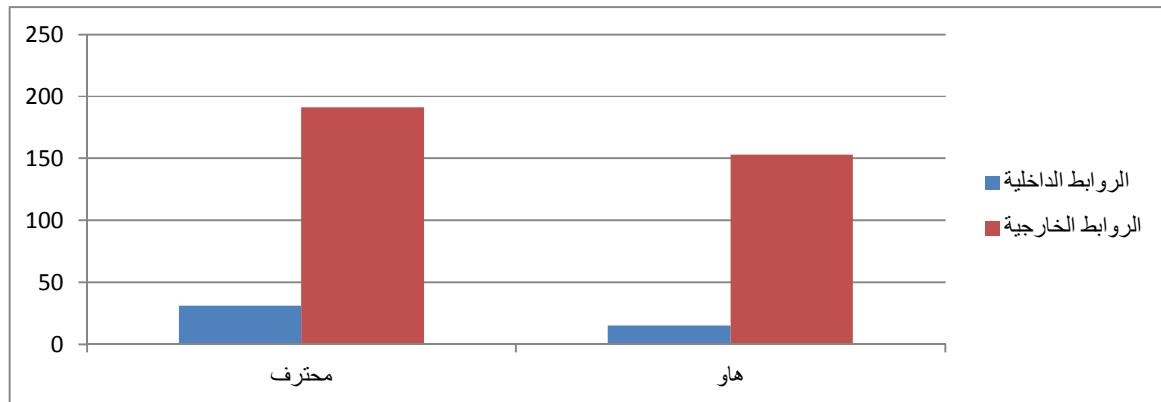
Huffington –Post و مدونات عربية Arablog.org ، فإن مدونو المنصتين يدعمون إدراجاتهم بالروابط الخارجية بنسبة 4,62% و 1,28% على التوالي .

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (26) تأثير متغير الاحتراف في أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة و إن كان تأثيراً طفيفاً ، فالمدونون الصحفيون المحترفون أكثر

	الروابط الداخلية		الروابط الخارجية		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
محترف	31	7,95	191	48,97	222	56,92
هاو	15	3,85	153	39,23	168	43,08
المجموع	46	11,79	344	88,21	390	100

الجدول رقم (26) يوضح: نوع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

تدعيماً لمواضيع إدراجاتهم بالروابط الخارجية التي تحيل الى مصادر الأخبار و المعلومات الواردة فيها ، غير أن ذلك لا يمنعنا من ملاحظة اهتمام بعض المدونين الهواة ،ممن يملكون تجارب جادة و ناجحة في الممارسة التدوينية ، بإضفاء المصداقية على إدراجاتهم من خلال توفير روابط خارجية لمصادر الخبر على غرار المدون أحمد و لد جدو و باسم البغدادي و حمد الدرباس صاحب مدونة صندوق حمد.



التمثيل البياني رقم (42) يوضح: أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير

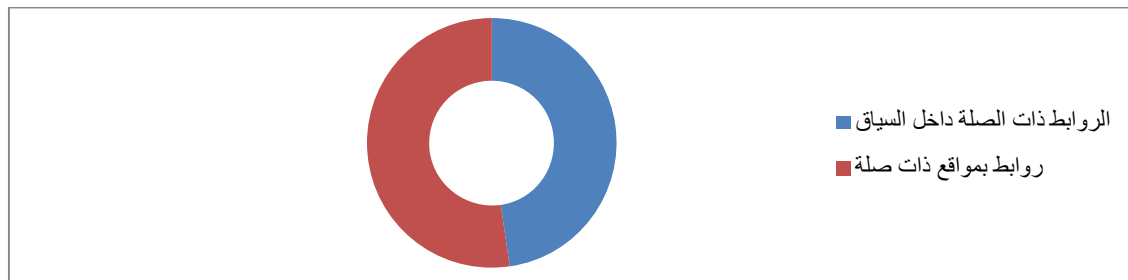
الاحتراف

وعلى النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم (42) ترتفع نسبة الروابط الخارجية لدى المدونين الصحفيين المحترفين و التي تقدر بـ 48,97 % مقابل 7,95 % للروابط الداخلية و في نفس الاتجاه ترتفع نسبة الروابط الخارجية لدى المدونين الهواة بنسبة 39,23 % مقابل الروابط الداخلية بنسبة 3,85 %.

3.3.9 طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية: تتوزع روابط الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة بالتساوي تقريبا على مجموعتين ، تتمثل المجموعة الأولى في الإدراجات المدعمة بالروابط ذات الصلة داخل السياق و هي مجموع الروابط التي تُدعم الإدراج بمزيد من المعلومات إما شرحا لما جاء فيه من وقائع أو تأكيدا عليها أو إحالة لمستويات أخرى للفكرة أو الحدث أو القضية المعالجة في الإدراج. و تتعلق المجموعة الثانية بالإدراجات المدعمة بروابط المواقع ذات الصلة و هي الروابط التي تحيل القارئ إلى مواقع أخرى على الشبكة باعتبارها مصدرا للمعلومة.

و يظهر الجدول رقم (27) طبيعة الروابط التشعبية في كل مدونات العينة المدروسة ، حيث تشكل الروابط ذات الصلة داخل السياق في اكثر المدونات احتواء على ادراجات مدعمة بالروابط ، و هي مدونة عدنان الراجحي ، نسبة 18,21 % و تمثل 71 إدراج . بينما تقدر نسبة الإدراجات التي تحوي روابط بمواقع ذات صلة بـ 31,54 % و هي النسبة التي تمثل 123 إدراج من المدونة نفسها . وعلى خلاف ذلك ترتفع نسب الإدراجات التي تحوي روابط ذات الصلة داخل السياق مقارنة بالإدراجات التي تحوي روابط بمواقع ذات صلة في كل من مدونتي لقمة عيش و مصر فايف حيث تقدر نسبة إدراجات النوع الأول من الإدراجات في المدونتين بـ 4,62 % و 3,08 % على التوالي ، في حين تبلغ نسب النوع الثاني 1,03 % و 1,54 % .

و مثلما يبين التمثيل البياني رقم (43) تقل نسبة الإدراجات التي تحوي روابط ذات الصلة داخل السياق بـ 47.69 % وهي النسبة التي تمثل 186 إدراج مقارنة بالإدراجات التي تحوي روابط بمواقع ذات صلة بنسبة 52.31 % تمثل 204 إدراجات .



التمثيل البياني رقم (43) يوضح: طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		روابط بمواقع ذات صلة		الروابط ذات الصلة داخل السياق		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك		
49,74	194	31,54	123	18,21	71	عدنان الراجحي	شبكة المدونون العرب
0,00	00	0,00	00	0,00	00	امل زيد	
5,64	22	1,03	04	4,62	18	لقمة عيش	
2,56	10	1,79	07	0,77	03	احمد ولد جدو	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	لافتات	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ع ع م الخاطر	
3,85	15	0,26	01	3,59	14	صندوق محمد	
1,03	04	0,77	03	0,26	01	الصلاح	
10,00	39	2,56	10	7,44	29	ص الصحراء	
0,77	03	0,77	03	0,00	00	هندا براس	
7,69	30	0,51	02	7,18	28	شبابيك	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	عصام الزامل	
0,51	02	0,51	02	0,00	00	احمد الملا	بلاف
0,00	00	0,00	00	0,00	00	رع.الزهراني	
7,69	30	5,90	23	1,79	07	باسم البغدادي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	شربينيات أقصر	
4,62	18	1,54	06	3,08	12	مصر فايف	
4,36	17	3,85	15	0,51	02	حنان اليوسفي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	م. ع. الامغاري	PostHuffington عربي
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ش.الدين النفاذ	
0,26	01	0,26	01	0,00	00	بسام جعارة	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حكم البابا	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	احمد بادغيش	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حصّة اليتيمي	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	م. عبد المنعم	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	اسعد طه	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	باسم العبسي	
0,77	03	0,51	02	0,26	01	تراتيل أنثى	مدونات عربية
0,00	00	0,00	00	0,00	00	يوميات	
0,51	02	0,51	02	0,00	00	المصورتية	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	في فمي ماء	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	حكايا الربيع	
100	390	52.31	204	47.69	186	المجموع	

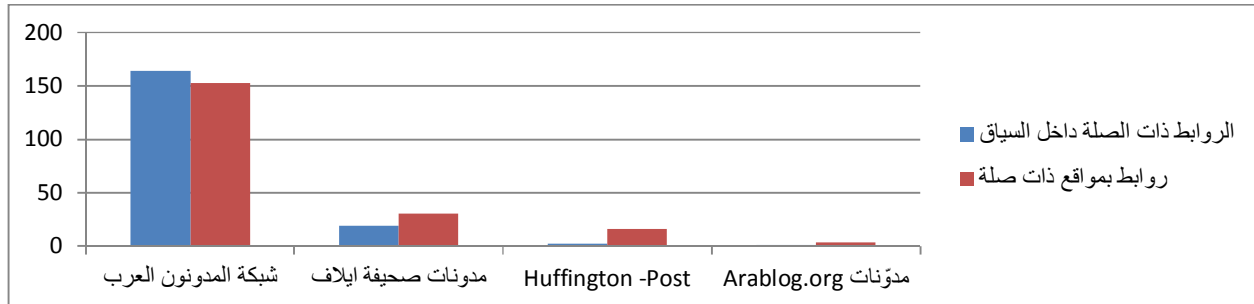
الجدول رقم (27) يوضح: طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و يُظهر الجدول رقم (28) علاقة متغير المنصة بمتغير طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ، حيث يتبين أن أكثر المدونات احتواء على الإدراجات المدعمة بالروابط هي مدونات شبكة المدونين العرب ، و التي تقدر بـ 317 بنسبة 81,28% من مجموع 390 إدراج ، موزعة بشكل متقارب بين المجموعتين حيث تقدر نسبة الإدراجات المدعمة بالروابط ذات الصلة داخلاً لسياق بـ 39,23% مقابل 42,05% بالنسبة للإدراجات المدعمة بروابط لمواقع ذات صلة في مدونات هذه المنصة .

	الروابط ذات الصلة داخل السياق		روابط بمواقع ذات صلة		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%
شبكة المدونين العرب	164	42,05	153	39,23	317	81,28
مدونات صحيفة إيلاف	19	4,87	31	7,95	50	12,82
Huffington -Post	02	0,51	16	4,10	18	4,62
مدونات Arablog.org	01	0,26	04	1,03	05	1,28
المجموع	186	47.69	204	52.31	390	100

الجدول رقم (28) يوضح : طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

و على نفس النحو المتقارب الذي يظهر في التمثيل البياني رقم (44) ، تتوزع الإدراجات المدعمة بالروابط بين النوعين (الروابط ذات الصلة داخل السياق و روابط بمواقع ذات صلة) في منصتي صحيفة إيلاف الإلكترونية و مدونات عربية Arablog.org . في حين تفوق نسبة الإدراجات المدعمة بروابط لمواقع ذات صلة و المقدرة بـ 1,03% في منصة Huffington –Post نسبة الإدراجات المدعمة بالروابط ذات الصلة داخل السياق و البالغة نسبة 0,26% و التي تعود في مجملها إلى المدونة الصحفية المحترفة حنان اليوسفي ، صاحبة المدونة الأكثر استخداماً لتقنية تدعيم المحتويات بالروابط في المنصة و التي توفر روابط لمواقع ذات صلة في 15 إدراج في مدونتها .



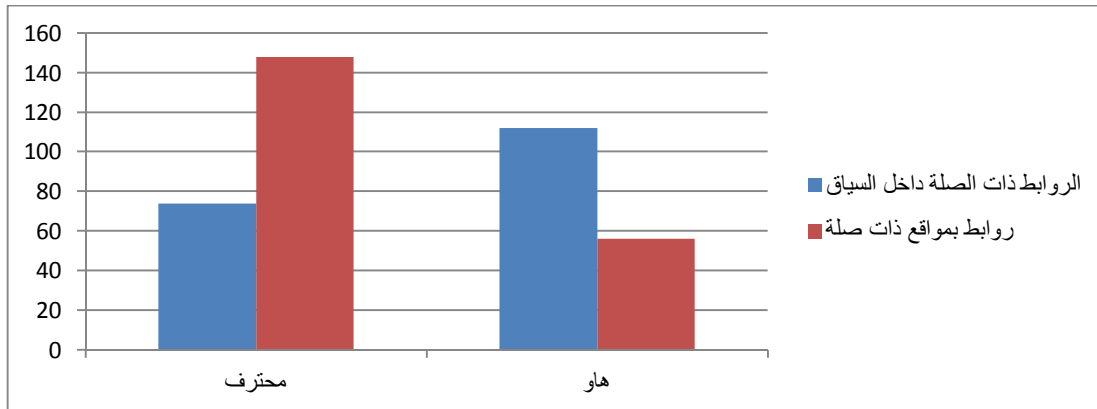
التمثيل البياني رقم (44) يوضح : طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

و يُوضح الجدول رقم (29) متبوعا بالتمثيل البياني رقم (45) العلاقة بين متغيري الاحتراف و طبيعة

المجموع	روابط بمواقع ذات صلة		الروابط ذات الصلة داخل السياق	
	تك	%	تك	%
محترف	222	56,92	148	37,95
هاو	168	43,08	56	28,72
المجموع	390	100	204	52,31

الجدول رقم (29) يوضح : طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

الروابط التشعبية ، حيث يلاحظ ارتفاع نسبة الإدراجات المدعمة بروابط لمواقع ذات صلة لدى المدونين الصحفيين المحترفين بنسبة 37,95% مقارنة بالإدراجات المدعمة بالروابط ذات الصلة داخل السياق بنسبة 18,97% ، هذا النوع الأخير من الإدراجات الذي ترتفع نسبته لدى الهواة بـ 112 إدراج مدعم بروابط تحمل معلومات إضافية تسهم في شرح مواضيع الإدراجات بنسبة 28,72% ، في حين يبلغ عدد الإدراجات المدعمة بروابط لمواقع ذات صلة 56 إدراج بنسبة 14,36% ، و هو ما يعني ميل الهواة من المدونين إلى تدعيم محتويات إدراجاتهم بالروابط شرحا و تفسيريا لمحتوياتها ، في حين يوظفها المدونون الصحفيون المحترفون في ربط المعلومات الواردة في إدراجاتهم بمصادر الأخبار .



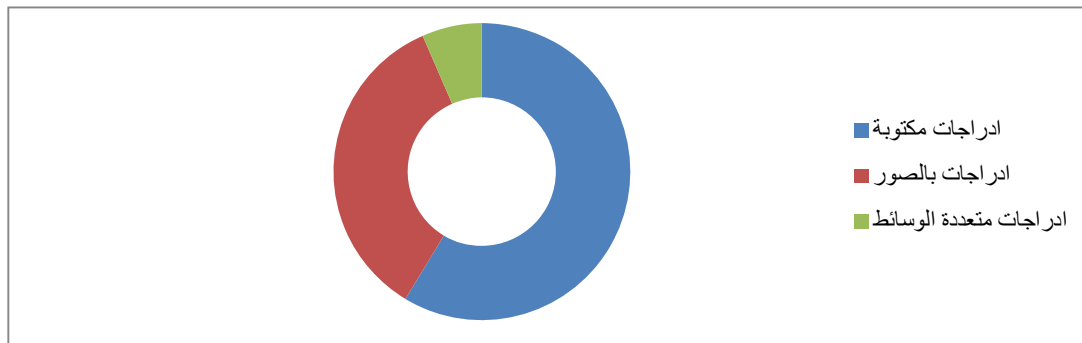
التمثيل البياني رقم (45) يوضح : طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

9. 4 طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

تتنوع وسائط بث و نشر الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حيث لوحظ ، على مستوى الدراسة الاستكشافية خاصة، توزعها على ثلاث أنواع رئيسية هي التدوينات المكتوبة و المكتوبة المدعمة بالصور ، إضافة الى تلك المتعددة الوسائط و التي تحوي مقاطع فيديو مدعمة بنصوص مكتوبة .

و يُظهر الجدول رقم (30) طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة و التي تتصدرها الإدراجات المكتوبة التي بلغت 831 إدراج بنسبة 58.60% . و ترتفع نسبة الإدراجات المكتوبة بفعل اعتماد عدد من المدونين النشطاء الذين يتميزون بغزارة الإدراج على الكلمة المكتوبة في ممارسة التدوين على غرار المدون عبد العزيز محمد الخاطر الذي أدرج خلال سنة 2015 ما يعادل 146 تدوين مكتوبة . إضافة إلى المدون الصحفي المحترف أحمد الملا في منصة إيلاف ، الذي اكتفى بالمحتوى المكتوب في إدراجه البالغة 222 إدراج . و كذا المدون رياض الزهراني من نفس المنصة و الذي أدرج 176 تدوينة مكتوبة خلال سنة الدراسة ، إضافة إلى عدد آخر من المدونين المحترفين و الهواة و الذين ، وإن لم تتميز مدوناتهم بكثافة الإدراج ، إلا أنها اقتصرت على المكتوب مثل مدونة عصام الزامل ، مدونة شريينيات الأقصر ، مدونة مولاي علي الأمغاري ، مدونة بسام جعارة ، مدونة أحمد بادغيش ، مدونة حصّة اليتيمي ، مدونة بسام العبسي و مدونة يوميات مواطن عادي من فلسطين و هي المدونات "المكتوبة" التي بلغت عدد إدراجاتها على التوالي 08 ، 23 ، 18 ، 06 ، 21 ، 02 ، 02 ، 04 ، 06 ، 08 .

بناء على بيانات الجدول رقم (30) و على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم (46) يتضح الانخفاض



التمثيل البياني رقم (46) يوضح: طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

الملحوظ لنسبة الوسائط المتعددة في إدراجات المدونات محل البحث و التي تُقدر بـ 93 إدراج بنسبة 6.56%.

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ادراجات متعددة الوسائط		ادراجات بالصور		ادراجات مكتوبة		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك		
15,31	217	2,82	40	11,71	166	0,78	11	عدنان الراجحي	شبكة المدونون العرب
0,35	05	0,00	00	0,28	04	0,07	01	امل زباد	
4,45	63	1,06	15	3,10	44	0,28	04	لقمة عيش	
0,78	11	0,28	04	0,49	07	0,00	00	احمد ولد جدو	
0,21	03	0,07	01	0,00	00	0,14	02	لافتات	
10,30	146	0,00	00	0,00	00	10,30	146	ع ع م الخاطر	
4,16	59	0,00	00	0,21	03	3,95	56	صندوق محمد	
2,54	36	0,00	00	2,40	34	0,14	02	الصلاح	
9,53	136	1,27	18	6,28	89	2,05	29	ص الصحراء	
0,35	05	0,14	02	0,14	02	0,07	01	هندا براس	
2,12	30	0,07	01	2,05	29	0,00	00	شبابيك	
0,56	08	0,00	00	0,00	00	0,56	08	عصام الزامل	
15,67	222	0,00	00	0,00	00	15,66	222	احمد الملا	ايلاف
12,42	176	0,00	00	0,00	00	12,41	176	رع. الزهراني	
2,33	33	0,00	00	1,34	19	0,99	14	باسم البغدادي	
1,62	23	0,00	00	0,00	00	1,62	23	شربينيات أقصر	
1,27	18	0,00	00	0,00	00	1,27	18	مصر فايف	
1,34	19	0,14	02	1,06	15	0,14	02	حنان اليوسفي	PostHuffington عربي
0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,42	06	م. ع. الامغاري	
0,64	09	0,00	00	0,21	03	0,42	06	ش.الدين النقاز	
1,48	21	0,00	00	0,00	00	1,48	21	باسام جعارة	
1,69	24	0,00	00	0,07	01	1,62	23	حكم البابا	
0,14	02	0,00	00	0,00	00	0,14	02	احمد بادغيش	
0,28	04	0,00	00	0,00	00	0,28	04	حصة اليتيمي	
0,21	03	0,21	03	0,00	00	0,00	00	م. عبد المنعم	
0,78	11	0,07	01	0,00	00	0,71	10	اسعد طه	
0,42	06	0,00	00	0,00	00	0,42	06	باسم العبسي	
5,01	71	0,00	00	4,72	67	0,28	04	تراتيل أنثى	مدونات عربية
0,56	08	0,00	00	0,00	00	0,56	08	يوميات	
0,64	09	0,35	05	0,28	04	0,00	00	المصوراتية	
0,14	02	0,07	01	0,07	01	0,00	00	في فمي ماء	
2,26	32	0,00	00	0,42	06	1,83	26	حكايا الربيع	
100	1418	6.56	93	34.84	494	58.60	831	المجموع	

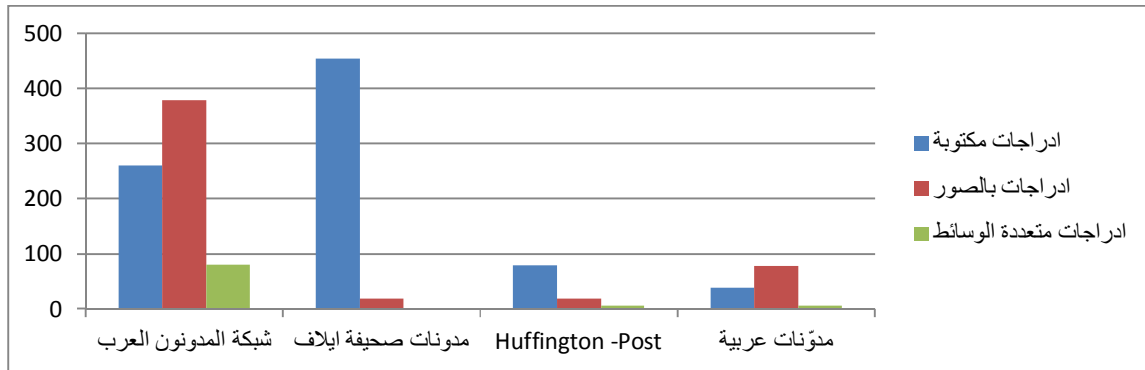
الجدول رقم (30) يوضح : طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و يبين الجدول رقم (31) العلاقة بين متغيري المنصة و طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ، حيث ترتفع نسب الإدراجات المكتوبة في منصتي Huffington –Post و صحيفة إيلاف الإلكترونية مقارنة بباقي الوسائط ، بالمقابل ترتفع نسبة الإدراجات المكتوبة المدعمة بالصور في منصة مدونات عربية Arablog.org بنسبة 5,50% و التي تمثل 78 إدراج مقابل 38 إدراج مكتوب بنسبة 2,68% و 06 إدراجات متعددة الوسائط بنسبة 0,42% .

	ادراجات مكتوبة		ادراجات بالصور		ادراجات متعددة الوسائط		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
شبكة المدونون العرب	260	18,34	378	26,66	81	5,71	719	50,71
مدونات صحيفة إيلاف	453	31,95	19	1,34	00	0,00	472	33,29
Huffington–Post	80	5,64	19	1,34	06	0,42	105	7,40
مدونات عربية	38	2,68	78	5,50	06	0,42	122	8,60
المجموع	831	58.60	494	34.84	93	6.56	1418	100

الجدول رقم (31) يوضح : طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

على نفس النحو ، و مثلما هو موضح في التمثيل البياني رقم (47) ترتفع نسبة الإدراجات المكتوبة المدعمة بالصور في مدونات شبكة المدونين العرب والمقدرة بـ 378 إدراج بنسبة 26,66% مقابل 260 إدراج مكتوب بنسبة 18,34% ، كما نلاحظ انعدام إدراجات الوسائط المتعددة في مدونات منصة إيلاف الإلكترونية .



التمثيل البياني رقم (47) يوضح: طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

و توضح نتائج الجدول رقم (32) طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف ، حيث تتوزع نسب الوسائط المختلفة بين المدونين الهواة و المدونين الصحفيين المحترفين بنسب متقاربة ما يعني أن أصحاب المدونات المدروسة يُفضلون إجمالاً ، وبغض النظر عن احترافهم العمل الصحفي ، التدوين المكتوب و المكتوب مع الصور.

	ادراجات مكتوبة		ادراجات بالصور		ادراجات متعددة الوسائط		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
محترف	303	21,37	259	18,27	53	3,74	615	43,37
هوا	528	37,24	235	16,57	40	2,82	803	56,63
المجموع	831	58,60	494	34,84	93	6,56	1418	100

الجدول رقم (32) يوضح : طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

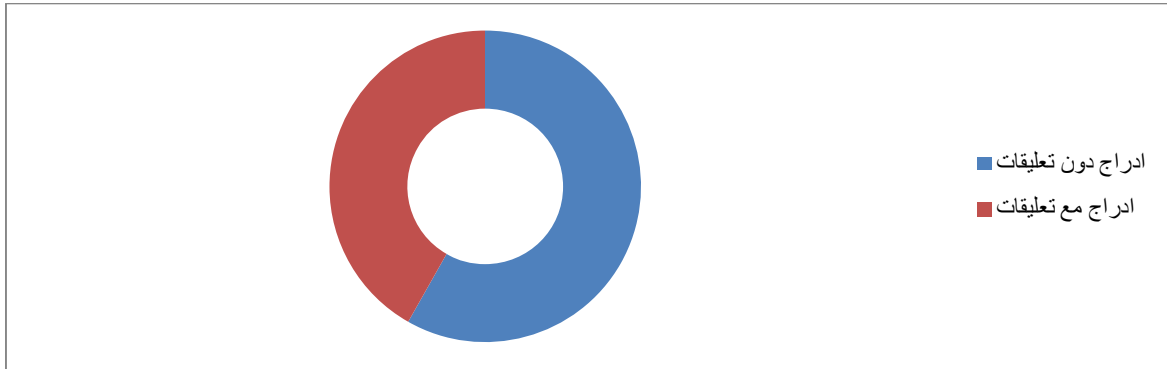
و على نفس النحو يصور التمثيل البياني رقم (48) تدرج اهتمام مدوني العينة المدروسة بالإدراجات المكتوبة و الإدراجات المكتوبة المدعمة بالصور و الإدراجات متعددة الوسائط بشكل متقارب بين الفئتين ، حيث تقدر نسبة الإدراجات متعددة الوسائط لدى المدونين الصحفيين المحترفين بـ 3,74% بمجموع إدراجات يقدر بـ 53 إدراج مقابل 2,82% لدى المدونين الهواة بمجموع إدراجات يقدر بـ 40 إدراج . في حين تقدر نسبة الإدراجات المكتوبة المدعمة بالصور لدى المدونين الصحفيين المحترفين بـ 18,27% تمثل 259 إدراج مقابل 16,57% تمثل 235 إدراج لدى المدونين الهواة .



التمثيل البياني رقم (48) يوضح : طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة حسب متغير المنصة

9. 5 التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

يُوضح الجدول رقم (33) التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة و تُظهر بيانات الجدول أن عدد الإدراجات التي تفاعل معها قراء المدونات أقل من تلك التي لم يتفاعل معها ، إذ تُقدر نسبة الإدراجات دون تعليق بـ 58.25% مقابل ما نسبته 41.75% من الإدراجات التي تم التعليق على محتوياتها . و هو ما يوضحه التمثيل البياني رقم (49) .



التمثيل البياني رقم (49) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و إن كشفت الدراسة التطبيقية ضعف تفاعل القراء مع محتويات الإدراجات عن طريق التعليق ، فإنه يجب الإشارة أيضا إلى أن المدونين أنفسهم لا يهتمون بجانب التعليق في إدراجاتهم ، إذ لم نسجل أي مبادرة رد على تعليق في المدونات ذات نسب التعليقات العالية ، على غرار مدونات عدنان الراجحي ، أحمد الملا ، أحمد ولد جدو . وبالمقابل هناك بعض الحالات التي تعتبر استثناء ، فقد تفاعل المدون أبو المعالي فائق في مدونته لقمة عيش من خلال رده على بعض التعليقات ، و هو ما تمّ تسجيله أيضا في مدونة شبايك و هو ما يؤكد حقيقة تطور الممارسة التدوينية في مصر مقارنة بالدول العربية الأخرى .

و من بين أهم الملاحظات المسجلة ، أن التعليق على محتويات الإدراجات في المدونات موضع البحث مرتبط بعاملين اثنين ، يتمثل أولهما في الشهرة . فعنان الراجحي المراسل الحربي الذي يهتم بتغطية أخبار عاصفة الحزم التي تخوضها المملكة العربية السعودية في اليمن ، و الذي يعمل في مدونته ، إضافة إلى الإدراجات و الصور التي يلتقطها حصريا للمدونة، على توفير مقاطع فيديو للنتقارير و الأخبار التي يُعدها لصالح قناة بلفيس الفضائية . و هو يحظى في ذلك بتفاعل كبير من قبل قراء مدونته ، إذ يقدر عدد الإدراجات التي تفاعل معها قراء المدونة بـ 159 إدراج من مجموع 217 إدراج .

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		ادراج مع تعليقات		ادراج دون تعليقات		المدونة	شبكة المدونون العرب
%	تك	%	تك	%	تك		
15,31	217	11,21	159	4,09	58	عدنان الراجحي	شبكة المدونون العرب
0,35	05	0,00	00	0,35	05	امل زياد	
4,45	63	1,20	17	3,24	46	لقمة عيش	
0,78	11	0,78	11	0,00	00	احمد ولد جدو	
0,21	03	0,14	02	0,07	01	لافتات	
10,30	146	2,75	39	7,55	107	ع ع م الخاطر	
4,16	59	0,00	00	4,16	59	صندوق محمد	
2,54	36	0,14	02	2,40	34	الصلاح	
9,53	136	2,05	29	7,55	107	ص الصحراء	
0,35	05	0,00	00	0,35	05	هندا براس	
2,12	30	2,12	30	0,00	00	شبابيك	
0,56	08	0,35	05	0,21	03	عصام الزامل	
15,67	222	13,33	189	2,33	33	احمد الملا	إيلاف
12,42	176	1,97	28	10,44	148	ر.ع. الزهراني	
2,33	33	0,71	10	1,62	23	باسم البغادي	
1,62	23	0,07	01	1,55	22	شربينيات أقصر	
1,27	18	0,00	00	1,27	18	مصر فايف	
1,34	19	0,56	08	0,78	11	حنان اليوسفي	PostHuffington عربي
0,42	06	0,42	06	0,00	00	م. ع. الامغاري	
0,64	09	0,21	03	0,42	06	ش.الدين النفاذ	
1,48	21	0,92	13	0,56	08	بسام جعارة	
1,69	24	1,41	20	0,28	04	حكم البابا	
0,14	02	0,14	02	0,00	00	احمد بادغيش	
0,28	04	0,07	01	0,21	03	حصة اليتيمي	
0,21	03	0,07	01	0,14	02	م. عبد المنعم	
0,78	11	0,71	10	0,07	01	اسعد طه	
0,42	06	0,00	00	0,42	06	باسم العبسي	
5,01	71	0,21	03	4,80	68	تراتيل أنثى	مدونات عربية
0,56	08	0,00	00	0,56	08	يوميلت	
0,64	09	0,00	00	0,63	09	المصوراتية	
0,14	02	0,07	01	0,07	01	في فمي ماء	
2,26	32	0,14	02	2,12	30	حكايا الربيع	
100	1418	41.75	592	58.25	826		

الجدول رقم (33) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و على نفس النحو تحظى إدراجات المدون و مقدم النشرة الإخبارية في قناة MBC الفضائية أحمد الملا باهتمام كبير تؤكد كثافة التعليقات على مختلف إدراجات المدونة ، خاصة إذا ما قورنت ببقية مدونات صحيفة إيلاف الإلكترونية و التي اختارها الصحفي لإطلاق مدونته . و يوضح الجدول رقم (34) حجم التعليقات في مدونات إيلاف مقارنة بعدد الزوار في كل مدونة

عدد الزوار المدونة	عدد التعليقات	
1983	2332	أحمد الملا
305797	130	ر.ع. الزهراني
543	310	باسم البغدادي
18245	08	شربينيات أقصر
1405	07	مصر فايف

الجدول رقم (34) يوضح: حجم التعليقات في مدونات إيلاف مقارنة بعدد زوار كل مدونة¹

فعلى الرغم من انخفاض عدد زوار مدونة الصحفي أحمد الملا البالغ عددهم 1983 مقارنة بباقي المدونات على غرار مدونة رياض الزهراني التي حظيت بـ305797 زيارة إلا أن عدد التعليقات على إدجائته قد بلغ 2332 تعليق مقارنة بـ 130 تعليق في مدونة الزهراني و هو ما يؤكد الدور المحوري لعامل شهرة المدون في ارتفاع نسبة التعليقات.

كما تلقى إدراجات مدون منصة Huffington – Post و صانع الأفلام الوثائقية الشهير أسعد طه اهتماما كبيرا من قبل قراء المدونة إذ بلغ عدد الإدراجات المعلق على محتوياتها 10 إدراجات من مجموع 11 إدراج ، و الملاحظ في هذا الإطار أن حجم تفاعل القراء مع إدراجات هذه المدونة الفنية مرتفع جدا ، إذ بلغ عدد التعليقات على إدراج واحد 111 تعليق ، و هو الإدراج الذي حظي بـ 30 ألف إعجاب و 6000 مشاركة على شبكة face book ، و قد أطلق المدون هذا الإدراج بتاريخ 2015/09/25 تحت عنوان "هل شممت رائحة النبي"

من خلال هذه النماذج الثلاث يمكننا أن نستنتج أن عامل الشهرة يلعب أدوار فاعلة في رفع نسب تفاعل القراء مع الإدراجات .

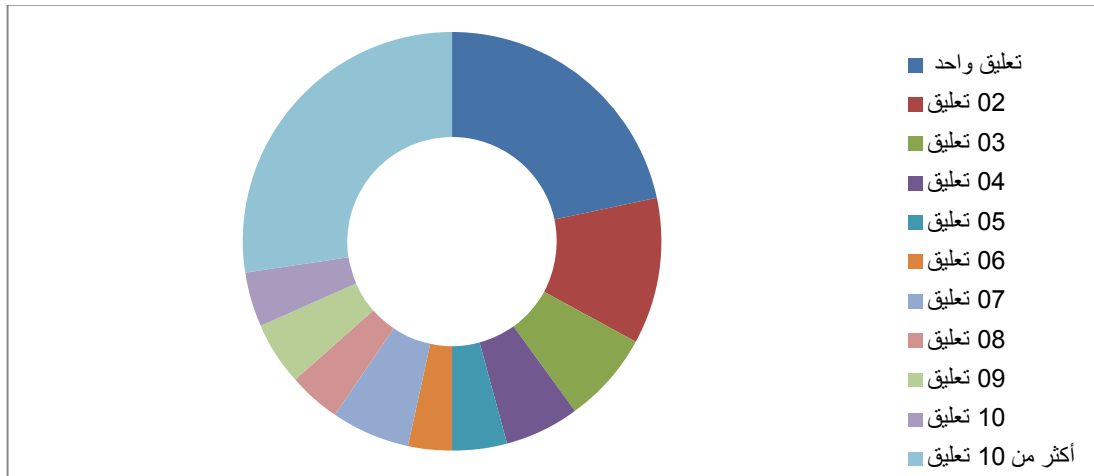
¹مصدر البيانات الواردة في الجدول رقم (33) موقع صحيفة إيلاف التي توفر بطاقة تعريفية بكل مدونة تنتمي الى منصتها بما فيها العدد الإجمالي للتعليقات للتعليقات و عدد الزوار.

إضافة إلى عامل الشهرة يمكن أن تسهم الممارسة التدوينية الجادة في خلق متابعين أوفياء فمدونة أحمد ولد جدو الفائزة بجائزة البويز لأفضل مدونة عربية سنة 2013 قد تمّ التعليق على كل إدراجاتها خلال فترة الدراسة ، و على نفس النحو نلاحظ وجود الـ 0 في خانة "إدراج دون تعليق" بمدونة شبائك و التي تحظى إدراجاتها بمعدل تعليق يقدر بـ 23 تعليق للإدراج الواحد .

و تجدر الإشارة في هذا الإطار إلى أن التعليق على الإدراج لا يمثل الشكل الوحيد لتفاعل قراء المدونة مع محتويات الإدراجات ، إذ نلاحظ على مستوى كل المدونات محل البحث انتقال القراء إلى التفاعل على مستوى آخر و هو مستوى الشبكات الاجتماعية عامة و شبكة face book بشكل خاص .

فمدونة تراتيل أنثى على سبيل المثال ، و التي لم يتم التعليق إلا على ثلاث إدراجات فيها من مجموع 71 إدراج ، تم مشاركة و الإعجاب بكل إدراجاتها على شبكة الـ face book . وفي مدونة شبائك ، التي سبق و أن ذكرنا بأنه قد تم التعليق على كل إدراجاتها ، فإننا نلاحظ أن عدد التعليقات لم يتجاوز بضع عشرات في حين تخطى حجم المشاركات و الإعجاب عتبة الـ 8000 في كثير من الإدراجات . و لعل ذلك مرتبط بارتفاع شعبية الشبكات الاجتماعية مقارنة بالمدونات لدى رواد الأنترنت العرب .

و للوقوف على الحجم الحقيقي لتفاعل القراء مع محتويات الإدراجات عن طريق التعليق، تم تصميم الجدول رقم (35) لقياس عدد التعليقات في إدراجات المدونات محل البحث حيث تظهر النتائج المسجلة في الجدول أن عددا كبيرا من الإدراجات قد استقطبت أكثر من 10 تعليقات . و هو ما يصوره التمثيل البياني رقم (50)



التمثيل البياني رقم (50) يوضح : عدد التعليقات على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		أكثر 10		10		09		08		07		06		05		04		03		02		01		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
26,86	159	6,93	41	3,55	21	2,53	15	0,51	3	0,84	5	1,52	9	1,01	6	1,35	8	2,36	14	1,86	11	4,39	26	عدنان الراجحي
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	أمل زيد
2,87	17	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,68	4	0,17	1	0,00	0	0,51	3	1,35	8	لقمة عيش
1,86	11	1,69	10	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	أحمد ولد جدو
0,34	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,17	1	لافتات
6,59	39	0,51	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	1,01	6	0,68	4	1,52	9	2,87	17	ع العزيز محمد
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	صندوق محمد
0,34	2	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	الصلاح
4,90	29	0,00	0	0,00	0	0,68	4	0,34	2	1,35	8	0,84	5	0,00	0	0,34	2	0,00	0	0,51	3	0,84	5	ص الصحراء
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	هندا براس
5,07	30	5,07	30	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	شبابيك
0,84	5	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,17	1	0,34	2	عصام الزامل
31,93	189	10,98	65	0,17	1	1,35	8	2,87	17	3,21	19	0,51	3	2,03	12	2,03	12	2,20	13	2,70	16	3,89	23	أحمد الملا
4,73	28	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,17	1	0,00	0	0,84	5	0,34	2	3,21	19	ر.ع. الزهراني
1,69	10	0,68	4	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,17	1	0,17	1	0,51	3	0,00	0	باسم البغدادي
0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	شربينيلت أقصر
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	مصر فايف

الإطار التطبيقي للبحث
الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

المجموع		أكثر 10		10		09		08		07		06		05		04		03		02		01		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
1,35	8	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,34	2	0,68	4	حنان اليوسفي
1,01	6	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,34	2	0,51	3	م. ع. الامغاري
0,51	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,34	2	ش. الدين النقا
2,20	13	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,34	2	0,84	5	0,68	4	بسام جعارة
3,38	20	0,34	2	0,34	2	0,17	1	0,17	1	0,17	1	0,17	1	0,00	0	0,17	1	0,51	3	0,51	3	0,84	5	حكم البابا
0,34	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,34	2	احمد بادغيش
0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	حصّة البيتيمى
0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	م. عبد المنعم
1,69	10	0,68	4	0,17	1	0,17	1	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,34	2	اسعد طه
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	باسم العيسى
0,51	3	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,34	2	تراتيل أنثى
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	يوميات
0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	المصوراتية
0,17	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,17	1	0,00	0	في فمي ماء
0,34	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,34	2	0,00	0	حكايا الربيع
100,	592	27,3	162	4,22	25	4,90	29	4,05	24	6,08	36	3,38	20	4,22	25	5,74	34	7,09	42	11,32	67	21,62	128	المجموع

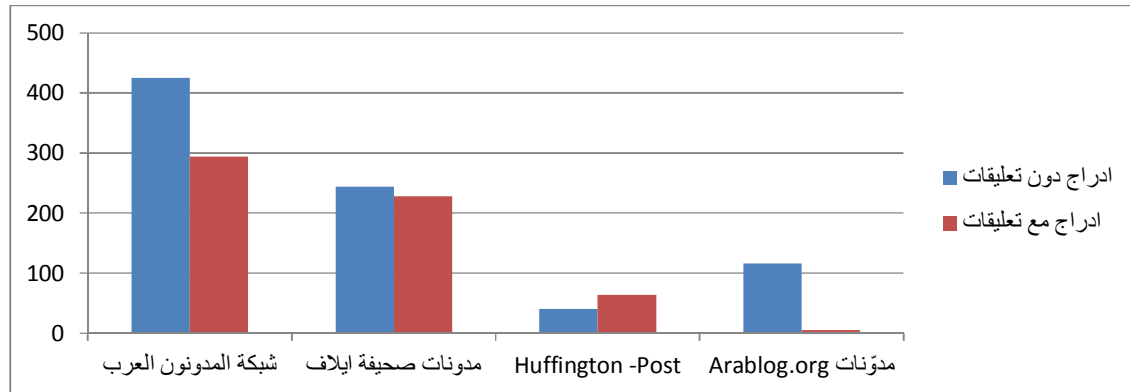
الجدول رقم (35) يوضح : عدد التعليقات على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة

و يوضح الجدول رقم (36) علاقة متغير المنصة بالتعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ، حيث أننا نلاحظ الارتفاع الكبير للإدراجات دون تعليقات في منصة مدونات عربية Arablog.org إذ يقدر عدد هذا النوع من الإدراجات بـ 116 إدراج من مجموع 122 إدراج بنسبة 8,18% . في حين لا يتعدى عدد الإدراجات التي تم التعليق عليها الـ 06 إدراجات بنسبة 0,42%.

المجموع	ادراج مع تعليقات		ادراج دون تعليقات		
	تك	%	تك	%	
شبكة المدونون العرب	719	50,71	294	20,73	425
مدونات صحيفة إيلاف	472	33,29	228	16,08	244
Huffington –Post	105	7,40	64	4,51	41
مدونات Arablog.org	122	8,60	06	0,42	116
المجموع	1418	100	592	41,75	826

الجدول رقم (36) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

بالمقابل ، و على النحو الظاهر في التمثيل البياني رقم (51) تنتزع الإدراجات بين تلك التي لم يتم التعليق على محتوياتها و المعلق عليها بشكل متقارب في كل من منصتي صحيفة إيلاف الإلكترونية و Huffington –Post، إذ تبلغ نسبة الإدراجات التي تم التعليق على محتوياتها في المنصتين 16,08% و 4,51% على التوالي في حين تقدر نسبة الإدراجات دون تعليق في كليهما 17,21% و 2,89% .



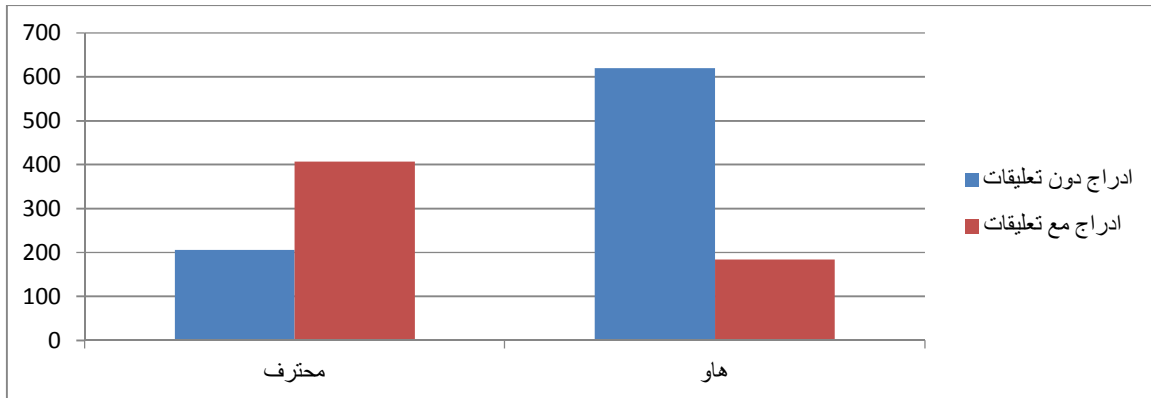
التمثيل البياني رقم (51) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

و يوضح الجدول (37) العلاقة بين متغيري الاحتراف و التعليق على الإدراجات ، حيث يتضح ارتفاع

	ادراج دون تعليقات		ادراج مع تعليقات		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
محترف	207	14,60	408	28,77	615	43,37
هاو	619	43,65	184	12,98	803	56,63
المجموع	826	58,25	592	41,75	1418	100

الجدول رقم (37) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير الاحتراف

نسبة التعليق على الإدراجات لدى المدونين الصحفيين المحترفين مقارنة بالهواة مثلما هو موضح في التمثيل البياني رقم (52) ، حيث تقدر نسبة الإدراجات التي تم التعليق على محتوياتها لدى المدونين المحترفين بنسبة 28,77% تمثل 408 إدراج في حين تبلغ لدى الهواة نسبة 12,98% و التي تمثل 184 إدراج .



التمثيل البياني رقم (52) يوضح : التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب متغير المنصة

10 - البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :

نهتم في هذا الفصل برصد مظاهر التحول في البنية التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و ذلك من خلال ثلاث مستويات أساسية ، يتعلق المستوى الأول ببنية الخطاب حيث ندرس أنواع و مميزات و خصائص العناصر الأساسية في الخطاب الإعلامي و هي العنوان ، المقدمة و المتن .

و نقوم في مستوى ثان بدراسة أبرز مظاهر التحول في الأسلوب الصحفي حيث نعمل على تحليل محتويات الإدراجات اعتمادا على الأطر المرجعية الأسلوبية الصحفية الخاصة ، و التي اعتمدنا في تحليل خصائصها في إدراجات المدونات الإعلامية و في مختلف المنصات على دراسة سمات البساطة و الإيجاز و الاختصار و الوضوح و الآنية . إضافة إلى بحث تجليات ذات المدون في إدراجه اعتمادا على المرجعية الذاتية من خلال دراسة مدى استعمال ضمير المتكلم بصيغة المفرد أو الجمع و استعراض التجارب الشخصية و كذا التعبير الصريح عن وجهة النظر أو الموقف . و في نفس الإطار نقوم برصد درجة وضوح الخط الافتتاحي من خلال سمته انتظام الصدور و اتساق المواضيع و تجانس الأنواع الصحفية .

و نهدف في مستوى ثالث إلى بحث إمكانية استحداث أنواع صحفية مبتكرة و دراسة التغيرات التي يمكن أن تطال قواعد تحرير الأنواع الصحفية التقليدية بفعل الخصوصية التكنولوجية للتدوين ، و ذلك من خلال محددات النوع الصحفي المتعلقة بطبيعة الحدث، الوقائع والأحداث، عملية الشرح والتحليل والتفسير، الذاتية مقابل الموضوعية، المساحة والزمن وخصوصية الوسيلة الإعلامية.

10 . 1 بنية الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :

تتشترك الأنواع الصحفية ، من حيث كونها بنى متماسكة، في عدد من العناصر التي تعطيها شكلها النهائي و هي العنوان و المقدمة و المتن ، و تختلف هذه العناصر من نوع صحفي لآخر متأثرة بالوظائف المنوطة بها في كل نوع على حدى . و نعمل في هذا الإطار ، من خلال تحليل تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على بنية الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ، على بحث مظاهر التحول-إن وُجد- في كل عنصر من هذه العناصر.

1.1.10 عنوان الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

يحظى العنوان في كل الأنواع الصحفية بأهمية خاصة تبعا لمكانته المميزة أعلى الموضوع و دوره كأول خط تماس بين القارئ و النص ، و هو ما يجعله الجزء المسؤول على الإعلان عن مضمون الموضوع و الإشارة بوضوح و اختصار إلى جوهره و فكرته العامة . و في دراستنا لهذا العنصر من الخطاب الإعلامي نحلل درجة التزام مدوني مختلف المنصات بقواعد التحرير الصحفي التقليدية الخاصة بالعنوان اعتمادا على الإطار المرجعي لتحرير العنوان والمتعلق بالاختصار و التركيز و استعمال الألفاظ السهلة، الواضحة، المفهومة و المتداولة . وكذا تفضيل المبني للمعلوم و الزمن المضارع الذي يضيف على الإدراج أنيته ، و تجنب الأوصاف و النعوت و الإطالة في الألقاب و الوظائف ، إضافة إلى الابتعاد عن العناوين المغرية المزيفة التي من شأنها تضخيم الوقائع و الأحداث . و بالموازاة مع ذلك نهتم برصد مظاهر التحول في تحرير العنوان من خلال بحث إمكانية توظيف مختلف تقنيات التدوين عامة و تقنيات التوسيم و النص الفائق خاصة في عناوين إدراجات المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة.

يلتزم المدونون الصحفيون المحترفون بالقواعد التقليدية في تحرير العنوان إجمالا ، حيث تظهر عناوين إدراجاتهم وكأنها أعدت لتنتشر على صفحات الجرائد أو لتتصدر تقارير و أخبار تلفزيونية ، فالمدون المحترف عدنان الراجحي الذي يمكن تصنيف إدراجاته إلى نوعين ، الأخبار و التقارير المصورة التي أعدها المدون لتبث على قناة بلقيس الفضائية و الأخبار و التقارير المكتوبة التي نشرها على مدونته ، إذ نلاحظ أن المدون يفضل ، في كثير من إدراجاته ، العناوين المفردة على غرار العنوان " **قيادة التحالف العربي تعلن وقف عملياتها العسكرية في اليمن** " و بنفس الأسلوب حرّر المدون بقية العناوين المفردة ، إخبارية مختصرة مركزة ، ملتزما فيها بالإجابة على الأسئلة المرجعية الأهم حسب موضوع الإدراج حيث جاءت كل أفعال العناوين في الزمن المضارع مبنية للمعلوم . كما نسجل أن المدون قد تخطى عن العنوان المفرد في بعض الإدراجات ، ليدعم العنوان الرئيسي للتدوين بعنوان إشارة يجيب دائما على السؤال أين ؟ على غرار العنوان " **البيضاء : المقاومة الشعبية تكثف ضرباتها ضد الميليشيا** " و " **تعز : الميليشيا تقصف الأحياء السكنية و تمنع دخول المواد الغذائية** " أو ليضيف عنوانا ثانويا كعنوان تكميلي يُدعم العنوان الرئيسي بالمعلومات مثل العنوان " **صنعاء تتعرض لأعنف ضربة عسكرية منذ بدء عاصفة الحزم عشرات القتلى و الجرحى بينهم المنيع في قناة اليمن اليوم محمد شمسان** " . و في هذا الإطار لا نسجل أي مظهر للاختلاف ، تحريريا ، بين عناوين الأخبار المصورة الموجهة للبت على القناة الإخبارية و عناوين الأخبار المكتوبة المنشورة في المدونة الإلكترونية الخاصة بالصحفي ، و هوما يفسر تأثر المدون باحترافه المهنة الصحفية متجليا في التزامه الشديد بأساسيات تحرير عنوان الموضوع الصحفي .

و على نفس النحو ، تفضل المدونة الصحفية المغربية هند السباعي الإدريسي صاحبة مدونة هند براس العناوين المفردة على غرار العنوان **"حارس سيارات يُؤلف كتباً بأربع لغات"** حيث أبرزت قيمة الغرابة في عنوان التدوينة ، لتعمل بذلك على احترام خاصية الانسجام بين العنوان و طبيعة موضوع الإدراج ، وبشكل عام نلمس الجانب الاحترافي في بقية عناوين الإدراجات الخمس للمدونة خلال سنة 2015 ، مع بروز ميل المدونة تجاه استخدام العناوين شديدة الاختصار ، حيث تتسم مجمل عناوين الإدراجات في مدونتها بالاختصار و لعل ذلك ما يُشير إلى أن المدونة ، الصحفية المحترفة ، تدرك خصوصية الكتابة للويب و ضرورة أن يكون عنوان النص الصحفي قصيرا و مباشرا.

و يُفضل المدون عصام الزامل العنوان الاستفهامي على نحو العنوان **"هل تنتهي الدولة الأبوية في السعودية ؟"** والعنوان **"هل يمكن ان تفشل رسوم الأراضي ؟"** و أيضا العنوان **"لماذا تفشل الأمم ؟"** و الملاحظ في هذا الإطار أن كل الإدراجات التي استخدم في عناوينها الأسلوب الاستفهامي هي مقالات تحليلية يُعنى المدون من خلالها بتحليل ظواهر إقتصادية ، يستعصي على القارئ غير المتخصص استيعابها ، خاصة و أن المدون صحفي مهتم بالاقتصاد والسياسة والأعمال في مجلة Al-Monitor الأمريكية وصحيفة مكة . ومن بين هذه الإدراجات ، إدراج العنوان الثاني الذي يحل من خلاله دور الإجراء الحكومي المتعلق بفرض رسوم الأراضي في حل أزمة السكن و مناقشة مخاوف المواطن من فشل هذا الإجراء . و باستخدام عناوين إيحائية يختار المدون عنوانه إدراجات يعلق من خلالها على أحداث و وقائع في المجال الاقتصادي مثل العنوان **"الشعب الياباني الكسول"** الذي يتحدث من خلاله عن عادات العمل لدى المواطن الياباني ، مقارنا بين رؤية الغرب له بين القرنين الماضي و الحالي، و على نفس النحو عنواني الإدراجين **"فجر اقتصادي جديد"** و **"التخطيط الاقتصادي في العصر الحجري"** ،

و من بين المدونين الهواة الذين لمسنا في عناوين إدراجاتهم الجانب الاحترافي الملتزم بالقواعد التقليدية في التحرير المدون محمد صلاح صاحب مدونة الصلاح ، حيث جاءت كل عناوين إدراجاته خلال سنة الدراسة عناوين مركبة (عنوان تمهيدي + عنوان رئيسي) مثل العنوان **"سجلاتهم أحرقت سنة 1995 مواطنون من بلدية بويرة الأحذاب يطالبون بتمكينهم من شهادات ميلادهم الأصلية"** ، و هو ما يُظهر السعي الحثيث للمدون و رغبته القوية في ممارسة العمل الإعلامي من خلال المدونة التي تتميز بطابعها المحلي و التي يسعى من خلالها إلى تغطية اهتمامات السكان المحليين للمنطقة (ولاية الجلفة الجزائرية) ، و لعله يرى في الالتزام بقواعد تحرير النصوص الصحفية و تقاليد سبيل للنجاح في تحقيق أهداف المدونة.

ويدرج المدون أحمد و لد جدو تدويناته تحت عناوين إيحائية شديدة الاختصار و التركيز لا تقدم معلومات و لا تجيب على الأسئلة المرجعية بل تحمل معاني غير مباشرة يبرز من خلالها المدون موقفه بصفة

صريحة رغبة منه في توجيه القارئ وتهيئته ، ليس للاكتفاء فقط بالمعلومات حول الواقعة ، و إنما للاقتناع بوجهة نظر المدون و موقفه، وهنا نسجل إحدى تجليات خواص الحميمية و الذاتية التي تتميز بها المدونة الإلكترونية. على غرار عنوان آخر تدوينه له خلال سنة الدراسة **"الأمن الموريتاني .. قمع الطلبة أولا "** و هو عنوان إيحائي على الرغم من أنه يتعلق بإدراج إخباري ينقل تفاصيل احتجاجات قام بها طلاب جامعة العلوم والتكنولوجيا والطب وكلية الآداب والعلوم الإنسانية بموريتانيا بتوفير نقل جامعي ويُصور القمع الذي مارسه ضدهم قوات الأمن الموريتانية . و الواقع أن قواعد التحرير الصحفي تستثني هذا النوع من العناوين من الأنواع الإخبارية و تنصح باستخدامه في أنواع الرأي و الأنواع الاستقصائية. إلا أن المدون تعمّد استخدام هذا النوع من العناوين في عدة إدراجات إخبارية ، فالمدون المتمرس في مجال التدوين يُدرك أنه يمارس التدوين و لعله يستغل في ذلك خاصية اتساع هامش الحرية في مدونته ، هذه الأخيرة التي تنتمي إليه و تنطق بلسان حاله ، وعليه فإنه يملك خيار ، و حق ، إبراز ذاتيته من خلال إدراجه و عناوينها .

و على نفس النحو، لا يفرق حمد الدرباس بين الإدراجات الإخبارية و إدراجات الرأي في تحريره للعناوين إذ يستخدم إجمالاً عناوين إيحائية مشبعة بالرؤى و المواقف في كلا النوعين الصحفيين على غرار العنوان : **" اليمن : الدعم ممنوع و العتب مرفوع "** و **" رومانسية الحراك لا طائل منها "** . الأمر الذي يمكن رده إلى الطابع الحميمي الذي تتميز به المدونة الإلكترونية ، و الذي ساهم في سقوط الحواجز الفاصلة بين الخبر و الرأي ، ذلك أن التدوينات الإخبارية جاءت مشبعة بأفكار و آراء المدونين ، هؤلاء الذين باشروا التعبير عن مواقفهم من الحدث ، على مستوى عنوان المدونة، قبل نقل الحدث من خلال التدوين ذاتها .

و في لافتات يحافظ المدون السوداني عازان سعيد على أسلوبه الساخر الذي يميز إدراجه القريبة جدا من نوع العمود الصحفي ، حيث جاءت عناوين إدراجه الثلاث ساخرة تهكمية ، ففي إدراج خصّ به التعليق على واقعة انضمام رمز من رموز المعارضة السودانية إلى التشكيلة الحكومية حرّر العنوان : **"حسن اسماعيل : الصعود الى الأسفل "** .

و لعل أبرز ما نسجله من ملاحظات ، عدم اهتمام المدونين ممن يدرجون تدوينات عن طريق توفير رابط ، على غرار المدون عبد القادر الفيتوري صاحب مدونة صرخة الصحراء ، بتدعيم هذا النوع من الادراجات بعنوان خاص بالمدون ، إذ يعيد اعتماد العنوان الأصلي لمحتوى الرابط .

في منصة صحيفة إيلاف الإلكترونية لا يختلف الأمر كثيرا ، ففي مقارنة بين هواة المنصة و محترفيها نستنتج أن المحترفين أكثر التزاما بقواعد تحرير العنوان . فالمدون الصحفي أحمد الملا يُحرر عناوين تعليقاته بأسلوب احترافي على غرار **" التحالف العربي الجديد نعمة أم نقمة؟ "** و **" إعدام الشيخ النمر يكشف نفاق "**

إيران و منتحلي التشيع " إذ ينتهج المدون أسلوب التعليق كنوع صحفي بشكل مركز على مستوى العنوان حيث يعرض المدون الواقعة أولاً ثم يُعلق عليها اعتماداً على رؤيته الخاصة .

و ما نسجله في هذا الإطار و على مستوى هذه المنصة اهتمام الهواة بتوسيم عناوين إدراجاتهم خاصة لدى المدونين وليد إبراهيم صاحب مدونة مصر فايف و باسم البغدادي ، هذا الأخير الذي دعم أحد عناوين إدراجاته بثلاث وسوميحيل كل منها إلى المواضيع ذات الصلة و يسمح لإدراجه بنفس الشيء "إلى [#التحالف](#) [#العسكري](#) [الإسلامي](#) ... [نصيحة المرجع](#) [#الصرخي](#) [أعقلوها](#)" ، و يعود ذلك إلى تقطن المدونين لأهمية توسيم العنوان في المدونة الإلكترونية ، فالعنوان الدال في المدونة هو العنوان الذي يتضمن وسوما للكلمات الرئيسية التي يتضمنها الموضوع ، مما يساهم في ربط التدوين بموضوعها على الشبكة من جهة و يرفع من درجة مقروئيتها من خاللتحسين موقع ترتيبها بين نتائج محركات البحث المختلفة.

و في منصة مدونات عربية Arablog.org تُحرر شيماء سيد ، صاحبة مدونة المصوراتية ، عناوين إدراجاتها مستخدمة كلمات دالة تعبر من خلالها عن الصور المرفقة ، فالمدونة مصورة صحفية تهتم في مدونتها بعرض ما تلتقطه آلة التصوير خاصتها من صور . و هي تنقل لقراء مدونتها الجوانب الإحتفالية للجالية اليابانية في مصر بانتهاء فصل الخريف من خلال صورة معبرة ونص مكتوب مختصر تحت عنوان "[اليابانيون يحتفلون بانتهاء تساقط أوراق الشجر](#)" . بينما لا تهتم المدونة التونسية خولة القرشي صاحبة مدونة تراتيل أنثى بالإجابة على الأسئلة المرجعية في إدراجاتها الإخبارية القليلة مقارنة بإدراجات الرأي و الإدراجات التعبيرية في مدونتها ، و التي تشترك في مجملها في احتوائها على عناوين إيحائية تنطوي بشكل ضمني تارة و صريح تارة أخرى مواقف المدونة و توجهاتها و من بين عناوين إدراجاتها "[حملة وينو البيترول تطالب بحق الجميع في الثروات الطبيعية](#)" و "[تونس بعد إغلاق المقاهي في رمضان هل تحول البوليس التونسي الى داعش](#)" غير أن ذلك لا ينفي حقيقة أن عناوين إدراجات المدونة، و هو الملاحظ على مستوى عناوين الإدراجات في كل مدونات المنصة، تتسم بكونها مفهومة خارج نصوص التدوينات ، و لعل ذلك ما يؤكد مراعاة المدونين لواقع أن العناوين تظهر دون نصوصها سواء كان ذلك في الصفحات الرئيسية لمدوناتهم أو الصفحة الرئيسة للمنصة .

في منصة Huffington –Post و على غرار نظرائهم في بقية المنصات ، لا يلتزم الهواهبالعناوين الإخبارية الملائمة للإدراجات الإخبارية ، فشمس الدين النقا يعنون إدراجا إخباريا له ينقل من خلاله خبر تحذير الرئيس التركي رجب طيب أردوغان لنظيره الروسي فلاديمير بوتين من اللعب بالنار بعد تصريحات الأخير خلال المؤتمر الصحفي المشترك مع الرئيس الفرنسي فرانسوا هولاند "[من يلعب بالنار بوتين أم أردوغان](#)"

في حين تؤكد المدونة حنان اليوسفي التزام المحترفين بقواعد التحرير الصحفي في مدوناتهم حيث نلاحظ الاختلاف الجلي بين عناوين إدراجاتها الإخبارية التي تجيب فيها بشكل مختصر و مركز على أهم الأسئلة المرجعية بينما تستعمل العناوين الإيحائية في إدراجات الرأي ، و من الأمثلة على عناوين الإدراجات الإخبارية نذكر : **"مغربيون بباريس يهنؤون الملك محمد السادس بولادة الأميرة لالة سكينة"** و **"وزيرة من أصول مغربية تتسلم حقيبة الثقافة و الاتصال في فرنسا"** و **"رحيل الرجل الضاحك بدار للعجزة في لندن"** و هي العناوين التي نلاحظ احتواءها إجابات على كل الأسئلة المرجعية المهمة من؟ ماذا؟ و أين؟ و هي العناوين التي تتسم ببراء معلوماتي يجعلها قادرة على تلخيص مضامين التدوينات بشكل واضح. و من بين العناوين الإيحائية للمدونة و التي رافقت إدراجات الرأي في مدونتها **"أيتها المرأة لا تحتسبي الأجر"** في إدراج تعلق من خلاله على معاناة المرأة العربية خلال فترة حياتها كاملة من الولادة إلى حين وفاتها.

إجمالاً ، نستشف من خلال ما سبق أن المدونين المحترفين أكثر التزاماً بقواعد التحرير الصحفي للعنوان في حين لا يفصل الهواة بين العناوين الإخبارية و الإيحائية في كل أنواع إدراجاتهم .

10 . 1 . 2 مقدمة الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

تكتسي مقدمة النص الصحفي أهمية بالغة في كل الأنواع الصحفية لاضطلاعها بممارسة دور جسر العبور بين عنوان الموضوع الصحفي و متنه ، إذ يعمل المحرر الصحفي من خلال مقدمة نصه على الاحتفاظ باهتمام القارئ الذي نجح العنوان في إثارته ، للانتقال به إلى نص الموضوع و هو مهتم بمعرفة المزيد من المعلومات. و باعتبارها أولى الفقرات تحوي مقدمة خبر الهرم المعكوس و المعكوس المتدرج أهم المعلومات أكثرها جدة و آنية ، من خلال الإجابة على الأسئلة المرجعية الأساسية ، و تعمل في خبر الهرم المعتدل كمدخل لسرد وقائع الحدث و إن لم تحمل أهم المعلومات المتعلقة به، في حين تتناول المقدمة في أنواع الرأي و الأنواع الاستقصائية عرضاً لموضوع النص الصحفي تُقدم فيه للواقعة أو الحدث استدراكاً لإمكانية جهل القراء بتفاصيله الأساسية. و يفضل أن تكون المقدمة شديدة الاختصار حيث يُتفق في الأدبيات الإعلامية على أن المقدمة الجيدة هي المقدمة المختصرة المركزة التي تُكمل العنوان من جهة و تُلخص الرسالة الرئيسية للمحتوى من جهة ثانية .

في منصة إيلاف نلاحظ أن الصحفي أحمد الملا يلتزم في مقدمات إدراجاته بذكر الواقعة التي يُعبر عن موقفه منها لاحقاً في المتن ، حيث يبدأ كل إدراجاته تقريباً بالفعل المضارع الذي يوحي بأن الواقعة موضع التعليق . و هو ما يُعتمد أيضاً في مدونة باسم البغدادي ، هذا الأخير الذي و إن التزم في إدراجات الرأي في مدونته بذكر الواقعة في المقدمة قبل أن ينتقل إلى تحليلها في المتن ، إلا أنه لا يهتم باستهلال مقدمته بفعل. و لعلها أولى الملاحظات التي تؤكد تأثير متغير الاحتراف على الالتزام بالقواعد التقليدية للتحرير الصحفي على مستوى هذا الجزء من بنية النص الصحفي .

في بقية مدونات المنصة تختلف من مدونة إلى أخرى ، وأحيانا من إدراج إلى آخر ، الكيفية التي يُقدم من خلالها المدون لتدوينته ، فالمدون محمد أحمد خليل، صاحب مدونة شربينييات من الأقصر، يعتمد في إدراجات الرأي في مدونته على مقدمة شديدة الاختصار، لا يعرف فيها بالواقعة و إنما يكتفي بالإشارة إليها على غرار **"بعد حادث الوراق و كما يحدث عقب كل حادث على أرض المحروسة المحافظ يقول 20 ألف جنيه لأسرة كل ضحية"** و في مقدمة إدراج آخر **"بعد حادث معبد الكرنك بالأقصر كتبنا أسود علينا و نعمة مع الآخرين ، أما اليوم و بعد حادث استشهاد النائب العام نقول أسود علينا و نعمة مع الإرهاب"** . و بأسلوب مماثل و لكن بشكل أكثر تركيزا و اختصارا يستهل رياض الزهراني إدراجاته التي يُقدر معدل عدد الكلمات فيها 25 كلمة .

أما في منصة مدونات عربية *Arablog.org* فنلاحظ اختلافا كبيرا بين المدونات في أسلوب تحرير هذا الجزء المهم من الإدراج، فالمدونة شيماء سيد صاحبة مدونة المصوراتية تحرر ، إجمالا ، مقدمة شديدة الاختصار و التركيز بمعدل 17 كلمة في مقدمة كل إدراج . ففي آخر إدراج لها سنة 2015 و في مقدمة شديدة الاختصار لإدراج تعبير مختصر تكتب : **"أضاعت مصر الهرم الأكبر خوفاً بالوان أعلام لبنان و فرنسا و روسيا تضامنا مع ضحايا التفجيرات الإرهابية الأخيرة"**

بالمقابل يسترسل المدون الفلسطيني نبيل دويكات صاحب مدونة يوميات مواطن عادي من فلسطين في تحرير مقدمات تدويناته ، و على نفس النحو يفعل المدون ياسر زارع صاحب مدونة في فمي ماء بمعدل 135 و 71 كلمة في كل مقدمة إدراج على التوالي . و لعل هذا ما يدل على أن التدوين الإعلامي مرتبط بالأسلوب الشخصي للمدون نفسه .

و في منصة *Huffington -Post* لا يهتم بعض المدونين بهذا الجزء من الإدراج نهائيا ، إذ تغيب المقدمة عن كل أنواع تدويناتهم، و يُلاحظ أن أصحاب هذه المدونات كلهم من الهواة على غرار المدون السعودي أحمد بادغيش و المدون و الناشط الحقوقي اليمني باسم العبسي ، فعلى سبيل المثال يسترسل باسم العبسي في مطلع إدراج له بعنوان **"الكوميديا مأساتنا المعكوسة"** في التعبير عن موقفه من الإنتاج الكوميدي التلفزيوني العربي دون أن يهتم بالتقديم لموضوع إدراجه ، و على نفس النحو يدرج باسم العبسي تدوينات دون مقدمات ففي إدراج بعنوان **"أسف يا صغار ليس لنا إلا أن ندفنكم"** يُوجّل المدون ذكر واقعة استهداف ميليشيا الحوثي و صالح للمستوصفات و الفنادق و المدارس و الأحياء السكنية و أسواق الخضار في قصف عشوائي لمدينة تعز ، مرتكبة مجازر عشوائية بحق النساء و الأطفال ، فيما يستهل إدراجه بالتعبير عن سخطه و غضبه مما يسميه النزعة الانتقامية و الحقد الأعمى لميليشيا الحوثي و حليفه.

كما نسجل التزام البعض الآخر من المدونين الهواة في المنصة بالتقديم لمحتويات إدراجاتهم و إن لم تتسم بالاختصار . فمعدل عدد الكلمات في مقدمات إدراجات مولاي علي الأمغاري و شمس الدين النفاذ و حصة يتيمة تُقدر بـ 50 ، 44 ، 79 كلمة في كل مقدمة إدراج على التوالي .

بالمقابل يلتزم المحترفون من المدونين في المنصة ، إجمالاً ، بالقواعد التقليدية في تحرير المقدمة . فحنان اليوسفي التي تهتم في إدراجاتها ، على خلاف بقية مفردات العينة من المنصة ، بالوظيفة الإخبارية تلتزم بالإجابة على الأسئلة المرجعية الأساسية في الإدراج الإخباري باختصار . ففي إدراج لها بعنوان " *رحيل مايسسترو الرقصة الاستعراضية الأمازيغية موحى والحسين بعدما عانق العالمية* " نُحَرَّر المدونة مقدمة من 26 كلمة جاء فيها " *توفي صباح اليوم الجمعة موحى والحسين أشيبان عن عمر يناهز 100 سنة، وهو أحد رعاه فن أحييوس الأمازيغي والذي نجح في نقله من المحلية إلى العالمية* " . أما المدون و صانع الأفلام الوثائقية أسعد طه فمن عاداته أن يُحرر، في إدراجاته التعبيرية التي جاءت في شكل ربورتاجات ، مقدمات تحوي ما معدله 50 كلمة ، و هي مقدمات تتلاءم و الأنواع التعبيرية .

و في المدونات التي ينتمي أصحابها إلى اتحاد شبكة المدونين العرب ، يلتزم المدون الصحفي عدنان الراجحي بالإجابة على الأسئلة المرجعية في مطلع إدراجاته المصورة و المكتوبة على حد سواء بمعدل 30 كلمة ، و بنفس اللمسة الاحترافية ، يُحرر بعض المدونين الهواة ، ممن تتسم تجربتهم التدوينية بغزارة الإدراج ، مقدمات إدراجاتهم باختصار حيث يجيبون على الأسئلة المرجعية في الإدراجات الإخبارية و يُعرفون بالواقعة موضوع التدوينية في إدراجات الرأي ، من بين هؤلاء المدون حمد الدرباس صاحب مدونة صندوق حمد الذي تنتوع مقدمات إدراجاته فمنها الاقتباسية " *دولة الرفاه انتهت هكذا صرح رئيس الحكومة، هو لم يقل بأن الحكومة ستعمل على توفير الرفاه بشكل تصاعدي، ولم يقل بأن الحكومة ستعمل على الحفاظ على مستوى الرفاه، هو قالها صراحة دولة الرفاه انتهت!* " . والاستهلامية " *هل من بين المرشحين للانتخابات التكميلية من هو قادر على الدخول في تفاصيل الأرقام؟ وهل من بين المرشحين من هو قادر على أن يبين كم من الأصوات سيضمن لتمثيل مشاريعه الانتخابية؟* " و كذا الإخبارية " *بحسب تحقيق أجرته صحيفة شبيغل الألمانية، فإن الأوضاع في سوريا متجهة نحو المزيد من الشعب في عمق المعسكر السوري الإيراني، بعد استعانة الأسد بالقوات الروسية فقد باتت بوادر انتهاء صلاحية الأسد لدى الإيرانيين بادية أكثر* "

و هي نفس الملاحظات التي نسجلها في مدونات عبد العزيز محمد خاطر ، لقمة عيش ، أحمد ولد جدو و مدونة الصلاح التي يتراوح معدل الكلمات في مقدمات الإدراجات فيها الـ 35 كلمة . في حين نلاحظ إسهاب المدونين رؤوف شبايك و عصام الزامل في تحرير مقدمات إدراجاتهم ، و التي تحوي في مجملها معدل 60 كلمة و يرجع ذلك إلى أن أغلبية الإدراجات في مدونة شبايك هي إدراجات تعبيرية ، جاءت غالبيتها

في شكل بورترية لشخصيات مختلفة . بينما تمثل كل الإدراجات في مدونة عصام الزامل إدراجات رأي حول مواضيع اقتصادية تتطلب الشرح و التوضيح أولاً قبل أن ينتقل إلى تحليلها في متن الإدراج معبرا عن رأيه الخاص .

3. 1. 10 متن الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

يُمثل متن الموضوع الصحفي أو نصه مساحة من الكلمات و الجمل و الفقرات التي تحمل معلومات و تفاصيل حول الوقائع و الأحداث ، أو أفكار و آراء و مواقف متنوعة . لذلك يقع على عاتق المحرر واجب تنظيم تسلسل التفاصيل و الأفكار لتجنب تداخلها و تشتت المعلومات فيها بهدف تمكين القارئ من متابعة الرسالة المراد إيصالها، و نحن إذ نسلط الضوء على هذا الجزء الرئيس من الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية موضع الدراسة ، فإننا نهدف إلى رصد مظاهر الخصوصية التكنولوجية للمدونة على تنظيم نص المتن و ترتيب المعلومات فيه .

10. 1. 3 اختيار موضوع التدوينية : تمكن خاصية اختيار موضوع رئيسي واحد المدون من إضفاء سمة الانسجام على الإدراج من جهة و تجنب سوء توجيه القارئ من جهة ثانية ، ذلك أن التدوينية قصيرة بطبيعتها، تجاوبا مع خاصيتي الاختصار و التركيز التي يتطلبها الويب عموما و يتجاوب معها خصائص القارئ الرقمي، لذلك على المدون أن يؤسس لتحرير متن إدراجه من خلال إبراز موضوعه الرئيسي ليتمكن بذلك قراء التدوينية من الولوج السهل اليسير الى النص و الاستفادة من معلوماته بسرعة. إضافة إلى أن بروز الموضوع الرئيس لمتن الإدراج تجعله أكثر قابلية للرصد من قبل محركات البحث ما يسهم في انتشار المدونة و توسيع دائرة قرائها و المهتمين بمتابعتها.

في هذا الإطار نلاحظ أن سمة الاختصار تلعب دورا محوريا، فالإدراجات المختصرة في المدونات الإعلامية موضع الدراسة تتمحور غالبا حول فكرة رئيسية واحدة في حين تنتشعب الأفكار ،تُغرق الفكرة الرئيسية، في الإدراجات المٌطولة و هو ما لمسناه مثلا في تدوينات كل من بسامجاعة،حكمالبابا،تراثيلأنثى، عبد العزيز محمد الخاطرو عبد القادر الفيتوري،خاصة و أنهم لم يهتموا على الإطلاق باستغلال خاصية الروابط التشعبية التي من شأنها أن تعمل كآلية ناجعة للالتزام بسمة الاختصار في الكتابة للويب عموما و للمدونات بشكل خاص. و لعل أبرز المدونات التي نجحت في تحري سمة الاختصار عن طريق اعتماد تكنولوجيا الروابط التشعبية، و بالتالي النجاح في إبراز الموضوع الرئيسي للتدوينية مدونة شبايك، هذه الأخيرة التي جاءت تدويناتها واضحة المعالم تُركز كل واحدة منها على موضوع واحد، أما التفاصيل الجانبية فقد حملتها الروابط التشعبية.

و من بين أهم الملاحظات التي نسجلها في هذا الجانب، أن المدونين المحترفين لا يهتمون باستثمار تكنولوجيا الروابط التشعبية قصد تحقيق سمة الاختصار بقدر استغلالها في ذكر مصدر المعلومة التزاما بقواعد الموثوقية في العمل الصحفي ، و الذي يمكن أن يُفسر من جهة ثانية بعدم تحكم هذه الفئة في تسخير الخصائص التكنولوجية لتحقيق خصائص النص الإعلامي الناجح.

10 . 1 . 3 . 2 قوالب تحرير التدوينية : يشترك المدونون الصحفيون و الهواة في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية موضع الدراسة في تفضيل قالب الهرم المعكوس ، أيا كانت طبيعة الحدث و حجمه. ففي تحريرهم للأخبار يركز المدونون دائما على أهم المعلومات و أكثرها استجابة لقيمتي الجودة و الأنية . و الملاحظ في هذا الإطار أنه من بين الإدراجات الإخبارية المقدرة بـ 382 نسجل اعتماد المدونين طريقة السرد الكرونولوجي لأحداث الخبر في 57 إدراج ، حيث يتم سرد الوقائع حسب التسلسل الطبيعي لحدوثها في الواقع ، و يعود هذا النوع من الأخبار في أغلبها إلى مدونين هواة ، لا يدركون غالبا أنهم بصدد اعتماد قالب في كتابة الخبر ينذر استخدامه في وسائل الإعلام بفعل اعتماده زمن الوقوع في ترتيب المعلومات و التفاضل عن أهميتها .

و يُسجل في هذا النوع الصحفي أن المدونين المحترفين أكثر التزاما بقواعد تحرير الخبر ، حيث نلاحظ أنهم يلتزمون في إدراجاتهم بذكر مصادر الأخبار ، على غرار المدون عدنان الراجحي و المدونة حنان اليوسفي ، هذه الأخيرة التي لا تكفي فقط بذكر مصدر الخبر في متن الخطاب و إنما توظف خاصية الروابط التشعبية لربط المعلومات الواردة في إدراجاتها بمصادرها ، و هو ما يساهم ، إلى درجة ما ، في بروز سمة الاختصار من خلال الاستفادة من التقنيات المتاحة في المدونة . و يشارك حنان اليوسفي في ذلك عدد من المدونين الهواة أمثال المدون أبو المعالي فائق صاحب مدونة لقمة عيش و المدون أحمد ولد جدو ، المدون باسم البغدادي .

كما يلتزم المحترفون من المدونين بخلفية الخبر إذ لم يغيب هذا المكون، المهم في متن الخبر، عن الإدراجات الإخبارية في مدونات عدنان الراجحي ، حنان اليوسفي ، أحمد الملا ، المصوراتية و تراتيل أنثى . كما لا يمكن نفي توافر هذا العنصر في عدد من المدونات التي يديرها الهواة ، غير أنها جاءت مشبعة باللمسة الذاتية لأصحابها ، لأنهم يمزجون بين المعلومات الأكثر قدما و التي من شأنها أن تدعم الخبر و تُوضّح أطره العامة ، و بين آرائهم تجاهها و مواقفهم منها .

أما في أنواع الرأي التي تمثل النسبة الأكبر من حجم الإدراجات الكلي خلال فترة الدراسة و المقدرة بـ 60.79% ، فإننا نلاحظ أنها تتميز بكونها مطولة متعددة الفقرات خاصة في مدونات الهواة أمثال عبد العزيز محمد الخاطر و رياض عبد الله الزهراني و التي يُقدر معدل عدد الفقرات فيها 12 و 15 فقرة على التوالي تتمحور في غالبية الإدراجات حول فكرة واحدة يُسهب المدون في سردها بناء على وجهة

نظره ، و التعبير عن رأيه تجاهها . و هو ما نلاحظه أيضا في مدونات باسم العبسي في منصة *PostHuffington* و يوميات مواطن عادي من فلسطين في منصة مدونات عربية .

من ناحية ثانية نلاحظ الارتفاع المفرط لعدد فقرات إدراجات الرأي في مدونات المحترفين على غرار مدونات بسام جعارة و حكم البابا و تراتيل أنثى هؤلاء الذين لم يهتموا نهائيا باستغلال خصائص الروابط التشعبية و الإحالات لاختزال عدد فقرات هذا النوع من الإدراجات ، كما أن أحمد الملا المدون الصحفي المحترف من منصة إيلاف لم يهتم هو الآخر بالإستفادة من الخصائص التقنية إجمالا، إلا أن إدراجه لم تكن مطولة مقارنة بإدراجات المدونات السابقة حيث يقدر معدل إدراجات الرأي في مدونته بـ 07 إدراجات .

10. 2 الأسلوب الصحفي للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

10. 2. 1 وضوح الكتابة في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :

إن الحاجة إلى محتوى إعلامي بسيط واضح و مختصر يُعتبر مطلباً أساسياً لا يتغير مهما اختلفت و تطورت الوسيلة، ذلك أن الوضوح يُعتبر أهم خصائص الأسلوب الصحفي الذي يساعد صاحب الخطاب على النفاذ بسرعة إلى جوهر المعنى و تجنب التعقيد ، و لتحقيق ذلك ينصح في الكتابة الصحفية استعمال الكلمات البسيطة المألوفة المتداولة ، كما يُنصح بتجنب الكلمات المعقدة و توضيح المختصرات و معادلة التوقيت و العملات و الوظائف الأجنبية لتقريبها من الاستعمال المحلي ، إضافة إلى توفير الخلفيات اللازمة لفهم الأحداث و استيعاب وقائعها، و من بين أهم متطلبات الوضوح في الكتابة الصحفية التركيز، هذا الأخير الذي يتجلى من خلال إبراز أهم عنصر في الخطاب الإعلامي باعتباره النقطة المحورية للموضوع المعالج، وهو المحدد الذي سبق و أن درس على مستوى بنية الخطاب في متعلقه التحريري، و عادة ما يتم ذلك في مقدمة الخطاب على أن يتم الفصل بينه و بين العناصر الفرعية المتعلقة به بشكل واضح ، كأن يتم تخصيص فقرة لكل عنصر فرعي.

و لتحليل خاصية التركيز في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة، باعتبارها أبرز خصائص الأسلوب الصحفي، سنربطها بسمة الإيجاز، و هي السمة التي نعتد في تحليلها على دراسة عدد فقرات الإدراج، عدد الأسطر في الفقرة الواحدة و كذا عدد الكلمات في الجملة في ضوء متطلبات الخصوصية التكنولوجية للوسيط. إذ يُجمع الكثير من الباحثين ممن اهتموا بالتأسيس لفنيات الكتابة للإعلام الجديد* على أن النص الموجه للنشر على الويب يجب أن يكون قصيرا مختصرا**، كما تُبين الكثير من الدراسات أنه كلما كانت الجمل طويلة كلما استعصى فهمها على القراء.

بناء على ما سبق نلاحظ أن أكثر المدونين التزاما بخاصية التركيز في منصة إيلاف هو المدون وليد إبراهيم صاحب مدونة مصر فايف . ففي إدراجاته الإخبارية ، المتعلقة غالبا بأسعار صرف الدولار في السوق السوداء و البنوك المصرية ، يجيب المدون على السؤال ماذا؟ و المرتبط إما بارتفاع أو انخفاض الدولار أمام الجنيه المصري ، لينتقل في الفقرات اللاحقة إلى تدعيم المعلومة الأساسية الواردة في رأس الإدراج بمعلومات ثانوية تتعلق بتطورات أسعار الصرف خلال ساعات اليوم الواحد . علما أن معدل عدد فقرات الإدراجات

* للمزيد انظر :

ROSS, Susannah. *Writing for the Web*. Chambers Harrap Publ., 2007.

KILIAN, Crawford. *Writing for the Web*. Self-Counsel Press, 2015.

McGOVERN, Gerry, NORTON, Rob, et O'DOWD, Catherine. *The Web Content Style Guide: An Essential Reference for Online Writers, Editors, and Managers*. FT Press. 2002.

**** تشير هذه الدراسات إلى أن الموضوع الموجه للنشر على الويب يجب ألا يتجاوز 1000 كلمة ، و يُنصح بأن يتراوح بين 600 و 700 كلمة**

الإخبارية في هذه المدونة يُقدر بـ 03 فقرات في الإدراج الواحد . و يختلف عدد الأسطر في الفقرة الواحدة ، إذ يُلاحظ إجمالاً أن الفقرة الأولى تكون ، دائماً، أقصر من بقية الفقرات . حيث يُقدر معدل عدد أسطر الفقرة الأولى بسطرين و نصف في حين تتكون الفقرات الموالية من ثلاث أسطر و نصف إلى خمس أسطر . و يُمكن تفسير التزام المدون بالتركيز في إدراجاته مع المحافظة على خاصيتي الإيجاز و الاختصار ، تعودته على الكتابة الموجهة للنشر إلكترونياً بفعل عمله في البوابة الإخبارية المصرية مصر فايف . و عليه يمكن أن نسجل في هذا الإطار أن المدونين الهواة ، أصحاب التجارب التوينية الناضجة، هم الأكثر تحكماً في المزايا و الخيارات التكنولوجية المتاحة في المدونات الإلكترونية و هم الذين تمكنوا من تحقيق سمات التركيز و الاختصار و بالتالي الوضوح في إدراجاتهم .

بالمقابل يشترك كل من أحمد الملا و باسم البغدادي و رياض عبد الله الزهراني في ارتفاع نسبة إدراجات الرأي في مدوناتهم ، و التي تقدر بـ 88.73 % ، 100 % و 62.50 % من مجموع الإدراجات في مدوناتهم على التوالي . غير أن باسم البغدادي و أحمد الملا يحددان الحدث أو الواقعة و يعرفان بها في مقدمة الإدراج لينتقلا في منته إلى التعبير عن مواقفهما ، في حين تعود المدون رياض الزهراني على تحديد موقفه مسبقاً لينتقل ، في المتن المقتضب من الإدراج مقارنة بإدراجات البغدادي و الملا ، إلى تدعيم موقفه بالشواهد و البراهين.

بناءً على ما تقدم يظهر التزام المدون أحمد الملا بأدبيات التعليق الصحفي و التي تفرض على المحرر عرض الحدث أو الواقعة ، لينتقل إلى تفسيرها و تقديم التفاصيل و الخلفيات المتعلقة بها ثم التعليق عليها و بالتالي التعبير عن رأيه فيها و موقفه من تداعياتها بما يحقق الأمانة الصحفية، و نسجل في هذا الصدد أن الملا ، و هو الصحفي المحترف، لا يظهر من خلال إدراجاته أنه يُميز بين الكتابة للمدونة أو الكتابة لوسيلة إعلامية كلاسيكية و هو ما يمكن أن نلاحظه من خلال حجم النص أولاً و درجة استثماره ، الغائبة ، للمزايا التكنولوجية المتاحة عامة و تقنيات التوسيم و الروابط التشعبية خاصة.

نُلاحظ من جهة ثانية أن المدون باسم البغدادي و إن كان يلتزم بنفس السيرة في تحليل الوقائع في تعليقاته ، إلا أنه يهتم على خلاف أحمد الملا بتبرير مواقفه و آرائه اعتماداً على براهين و شواهد يستمدّها من القرآن الكريم في شكل آيات قرآنية خاصة في الإدراجات التي يعبر من خلالها على مواقفه من الصراع السني الشيعي في العراق، كما يُدعم عدداً من إدراجاته بروابط لخطب رجال دين و ساسة تُؤكد مقولاته و آرائه ، كما يعتمد تقنية التوسيم . ولعل ذلك ما يدفعنا إلى الاستنتاج بأن المدونين الهواة أكثر قابلية لاستثمار الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية مقارنة بالمدونين الصحفيين المحترفين .

أما محمد أحمد خليل ، صاحب مدونة شريبيات من الأقصر، فاهتم في مدونته بأهم الأحداث التي عايشها خلال فترة الدراسة على غرار الحكم الصادر على الرئيس المصري الأسبق حسني مبارك ، و ما يُسميه

في عدد كبير من إدراجات مدونته "عودة رموز نظام الفساد الى الحكم في مصر" ، دون أن يحدد الأسماء، إضافة إلى واقعة اغتيال النائب العام و الذكرى السنوية للثورة المصرية ، و هو يمارس التعليق في هذا النوع من الإدراجات بشكل مختلف تماما، ففي الوقت الذي تتعدد فقرات التعليق في باقي مدونات المنصة التي تحمل كل منها فكرة جزئية أو جانبا محددا ، يفضل محمد خليل أن يُعبر في فقرة واحدة في الإدراج ، بمعدل 120 كلمة، عن موقفه من الواقعة دون الاهتمام بالتقديم لها ، معتمدا على أسلوب ذاتي صارخ خال من أي شكل من أشكال خلفيات التعليق ، حيث سجلنا في هذه المدونة حضورا قويا لضمير المتكلم بصيغة المفرد "أنا" بعدل 08 مرات في كل إدراج معبرا عن رأيه بشكل صريح حتى في الإدراجات الإخبارية ، و هو الأمر الذي جعل التمييز بين الإدراجات الإخبارية و إدراجات الرأي في مدونته أمرا صعبا للغاية.

أما في مدونات منصة *PostHuffington* عربي، فنلاحظ أن المدونة و الصحفية المحترفة المغربية حنان اليوسفي تتقن الالتزام بقواعد تحرير الخبر في إدراجاتها الإخبارية حيث تجيب على الأسئلة المرجعية التي تحمل أهم المعلومات حول الواقعة ، إذ نلاحظ أن الإجابة على الأسئلة ماذا؟ من؟ أين؟ متى؟ موجودة دائما في بداية كل إدراج إخباري في مدونتها ، حيث تجيب المدونة على كل سؤال منها مرة واحدة في كل إدراج ، مما يُساعدها على إبراز العنصر الرئيس لتنتقل في الفقرة الموالية إلى استكمال عرض المعلومات الثانوية و التكميلية للحدث الرئيسي. و ما يؤكد تأثر المدونة باحترافها المهنة الصحفية في ممارسة التدوين هو اهتمامها الكبير ، في كل إدراجاتها الإخبارية ، بما يُسمى في الأدبيات الإعلامية بخلفية الخبر و المتعلقة بجملة من التفاصيل و المعلومات حول الواقعة الرئيسية التي يتضمنها الخبر كمحطات النجاح البارزة في أخبار وفيات المشاهير التي نقلتها المدونة في إدراجاتها ، تعريفا بهم . و نذكر في هذا الإطار أن المدونة تلتزم بخاصية الاختصار ، إذ لم تتجاوز مقدمات أخبارها 26 كلمة في حين لا يتعدى عدد فقرات الإدراج الإخباري الواحد 04 فقرات، يُساعدها في ذلك اعتمادها تكنولوجيا الروابط التشعبية، هذه الأخيرة التي ظهرت في 17 إدراج من مجموع إدراجاتها الـ 19 . وتجدر الإشارة في هذا المقام أن حنان اليوسفي هي المدونة الوحيدة من مجموع مدوني مفردات العينة المدروسة في المنصة، التي أدرجت تدوينات إخبارية، إذ يتميز مدونو المنصة بتفضيلهم لإدراجات الرأي .

و يمكن أن نسجل أن مدونات المنصة التي يقوم على إدارتها محترفون تشترك في خاصية احتوائها على إدراجات مطوّلة نسبيا ، فمعدل عدد الفقرات في مدونات كل من أسعد طه ، بسام جعارة ، حكم البابا و محمود عبد المنعم هي 14 ، 24 ، 09 ، 08 على التوالي و يعود ذلك إلى تأثر أصحابها بشخصياتهم و تجاربهم المهنية الذاتية ، فالمدون بسام جعارة ، و لكثرة استشهاده بوقائع من ماضيه المهني في رئاسة الوزراء السورية في تحليله للواقع السوري ، تكاد إدراجاته أن تصبح نوعا متفردا من السير الذاتية، و هي الإدراجات التي كتبت لُعبّر بشكل

صريح عن وجهة نظر صاحبها و مواقفه من الوقائع المُعالجة، لذلك ترتفع تكرارات ضمير المتكلم بمعدل 14 مرة في التدوينة الواحدة ، إضافة إلى الضمير المتصل "ت" المتكلم الذي ظهر بمعدل 17 مرة في الإدراج.

كما يدرج أسعد طه تدوينات تبدو من خلال الأسلوب المعتمد فيها كنسخ مكتوبة لأفلامه الوثائقية ، خاصة تلك التي يسترجعها من الفترة التي قضاها في البوسنة تسعينيات القرن الماضي . كما تأتي إدراجات المدون محمود عبد المنعم مطولة لأنها في الواقع تمثل مقالات نقدية حول أفلام وشخصيات سينمائية مصرية و أمريكية .

و رغم إدراجه المطولة نسبيا ، تعتبر إدراجات المدون حكم البابا أقرب إدراجات الرأي في المنصة للتعليق كنوع صحفي ، إذ يُبرز المدون في كل إدراج الفكرة المحورية و يُعلق على كل جانب منها في فقرة منفصلة ، مع إبرازه للجوانب المختلفة من القضية المثارة بحروف سوداء يُتبعها بعرض لموقفه و وجهة نظره بحروف بيضاء ، مما يُسهّم في بروز خاصية التركيز في إدراجه .

أما في مدونات الهواه في المنصة فإن حجم إدراجات الرأي يؤكد قوة عامل التعبير بحرية و دون قيود حول المواضيع و القضايا السياسية كدافع رئيسي لدى المدونين العرب ، فغالبية إدراجات الرأي في مدوناتهم هي إدراجات سياسية يُسهب أصحابها في التعبير عن آرائهم من خلالها ، إذ يُقدر عدد فقرات إدراجات الرأي في مدونات هواه التدوين السياسي في المنصة شمس الدين النقا ، مولاى على الأمغاري و باسم العبسي بـ 15 ، 14 ، 10 فقرات على التوالي ، في حين ينخفض عدد الفقرات ، وتبعاً لها حجم الإدراج، في مدونات كل من أحمد بادغيش و حصة اليتيمي المهتمين بالثقافة و المجتمع .

مع العلم أننا نلاحظ في هذا الإطار أن خاصية التركيز تضيع بين فقرات نص الخطاب المطول ، الذي تتعدد جوانب المعالجة فيه فتتعدد تبعاً لها المواقف و الآراء المُعبر عنها ، خاصة إذا لم يستثمر المدون بعض التقنيات المتاحة في المدونة و التي تمكنه من اختزال حجم الإدراج ، كتقنيات الروابط التشعبية و توسيم المحتويات و هو الملاحظ في مدونات المنصة .

أما في المدونات التي ينتمي أصحابها إلى شبكة المدونين العرب ، فإننا نلاحظ التزام المدونين الصحفيين المحترفين بخصائص الأسلوب الصحفي ، خاصة أولئك الذين يشاركون من خلال مدوناتهم المواد الإعلامية و الصحفية الموجهة للبحث و النشر في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها على غرار المدون عدنان الراجحي و المدونة هند الإدريسي . كما نسجل ، بالمقابل ، وجود مدونات يهتم أصحابها الهواه بتوافر معايير الوضوح في إدراجاتهم مثل مدونة شبائك التي يلتزم صاحبها بكل خصائص التركيز في البورتريهات المكتوبة التي يدرجها .

10. 2. 2 وضوح الخط الافتتاحي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :

يكتسي وضوح الخط الافتتاحي في المدونة الإلكترونية الإعلامية نفس الأهمية التي حظي بها في وسائل الإعلام و الاتصال الكلاسيكية لارتباطه بتموقع المدونة في الفضاء التدويني ، فمكانة المدونة ضمن الشبكة التدوينية التي تُنشؤها قوائم الـ Blogroll ، يتوقف على طبيعة المواضيع المعالجة و رؤية المدون الذاتية و موقفه منها ، و من جهة ثانية يُسهم الخط الافتتاحي الواضح في تأكيد مصداقية المدونة و بالتالي الحفاظ على وفاء قرائها ، و يمكن قياس درجة وضوح الخط الافتتاحي في المدونات الإلكترونية من خلال مؤشرين رئيسيين هما اتساق المواضيع و انتظام دورية الصدور .

10. 2. 2. 1 انتظام دورية الصدور : يعتبر انتظام دورية الصدور من المحددات الكلاسيكية الأساسية لهوية الصحيفة كوسيلة إعلامية ، حيث يميز هذا المحدد بين الصحف اليومية (الصباحية و المسائية) و الصحف الأسبوعية ، نصف شهرية و الشهرية . أما في المدونات الإلكترونية الإعلامية فان انتظام دورية الإدراج لا يعكس هوية المدونة فحسب ، بل يلعب أدوارا حاسمة في بناء خطها الافتتاحي بفعل ارتباطه بتجربة المدون الذاتية في معايشة الوقائع و الأحداث اليومية من جهة ، و عمله على بناء علاقة متينة بين المدون و قراءه من جهة ثانية ، و عليه فإن انتظام دورية الإدراج لدى المدون يسهم في خلق وفاء المتابعة لدى قارئ المدونة .

في العينة المدروسة يمكن التمييز بين مدونات تنسم بغزارة الإدراج ، يتعود أصحابها الإدراج اليومي و أخرى لا يتعدى عدد الإدراجات فيها،طيلة فترة الدراسة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2015 ، الـ 10 إدراجات. ولعل أبرز مدونات المجموعة الأولى مدونة الصحفي عدنان الراجحي، مدونة عبد العزيز محمد خاطر، مدونة صرخة الصحراء ، وكذا مدونتي منصة صحيفة إيلاف التي تعود إلى كل من الصحفي أحمد الملا و المدون الهاوي رياض عبد الله الزهراني .و تتميز مدونة تراتيل أنثى في منصة مدونات عربية Arablog.org بـ 71 إدراج خلال سنة 2015 ، في حين تنخفض عدد الادراجات في كل مدونات منصة PostHuffington و يعود ذلك إلى حادثة المنصة التي انطلقت منتصف سنة 2015 .

أما من ناحية انتظام دورية الإدراج فلعل أكثر المدونات انتظاما هي مدونتي بسام جعارة و حكم البابا من منصة PostHuffington، حيث أدرجا خلال الخمس أشهر الأخيرة من سنة 2015 على التوالي 04 و 05 إدراجات خلال شهر أوت ، 05 و 04 إدراجات خلال شهر سبتمبر ، 04 إدراجات ل كليهما خلال شهر أكتوبر ، 04 و 05 إدراجات خلال شهر نوفمبر، إضافة إلى 04 إدراجات ل كليهما خلال شهر ديسمبر، لذلك يمكن أن نقول أن كلا المدونين يُدرج تدوينة واحدة كل أسبوع و يحافظ على هذه الوتيرة في الإدراج .

من بين أكثر المدونات انتظاماً، بين تلك التي تتسم بغزارة الإدراج ، مدونة الصحفي أحمد الملا و المدون الهاوي عبد العزيز محمد الخاطر اللذان يدرجان بشكل شبه يومي ، بل أنهما يدرجان مرتين في اليوم الواحد في بعض الحالات .

أما في بقية المدونات فيلاحظ عدم التزام المدونين العرب في مختلف المنصات بوتيرة محددة في الإدراج ، فالمدونين عبد القادر الفيتوري صاحب مدونة صرخة الصحراء و محمود متولي صاحب مدونة حكايا الربيع من منصة مدونات عربية ، لا يلتزمان بوتيرة إدراج محددة بفعل اعتمادهما ، في عملية الإدراج ، على مخرجات وسائل الإعلام . في حين يظهر جليا الإدراج المناسب المرتبط بما يثير اهتمام المدون و يشد انتباهه من وقائع و أحداث في عدد من المدونات على غرار مدونة المصوراتية التي تعرض صاحبها صوراً لأشخاص ، مناظر ، وقائع من محيطها . و كذا مدونة تراتيل أنثى التي تعمل من خلالها خولة القرشي على نقل تجارب رحلاتها و فعاليات إحياء أيام ومناسبات تاريخية إضافة إلى تجاوبها ، عن طريق الإدراج ، مع مختلف الأحداث التي واكبت فترة الدراسة.

كما نلمس من ناحية أخرى تأثير المدونين بظروف حياتهم اليومية ، ولعله ما يفسر إدراج المدونة حنان اليوسفي 15 تدوينة خلال شهر أوت ، وهو أول شهر لها على منصة *PostHuffington* ، لتكتفي لاحقا بإدراج واحد كل شهر خلال الأربع أشهر اللاحقة. و على نفس النحو نلاحظ عدم انتظام دورية الإدراج في مدونة أحمد ولد جدو الذي انخفضت نسبة الإدراج لديه سنة 2015 بشكل لافت مقارنة بالسنوات السابقة مع تسجيل حالات انقطاع متكررة لمدة أشهر خلال سنة الدراسة.

10. 2. 2. 2. اتساق المواضيع و وضوح الهدف : إضافة إلى ثبات موقف المدون من القضايا المعالجة في المدونة و وضوح الأهداف التي يرمي إليها، تلعب خاصية اتساق المواضيع أدواراً فاعلة في تحديد طبيعة المدونة و بالتالي خطها الافتتاحي ، إذ يُقابل في ذلك معيار نوع المضمون الذي اعتمدته الأدبيات الإعلامية في تصنيف وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل عامة تخوض في كل المواضيع و تهتم بتغطية كل القطاعات ، أو خاصة تُعنى بمجال معين (السياسة ، الاقتصاد ، الرياضة، الصحة، المرأة ...) و تتوجه بذلك إلى فئات جماهيرية محددة .

تتسم مدونات منصة *PostHuffington* باتساق مواضيع الإدراجات فيها ، فالمدونة حنان اليوسفي تهتم بالمجال الثقافي الذي استحوذ على أغلب تدويناتها ، و إن أظهرت بعض الميل إلى المواضيع السياسية و الاجتماعية ، ففي إدراجاتها تهتم بتغطية أخبار المثقفين و الأدباء و الفنانين على غرار الإدراجات **"رحيل الرجل الضاحك في دار للعجزة بلندن"** و هو الإدراج الذي ضمنته خبر وفاة الممثل الكوميدي ستيفن لويس . و **"رحيل مايسترو الرقصة الاستعراضية الأمازيغية موحى و الحسين بعدما عانق العالمية"** و هو الإدراج

الذي نقلت من خلاله خبر وفاة أحد رعاه فن أحيديوس الأمازيغي . و في إدراج "مجالات ثقافية حافظت على ألقها رغم العزوف عن القراءة" تحلل المدونة واقع اهتمام القراء العرب بالمجلات الثقافية و مكانة الأخيرة في الحياة الثقافية العربية ، و على نفس النحو تدرج حنان اليوسفي تدوينات حول الموضة و التعليم و الإعلام ... الخ

إضافة إلى حنان اليوسفي ، يتسم مدونوا الـ *PostHuffington* من الصحفيين المحترفين بالاهتمام بمجالات محددة في إدراجاتهم و هو ما يُضفي اتساقاً جلياً للمواضيع فيها ، فالمدون بسام جعارة ، الذي احترف العمل الصحفي منذ سنة 1974 في صحيفة الثورة السورية و عمل كمدير للمكتب الصحفي برئاسة الوزراء السورية بين سنتي 1990 و 2000 و مراسلاً لوكالة الأنباء السورية بالمغرب بين سنتي 2000 و 2003 يهتم من مقر إقامته الحالية بلندن في إدراجاته، دون استثناء، بالمجال السياسي و يحلل فيها الواقع السوري برده إلى وقائع و أحداث تاريخية خبرها بفعل وظائفه سالفه الذكر ، فمن بين إدراجاته "عن الصداقة السورية السوفياتية" و "ولي فقيه روسيا الأرثوذكسية" و "سر تعلق بشار الأسد بالتاريخ و المؤرخين" . و على نفس النحو يفعل المدون حكم البابا الذي عمل في أكثر من قناة تلفزيونية سورية و عربية ، و أسس مع عدد من الصحفيين السوريين "المركز الوطني للدفاع عن حرية الصحافة و الصحفيين" الذي شغل منصب نائب رئيسه إلى غاية 2006 ، إذ يهتم المدون في إدراجاته بالشأن السياسي السوري و يحلل، معلقاً، أبرز الوقائع و الأحداث التي واكبت فترة الدراسة و خاصة منها تلك المتعلقة بالنشاطات السياسية للمعارضة السورية على غرار إدراج "نجاح بصيغة الفشل" الذي علق من خلاله على اجتماع أطراف المعارضة السورية بالرياض للاتفاق على تشكيل وفد مشترك للتفاوض مع نظام بشار الأسد، و كذا الإدراجات "لو كنت مكان جون كيري" و "معارضة بثوابت .. في جنيف" و "إلى اللقاء في الثورة القادمة" و "دفن الثورة في جنيف" و "عبث في جنيف" و هي الإدراجات التي يعبر المدون من خلالها على موقفه من مفاوضات جنيف و يعلق على تصريحات المشاركين فيها.

و يُظهر المدون الصحفي محمود عبد المنعم في إدراجاته الثلاث اهتمامه بالسينما و الأفلام السينمائية المصرية و الأمريكية ، بينما يهتم صانع الأفلام الوثائقية المصري أسعد طه بإدراج روبرتاجات مكتوبة ينقل من خلالها جوانب لسلسلة من الأفلام الوثائقية التي أعدها تسعينيات القرن الماضي في أوروبا الشرقية.

في نفس المنصة لا تختلف الإدراجات من حيث خاصيتي اهتمام المدون و اتساق المواضيع في مدونات الهواه ، فالمدون المغربي مولاي علي الأمغاري الذي استهل تجربة التدوين في منصة *PostHuffington* بإدراج يعبر من خلاله عن موقفه الرافض لمقولة عدم انتماء الصحراء الغربية للمغرب "بيعة من طنجة إلى نهر السينغال .. وليست مغربية" يهتم بالشأن السياسي السوري و التدخل العسكري الروسي في المنطقة ، فكل إدراجاته اللاحقة خلال سنة الدراسة تتمحور حول هذا الموضوع ، على غرار

الإدراجات "أيها الدب الروسي لقد تغيرت قواعد الإشتباك" و "المنطق البوتيني: الاعتذار عن ممارسة الحق و القيام بالواجب" و حتى عندما أراد تحليل تداعيات تفجيرات باريس ربطها بواقع الأحداث السورية مقارنة بين وقع تفجير واحد في ليلة واحدة على الباريسيين و معاناة أشهر طويلة لشعب بكامله في سوريا .

و على نفس النحو يهتم المدون التونسي شمس الدين النفاذ بالوضع في سوريا و أول إدراجه "الثورة السورية تنتصر على العالم بأسره و تفضحه" و يركز في هذا المجال على ممارسات تنظيم الدولة الإسلامية في المنطقة ، على غرار الإدراجات "هل أصيب البغدادي و هل هو في سرت" و "تنظيم الدولة هل هو أكبر المستفيدين من تصريحات ترامب و فوز اليمين المتطرف في فرنسا" و "لأسباب عديدة لن ينتهي داعش حتى لو هزم في سوريا و العراق" و "هل يمكن أن نرى البغدادي مشاركاً في مفاوضات فيينا بعد هجمات باريس" .

و لا يختلف الأمر بالنسبة للمدونات التي تنسم بقلة الإدراج فالمدون اليمني باسم العبسي يهتم في كل إدراجه الأربع ، خلال فترة الدراسة ، بالوضع في تعز. و تهتم كل من حصة يتيمة و أحمد بادغيش بالمواضيع الاجتماعية .

في منصة مدونات عربية Arablog.org تنتوع المواضيع في مدونة يوميات مواطن عادي من فلسطين ، حيث تحوي المدونة 08 إدراجات خلال فترة الدراسة ، 03 إدراجات سياسية ، 03 إدراجات اجتماعية و إدراجين أحدهما اقتصادي و الثاني أمني . غير أننا لا نستطيع نفي سمة اتساق المواضيع عنها ، ذلك أن المدون نبيل الدويكات ينقل لنا من خلال إدراجه تفاصيل معاشته اليومية لوقائع و أحداث متنوعة ، اجتماعية "هدية الثامن من آذار باقة من دماء النساء" أمنية "الحملات الأمنية ... تحميل الأمن ما لا يتحملة" و سياسية "الأحزاب و النقابات ... الحاضر الغائب" . وأدرج المدون ياسر زارع صاحب مدونة في فمي ماء خلال سنة الدراسة تدوينتين فقط ، أولهما دينية أما الثانية فاجتماعية ، و على قلة الإدراجات في هذه المدونة ، يمكننا القول أن المواضيع فيها تنسم بالاتساق ، فالمدون من خلال إدراجه سنة 2015 و باقي إدراجه السنة السابقة 2014 يعالج جوانب مختلفة متعلقة بالدين الإسلامي و علاقته بالعالم الغربي . و في حكايا الربيع ، وعلى النحو الظاهر في اسم المدونة ، يهتم المدون اليمني محمود متولي بإدراج و مشاركة مواضيع مختلفة حول ما بات يُعرف بالربيع العربي ، في اليمن خاصة و في بقية الدول العربية التي شهدت أحداث مماثلة عامة ، على غرار الإدراجات "الحوثي يتحرك في تعز تمهيدا للمعركة المؤجلة" و "نقاط قوة الرئيس اليمني في مواجهته الحوثيين" و "الحوثيون رحلة التيه بين العزلة و التمدد" .

و تهتم المصورة الصحفية المصرية شيماء سيد صاحبة مدونة المصوراتية بنقل الوقائع و الفعاليات الثقافية عبر ما تنشره من صور في مدونتها **"استقبال عيد الفطر بالكعك الفرعوني"** و **"رحلة صناعة الفانوس"** و **"اليابانيون يحتفلون بانتهاء تساقط أوراق الشجر"** و **"إضاءة خوفو بألوان أعلام لبنان و فرنسا وروسيا"**.

أما مدونة تراتيل أنثى التي تتميز بغزارة الإدراج مقارنة بباقي مدونات المنصة ، فنلاحظ أن خاصية اتساق المواضيع فيها تتراجع أمام العدد الكبير من الإدراجات خلال فترة الدراسة و التي تقدر بـ 71 إدراج فتدوينات الصحفية خولة القرشي التي تعمل في قناة الحوار التونسية تتسم بالتنوع، فقد دونت الصحفية المحترفة في السياسة و الثقافة و الدين و القضايا الاجتماعية و الأمنية و الشخصية أيضا ، غير أن الاتساق في مدونتها يظهر في تجانس مواقفها و آرائها من مختلف الوقائع و القضايا المعالجة في إدراجاتها التي تسهم في إبراز ملامح شخصيتها ، فالمدونة مناهضة للاستبداد السياسي، مؤمنة بمبادئ الثورة التونسية **"حكومة ما بعد الثورة تهين الراية الوطنية"** متحررة من العادات و التقاليد المجتمعية الشرقية **"نساء حارسات الثورة تنتفضن ضد الرجعية و الذكورية"**. و هي جريئة تخوض في كل ما يصنف في خانة الطابوهات في المجتمعات العربية **"عزيز روهو فيلم تونسي يطرح قضية المثلية الجنسية"**.

أما في مدونات شبكة المدونين العرب فيمكن أن نلمس خاصية اتساق المواضيع من خلال مؤشرات مختلفة ، فهي تظهر في مدونات عدنان الراجحي و أمل زياد و هنداء بريس و شبائك و عصام الزامل و صندوق حمد من خلال اهتمام أصحاب هذه المدونات بمجالات محددة . فعندان الراجحي يهتم بنقل وقائع و أحداث الحرب في اليمن ، و كل مواضيع إدراجه أما سياسية تتعلق بما يتخذ من إجراءات و ما يُعقد من لقاءات بين الساسة و أصحاب القرار السياسي داخل اليمن و خارجها ، أو أمنية مرتبطة بما يحدث في الميدان سواء تعلق الأمر بممارسات ميليشيا الحوثي من قصف و حصار بحق المدنيين أو ما يخوضه الجيش و المقاومة الشعبية من مواجهات ضد الحوثي و أنصار الرئيس المخلوع.

وعلى نفس النحو تتسق إدراجات المدونة الفلسطينية أمل زياد التي تُسخر مدونتها لنصرة القضية الفلسطينية ، و من بين إدراجاتها **"أنقذوا مخيم اليرموك"** و **"المرأة الفلسطينية في يومها العالمي"** و **"العودة حق كالشمس"**. كما أن الاهتمام بمجال معين هي سمة نلاحظها أيضا في كل من مدونتي عصام الزامل و شبائك التي تُعنى بمجال المال و الأعمال ، حيث يعرض رؤوف شبائك بورترية لـ جاك ما ، روبرت كيوساكي ، زيج زيغلر ، مومفو كو آندو و و جاري بروير ... الخ و كل هؤلاء أشخاص نجحوا ، عصاميا، في إنشاء أعمال و إدارتها و جمع ثروات طائلة من خلالها . في حين يهتم عصام الزامل بتحليل عدد من القضايا الاقتصادية.

و في مدونة صرخة الصحراء ، و على الرغم من تنوع مواضيع الإدراجات التي صنف في خمس مجموعات سياسية و اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و أمنية ، إلا أننا نلمس درجة عالية من الاتساق في مواضيع إدراجات المدونة ، ذلك أن صاحبها الباحث عبد القادر الفيتوري مهتم بكل ما يتعلق بالتجارب النووية الفرنسية في الصحراء الجزائرية باعتبارها جريمة لا تعني الجزائر وحدها بل تخص الصحراء الأفريقية كاملة ، و خصوصا الدول المجاورة، فسياسيا يدرج المدون و يشارك مختلف المخرجات الإعلامية التلفزيونية و المكتوبة المتعلقة باللقاءات التي تعقدها الجزائر و فرنسا لدراسة ملف تعويض ضحايا التجارب النووية ، و ينقل اجتماعيا آثار التجارب النووية في مجتمعات الجنوب ، كما يهتم ثقافيا بنقل إسهامات المثقفين و الأدباء ، أمثال الطاهر وطار ، حول الموضوع في كتبهم و رواياتهم و قصائدهم.

بالمقابل تنتوع المواضيع و كذا مجالات الاهتمام في بقية مدونات العينة المدروسة ، وخاصة منها مدونة لقمة عيش و مدونة أحمد ولد جدو و كذا مدونة عبد العزيز محمد خاطر و هي المدونات التي تنتم الإدراجات ، على تنوع مواضيعها ، بالاتساق بفعل ميل أصحابها إلى التعبير بوضوح عن مواقفهم تجاه القضايا التي تناولتها إدراجات مدوناتهم ، فالمدون الموريتاني أحمد ولد جدو يعبر عن موقفه المناوئ لسياسة حكومة بلده في مجالات مختلفة ، و من قطر تظهر شخصية عبد العزيز محمد خاطر من خلال مدونته التي يهتم فيها بالموروث الثقافي القطري حيث ينزع في الكثير من إدراجه إلى مقارنة الحاضر بالماضي في كل ما يحيط به على مختلف الصعد السياسية ، الثقافية و الاجتماعية .

10. 3 الأنواع الصحفية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

تُعرف الأنواع الصحفية باعتبارها "أشكالا أو صيغا تعبيرية ذات بنى داخلية متماسكة ، تتميز بطابع الثبات والاستمرارية وتعكس الواقع بشكل مباشر وواضح و سهل و تسعى إلى تقديم و تحليل و تفسير الأحداث و الظواهر و التطورات مستهدفة بذلك إيصال رسالة محددة الى القارئ"¹.

و لم تظهر الأنواع الصحفية دفعة واحدة في حالة مكتملة البناء بل نشأت و تطورت عبر مراحل زمنية مختلفة مواكبة للتطورات الحاصلة في وسائل الإعلام و متأثرة بالمحيط الاجتماعي و الثقافي و السياسي السائد . و باعتبار الخبر نوعا صحفيا قاعديا فإنه يُعتبر منطلقا لكل الأنواع الصحفية الأخرى التي نشأت و تطورت بناء على خصائصه الفنية و وظيفته الصحفية . فإذا كان الخبر هو النوع الصحفي الذي يضطلع بأداء الوظيفة الإخبارية ، فيقدم المعلومات الأساسية و التفاصيل الرئيسية حول الواقعة أو الحدث مُجيبا على الأسئلة المرجعية القاعدية ماذا؟ من؟ متى؟ و أين؟ فان التقرير الصحفي ينتقل من مجرد الإعلان عن وقوع الحدث إلى شرحه و تمكين القارئ أو المشاهد من استيعابه من خلال شرح حيثيات وقائعه و تفسير مسببات حدوثها عن طريق الإجابة بسخاء على السؤالين كيف؟ و لماذا؟ .

و يتجاوز التعليق الوظيفية الإخبارية للخبر و المتمثلة في تقديم عرض موضوعي للحدث ، إلى تحليل وقائعه وفقا للرؤية الذاتية للمحرر استجابة للحاجة إلى نوع صحفي يُسمح فيه للقائم بالاتصال بتفسير الحدث و تحليله و تقديم الخلفيات و التفاصيل و التعليق عليه و إبداء رأيه الخاص في وقائعه ، وبينما تقدم الافتتاحية الموقف الرسمي للمؤسسة الإعلامية يأتي الحديث الصحفي ليستقصي الحقائق من مصادرها و إسناداتها الشخصية، و التحقيق الصحفي ليكشف كل الجوانب المحيطة بواقعة يكتنفها اللبس و الغموض ، بينما تخاطب الأنواع التعبيرية ،التي تميل إلى ممارسة الوظيفة التثقيفية و الترفيهية، الحس الفني لدى القراء و المشاهدين .

تأسيسا على ما سبق ، يمكن القول أن الأنواع الصحفية تتباين في وسائل الإعلام على اختلافها ، بل و في الوسيلة الإعلامية الواحدة ، تماثيا و تنوع حاجات الأفراد و تلبية لها، و ذلك من خلال مساعدتهم على متابعة الأخبار و فهمها و استيعاب مدلولات الوقائع فيها و إدراك خلفيات الأحداث و مسبباتها و كذا تداعياتها و تأثيراتها

و عليه نستنتج بأن الأنواع الصحفية تتسم بالتنوع ترجمة لحقيقة أن لكل نوع صحفي وظيفته التي لا يمكن أن يؤديها غيره، حيث تتضافر عدة عناصر أساسية معا للعمل على تحديد السمات الخاصة للأنواع الصحفية من

¹ أديب خضور : أدبيات الصحافة ، مطبعة داودي ، دمشق، 1986 ، ص:14.

جهة و تفرض من جهة ثانية على المحرر استخدام نوع صحفي محدد بقاعدة " النوع الصحفي المناسب للحدث المناسب " ولعل من أبرزها :

10 . 3 . 1 طبيعة الحدث: كمحدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية: تؤكد القواعد التقليدية لتحرير الأنواع الصحفية أنه يمكن معالجة الحدث الواحد إعلاميا بواسطة أكثر من نوع صحفي واحد ، كما يمكن أن تتطلب طبيعة الموضوع نوعا صحفيا بعينه ، مثلما تسهم عوامل خارج الموضوع في ذلك على غرار تاريخ نشر الموضوع مقارنة بوقت وقوع الحدث و كذا الهدف الذي يتضمنه الخطاب في الموضوع الصحفي غير أن هذه القاعدة ، التي حكمت لعقود طويلة آليات اختيار النوع الصحفي الملائم لمعالجة الحدث ، لم تحافظ على مكانتها الهامة بين بقية المحددات و يتجلى ذلك في عدد من المظاهر الملاحظة في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة ، و أهمها التركيز على نوع صحفي واحد في المدونة الواحدة، إذ لا يهتم المدونون العرب بتنوع اختياراتهم بين الأنواع الصحفية وفقا لطبيعة الحدث ، حيث لاحظنا أن الأحداث و الوقائع و القضايا ، خلال فترة الدراسة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2015 ، قد تعددت و تنوعت و اختلفت من حيث طبيعتها و موقع حدوثها و حجمها و درجة تأثيرها إلا أننا نسجل بالمقابل أن غالبية المدونات تعتمد على نوع صحفي واحد، لم يُختَر بحكم ملاءمته لطبيعة الحدث و إنما لأنه يتماشى و غايات المدون و أهدافه فمهمة عدنان الراجحي مرتبطة بنقل أخبار الحرب لصالح قناة بلقيس الفضائية ، لذلك تمثل غالبية إدراجاته أخبارا يحررها وفق مقتضيات قواعد التحرير الصحفي ، و لا يستعمل التقنيات المتاحة في مدونته التي يُطلقها من موقع blogspot إلا ليعيد بث و نشر المحتويات التي ينتجها بوصفه مراسل حرب.

و يهتم أحمد الملا بالتعليق على الوقائع و الأحداث و القضايا المثارة في العراق ، لذلك فكل إدراجاته تنتمي إلى نوع صحفي واحد هو التعليق . و قد أكدت عملية التحليل الدوري لإدراجات المدون أن الأخير ملتزم بقواعد تحرير التعليق الصحفي متأثرا بممارسة العمل الإعلامي الإحترافي و على نفس النحو ترتفع إدراجات الرأي في مدونات كل من أمل زياد ، عبد العزيز محمد الخاطر ، هندا بريس ، رؤوف شبايك ، عصام الزامل ، باسم البغدادي ، رياض عبد الله الزهراني ، بسام جعارة ، حكم البابا و خولة القرشيحي صاحبة مدونة تراتيل أنثى و كذا محمد متولي صاحب مدونة حكايا الربيع ، لأن كلا من هؤلاء يهدف إلى التعبير عن رأيه و موقفه و شرح وجهة نظره تجاه القضايا المثارة في إدراجاته .

و تجدر الإشارة ، من جانب آخر ، إلى عامل هام جدا يعمل بوصفه سببا محوريا لتراجع "طبيعة الحدث" كمحدد رئيس للنوع الصحفي المستخدم . و هو أن الطابع الذاتي الحميمي للمدونة يجعل الأخيرة مرتبطة ، على عكس ما ألفناه في وسائل الاعلام الكلاسيكية، بجانب محدد في مجال معين مما يُضيق هـامش

الاختيار بالنسبة للأنواع الصحفية . فعندان الراجحي مهتم بالحرب في اليمن و أحمد الملا و باسم البغدادي مهتمان بالخلاف السياسي و الطائفي في العراق ، و محمد الصالح صاحب مدونة الصلاح مهتم بمجتمعه المحلي و احتياجاته و وليد إبراهيم مهتم بأخبار البورصة و أسعار الصرف و شبائك مهتم بنقل تجارب أصحاب الريادة في مجال المال و الأعمال ، و بسام جعارة و حكم البابا منشغلان بتحليل و التعليق على واقع الأحداث في سوريا ، يُشاركما في ذلك المدونان المغربي مولاي على الأمغاري و التونسي شمس الدين النقاز ، و يهتم عبد القادر الفيتوري صاحب مدونة صرخة الصحراء بقضية التجارب النووية الفرنسية في الصحراء الجزائرية .

10. 3. 2. الوقائع و الأحداث : كمحدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية : لا يخلو

خطاب إعلامي من عرض للتفاصيل حول الحقائق و الوقائع و الأحداث ، غير أنها قد تكون مقصودة لذاتها مثلما هو الحال في الأنواع الإخبارية كالخبر و التقرير الصحفي ، كما يمكن أن توظف كخلفية يتأسس عليها بناء المواقف و الآراء و وجهات النظر في أنواع الرأي كالتعليق و العمود و الافتتاحية ، أو كمادة للبحث و التمحيص و السؤال و الاستفسار في الأنواع الاستقصائية كالتحقيق الصحفي و الحديث .

و تحافظ الوقائع و الأحداث على مكانتها الهامة في الخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية التي يديرها المحترفون، فعندان الراجحي و حنان اليوسفي يجيبان في إدراجتهما الإخبارية على الأسئلة المرجعية ماذا؟ ، من؟ ، أين؟ و متى؟ في رأس الإدراج ، يستخدمان في ذلك قالب الهرم المعكوس التقليدي الذي ترتب المعلومات وفقا له تنازليا حسب درجة أهميتها .

كما يلتزم كل من عصام الزامل ، أحمد الملا و حكم البابا بذكر الواقعة أو الحدث مع التركيز على أبرز جوانبه في مقدمات تعليقاتهم . و يشذ عن القاعدة المدون الصحفي المحترف بسام جعارة الذي تجاوز في كثير من تعليقاته قاعدة ضرورة ذكر الواقعة قبل تحليلها و التعليق عليها ، مهتما بمباشرة التعبير عن رأيه في مقدمة الإدراج ، ليأتي على ذكر الحدث و وقائعه متضمنة في فقرات المتن من خلال التعبير عن آرائه .

و نلاحظ في هذا الإطار إلزام عدد كبير من المدونين الهواة من أصحاب مدونات العينة المدروسة بوضع الوقائع و الأحداث في إطارها السليم ضمن إدراجاتهم ، فالمدون محمد الصالح صاحب مدونة الصلاح ، و هو المدون الوحيد الذي اهتم بالمستوى الاستقصائي في الإدراج بعدد من الأحاديث الصحفية التي جمعتها بالمسؤولين المحليين في ولاية الجلفة الجزائرية ، و الذي يهتم من خلال مدونته بنقل انشغالات سكانها ، إذ اعتمد طريقة "السؤال – جواب" في تقصيه للمعلومات من المتحدث ، حيث استهل كل الحوارات التي أجراها بمقدمات تحوي كل منها ، غالبا، تمهيدا قصيرا للموضوع المثار في الحديث و تعريفها مركزا بشخصية المتحدث .

و تبعا لمحدد "الوقائع و الأحداث" يمكن تصنيف بقية المدونين الهواه في مجموعتين اثنتين ، تلتزم الأولى بذكر الوقائع و الأحداث كخلفية يؤسسون عليها بناء مواقفهم و آرائهم و وجهات نظرهم ، و نسجل هنا أن مدوني هذه المجموعة لا يعتمدون ،جميعهم، على الطرق التقليدية في توظيف الخلفية تأسيسا للتعليق و التعبير عن الرأي و الشرح و التفسير ، فمنهم من يستخدم تكنولوجيا الروابط التشعبية في هذا الإطار على غرار ما يقوم به المدون أبو المعالي فائق في مدونته لقمة عيش الذي دعم عددا من إدراجاته ، لا سيما إدراجات الرأي منها ، بروابط في مقدماتها تحيل إلى مواقع خارجية تناولت الواقعة أو الحدث . إضافة إلى المدون رؤوف شبايك ،صاحب التجربة التدوينية المميزة حيث يعتبر أكثر المدونين استثمارا لتكنولوجيا الروابط التشعبية إذ وظف هذه التقنية في كل إدراجاته دون استثناء لإحالة القارئ إلى إدراجات سابقة في مدونته بوصفها خلفية للإدراج المعني باستخدام روابط داخلية ، و أبرز الأمثلة على ذلك إدراج ينقل المدون من خلاله رحلة شاب مصري مهتم بالمال و الأعمال إلى جنوب إفريقيا سعيا لشراء سلع معينة ، و هو الشاب الذي سبق و أن أدرج تدوينة حول تجربته ، إذ فضل شبايك توفير رابط داخلي للإدراج السابق بدل إعادة التعريف بالشاب و تجربته السابقة .

في حين لا يهتم مدونو المجموعة الثانية إلا بالتعبير عن آرائهم ، و لعل أبرزهم المدون محمد أحمد خليل صاحب مدونة شربينيات من الأقصر ، الذي يمكن أن تستشف الواقعة بين ثنايا آرائه التي يُعبر عنها بشكل شديد الاختصار و التركيز في فقرة واحدة غالبا .

10. 3. 3 عملية الشرح و التحليل و التفسير:محدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية

العربية : و هي العملية التي تُعتبر محددًا هامًا لهوية النوع الصحفي ، إذ تؤكد الأدبيات الإعلامية غياب هذا النوع من العمليات في الخبر الصحفي الذي يعتبر نوعا صحفيا قاعديا ، يكتفي المحرر من خلاله بنقل تفاصيل الحدث من خلال الإجابة على الحد الأدنى من الأسئلة المرجعية ماذا؟ من؟ متى؟ و أين؟ و التي لا يستقيم خبر من دونها ، في حين يمكن أن تكون الإجابة على السؤالين كيف؟ و لماذا؟ مختصرة أو معدومة تماما ، كما يتأسس التقرير كنوع صحفي على الإجابة عن السؤال كيف؟ من خلال وصف حيثيات وقوع الحدث أو السؤال لماذا؟ سعيا إلى تفسير أسباب وقوع الحدث و شرحها . بينما ينتقل المحرر بعملية الشرح و التفسير إلى مستويات أكثر عمقا في الأنواع الاستقصائية لاسيما في التحقيق الصحفي ، أو يربطها بالطابع المميز للنوع الصحفي في أنواع الرأي ، فهي عملية تحليلية رصينة مشبعة بالأدلة و الشواهد و البراهين في الافتتاحية و التعليق ، و مرتبطة بالأسلوب الساخر أو النقدي للمحرر في العمود الصحفي .

وقد تلعب ، في هذا الإطار التفاعلية، من خلال إمكانية التعليق المتاحة في المدونات للقراء و المدونين الأصدقاء في قوائم الـ Blogroll ، إضافة إلى تقنيات التوسيم و الروابط التشعبية أدوارا محورية في إعادة تعريف عملية الشرح و التحليل و التفسير ، إذ أصبح من الممكن أن يمارس المدون هذه العملية

بشكل مختلف من خلال توسيم المحتويات في الإدراج و بالتالي ضمه إلى كل المواضيع التي تشاركه الاهتمام، و هو ما من شأنه شرح الموضوع و تفسيره . كما أصبح متاحا القيام بعملية التفسير و الشرح عن طريق تدعيم الخطاب بالروابط التشعبية الداخلية و الخارجية ، روابط تنسب المعلومات إلى مصادرها أو تشرحها بردها إلى المواقع التي تفسرها ¹ ، كما أصبح من الممكن أيضا أن يرجئ المدون عملية التفسير إلى مرحلة التعليق ، حيث يشترك مع القراء و بقية المدونين في ممارسة هذه العملية التي لم تعد حكرًا على نوع صحفي دون آخر ما دام التعليق ممكنًا على كل الأنواع الصحفية.

في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة نلاحظ تفككا على مستوى العلاقات بين الشرح و التفسير و التحليل كإجراءات أساسية في عملية المعالجة الإعلامية من جهة والأنواع الصحفية كأشكال تعبيرية ناقلة للخطاب من جهة ثانية ، و هي العلاقات التي تعيد التشكل من جديد على أسس مستحدثة تحكمها شخصية المدون و أهدافه و الخصوصية التقنية للوسيط.

فالخبر الذي ظلّ نوعا صحفيا قاعديا يُقدس الموضوعية ، لا شرح فيه و لا تحليل و لا تفسير ، تغير ليُنشر مشبعا ، بشكل مباشر أو على الأقل إحياء ، بمواقف المدون و آرائه . فباستثناء الإدراجات الإخبارية للصحفيين المحترفين أمثال عدنان الراجحي ، حنان اليوسفي ، أحمد الملا و خولة القرشيحي صاحبة مدونة تراتيل أنثى و شيماء سيد صاحبة مدونة المصوراتية ، الذين التزموا في الأخبار المنشورة على مدوناتهم بذكر التفاصيل و المعلومات و الإجابة على الأسئلة المرجعية الأساسية ، يدرج المدونون الهواه تدوينات إخبارية ينقلون من خلالها الوقائع و الأحداث مشبعة بتفسيراتهم و رؤاهم الشخصية ، فعلى سبيل المثال عندما نقل المدون الموريتاني أحمد ولد جدو ، صاحب المدونة الفائزة بجائزة البوبز لسنة 2013 ، خبرا عن القمع الذي تعرّض له طلبة جامعيون موريتانيون أثناء احتجاجات نُظمت للمطالبة بحهم في النقل الجامعي ، ظهر جليا من خلال الإدراج موقفه المناوئ لممارسات الشرطة الموريتانية ، خاصة و أنه تساءل في آخر فقرة من الخبر عن دور الشرطة في حماية المواطن و ممتلكاته و مكافحة الجريمة ، هذه الأخيرة التي يظهر من خلال الإدراج أنها نقشت في المجتمع الموريتاني بفعل ضعف أجهزة الأمن في الدولة .

كما نسجل أن بعض المدونين يمارسون الشرح و التفسير في إدراجاتهم الإخبارية بشكل غير مباشر عن طريق تدعيمها بروابط ذات صلة داخل السياق لشرح كلمات ، بعض الجوانب من الأحداث أو عرض مواقف لأطراف فاعلة .

من جانب آخر يمكن أن نصنف كل إدراجات الرأي في المدونات الإعلامية الإلكترونية المدروسة في خانة "التعليق الصحفي" فالمدونة بفعل طابعها اللامؤسسي و خصوصيتها الحميمية لا تتفق و الافتتاحية التي يُعبر من خلالها عن الموقف الرسمي للمؤسسة الإعلامية و ليس موقف صاحبها، و لا مع العمود الذي

¹ يستخدم موقع ويكيبيديا على سبيل المثال بشكل فعال في هذا الإطار

تختزل المدونة كل مزاياه بطبيعتها، فللمدونة عنوان ثابت و صفحة خاصة على الشبكة و تحمل اسم صاحبها . لذلك يشترك المدونون العرب في الميل إلى تفسير الأحداث و شرحها و تحليلها و التعليق على مجرياتها ، ثم التعبير عن آرائهم و مواقفهم منها و هو ما يتفق إلى حد بعيد جدا مع التعليق كنوع صحفي .

10 . 3 . 4 الذاتية مقابل الموضوعية : كمحدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

تُميّز الأدبيات الإعلامية في مجال التحرير الصحفي بين أنواع الرأي و الأنواع الإخبارية ، بناء على درجة بروز الرؤية الذاتية للمحرر في الخطاب الصحفي ، إذ يلتزم صاحب الخطاب الإعلامي بالموضوعية في تحريره للخبر و التقرير و التحقيق .. الخ ، بينما يبرز ذاتيته من خلال عرض موقفه و رؤاه في أنواع الرأي كالافتتاحية و العمود و التعليق . و هو المحدد الذي نفترض أن سمة الحميمية التي تُميّز المدونة و كذا تنصلها من الطابع المؤسساتي ، قد يُعيد صياغة معالم أدواره في التمييز بين الأنواع الصحفية.

فبغض النظر عن الإدراجات الإخبارية للصحفيين المحترفين ، يمكن أن نستنتج أن التمييز بين الأنواع الإخبارية و أنواع الرأي قد تراجع مع وسائل الإعلام الكلاسيكية ، ذلك أن تشاركية إنتاج الإدراج الإخباري المتاحة في المدونة تتنافى و خاصية الموضوعية ، ففي إدراج إخباري له ينقل المدون أبو المعالي فائق وقائع منتدى تنمية إقليم دلتا النيل بجامعة طنطا المصرية ، و على الرغم من اكتفائه بالإجابة على الأسئلة المرجعية المعتادة و عرض فعاليات المنتدى المختلفة ، إلا أن إسهامات قراء مدونته و من شاركوا المدون حضور المنتدى جعلوا ، من خلال التعليقات، من الإدراج الإخباري نصا مفتوحا لا يحمل رأيا واحدا و إنما رؤى مختلفة و متعددة تعدد المشاركين في إنتاجه .

و يُنكر في هذا الإطار أن المدون أبو المعالي فائق و مواطنه رؤوف شبايك ، هما المدونان الوحيدان اللذان اهتمتا بالإجابة على تعليقات القراء و بالتالي إنتاج خطب إعلامية دائرية الاتجاه في مدوناتهم .

إضافة إلى مدونة لقمة عيش ، يمكن أن نلاحظ ذاتية المدون في كل الإدراجات الإخبارية في مدونات أحمد ولد جدو الذي وجدنا صعوبة في تمييز الإدراجات الإخبارية عن إدراجات الرأي في مدونته، ذلك أنه يُعبر بشكل صريح عن آرائه الخاصة في هذا النوع من الإدراجات .

ويمكن أن نحدد ثلاث مجالات أساسية لبروز ذات المدون في إدراجاته من خلال مفردات العينة المدروسة و هي استخدام ضمير المتكلم "أنا" خلال الخبر و الذي برز في الإدراجات الإخبارية في مدونات الهواه على غرار الإدراجات الإخبارية في مدونة أحمد ولد جدو و مدونة الصلاح و الذي رُصد في أعلى تكرار له في ادراج بعنوان " **حمى الوادي المتصدع: لاجديد فالعصابة تستمتع!!!**" و هو الإدراج الذي ينقل من خلاله المدون معلومات حول ارتفاع عدد ضحايا حمى الوادي المتصدع على عكس تصريحات وزارة الصحة الموريتانية قائلا في مثال على ذلك " **أنا لم أخطئ في كتابة التاريخ وكان ذلك**

عن قصد فالخبر سيتكرر سنة 2019 وبنفس التفاصيل...". و هو الملاحظ أيضا في مدونة الصلاح لصاحبها محمد الصالح الذي ينتج خطابا إخباريا حول عدد من الأحداث التي تعكس الأوضاع المتردية تنمويا في مجتمعه المحلي باعتباره عضوا في هذا المجتمع، إذ سجلنا استخدام المدون لضمير المتكلم المفرد "أنا" والجمع "نحن" بمعدل 06 و 04 مرات في كل إدراج على التوالي، محاولا توضيح مساعيهِ الشخصية وكذا نشاطات منظمات المجتمع المدني الذي ينخرط في إطاره لخدمة مصالح المجتمع المحلي في المنطقة .

إضافة إلى ذلك يُعتبر التعبير الصريح عن وجهة النظر أو الرأي أحد العلامات البارزة لتجلي ذات المدون في إدراجه و هي تظهر على مستوى الأنواع الإخبارية في مدونات الهواه و تغيب عنها في مدونات المحترفين . كما يمكن أننميز بينالهواهوالمحترفينعن طريق رصد ذات المدون من خلال الطريقة المعتمدة في التعبير عن الرأي في إدراجات الرأي أيضا، ، ذلك أن الهواه يعبرون مباشرة عن آرائهم و يذكرون القضية المعالجة من خلال تعبيرهم عن وجهة نظر معينة أو تعليقهم عليها، و أبرز مثال على ذلك تدوينات الرأي في مدونة شربينيات من الأقصر، في حين يلتزم المحترفون بالتعريف بالواقعة قبل التعبير عن مواقفهم منها . أما المستوى الثالث لتجلي ذات المدون في إدراجه فتتمثل في التعبير الصريح عن التجارب الشخصية في مناقشة القضايا و الأحداث و هو ما نلمسه جليا في إدراجات بسام جعارة الذي لا يستغني عن إقحام خلاصات معاشته للساسنة و مسؤولي الأمن في النظام السوري بحكم مهنته في تحليله للأوضاع السورية، ففي إدراج له بعنوان "عندما "حرد" محمود الزعبي.. عن "دولة المؤسسات" في سوريا" يستهل تدوينته قائلا: "أخبرني ضابط أمن مجلس الوزراء أن محمود الزعبي "حردان" ويرفض العودة إلى مكتبه " و هو ما يؤكد فعالية تأثير حميمية المدونة وطابعها اللامؤسساتي في تراجع الموضوعية لصالح الذاتية في معالجة الوقائع و الأحداث في كل الأنواع الصحفية .

10. 3. 5 المساحة و الزمن: كمحدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية:

مثلت المساحة في الصحافة المكتوبة ، و بعدها الزمن في الإذاعة و التلفزيون محددا هاما للأنواع الصحفية ، إذ تتطلب الأنواع الصحفية الثقيلة مساحة مكانية أو زمانية أوسع مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى كالخبر و التقرير مثلا ، و هو المحدد الذي نفترض أن تكنولوجيا الروابط التشعبية و الملتيميديا قد تركت تأثيرها الكبير عليه ، غير أن الدراسة التطبيقية قد أثبتت العكس . و يعود ذلك إلى قلة استخدام هذا النوع من التقنيات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة ، حيث أن هناك عدد من المدونات التي لم يستخدم أصحابها تكنولوجيا الروابط التشعبية نهائيا ، على غرار مدونات أمل زياد ، لافقات ، عبد العزيز محمد خاطر، عصام الزامل، رياض عبد الله الزهراني.

من جهة أخرى تُوظف تقنية الروابط التشعبية لأغراض مختلفة إذ تستخدم في الإدراجات الإخبارية في مدونات الصحفيين المحترفين خاصة ، لربط المعلومات بمصادرها ، و تستغل في شرح و تفسير بعض الوقائع و التفاصيل والمواقف .

10 . 3 . 6 خصوصية الوسيلة الإعلامية: كمحدد للنوع الصحفي في

المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية برز الدور الفعال لهذا المحدد بعد ظهور الإذاعة و تكرر بعد ظهور التلفزيون و انتشاره ، فميّزت الأدبيات الإعلامية بين الأنواع الصحفية تبعا للوسيلة الإعلامية ، فكيفية تحرير الخبر الصحفي تختلف عن كيفية تحرير الخبر الإذاعي و كذا الخبر التلفزيوني . و أُعيد طرح هذا المحدد لمناقشة دوره في التمييز بين الأنواع الصحفية بعد ظهور الأنترنت و انتشار المواقع الإعلامية الإلكترونية المستفيدة من الخيارات غير المسبوقة التي يوفرها الوسيط الجديد و التي تميزها عن الوسائل الإعلامية السابقة و التي باتت تعرف باعتبارها وسائل إعلامية كلاسيكية أو تقليدية . و نحن إذ نُدرج خصوصية الوسيلة كمحدد لهوية النوع الصحفي فإننا نفترض أن الخصوصية التقنية للمدونات الإلكترونية من شأنها أن تخلق أنماطا جديدة في الكتابة الصحفية أو أن تمارس، على الأقل، تأثيرا بالغا في أنماط الكتابة التحريرية السائدة .

يختلف تحليل تأثير خصوصية الوسيلة على البنى التحريرية للأنواع الصحفية عندما يتعلق الأمر بالمدونات الإلكترونية ، ذلك أن محدد الاستخدام يلعب دورا هاما في تفعيل علاقة التأثير بين الخصائص التكنولوجية للتدوين و البنية التحريرية للخطاب في إدراجات المدونات الإلكترونية الإعلامية ، فاستخدام المدون لمختلف التقنيات مرتبط بتمثله للمدونة و بالهدف الذي يرمي إلى تحقيقه من خلال اعتمادها في نشر المحتويات . فالمدون الذي تعكس الصورة الذهنية للمدونة لديه خصوصية التطور التقني المتفردة يكون ،منطقيا، أكثر استعدادا لتوظيف و استثمار خصائصها التقنية في إدراج المحتويات ،في حين أن المدون الذي لا يملك في تمثله لعملية التدوين و المدونات سوى الإمكانية المتاحة للنشر و الحرية المطلقة للتعبير ، فإنه يكتفي بالنشر وفقا للقواعد و الآليات التقليدية ، مكتفيا في ذلك بأبرز الخصائص التقنية للتدوين و أكثرها تجليا و هي إمكانية النشر المتاحة ببسر و فعالية .

بناء على ما تقدم يمكن أن نميز ، في العينة المدروسة ، بين ثلاث أنواع من المدونات هي :

- المدونات التي يهتم أصحابها باستغلال و استثمار و توظيف الخصائص التكنولوجية للتدوين في إدراج المحتويات و لعل أبرزها مدونة شبائك التي نلاحظ فيها انعكاسا واضحا للخصوصية التقنية في الإدراجات مقارنة ببقية المدونات . فالمدون ، وإن كان لا يهتم بتوسيم المحتويات في إدراجه، إلا أنه يدعمها بروابط داخلية وخارجية ويتفاعل مع قراء مدونته عن طريق التعليق مما يُحول الخطاب فيها من خطاب أحادي موجه إلى خطاب دائري الاتجاه ، إذ لا يكتفي المدون رؤوف شبائك في مدونته بالإدراج و إنما يطلق من خلاله مبادرة للنقاش ، فاتحا المجال واسعا للحوار ، ليؤكد بذلك أن نص الخطاب

في المدونة نص مفتوح ، غير منته ، ففي مدونته نلمس مسارا تشاركيا في إعداد الإدراجات و إن اقتصر على المساهمة بالرأي و المناقشة التي تتضمنها التعليقات ، مما أنتج بنية تحريرية مختلفة تتماشى والسيرورة السردية متعددة الأطراف و المكونة من المدون منتج الإدراج و القراء المشاركون في استئناف عملية تضمين المحتويات في الإدراج عن طريق التعليق ، مع العلم أنّ ذلك يسهم في استحداث استئناف مواز لخبرات القراءة لدى قراء آخرين ، المشاركين في عملية التعليق ، بفعل تقنية الـ trac . back

و يهتم شبائك في مدونته بالأنواع التعبيرية و خاصة البورتريه ، محافظا في ذلك على عدد من خصائصه التحريرية و منها العمل على تقريب القارئ من شخصية معينة عبر التركيز على ماتميز و تتفرد به ، حيث رصد المدون مسارا انتقائيا مختزلا لنجاح الشخصيات المحورية في بورتريهات مدونته في مجال المال و الأعمال . غير أن المدون لا يحترم قاعدة إبراز الملامح التعريفية للشخصية و المتمثلة في المعلومات الأساسية قبل الانتقال إلى التفصيل في شرح محطات النجاح ، كما أن المدون يُخالف قاعدة اعتماد قالب الهرم المعتدل في تحرير البورتريه ، ذلك أنه يبدأ مباشرة في إبراز عوامل النجاح و أسبابه من خلال التطرق إلى أهم العناصر في المشروع الذي تديره الشخصية المحورية ، مكتفيا في بعض الحالات بالأحالة ، عن طريق رابط داخلي ، إلى تدوينات سابقة للتعريف بالشخصية . كما أن المدون لا يرتبط بالأحداث الجارية في اختياره للشخصيات و إنما يعتمد معيار النجاح اللافت الذي جعله ، أحيانا ، يختار شخصيات تاريخية تعود إلى القرن الماضي .

- أما مدونات النوع الثاني فهي مدونات تقتصر على توظيف تقنية واحدة في المدونة كاملة أو في الإدراجات بشكل منفرد على غرار مدونة تراتيل أنثى التي تستثمر صاحبها خولة القرشيقي تقنية توسيم المحتويات في إدراجاتها دون غيرها من التقنيات ، غير أنه يُلاحظ على مستوى هذه المدونة أن التوسيم قد اعتمد خارج نص الإدراج في شكل كلمات مفتاحية . و نسجل في هذا الإطار أن تقنية التوسيم لم تنجح في تفعيل اندماج المدونة في التكتلات التدوينية التي تشاركها الاهتمام قياسا بحجم التعليقات و التفاعل في المدونة ، و يعود ذلك إلى عدم اهتمام المدونين العرب بهذه التقنية إذ تُقدر نسبة توسيم الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة بـ 10.79% .

و تظهر إمكانية تشاركية إنتاج الخطاب بأشكال مختلفة في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ، إذ تظهر خدمة استضافة التدوينات Gust blogging في مدونة باسم البغدادي من منصة صحيفة إيلاف الإلكترونية ، غير أن عملية الاستضافة تتم باستضافة المدون دون الإشارة إلى المدونة ، حيث يظهر اسم المدون "الضيف" فلاح الخالدي في 15 تدوينة له من مجموع التدوينات الـ 33 في المدونة . مع العلم

أن المدون فلاح الخالدي يظهر نفس اهتمامات باسم البغدادي ، إذ يشاركه التعليق على الأحداث و القضايا المرتبطة بالشأن السياسي العراقي الداخلي و تحليل أبعاد و تداعيات الصراع السني الشيعي . و تُوظف تقنية الإدراج عن طريق توفير رابط في عدد من المدونات ، دون أن نلاحظ تأثيرا لهذه التقنية على البنى التحريرية للأنواع الصحفية المختلفة ، فعندنا الراجحي يوفر روابط لأخبار من إعدادة موجهة للبث في قناة فضائية دون أن يُدرج أي محتوى يُميز الخبر المصور الموجه للبث تلفزيونيا عن مشاهدته في المدونة ، كما ترتفع نسبة التدوين عن طريق توفير رابط في مدونة صرخة الصحراء ، و التي يدرج صاحبها مضامين إعلامية إما عن طريق نسخها و إعادة نشرها كاملة دون أي تعديل مع الحفاظ على توقيع صاحبها ، أو توفير روابط خاصة إذا تعلق الأمر بمحتويات متعددة الوسائط ، و يُلاحظ أيضا ، في هذا الصدد ، أن المدون لا يهتم بإضفاء لمسته الخاصة على التدوينة على الأقل من خلال التقديم لموضوع الرابط مما يمنع أي إمكانية للتأثير على مخرجات وسائل الإعلام موقع الإحالات و الروابط .

من جهة أخرى ، و على الرغم من ارتفاع حجم التعليق على الإدراجات في عدد من المدونات على غرار مدونات أحمد الملا و عدنان الراجحي و بسام جعارة و حكم البابا ، إلا أن أصحاب هذه المدونات يكتفون بالخوض مرة واحدة في موضوع الإدراج ، خلال تحرير الإدراج ذاته ، دون الاهتمام باستئناف مناقشة الموضوع المثار في الإدراج عن طريق الرد أو التفاعل مع تعليقات القراء و هو ما يؤكد عدم اهتمام هؤلاء باستثمار هذه الخاصية في عملية التدوين . غير أننا نسجل بعض حالات التفاعل للمدون أبو المعالي فائق مع قراء مدونته في بعض الإدراجات ، و نسجل في هذا الصدد أن التعليق في المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة لم ترتق إلى مستوى الحوار و النقاش حول القضايا المثارة في الإدراجات ، و يرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها عدم اهتمام المدون ذاته بالتفاعل مع زوار مدونته عن طريق الإجابة و الرد على تعليقاتهم ، و يُلاحظ من جهة ثانية أن جُل التعليقات ، من الناحية الشكلية ، هي تعليقات تبادل ثنائي بين المدون و القارئ حيث يقوم المدون بالرد توضيحا أو مجاملا على المعلق باعتباره فردا ، أما التبادل الجماعي بهدف شرح و تفسير و مناقشة القضايا و المواضيع المثارة في الإدراجات فلا يُشكل قاعدة عامة في التفاعل على مستوى التعليقات . و هو ما يجعلنا نستنتج أن المدونين العرب لا يعيرون اهتماما كافيا للتفاعل حول الموضوع مقارنة بنقل معلومات حول الوقائع و الأحداث أو التعبير عن وجهة النظر إزاءها .

- أما المجموعة الثالثة من المدونات فهي المدونات التي لا يهتم أصحابها نهائيا أو في القليل النادر بما يُوفره التدوين الإلكتروني من خصائص تكنولوجية ، فعدا استغلال مدوناتهم في نشر المحتويات لنقل و تداول الأخبار و التعبير عن الرأي لا يهتمون بأي خاصية من بقية الخصائص المتاحة، و لعل أبرز

أمثلة هذا النوع من المدونات مدونة حصة يتيمي و مدونة لافقات و عبد العزيز محمد الخاطر و رياض عبد الله الزهراني و مدونة يوميات مواطن عادي من فلسطين.

و من بين أهم الملاحظات المسجلة عدم وضوح الهدف من توطين المدونات الإلكترونية في المنصات الخاصة بوسائل الإعلام ، ففي دراستنا هذه قمنا ببحث طبيعة الإدراجات في مدونات منصة مدونات عربية Arablog.org التي يشرف على إدارتها فريق عمل برنامج ورشة الإعلام L'Atelier des Medias التابع لإذاعة فرنسا الدولية RFI بالإضافة إلى قناة فرانس 24 و راديو مونت كارلو الدولية MCD و هي المنصة التي يهدف القائمون عليها ، حسب ما جاء في موقعها الرسمي ، إلى دعم وتشجيع الأقلام الشابة في الوطن العربي، منطلقين من قناعتهم بضرورة دعم وتمكين قدرات المدونين وتعزيز حرية التعبير والإبداع . كما قمنا بدراسة طبيعة الإدراجات في منصة صحيفة إيلاف الإلكترونية و التي تُقدم نفسها كأول جريدة الكترونية عربية والتي لم تفتح مجالها الإلكتروني أمام المدونين حتى سنة 2008 ، حين دعت المدونين العرب إلى ممارسة التدوين في منصتها ضمن رؤية مشبعة بالمبادئ التقليدية للعمل الصحفي الكلاسيكي و هو ما يظهر على مستويين اثنين ، أولهما شعار منصة التدوين المعتمد من قبلها **"دون في بيئة صحفية"** و كأنها تدعو المدونين المنخرطين في منصتها إلى الالتزام بمعايير الممارسة المهنية الصحفية التقليدية . في حين يتجلى ثاني المستويين في طريقة إخراجها لصفحات المدونين التي تشبه إلى حد بعيد أسلوب إخراج الصفحات الإلكترونية لنسخ الجرائد الورقية ، فهي تصنف إدراجات المدونين إلى أركان تتماثل إلى حد بعيد لدى كل المدونين و على العموم نلاحظ في المنصتين أن المدونين الصحفيين المحترفين ، على غرار أحمد الملا في منصة إيلاف و خولة القرشي و شيماء سيد من منصة مدونات عربية، لا يربطون بين مواضيع إدراجاتهم و ممارستهم للمهنة في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها ، كما لا يُوجه مجموع المدونين ، هواة و محترفين، في المنصتين إلى ممارسة نشاط تدويني خاص لصالح المؤسسة الإعلامية ، صاحبة المنصة التدوينية ، باعتبارهم مصدرا تكميليا للمعلومات أو داعمون لشفافية غرف الأخبار فيها .

نتائج البحث

نتائج البحث:

- يستخدم المدونون العرب من أصحاب المدونات الإلكترونية الإعلامية أسماءهم و صورهم الحقيقية.
- الذكور أكثر اهتماما بإنشاء مدونات إعلامية مقارنة بالإناث في العالم العربي.
- تصدر مصر و المغرب و السعودية قائمة الدول العربية التي يهتم مواطنوها بإنشاء مدونات إعلامية .
- يظهر اهتمام لافت بالتدوين الإعلامي في كل من اليمن و سوريا.
- يمثل الإدراج أسلوب التدوين الأكثر شيوعا و انتشارا في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية.
- لا يهتم المدونون العرب بأسلوب توفير رابط في إدراج التدوينات .
- المدونون الهواة أكثر اهتماما بالتدوين عن طريق توفير رابط مقارنة بالمدونين الصحفيين المحترفين .
- لا يهتم المدونون العرب بالتقديم لمواضيع الروابط في حالة اعتماد أسلوب توفير رابط في الإدراج.
- يستغني المدونون الهواة عن أسلوب توفير رابط في الإدراج و يعيدون نشر نسخ لمحتويات تُنسب إلى مصادر ها .
- لا يُدرك المدونون العرب أهمية أسلوب توفير رابط في الإدراج .
- يُفضل المدونون العرب إدراج المحتويات المكتوبة مقارنة بالمحتويات متعددة الوسائط .
- يهتم المدونون العرب بالشؤون المحلية لأوطانهم أكثر من الشؤون الإقليمية و الدولية.
- يهتم المدونون العرب بالشؤون الإقليمية و الدولية التي لها علاقة مباشرة بأوطانهم .
- يهتم المدونون العرب بتغطية و معالجة و تحليل و الأحداث و الوقائع و القضايا السياسية في مدوناتهم الإلكترونية الإعلامية .
- تتسم الادراجات في مدونات صحيفة إيلاف باتساق مواضيعها لدى المدونين المحترفين في حين تتنوع المواضيع في مدونات الهواة.
- تشترك مدونات *PostHuffington* عربي في خاصية اتساق المواضيع .
- يؤثر متغير الاحتراف على اتساق المواضيع في مدونات منصة إيلاف.

- تصنف المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية حسب معيار دورية الإدراج إلى نوعين، مدونات غزيرة الإدراج و أخرى ذات دورية إدراج ضعيفة.
- يؤثر متغير الاحتراف على الالتزام بدورية إدراج منظمة.
- تُساعد غزارة الأدرج على الالتزام بوتيرة إدراج منتظمة .
- لا يلتزم المدونون الهواه العرب بدورية إدراج منتظمة .
- لا تتحكم طبيعة الأحداث في تحديد النوع الصحفي الملائم لمعالجة المواضيع في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية .
- لا يهتم المدونون العرب بتنوع الأنواع الصحفية في مدوناتهم الإلكترونية .
- لا يراعي المدونون العرب طبيعة الحدث في تحديد النوع الصحفي المختار في تحرير الإدراج .
- يُوظف النوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية تماشياً و غايات المدون و أهدافه.
- يُؤثر الطابع الحميمي للمدونة في اختيار مجالات اهتمام محددة و بالتالي نوعاً صحفياً محدداً أيضاً.
- المدونون العرب أكثر اهتماماً بالتعبير عن آرائهم و مواقفهم مقارنة بنقل الأخبار .
- لا يفصل المدونون الهواه بين الخبر و التعبير عن الموقف في إدراجاتهم الإخبارية.
- لا يهتم المدونون العرب بالأنواع التحريرية الاستقصائية .
- لا يُؤثر متغير المنصة على اهتمام المدونين العرب بالتعبير عن آرائهم و مواقفهم من خلال ادراجات مدوناتهم .
- المدونون الصحفيون المحترفون العرب أكثر اهتماماً بالأنواع الإخبارية مقارنة بالمدونين الهواه.
- يهتم المدونون العرب بالتعبير عن آرائهم من القضايا قليلة التداول في وسائل الإعلام .
- يهتم المدونون العرب بنقل الأخبار التي لا تهتم وسائل الإعلام الرسمية في بلدانهم بمعالجتها أو تتغاضى عن نقل تفاصيل معينة عنها.

- تعتبر خاصية يُسر الإنشاء و مرونة تضمين المحتوى في المدونة أكثر الخصائص التكنولوجية استثمارا في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية لاقترانها بحرية التعبير كقيمة و دافع لدى المدون العربي .
- يلتزم المدونون الصحفيون المحترفون بقواعد تحرير الخبر الصحفي في إدراجاتهم الإخبارية.
- يلتزم المدونون الصحفيون المحترفون بالموضوعية في تحرير الإدراجات الإخبارية .
- يحافظ المدونون العرب (هواه و محترفون) على الالتزام بقالب الهرم المعكوس في تحرير الإدراجات الإخبارية.
- يعتمد المدونون الهواه على قالب الهرم المعكوس لاهتمامهم بنقل المعلومات الأكثر أهمية .
- التعليق الصحفي هو النوع السائد في ادراجات الرأي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية.
- المدونون الصحفيون المحترفون أكثر التزاما بقواعد تحرير التعليق الصحفي .
- يستحدث المدونون الهواه نمطا جديدا في تحرير التعليق .
- لا يهتم المدونون الهواه بالتعريف بالواقعة موضع التعليق قدر اهتمامهم بالتعليق عنها و التعبير على مواقفهم تجاهها .
- يلتزم المدونون المحترفون بقواعد تحرير عناوين الإدراجات الإخبارية .
- يقصد المدونون الهواه استخدام العناوين الإيحائية في إدراجاتهم الإخبارية .
- يولي المدونون المحترفون المقدمة أهميتها الخاصة في كل أنواع الإدراجات .
- لا يهتم المدونون الهواه بالتقديم لمواضيع إدراجات الرأي في مدوناتهم .
- يهتم المدونون العرب بعنصر خلفية الخبر ، التزاما من المحترفين بوضع الحدث في إطاره العام و رغبة من الهواه في التعبير عن وجهات نظرهم من خلال سرد تفاصيل أكثر.
- لا يهتم المدونون العرب بتنويع اختياراتهم بين الأنواع الصحفية وفقا لطبيعة الحدث
- تعتمد غالبية المدونات على نوع صحفيا واحد، لم يُختَر، دائما، بحكم ملائحته لطبيعة الحدث و إنما لأنه يتماشى و غايات المدون و أهدافه

- تُحافظ الوقائع و الأحداث على مكانتها الهامة كمحدد للنوع الصحفي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية التي يديرها المحترفون .
- يلتزم عدد كبير من المدونين الهواه من أصحاب مدونات العينة المدروسة بوضع الوقائع و الأحداث في إطارها السليم ضمن إدراجاتهم .
- يُضمن المدونون العرب إدراجاتهم تفاصيل حول الوقائع و الأحداث بطريقة تقليدية .
- لا يؤثر متغير الاحتراف على التزام المدونين العرب بعرض تفاصيل حول الوقائع و الأحداث في إدراجاتهم .
- في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة تتفكك العلاقات بين الشرحو التفسير و التحليل كإجراءات أساسية في عملية المعالجة الإعلامية من جهة والأنواع الصحفية كأشكال تعبيرية ناقلة للخطاب من جهة ثانية ، و هي العلاقات التي تعيد التشكل من جديد على أسس مستحدثة تحكمها شخصية المدون و أهدافه.
- تراجع التمييز بين الأنواع الإخبارية و أنواع الرأي في مدونات الهواه بفعل تشاركية إنتاج الإدراج الإخباري المتاحة في المدونة و طابعها الحميمي التي تتنافى و خاصية الموضوعية.
- لا تؤثر تكنولوجيا الروابط التشعبية و الملتيميديا على العلاقة بين محدد المساحة و الزمن من جهة و الأنواع الصحفية من جهة ثانية يعود ذلك إلى قلة استخدام هذا النوع من التقنيات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة .
- تختلف طبيعة تأثير خصوصية الوسيلة على البنية التحريرية للأنواع الصحفية في إدراجات المدونات الإلكترونية الإعلامية، ذلك أن محدد الاستخدام يلعب دورا هاما في تفعيل علاقة التأثير بين الخصائص التكنولوجية للتدوين و البنية التحريرية لنص الخطاب في التدوين .
- لا يهتم المدونون العرب باستثمار الخصائص التكنولوجية للتدوين في توظيف الخلفية تأسيسا للتعليق و التعبير عن الرأي.

- يُسهم الطابع اللامؤسسي للمدونة و خصوصيتها الحميمة في بروز ذات المدون الهادي من خلال إدراجاته .
- يمثل متغير الاحتراف متغيرا فاعلا في حركة التدوين الإعلامي في العالم العربي .
- يتأثر المدونون المحترفون باحترافهم المهنة الصحفية في كل أنواع الإدراجات.
- يلتزم المدونون المحترفون بقواعد تحرير الأنواع الصحفية في تحرير ادراجاتهم .
- يحاول المدونون الهواة ، الذين يهدفون من خلال مدوناتهم الى ممارسة الوظائف المنوطة بوسائل الإعلام، الالتزام بقواعد تحرير الأنواع الصحفية .
- يقصد المدونون الهواة ابراز ذاتيتهم في كل أنواع الإدراجات (الإدراجات الإخبارية و ادراجات الرأي) عن طريق استخدام ضمير المتكلم و التعبير الصريح عن مواقفهم و آرائهم و الحديث عن خلاصات تجاربهم الشخصية .
- لا يهتم المدونون العرب بتوسيم محتوياتهم .
- لا يهتم المدونون العرب بتوسيم عناوين ادراجاتهم .
- يهتم المدونون العرب بتوسيم محتوياتهم في المنصات التي تولي أهمية لتكوين مدونيهي في هذا المجال .
- لا يؤثر متغير الاحتراف في توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية .
- لا يُوظف المدونون العرب تقنية توسيم المحتويات في بناء خلفيات الادراجات الرأي في مدوناتهم
- لا تسهم الوسوم في ظم المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية الى التكتلات التدوينية التي تُشاركها الاهتمام بفعل عدم اهتمام المدونين العرب بهذه التقنية .
- يرتبط الاهتمام بتدعيم الادراجات بالروابط بالتجربة التدوينية الذاتية للمدون .
- يهتم المدونون العرب المحترفون و الهواة بإنشاء روابط خارجية لمحتويات ادراجاتهم لتدعيمها بمواقع تشرح و تفسر مضامينها و تربطها بمصادر الأخبار .
- المدونون العرب أكثر اهتماما بتدعيم ادراجاتهم بالروابط الخارجية أكثر من الروابط الداخلية .

- يهتم المدونون الصحفيون المحترفون بتدعيم محتويات ادراجاتهم بروابط لمواقع ذات صلة داخل السياق شرحا وتفسيرا لمحتوياتها أكثر من اهتمامهم بربطها بمواقع مصادر الأخبار.
- يهتم المدونون الصحفيون المحترفون بتدعيم ادراجاتهم الاخبارية بالروابط .
- يستخدم المدونون الهواة الروابط التشعبية الخارجية لتدعيم تدويناتهم شرحا و تفسيرا في حين يُوظفها المدونون الصحفيون المحترفون في ربط المعلومات الواردة في ادراجاتهم بمصادر ها.
- يُوظف المدونون العرب تقنية الروابط التشعبية لربط المعلومات الواردة في ادراجاتهم بمصادر ها أكثر من استخدامها في التأسيس لخلفيات ادراجات الرأي .
- يقتصر استخدام تكنولوجيا الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية من أجل احالة زوار المدونة و قرائها الى شرائط فيديو أو صور في مواقع معينة .
- لا يبرز النص المتشعب تعددية الأصوات المشاركة في الإدراج .
- لا يستثمر المدونون المحترفون تكنولوجيا لروابط التشعبية في تحقيق سمة الاختصار بقدر استغلالها في ربط المعلومات بمصادر ها.
- المدونون الهواة ذوي التجربة التدوينية الناضجة أكثر استخداما لتكنولوجيات الروابط التشعبية و توسيم المحتويات .
- لا يهتم قراء المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية بالتعليق على محتوياتها.
- و على نفس النحو لا يهتم المدونون العرب بالتفاعل مع قراء مدوناتهم من خلال التعليقات .
- لا تساعد تكنولوجيا التعليق على المحتويات في تفعيل اهتمام المدونين العرب بانتاج خطب دائرية الاتجاه .
- يفضل قراء المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية التفاعل مع محتويات الإدراجات عن طريق الإعجاب أو المشاركة عبر شبكات التواصل الإجتماعي .

- يُؤثر عاملي شهرة المدون و جدية التجربة التدوينية في ارتفاع نسب التفاعل مع الإدراجات عن طريق التعليق .
- يُؤثر متغير الاحتراف في التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية اذ ترتفع نسبة تفاعل القراء عن طريق التعليق في مدونات الصحفيين المحترفين .
- نصوص الخطب في المدونات الإلكترونية نصوص مغلقة على ذاتها .
- لا تستثمر خاصية التعليق في خلق حوار بين المدونين و المعلقين .
- لا يهتم المدونون العرب بإنتاج خطب دائرية الاتجاه في مدوناتهم .
- يمثل يسر إنشاء المدونات وإدارتها سببا رئيسيا لظهورها و انتشارها في العالم العربي.
- المدونات الإلكترونية العربية مظهر من مظاهر حرية التعبير وليست تطورا منطقيا للممارسة الإعلامية في العالم العربي.
- لا يستغل المدونون العرب ،بفاعلية ، الخصائص التكنولوجية للتدوين في مدوناتهم .
- لا يهتم المدونون العرب بالاندماج في الفضاء التدويني الذي ينتمون إليه .
- من بين أبرز الخصائص التكنولوجية لتدوين يستغل المدونون العرب تقنية الادراج المتاح بحرية و دون رقابة.
- لا تفعل قوائم الـ Blogroll خاصية تشاركية الإدراج بفعل عدم اهتمام المدونين بالاندماج في تجمعات تدوينية .
- لا يمارس المدونون الذين يطلقون مدوناتهم من منصات وسائل الإعلام العمل الإعلامي التشاركي من خلال مدوناتهم.
- لا توجه وسائل الإعلام المدونين في منصات التدوينية الى ممارسة أدوار خاصة تميزهم عن الصحفيين المحترفين.
- يُفضل المدونون الهواه استخدام عناوين إيحائية في الإدراجات الإخبارية .

- تتسم العناوين في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة بكونها مفهومة و واضحة خارج نصوص الإدراجات
- لا يُفصل بين الخبر و الرأي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و خاصة تلك التي يونشوها و يديرها مدونون هواه .
- يُحافظ العنوان على مكانته الرئيسية ضمن بنية نص الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية .
- لا يُؤثر متغير الاحتراف على وجود العنوان كعنصر رئيسي ضمن بنية نص الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامي العربية .
- جاءت العناوين مطابقة لنصوص الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية ، غير أنها لا تُلائم طبيعتها التحريرية دائما .
- لا تنخرط المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية في المجال الإعلامي العربي بفعل مرجعيتها الفردية في رؤية الوقائع و الأحداث و طابعها الذاتي في تحليل القضايا و هي الأمور المرفوضة اجتماعيا و ثقافيا أولا و سياسيا ثانيا في تقاليد الممارسة المهنية الإعلامية في العالم العربي .
- لم تتشكل بعد رؤية واضحة و أهداف محددة من إطلاق منصة تدوينية في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام العربية.
- لا يُوظف المدونون الصحفيون المحترفون مدوناتهم في تدعيم عملهم في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها.
- لا يحرر الطابع اللامؤسسي للمدونة المدون المحترف من ضرورة الالتزام بالقواعد التحريرية للأنواع الصحفية.

خاتمة

خاتمة

تم في هذا العمل، بحث تأثير الخصوصية التكنولوجية للمدونات على البنية التحريرية لنص الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية سعياً للمشاركة في دراسة تأثير التغييرات الحاصلة في مجال الإعلام و الاتصال - بفعل التطورات التكنولوجية - على الممارسة الإعلامية .

و قد فصدنا، في هذا البحث ، الاقتصار على دراسة المدونات الإلكترونية بسبب توسع دائرة استخدامها في الميدان ، إذ نلاحظ تنامي أعداد المدونات التي يُنشئها الأفراد ، من هواه العمل الصحفي، و التي يقومون من خلالها بنشر تدويناتهم الخاصة أو مشاركة المضامين الإعلامية و التعليق عليها ، و هو المظهر الذي يُلخص أبرز تجليات التحول من صحافة الاتصال إلى الصحافة التشاركية ، هذه الأخيرة التي تُؤثر إلى التغير التدريجي من السيطرة الأحادية على مكانة منتج الخطاب إلى الخطاب التشاركي بفعل ظهور و انتشار ما بات يُعرف بصحافة المواطن .

إضافة إلى ذلك، نلمس اهتمام الكثير من الصحفيين بهذا النوع المخصوص من المواقع الإلكترونية ، حيث انتشرت مدونات الصحفيين المحترفين على الشبكة و التي يعملون على تضمينها خلاصة نشاط إعلامي مواز لما يقومون به في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها. فهم يُعيدون ، عبرها، إنتاج موادهم الإعلامية التي بُنت أو نُشرت عبر القنوات التقليدية لمؤسساتهم الإعلامية أو يُحررون إدراجات مخصصة للنشر على مدوناتهم .

بالموازاة مع ذلك ، نلاحظ أن المؤسسات الإعلامية قد بدأت تُدرك عمق هذا التحول محاولة التكيف التدريجي مع تغيراته من خلال فتح نوافذ خاصة في مواقعها الإلكترونية على شبكة الأنترنت للتدوين و المدونات، فمنها من يخصص بها الصحفيين المحترفين العاملين بها فقط ، ومنها من يُتيح إمكانية التدوين و إنشاء المدونات لكل الراغبين في ذلك سواء كانوا صحفيين هواه أو محترفين.

و تُقدم هذه الدراسة رؤية واضحة لواقع التدوين و تستشرف آفاقه من خلال السعي لتحقيق جملة من الأهداف لعل أهمها بحث واقع واستشراف مستقبل المدونات الإلكترونية و مكانتها في البيئة الإعلامية من خلال توصيف علاقتها بالوسائل الإعلامية الكلاسيكية، و كذا مساءلة مختلف المقولات التي تميل إلى اعتبار الممارسة التدوينية تطورا حتميا و منطقيا للممارسة الإعلامية بفعل التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال الإعلامي. و هو ما سعينا إلى تقديمه من خلال الفصول النظرية للدراسة بدء بالفصل الأول الذي يؤسس نظريا للدراسة من خلال منظور التحول في المنظور الصحفي . لننتقل بعدها إلى تحليل الخلفية التكنولوجية لتطور وسائل الإعلام والاتصال عن طريق تشريح الأدوار المحورية التي تلعبها التكنولوجيا في حركة تطور وسائل الإعلام

و الاتصال في الفصل الثاني من الدراسة. مع عرض تفصيلي لمسيرة تطور الأنترنت ، في الفصل الثالث من البحث ، تركيزا على الويب 2.0 هذا الأخير الذي حاولنا رصد أبرز تحولات البيئة الإعلامية التي حدثت بفعله. لننتقل إلى تقديم عرض وصفي لواقع وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة، من خلال مساءلة الأسس الجديدة لتصنيف وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة و رصد أهم مظاهر التحولات التي طالت الممارسة المهنية.

في حين خصصنا الفصلين السادس و السابع لدراسة و بحث المدونات عامة و المدونات الإعلامية بشكل خاص ، و تمهيدا لتحليل تأثير الخصوصية التقنية للمدونات على البنية التحريرية للخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية قمنا في الفصل الثامن بدراسة أبرز خصائص الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة .

إتضح لنا ، من خلال استعراضنا للفصول النظرية في هذا البحث كيف أن التطورات التاريخية التي عرفت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال قد ساقطت إلى تحولات عميقة مست مختلف جوانب و مستويات العملية الإعلامية ، لا سيما ذلك التحول المخصوص الذي شهده قطاع الإعلام بفعل ظهور الأنترنت و أجيالها المتطورة ، و التي ساهمت في استحداث بيئة إعلامية جديدة كلياً ، تتأسس مكوناتها وفقاً لخارطة إعلامية تواصلية جديدة ، و هو ما يتطلب جهوداً علمية جادة لتأطيرها فكرياً و مهنياً .

أما في الإطار التطبيقي لهذا البحث فقد قمنا بعرض نماذج مختلفة و متعددة من مدونات إلكترونية عربية أنشأها و يديرها هواة و صحفيون محترفون بهدف بحث أبعاد تنوع الممارسة التدوينية في العالم العربي و تشخيص مظاهر تأثيرها في الكتابة الصحفية الإلكترونية عامة و الكتابة الإلكترونية التدوينية على وجه الخصوص و تقصّي انعكاسات الممارسة التدوينية على بنى الخطاب الإعلامي في مُتعلقه التحريري .

في هذا الاتجاه ، قمنا من خلال الإطار التطبيقي لهذا البحث على النظر إلى المدونات الإلكترونية الإعلامية من زاوية تكنولوجية ضمن السياقات المهنية للممارسة الإعلامية ، بهدف رصد ملامح تأثير خصوصيتها التقنية على بنية الخطاب الإعلامي فيها . ومن هذا المنطلق ، عملنا على مقارنة ظاهرة التدوين الإعلامي في بعدها المهني المستحدث باعتبارها إحدى مكونات البيئة الإعلامية الجديدة من جهة ، والخصوصية الاجتماعية المهنية المرتبطة بالظاهرة في العالم العربي من جهة ثانية . هذه الأخيرة التي نستنتج أنها تؤدي أدواراً موازية في التأثير على البنى التحريرية للخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية . ذلك أن الخصائص التقنية التي تُميز الوسيط الجديد لا يمكن أن تؤثر بطريقة مباشرة ، تلقائية و عفوية على الأسس والتقاليد التحريرية التي ترسخت ضمن أطر الممارسة المهنية على امتداد تاريخ وسائل الإعلام .

حاولنا في الفصل التاسع رصد أبرز الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية و المتمثلة في خصائص الإدراج باعتباره النشاط الرئيس في كل أنواع المدونات عامة والمدونات الإعلامية بشكل خاص ، وذلك بقياس دورية الإدراج من جهة و أسلوب الإدراج المعتمد من جهة ثانية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية، حيث تبين لنا حفاظ بعض المدونين على انتظام دورية الإدراج في حين فضل البعض الآخر التدوين بشكل مناسباتي، إما حسب طبيعة الوقائع والأحداث التي تسترعي اهتمامهم وانتباههم أو حسب ظروف حياتهم اليومية وعادات التدوين لديهم. كما لاحظنا الاهتمام الكبير للمدونين العرب بأسلوب الإدراج مقارنة بأسلوب توفير روابط لمواضيع أخرى .

إضافة إلى بحث طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية والتوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات فيها، إذ تم التوصل إلى نتائج تبين اهتمام المدونين العرب في العينة المدروسة بالقضايا السياسية، حيث يبلغ مجموع الإدراجات السياسية 719 إدراج بنسبة 50,71%، ما يشير إلى قوة دافع التعبير بحرية لدى المدونين وسعيهم لاستثمار الإمكانيات المتاحة في المدونات الإلكترونية للتخلص من كل أشكال الرقابة السياسية والاجتماعية و حتى المهنية، كما تُظهر النتائج الاهتمام الكبير للمدونين العرب بشؤونهم المحلية.

أما أبرز النتائج المتوصل إليها حول الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية، فتتعلق بالاهتمام اللافت بأنواع الرأي والتي تشكل نسبة 60.79% من إجمالي الإدراجات، و هو ما يؤكد ميل المدونين العرب إلى التعبير عن آرائهم ومواقفهم واتجاهاتهم إزاء مختلف الوقائع والأحداث والقضايا ولعل ذلك ما يكشف أبرز دوافع التدوين لدى المدونين العرب وهو التعبير عن الرأي .

كما بحثنا ، من خلال الفصل التاسع لهذه الدراسة ،خاصيتي توسيم محتويات الإدراجات والروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية موضع الدراسة ، حيث ظهر عدم اهتمام المدونين العرب بتوسيم محتويات إدراجاتهم ، و يؤكد هذه النتيجة الانخفاض الملحوظ للإدراجات المدعمة بالوسوم والتي تحتل نسبة 10.79% تمثل 153 إدراج مقارنة بالإدراجات غير المدعمة بالوسوم والتي تقدر نسبتها بـ 89.21% وتمثل 1265 إدراج، تؤكد النتائج انخفاض درجات اهتمام المدونين العرب، من أصحاب المدونات الإلكترونية الإعلامية المدروسة ،بتدعيم محتويات إدراجاتهم بالروابط التشعبية . باستثناء بعض الحالات الاستثنائية، إذ تقدر نسبة الإدراجات المدعمة بالروابط بـ 27.50% مقابل 72.50% بالنسبة للإدراجات غير المدعمة بالروابط .

و تؤكد النتائج المتوصل إليها من جهة ثانية ارتفاع نسبة الإدراجات المكتوبة بفعل اعتماد عدد من المدونين النشاط الذين يتميزون بغزارة الإدراج على الكلمة المكتوبة في ممارسة التدوين ، حيث بلغ عدد

الإدراجات المكتوبة 831 إدراج بنسبة 58.60% . كما كشفت الدراسة التطبيقية ضعف تفاعل القراء مع محتويات الإدراجات عن طريق التعليق ، إضافة إلى أن المدونين أنفسهم لايهتمون بجانب التعليق في إدراجاتهم ، إذ لم نسجل أي مبادرة رد على تعليق في المدونات ذات نسب التعليق العالية .

أما في الجانب الثاني من الدراسة التطبيقية ، و المتمثل في الفصل العاشر، فحاولنا رصد مظاهر تأثير الخصوصية التقنية للمدونة على البنى التحريرية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية المدروسة من خلال ثلاث مستويات أساسية، يتعلق المستوى الأول ببنية الخطاب وقمنا في مستوى ثان بدراسة أبرز مظاهر التحول في الأسلوب الصحفي، في حين عملنا على تحليل ، في مستوى ثالث ، التغييرات التي يمكن أن تطال قواعد تحرير الأنواع الصحفية التقليدية بفعل الخصوصية التكنولوجية للتدوين. و من خلال هذا الفصل تم الاستنتاج بأن الصحفيين المحترفين أكثر التزاما بالقواعد التقليدية في تحرير كل عناصر الخطاب (العنوان ، المقدمة و المتن) مقارنة بالمدونين الهواة ، و سجلنا في هذا الإطار أن متغير الاحتراف يُمثل متغيرا فاعلا في أسلوب التدوين الإعلامي في العالم العربي ، حيث يتأثر المدونون المحترفون باحترافهم المهنة الصحفية في كل أنواع الإدراجات ، إذ يلتزم المدونون المحترفون بقواعد تحرير الأنواع الصحفية في تحرير دراجاتهم . في حين يحاول المدونون الهواة ، الذين يهدفون من خلال مدوناتهم الى ممارسة الوظائف المنوطة بوسائل الإعلام، الالتزام بقواعد تحرير الأنواع الصحفية . كما كان لنا أن نتأكد من أن ضعف استثمار الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية المدروسة لعب دورا حاسما في تقليل وطأة تأثير الخصوصية التقنية للمدونات على البنى التحريرية للخطب الإعلامية فيها .

في الأخير لا مناص من القول بأن البنى التحريرية للخطاب الإعلامي لا يمكن أن تتغير بدفع خالص من الخصائص التكنولوجية للتدوين فهذه الأخيرة ، على أهميتها ، لا يمكن أن تلعب بمفردها دورا فاعلا في صناعة التحول على مستوى الرسالة باعتبارها أحد أهم عناصر العملية الإعلامية . فقد أثبتت الدراسة أن التحول و التغيير لا يمكن أن يستند على قوة الدفع التكنولوجي بمفرده بل إنه يتأسس على الاستخدام الاجتماعي لهذه التكنولوجيات و الذي تشكله جملة من المحددات المهنية أولا و الثقافية الاجتماعية في المقام الثاني .

الملاحق

الملحق رقم (01) : جداول الدراسة الاستكشافية

تـك	%	
23	9,24	مصر
13	5,22	العراق
08	3,21	السعودية
41	16,47	المغرب
08	3,21	لبنان
18	7,23	الجزائر
14	5,62	سوريا
52	20,88	فلسطين
00	0,00	الامارات
05	2,01	تونس
05	2,01	ليبيا
45	18,07	اليمن
00	0,00	الكويت
00	0,00	قطر
01	0,40	البحرين
05	2,01	الأردن
03	1,20	موريتانيا
08	3,21	السودان
00	0,00	الصومال
00	0,00	غير محدد
249	100	المجموع

الجدول رقم (01) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في مدونات شبكة المدونين العرب

تك	%	
31	22,96	مصر
09	6,67	العراق
00	0,00	السعودية
05	3,70	المغرب
12	8,89	لبنان
08	5,93	الجزائر
06	4,44	سوريا
15	11,11	فلسطين
00	0,00	الامارات
04	2,96	تونس
08	5,93	ليبيا
04	2,96	اليمن
00	0,00	الكويت
08	5,93	قطر
00	0,00	البحرين
15	11,11	الاردن
09	6,67	موريتانيا
01	0,74	السودان
00	0,00	الصومال
00	0,00	غير محدد
135	100	المجموع

الجدول رقم (02) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة لدى مدونى تقنية كرة الثلج

تک	%	
91	29,35	مصر
01	0,32	العراق
09	2,90	السعودية
56	18,06	المغرب
09	2,90	لبنان
08	2,58	الجزائر
42	13,55	سوريا
38	12,26	فلسطين
01	0,32	الامارات
10	3,23	تونس
06	1,94	ليبيا
12	3,87	اليمن
02	0,65	الكويت
00	0,00	قطر
00	0,00	البحرين
21	6,77	الاردن
00	0,00	موريتانيا
01	0,32	السودان
03	0,97	الصومال
00	0,00	غير محدد
310	100	المجموع

الجدول رقم (03) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في منصة PostHuffington عربي

تک	%
----	---

10,00	15	مصر
6,67	10	العراق
1,33	02	السعودية
14,00	21	المغرب
4,67	07	لبنان
8,00	12	الجزائر
3,33	05	سوريا
5,33	08	فلسطين
0,00	00	الامارات
9,33	14	تونس
8,67	13	ليبيا
5,33	08	اليمن
0,00	00	الكويت
0,00	00	قطر
0,00	00	البحرين
0,00	00	الاردن
2,00	03	موريتانيا
4,67	07	السودان
0,67	01	الصومال
16,00	24	غير محدد
100	150	المجموع

الجدول رقم (04) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في منصة مدونات عربية Arablog.org

تك	%
----	---

37,18	58	مصر
17,31	27	العراق
12,18	19	السعودية
5,77	09	المغرب
5,77	09	لبنان
4,49	07	الجزائر
3,85	06	سوريا
3,21	05	فلسطين
2,56	04	الامارات
1,92	03	تونس
1,28	02	ليبيا
1,28	02	اليمن
1,28	02	الكويت
1,28	02	قطر
0,64	01	البحرين
0,00	00	الاردن
0,00	00	موريتانيا
0,00	00	السودان
0,00	00	الصومال
0,00	00	غير محدد
100	156	المجموع

الجدول رقم (05) يوضح : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في منصة ايلاف

%	تك	
86,75	216	ذكر
13,25	33	انثى
0,00	0	جماعية
0,00	0	غير محددة
100	249	المجموع

الجدول رقم (06) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس في مدونات شبكة المدونين العرب

تک	%	
93	68,89	ذكر
35	25,93	انثى
07	5,19	جماعية
0	0,00	غير محددة
135	100	المجموع

الجدول رقم (07) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس لدى مدونى تقنية كرة الثلج

تک	%	
201	64,84	ذكر
109	35,16	انثى
0	0,00	جماعية
0	0,00	غير محددة
310	100	المجموع

الجدول رقم (08) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس فى منصة PostHuffington عربى

تک	%	
93	62,00	ذكر
33	22,00	انثى
0	0,00	جماعية
24	16,00	غير محددة
150	100	المجموع

الجدول رقم (09) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس فى منصة مدونات عربية Arablog.org

تک	%	
100	64,10	ذكر
46	29,49	انثى
10	6,41	جماعية
0	0,00	غير محددة
156	100	المجموع

الجدول رقم (10) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الجنس في منصة ايلاف

تک	%	
94	37,75	محترف
155	62,25	هاو
0	0,00	غير محددة
249	100	المجموع

الجدول رقم (11) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في مدونات شبكة المدونين العرب

تک	%	
69	51,11	محترف
66	48,89	هاو
0	0,00	غير محددة
135	100	المجموع

الجدول رقم (12) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف لدى مدوني تقنية كرة الثلج

تک	%	
145	46,77	محترف
165	53,23	هاو
0	0,00	غير محددة
310	100	المجموع

الجدول رقم (13) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في منصة PostHuffington عربي

تک	%	
31	20,67	محترف
85	56,67	هاو
34	22,67	غير محددة
150	100	المجموع

الجدول رقم (14) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في منصة مدونات عربية Arablog.org

تک	%	
0	0,00	محترف
0	0,00	هاو
156	100	غير محددة
156	100	المجموع

الجدول رقم (15) يوضح: توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في منصة ايلاف

تک	%	
----	---	--

شبكة واحدة	182	58,71
شبكةتان	119	38,39
ثلاث شبكات	09	2,90
المجموع	310	100

الجدول رقم (16) يوضح: توزيع المدونين حسب عدد الشبكات في منصة PostHuffington

تك	%	
14	10,37	Wordpress
113	83,70	Blogspot
02	1,48	Blogger
06	4,44	موقع استضافة خاص
135	100	المجموع

الجدول رقم (19) يوضح: توزيع المدونين حسب منصة التدوين لدى مدونى كرة الثلج

عدد الإدراجات	تك	%
---------------	----	---

45,81	142	01
20,00	62	02
9,68	30	03
4,84	15	04
4,52	14	05
4,52	14	06
3,55	11	07
1,29	04	08
1,29	04	09
0,97	03	10
0,97	03	11
0,65	02	13
0,32	01	18
0,32	01	19
0,32	01	21
0,32	01	23
0,32	01	27
0,32	01	35
100	310	المجموع

الجدول رقم (17) يوضح : توزيع المدونين حسب حجم الإدراج في منصة PostHuffington

%	تك	عدد الإدراجات
64,10	100	00
9,62	15	01

3,85	06	02
1,28	02	03
0,64	01	04
2,56	04	05
0,64	01	06
0,00	00	07
1,28	02	08
0,00	00	09
1,28	02	10
0,64	01	11
1,92	03	12
1,28	02	15
0,64	01	17
1,28	02	19
0,64	01	20
1,28	02	29
0,64	01	34
0,64	01	36
0,64	01	40
0,64	01	56
0,64	01	60
0,64	01	61
3,21	05	أكثر من 100
100	156	المجموع

الجدول رقم (18) يوضح : توزيع المدونين حسب حجم الإدراج في منصة ايلاف

تک	%	
54	40,00	00 شبكة
42	31,11	01 شبكة

02 شبكتان	21	15,56
03 شبكات	13	9,63
04 شبكات	05	3,70
المجموع	135	100

الجدول رقم (20) يوضح : توزيع المدونين حسب عدد الشبكات لدى مدوني كرة الثلج

الشهر	تك	%
جانفي	14	8,97
فيفري	09	5,77
مارس	15	9,62
أفريل	08	5,13
ماي	04	2,56
جوان	16	10,26
جويلية	09	5,77
أوت	11	7,05
سبتمبر	13	8,33
أكتوبر	13	8,33
نوفمبر	13	8,33
ديسمبر	25	16,03
جانفي	06	3,85
المجموع	156	100

الجدول رقم (21) يوضح : توزيع المدونين حسب دورية الإدراج الشهري في منصة ايلاف

الشهر	تك	%
جانفي	00	0,00

0,00	00	فيفري
0,00	00	مارس
0,00	00	أفريل
0,00	00	ماي
0,00	00	جوان
2,58	08	جويلية
9,35	29	أوت
6,45	20	سبتمبر
9,03	28	أكتوبر
11,61	36	نوفمبر
37,10	115	ديسمبر
23,87	74	جانفي
100	310	المجموع

الجدول رقم (22) يوضح : توزيع المدونين حسب دورية الإدراج الشهري في منصة Haffington Post

السنة	تك	%
2005	02	1,48
2006	02	1,48
2007	08	5,93
2008	16	11,85
2009	28	20,74
2010	37	27,41
2011	13	9,63
2012	08	5,93
2013	05	3,70
2014	07	5,19
2015	09	6,67
المجموع	135	100

توزيع المدونين حسب دورية

الجدول رقم (23) يوضح :

الإدراج السنوي لدى مدوني كرة الثلج

السنة	تك	%
2005	00	0,00
2006	00	0,00
2007	00	0,00
2008	00	0,00
2009	116	46,59
2010	39	15,66
2011	28	11,24
2012	02	0,80
2013	50	20,08
2014	14	5,62
2015	00	0,00
المجموع	249	100

الجدول رقم (24) يوضح : توزيع المدونين حسب دورية الإدراج السنوي لدى مدونى شبكة المدونين العرب

الملحق رقم : (02)

التعريف الإجرائي لفئات تحليل المحتوى:

- 1 - فئة أسلوب التدوين : و هي الطريقة المعتمدة في ادراج المحتويات في المدونة .
 1. 1 فئة ادراج المواضيع : و هي طريقة التي يقوم المدون من خلالها بادراج محتويات أصيلة من انتاجه.
 1. 2 فئة انشاء روابط لمواضيع : و هي الشكل القاعدي لفعل التدوين و تتمثل في الإشارة الى مواضيع ، ذات أهـمي بالنسبة للمدون و قراء مدونته، في مواقع أخرى على الشبكة عن طريق توفير رابط تشعبي لها على المدونة مرفقا بتعليق مقتضب يصف المدون من خلاله الفكرة الرئيسية لموضوع الرابط.
- 2 - فئة طبيعة المواضيع : و التي تصنف التدوينات وفقا لها على أساس موضوعاتي متعلق بمضمون الإدراجات المنشورة في المدونات محل البحث خلال فترة الدراسة و الموزعة على ما يلي من فئات:
 1. 1 فئة المواضيع السياسية : و تشمل كل الإدراجات ذات الطابع السياسي كقضايا الحرب و السلم و التكتلات السياسية و العلاقات الدبلوماسية و الانتخابات و المفاوضات الجارية لحل النزاعات في بؤر التوتر في العالم ...
 2. 2 فئة المواضيع الاقتصادية : تتضمن الإدراجات المتعلقة بالنشاطات الاقتصادية كقضايا المال و الأعمال ، تقلبات أسعار النفط و قطاعات المناجم و الفلاحة و الصيد البحري .
 2. 3 فئة المواضيع الاجتماعية : و هي الادراجات التي تعنى بالمواضيع ذات العلاقة بالقضايا الاجتماعية .
 2. 4 فئة المواضيع الثقافية : و هي الإدراجات التي تتناول المواضيع الثقافية المتعلقة بالأدب و الفن و الموسيقى و الرسم و السينما .
 2. 5 فئة المواضيع الدينية : و هي الإدراجات التي تعالج المواضيع التي لها علاقة بالإسلام و بقية الأديان العالم .
 2. 6 فئة المواضيع الرياضية : و هي الإدراجات التي تتناول المواضيع التي لها علاقة بالنشاطات الرياضية ، المقابلات و الفعاليات المتعلقة بكل الرياضات .

2. 7 فئة المواضيع الامنية : و هي الإدراجات التي تهتم بمعالجة المواضيع ذات العلاقة بالمنظمات المسلحة التي تُصنف باعتبارها منظمات ارهابية .

3 - **فئة المجال الجغرافي** : و هي الفئة التي تتعلق بمكان وقوع الحدث موضوع الدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية.

3. 1 فئة المواضيع الوطنية : الادراجات التي تعالج الأحداث التي وقعت داخل حدود البلد الأصلي للمدون .

3. 2 فئة المواضيع العربية : الإدراجات التي تعنى بمعالجة الأحداث التي وقعت في دول العالم العربي .

3. 3 فئة المواضيع الإقليمية : هي الإدراجات ذات البعد الإقليمي التي تتناول الوقائع و القضايا التي تحدث في المناطق القريبة و المتاخمة للعالم العربي و تمسه بشكل مباشر على غرار الأحداث في تركيا و ايران و وأوروبا .

3. 4 فئة المواضيع الدولية : و هي الإدراجات التي تتناول القضايا و الأحداث و الوقائع ذات البعد الدولي و العالمي.

4 - **فئة التعليق على الادراج** : و هي الفئة التي تمكننا من المقارنة بين الإدراجات التي تم التعليق على محتوياتها من قبل القراء من تلك التي لم يتم التعليق عليها .

4. 1 فئة التعليق على الادراج : و تضم الادراجات التي تمّ التعليق على محتوياتها من قبل قراء المدونة .

4. 2 فئة عدم التعليق على الادراج : و تضم الادراجات التي لم يتمّ التعليق على محتوياتها من قبل قراء المدونة .

5 - **فئة الروابط الفائقة** و هي الفئة التي تمكننا من بحث و دراسة درجة اهتمام المدون العربي بتدعيم المحتويات في مدونته بالروابط التشعبية.

5. 1 فئة المدونات المدعمة بالروابط : و تتعلق بالإدراجات التي تحوي محتوياتها رابط واحد على الأقل.

5. 2 فئة المدونات غير المدعمة بالروابط : و تضم الإدراجات التي لم يتم تدعيمها نهائيا بالروابط التشعبية .

6 - **فئة طبيعة الروابط** : و هي الفئة التي تميز بين الروابط الداخلية و الروابط الخارجية .

6. 1 فئة الروابط الداخلية : و هي الروابط التي تحيل الى محتويات داخل المدونة ذاتها .

6 . 2 فئة الروابط الخارجية : و هي الروابط التي تحيل الى محتويات في المواقع المختلفة على شبكة الأنترنت، خارج المدونة .

7 – **فئة نوع الإحالة** : وهي الفئة التي تقربنا من فهم الهدف من اعتماد الرابط ، حيث يمكن ان تكون الإحالة شرحا للخبر أو مصدرا له .

7 . 1 فئة الروابط ذات الصلة داخل السياق (شرح الإدراج) : و هي الروابط التي يتم من خلالها تدعيم التدوينة بالمزيد من المعلومات حول موضوع الإدراج شرحا له .

7 . 2 فئة روابط بمواقع ذات صلة (مصدر معلومات الإدراج) : و هي الروابط التي تحيل قارئ المدونة الى مواقع انترنت تمثل مصرا للمعلومات الواردة في الإدراج .

8 – **فئة توسيم المحتوى** : و هي الفئة التي تمكننا من بحث و دراسة درجة اهتمام المدون العربي بتوسيم المحتويات في مدونته.

8 . 1 فئة توسيم الادراج: و تضم الإدراجات التي تحوي على الأقل وسما واحدا .

8 . 2 فئة عدم توسيم الادراج : و هي الإدراجات التي لم يتم نهائيا توسيم محتوياتها .

9 – **فئة طبيعة الوسيط** : و هي الفئة التي تميّز بين مختلف أشكال المحتويات المكتوبة والمصورة ومتعددة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية .

9 . 1 فئة المحتويات المكتوبة: و هي الإدراجات التي يعتمد أصحابها على الكلمة المكتوبة فقط في معالجة القضية المثارة في التدوينة .

9 . 2 فئة المحتويات المصورة : و هي الادراجات التي تتكون مضامينها من الكلمة المكتوبة والصور الثابتة .

9 . 3 فئة المحتويات متعددة الوسائط : و هي الادراجات التي تجمع بين الكلمة و الصوت و الصورة المتحركة .

10 – **فئة الأنواع التحريرية** : تمثل الأنواع التحريرية مجموع الصيغ الصحفية التي تعرض الواقع بشكل مباشر ، واضح و سهل من خلال نقل و عرض و تقديم و تحليل و تفسير الوقائع و الأحداث . و التي تتميز ببنى داخلية متماسكة يحدد اختلافها طبيعة النوع الصحفي .

- 10 . 1 فئة الأنواع الإخبارية :و هي الأنواع التي تضطلع بأداء الوظيفة الإخبارية و تكتفي بتقديم و نقل الوقائع و الأحداث عن طريق عملية انتقاء للعناصر الإخبارية و تجميعها و أهم أشكالها الخبر و التقرير الصحفي .
- 10 . 2 فئة أنواع الرأي : و هي الأنواع التي تتجاوز حدود نقل الوقائع و الأحداث و التبليغ عن تفاصيلها الى التعبير الصريح عن الرأي و ابراز الموقف و تقديم وجهة النظر منه ، و أهم أشكالها المقال الإفتتاحي (الإفتاحية) ،العمود و التعليق .
- 10 . 3 فئة الأنواع التعبيرية : و هي أقرب الأنواع الصحفية للأسلوب الأدبي لقيامها على جمالية الأسلوب و رشاقة المعنى و أهم أشكاله الروبورتاج و البورتري.
- 10 . 4 فئة الأنواع الاستقصائية :و هي الأنواع الصحفية التي تسعى الى تفسير الوقائع و الظواهر و تحليلها بهدف تبسيط فهمها لدى الجمهور و تتعلق بالتحقيق الصحفي خاصة اضافة الى الحديث الصحفي .

الملحق رقم (03): التعريف الاجرائي لفئات تحليل الأطر المرجعية

1 - فئات المرجعية الأسلوبية الصحفية :

1. 1 فئة التركيز: يتمثل التركيز في إبراز أهم عنصر في الخطاب الإعلامي باعتباره النقطة المحورية للموضوع المعالج.

1. 1. 1 فئة ادراج مركز: تتعلق هذه الفئة بكل الإدراجات التي ينجح أصحابها في إبراز أهم عناصر الموضوع المعالج

1. 1. 2 فئة ادراج غيرمركز: تتعلق هذه الفئة بكل الإدراجات التي لا يهتم أصحابها بإبراز أهم عناصر الموضوع محل التدوين .

1. 2 فئة الترتيب : تُرتب المعلومات و الأفكار في نص الخطاب تبعاً للنوع الصحفي المُعتمد في معالجة الوقائع و الأحداث على النحو الذي تُمكن صاحب الخطاب من الانتقال المرن من فقرة لأخرى و بالتالي من فكرة الى أخرى .

1. 2. 1 فئة ادراجات مرتبة الأفكار : و يضم هذه الفئة كل الإدراجات التي يتم ترتيب عناصرها تبعاً للأسس و قواعد تحرير الأنواع الصحفية التقليدية .

1. 2. 2 فئة ادراجات غير مرتبة الأفكار: و يضم هذه الفئة كل الإدراجات التي يتأثر ترتيب عناصرها بالخصائص التكنولوجية للتدوين و المتمثلة في التوسيم و الروابط التشعبية و تشاركية انتاج المحتويات.. الخ .

2 - فئات مرجعية وضوح الخط الافتتاحي : و هي جملة الفئات التي تمكنا من قياس درجة وضوح الخط الافتتاحي

2. 1 فئة اتساق المواضيع : تتمثل في خاصية التمييز بين مواضيع الإدراجات المتسقة و مواضيع الإدراجات غير المتسقة .

2. 1. 1 فئة مدونات الإدراجات المتسقة : و هي المدونات التي يهتم أصحابها بمجالات محددة و يتسمون بثبات مواقفهم من القضايا المعالجة فيها و وضوح الأهداف التي يسعون الى تحقيقها.

2. 1. 2 فئة مدونات الإدراجات غير المتسقة : و هي المدونات التي يهتم أصحابها بمجالات مختلفة و متعددة و متنوعة و لا يتسمون بثبات مواقفهم من القضايا المعالجة فيها .

2.2 فئة انتظام دورية الإدراج : يمثل انتظام دورية الصدور واحدا من المحددات الأساسية لهوية المدونة كوسيلة اعلامية ، حيث يميز هذا المحدد بين المدونات منتظمة الإدراج و المدونات غير منتظمة الإدراج .

2 . 2 . 1 فئة المدونات ذات دورية الإدراج المنتظمة: و تضم هذه الفئة كل المدونات منتظمة الإدراج أيا كانت فترة الدورية .

2 . 2 . 2 فئة المدونات ذات دورية الإدراج غير المنتظمة: تضم هذه الفئة كل المدونات غير منتظمة الإدراج.

3- **فئات مرجعية الالتزام بقواعد تحرير الانواع الصحفية:** و هي الفئات التي تمكنا من قياس مدى حفاظ المحددات الرئيسية لاختيار النوع الصحفي الملائم على أهميتها في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية .

3 . 1 فئة طبيعة الحدث : و الممتثلة في مجال الحدث و مكان وقوعه و كذا تاريخ وقوعه مقارنة بتاريخ النشر أو البث .

3 . 2 فئة الوقائع و الأحداث : و المقصود بها الطريقة المعتمدة في عرض تفاصيل الحقائق و الوقائع و الأحداث ، اذ أنها قد تكون مقصودة لذاتها مثلما هو الحال في الأنواع الإخبارية كالخبر و التقرير الصحفي ، كما يمكن ان توظف كخلفية يتأسس عليها بناء المواقف و الآراء و وجهات النظر في أنواع الرأي كالتعليق و العمود و الافتتاحية ، أو كمادة للبحث و التمحيص و السؤال و الاستفسار في الأنواع الاستقصائية كالتحقيق الصحفي و الحديث .

3 . 3 فئة عملية الشرح و التحليل و التفسير : و هي العملية التي تمثل محددا هاما لهوية النوع الصحفي ، اذ يغيب هذا النوع من العمليات في الخبر الصحفي الذي يعتبر نوعا صحفيا قاعديا ، ، في حين يتأسس التقرير كنوع صحفي على وصف حيثيات وقوع الحدث سعيا الى تفسير أسباب وقوعه و شرحها . بينما ينتقل المحرر بعملية الشرح و التفسير الى مستويات أكثر عمقا في الأنواع الاستقصائية لاسيما في التحقيق الصحفي ، أو يربطها بالطابع المميز للنوع الصحفي في أنواع الرأي ، كالافتتاحية و التعليق ، و مرتبطة بالأسلوب الساخر أو النقدي للمحرر في العمود الصحفي .

3 . 4 فئة الذاتية مقابل الموضوعية : تُميّز هذه الفئة بين أنواع الرأي و الأنواع الإخبارية ، بناء على درجة بروز الرؤية الذاتية للمحرر في الخطاب الصحفي الذي يتضمنه الإدراج.

3 5 المساحة و الزمن ، يميز هذا المحدد بين الأنواع الصحفية الثقيلة التي تتطلب مساحة مكانية أو زمانية أوسع مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى كالخبر و التقرير

3 . 6 خصوصية الوسيلة الإعلامية :يميز هذا المحدد بين الأنواع الصحفية تبعا للخصوصية التكنولوجية لوسيلة الإعلامية و هي الفئة التي تمكنا من رصد تأثير الخصوصية التقنية للمدونة على الأنواع الصحفية .

4 – **فئات مرجعية بنية الخطاب:**و تمثل مختلفالعناصر التي تعطي للخطاب شكله النهائي و هي العنوان و المقدمة و المتن ،و تختلف هذه العناصر من نوع صحفي للأخر متأثرة بالوظائف المنوطة بها في كل نوع على حدى .

4 . 1 فئة عنوان الخطاب : الجزء المسؤول على الاعلان عن مضمون الموضوع و الإشارة بوضوح و اختصار الى جوهره و فكرته العامة

4 . 2 فئة مقدمة الخطاب :اولى الفقرات تستمد أهميتها ن دورها المتمثل في الربط بين عنوان الموضوع الصحفي و متنه .

4 . 3 فئة متن الخطاب : يُمثل متن الموضوع الصحفي أو نصه مساحة من الكلمات و الجمل و الفقرات التي تحمل معلومات و تفاصيل حول الوقائع و الأحداث ، أو أفكار و آراء و مواقف متنوعة.

5 – **فئات المرجعية الذاتية :** وهي الفئة التي تقيس مدى ظهور ذات المدون في ادراجاته من خلال رصد درجة استعماله لضمير المتكلم واستعراضه لتجاربه الشخصية و كذا التعبير الصريح عن وجهة نظره .

5 . 1 فئة استعمال ضمير المتكلم : استعمال ضمير المتكلم أنا ، نحن و ضمائر الملكية للمتكلم

5 . 2 فئة استعراض التجارب الشخصية : و التي يتحدث المدون من خلالها عن معاشته الشخصية للواقعة أو الحدث موضع المعالجة في الإدراج .

5 . 3 فئة التعبير الصريح عن وجهة النظر: والتي تتمثل في آراء المدون الشخصية في الحدث أو القضية المعالجة في الإدراج خاصة في الأنواع الصحفية التي تتطلب تجنب ذلك كالأنواع الإخبارية.

6 – **فئات مرجعية اتجاه الخطاب**

6 . 1 فئة الاتجاه الاحادي : و يظم هذا الاتجاه كل الإدراجات التي لا يتفاعل من خلالها المدون ،صاحب الخطاب، مع قراء ادراجاته عن طريق التعليق .

6 . 2 فئة الاتجاه الدائري : وتحتوي كل الإدراجات التي تأخذ اتجاها دائريا بفعل مشاركة المدون و القراء في مناقشة محتوى الخطاب عن طريق التعليق .

ملحق رقم (04) : استمارة التحكيم

جامعة الحاج لخضر باتنة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال و المكتبات.

استمارة تحليل المحتوى

الدكتور:.....

اضع بين يديك استمارة تحليل المحتوى تم اعدادها في إطار دراسة علمية لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال بعنوان:

الخطاب الاعلامي العربي و الاعلام الجديد

دراسة وصفية لعينة من المدونات الالكترونية الاعلامية العربية

و تهدف الدراسة الى رصد وتحليل مظاهر تأثير التدوين على البنية التحريرية للخطاب الاعلامي في المدونات الالكترونية الاعلامية العربية .

ارجو من سيادتكم تحكيم أداة تحليل المحتوى مع العلم ان الاستمارة مرفقة بالاطار المنهجي للدراسة الذي يتضمن إشكالية البحث وتساؤلاته واهدافه وكذا التعريفات الاجرائية لفئات تحليل المحتوى.

مع خالص التقدير والاحترام.

المشرف.

أ.د. قادري حسين

الباحثة .

سعاد ولد جاب الله

استمارة تحليل المحتوى

اسم المدونة: المدون: الرابط:
الدولة: الجنس: الاحتراف:
المنصة: التاريخ:

H				G			F		E	D		C				B	A		تاريخ الادراج	الادراج
H4	H3	H2	H1	G3	G2	G1	F2	F1		D2	D1	C4	C3	C2	C1		A2	A1		

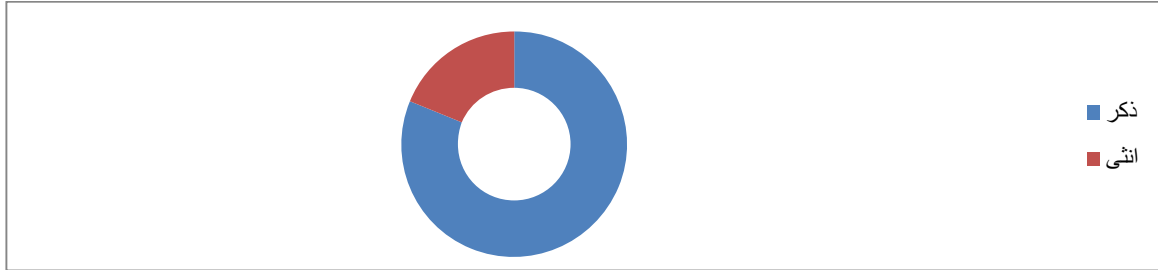
ملحق رقم (05) : قائمة مفردات العينة " المدونات المدروسة "

المنصة	المدونة	العنوان الإلكتروني
01	مدونة احمد ولد جدو	/http://ahmedjedou.blogspot.com
02	مدونة صرخة الصحراء	/http://libya-2.blogspot.com
03	مدونة الصلاح	/http://elssalah.blogspot.com
04	مدونة عصام الزامل	/http://www.essamalzamel.com
05	عبد العزيز محمد الخاطر	http://azizalkhater.blogspot.com
06	مدونة الصحفي /عدنان الراجحي	/http://adnanmedia.blogspot.com
07	مدونة الصحفية امل زياد عيد	/http://www.wamoola.blogspot.com
08	مدونة لقمة عيش	/http://lokmetaesh.blogspot.com
09	مدونة هنذا برس	/https://hindapress.wordpress.com
10	صندوق حمد	/http://sandoog.blogspot.com
11	مدونة لافتات	/http://ezzankunna.blogspot.com
12	مدونة شبايك	/http://www.shabayek.com/blog
13	مدونة حكم البابا	/http://www.huffpostarabi.com/hakam-al-baba
14	مدون بسام جعارة	/http://www.huffpostarabi.com/bassam-jeaara
15	مدونة حنان اليوسفي	/http://www.huffpostarabi.com/hananelyousefi
16	مدونة مولاي علي الامغاري	/http://www.huffpostarabi.com/moulayali-elmig
17	مدونة شمس الدين النفاذ	/http://www.huffpostarabi.com/shams-aldeen
18	مدونة اسعد طه	/http://www.huffpostarabi.com/asaad-taha
19	مدونة محمود عبد المنعم	http://www.huffpostarabi.com/mahmoud-abdel
20	مدونة باسم العيسى	/www.huffpostarabi.com/basem-alabsi
21	مدونة احمد بادغيش	/http://www.huffpostarabi.com/-ahmadbadghaish
22	مدونة حصبة يتيمي	/-http://www.huffpostarabi.com/hassa-yatimi
23	مدونة المصوراتية	/http://elmosswartyah.arablog.org
24	يوميات مواطن عادي من فلسطين	/http://dailylifeinpalestine.arablog.org
25	مدونة تراتيل انثى	/http://taratil.arablog.org
26	مدونة حكايا الربيع	/http://mutwalimahmud.arablog.org
27	مدونة في قمي ماء	/http://yasserzareaa.arablog.org
28	مدونة احمد الملا	http://elaphblogs.com/mula.html
29	مدونة باسم البغدادي	http://elaphblogs.com/falah.html
30	مدونة : رياض ع الزهراني	http://elaphblogs.com/king.html
31	مدونة مصر فايف	http://elaphblogs.com/walidibrahim.html
32	مدونة شربينيوات من الاقصر	http://elaphblogs.com/lolo1149.html

ملحق رقم (06) :أهم خصائص العينة

تلك	%	
26	81,25	ذكر
06	18,75	انثى
32	100	المجموع

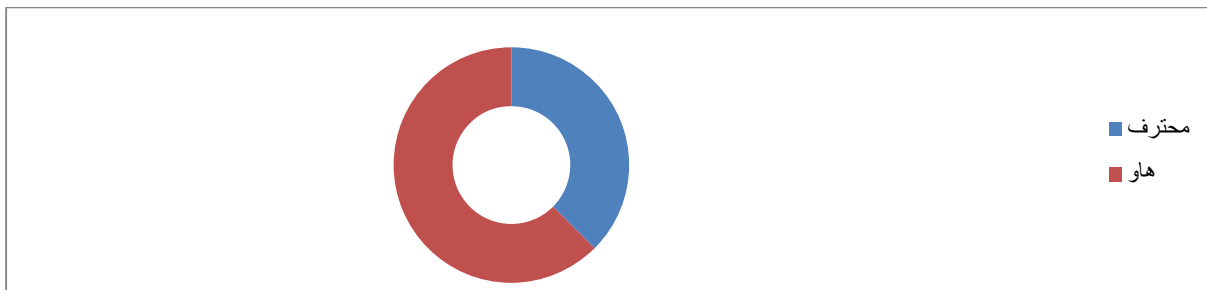
الجدول رقم (01) يوضح: توزيع مدونات العينة حسب متغير جنس المدون



التمثيل البياني رقم (01) يوضح: توزيع مدونات العينة حسب متغير جنس المدون

تلك	%	
12	37,50	محترف
20	62,50	هاو
32	100	المجموع

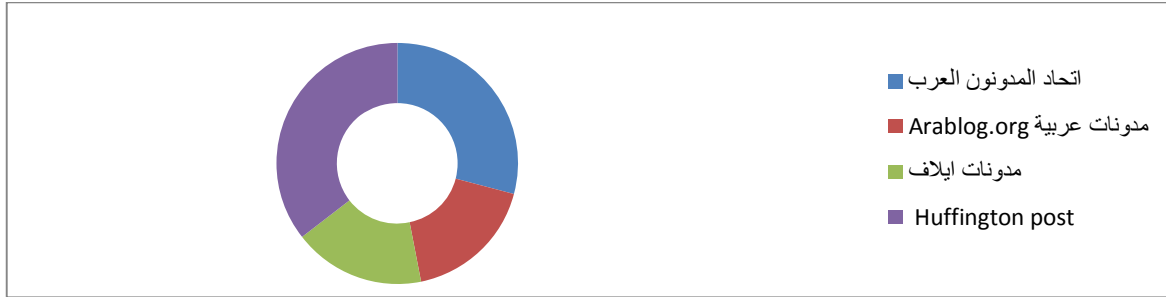
الجدول رقم (02) يوضح: توزيع مدونات العينة حسب متغير احتراف المدون للعمل الصحفي



التمثيل البياني رقم (02) يوضح: توزيع مدونات العينة حسب متغير احتراف المدون للعمل الصحفي

تک	%	
12	37,50	اتحاد المدونون العرب
05	15,63	مدونات عربية Arablog.org
05	15,63	مدونات ايلاف
10	31,25	مدونات PostHuffington
32	100	المجموع

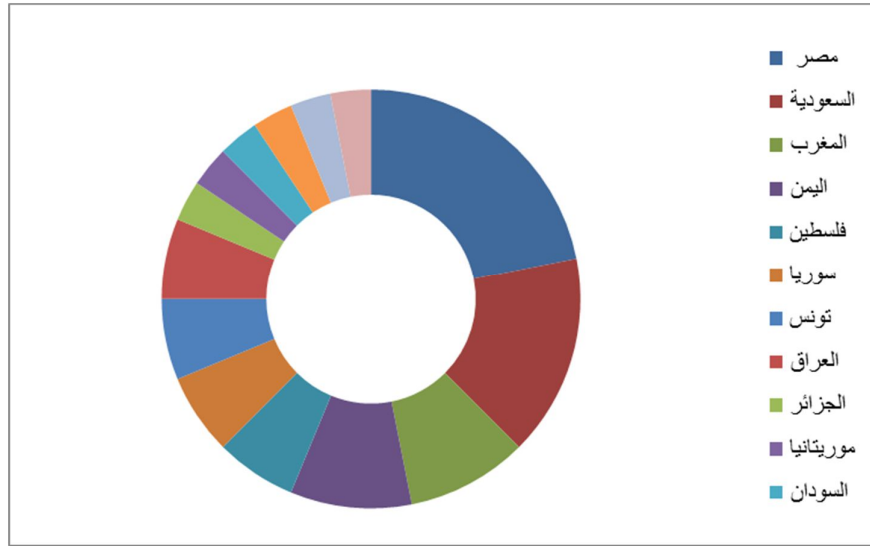
الجدول رقم (03) يوضح : توزيع مدونات العينة حسب متغير منصة التدوين



التمثيل البياني رقم (03) يوضح : توزيع مدونات العينة حسب متغير منصة التدوين

تک	%	
07	21,88	مصر
05	15,63	السعودية
03	9,38	المغرب
03	9,38	اليمن
02	6,25	فلسطين
02	6,25	سوريا
02	6,25	تونس
02	6,25	العراق
01	3,13	الجزائر
01	3,13	موريتانيا
01	3,13	السودان
01	3,13	ليبيا
01	3,13	قطر
01	3,13	الكويت
32	100	المجموع

الجدول رقم (04) يوضح : توزيع مدونات العينة حسب متغير جنسية المدون



التمثيل للبيان رقم (04) يوضح: توزيع مدونات العينة حسب متغير جنسية المدون

ملحق رقم (07) :

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

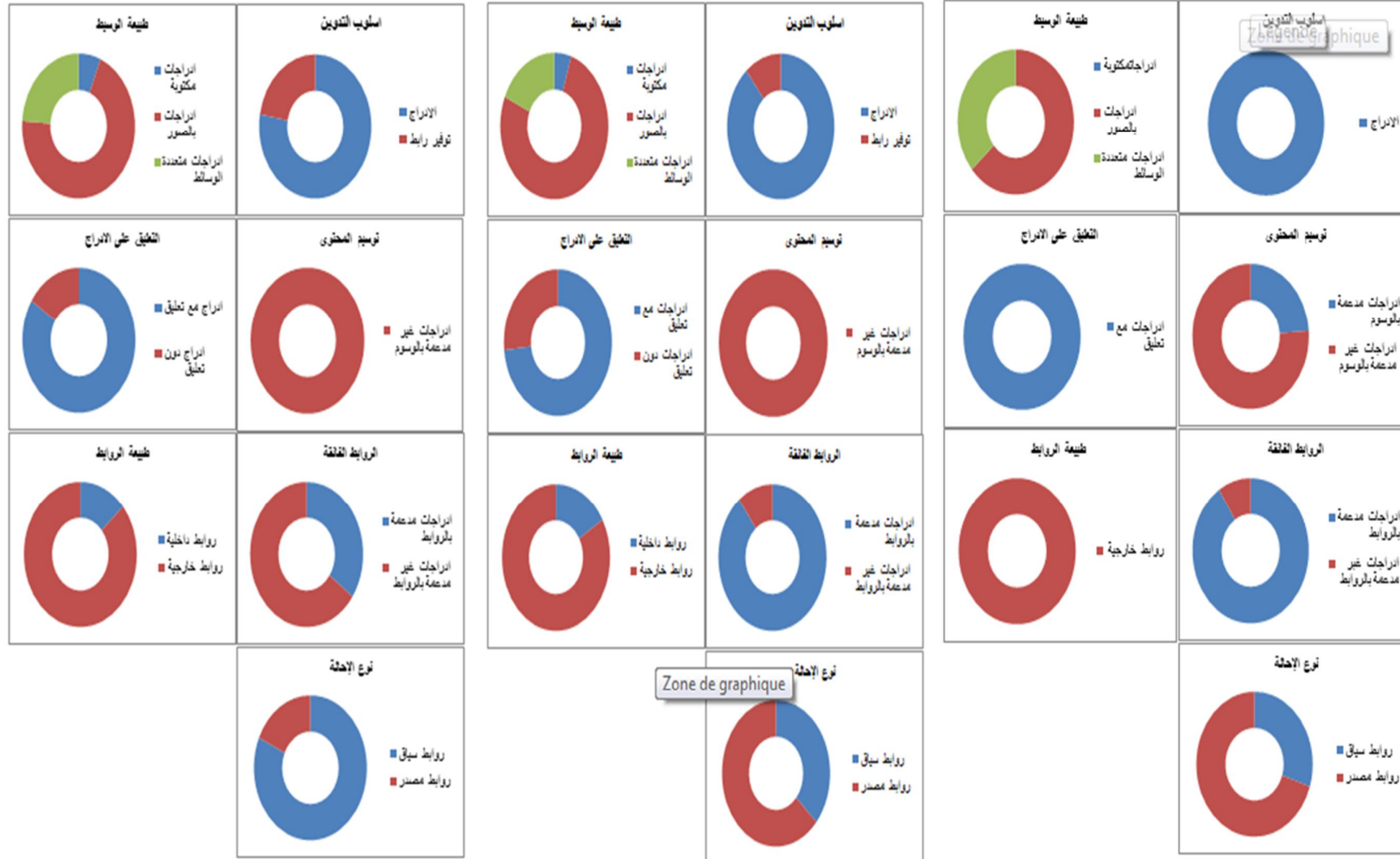
الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة لقيمة عيش

مدونة عدنان الراجحي

مدونة احمد ولد جدو



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة عبد العزيز محمد الخاطر

مدونة لاقات

مدونة الصحفية أمل زيد



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة هنداء براس

مدونة صرخة الصحراء

مدونة الصلاح



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة تيبافك

مدونة أحمد الملا

مدونة صندوق حمد



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة رياض عبد الله الزهراني

مدونة عصام الزامل

مدونة تريبينيات الاقصر



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة مولاي علي الأمغاري

مدونة شمس الدين التناز

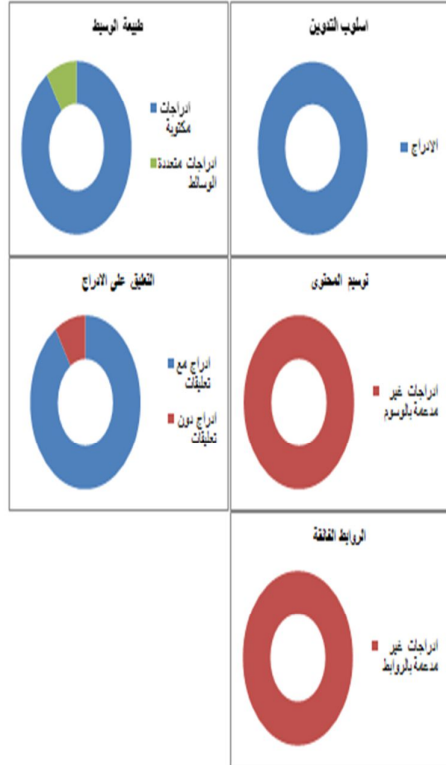
مدونة حكم البابا



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة أسد طه



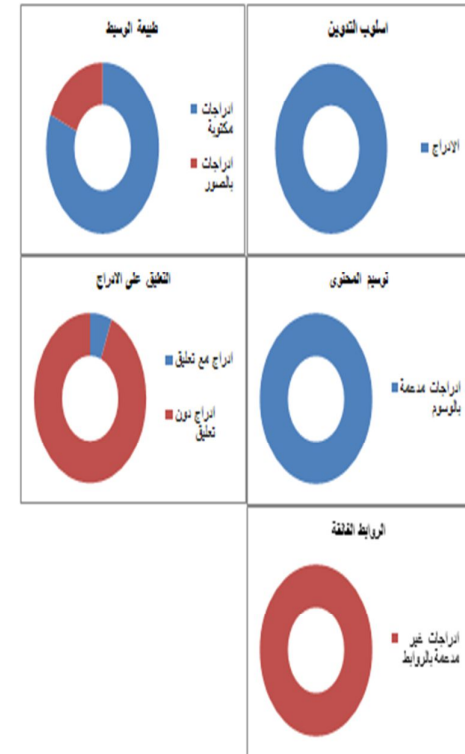
مدونة مواطن عادي من فلسطين



مدونة في قفي ماء



مدونة حكيم الربيع



الملاحق

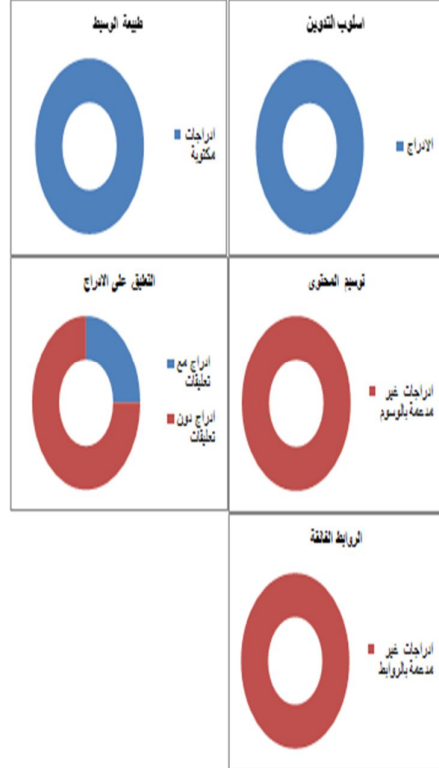
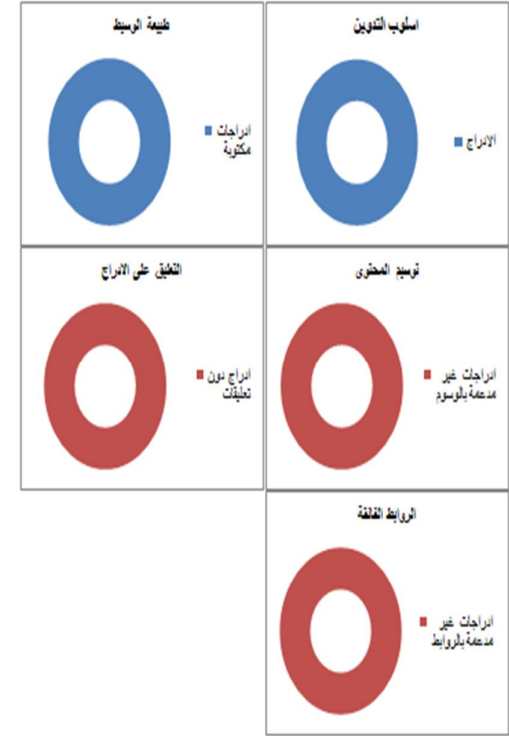
تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة باسم الجبسي

مدونة احمد بادغيش

مدونة حمزة البني

مدونة محمود عبد المنعم



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة



الملاحق

تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة

مدونة باسم البغدادي

مدونة مصر فايف

مدونة حنان اليوسفي



قائمة المراجع

قائمة المراجع :

قائمة المراجع باللغة العربية:

I. الكتب

1. أحجيوج ، محمد سعيد: الف باء التدوين : تعرف على التدوين و انشئ مدونتك خطوة بخطوة، الناشر المؤلف نفسه، 2009
2. أنجرس، مورييس: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ترجمة بوزيد صحراوي & كمال بوشرف & سعيد سبعون ، دار القصة للنشر ، الجزائر 2006 .
3. بن مرسل، أحمد ، مناهج البحث العلمي في الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2006،
4. بيرس ، اندريا و ويليامز ، بروس ، ترجمة شويكار زكي : البيئة الاعلامية الجديدة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة 2012.
5. ببلي اولجا جوديس ، كاميرتس بارت ، بنتبير نيكوكار : فهم الاعلام البديل ، ترجمة : علا احمد صلاح ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2009.
6. حداد ، نبيل : في الكتابة الصحفية السمات المهارات الاشكال و القضايا، دار الكندي، الاردن، 2002
7. حسين ، سمير محمد ، بحوث الاعلام الاسس و المبادئ ، عالم الكتب ، القاهرة ، _____ .
8. حسين عبد الجبار اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، دار اسامة، عمان ، 2008
9. الحيدري ، عبد الله الزين: الاعلام الجديد النظام والقوضى ، دار سحر للنشر ، تونس ، 2012
10. خضور ، أديب: أدبيات الصحافة ، مطبعة داودي ، دمشق، 1986
11. رابح ، الصادق: فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم و المقاربات و الرهانات، دار النهضة العربية بيروت ، لبنان، 2014.
12. سنو العبد الله ، مي: المعجم في المفاهيم الحديثة في الاعلام و الاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ، دار النهضة العربية، بيروت، 2014.
13. شقرة ، علي خليل: الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان 2014.
14. عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 .

15. عبد الحميد ،محمد ،: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة. 2000
 16. عبد الحميد ،محمد: المدونات : الاعلام البديل ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 .
 17. عبد الحميد ،محمد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب، القاهرة ، 1997
 18. عبد الرزاق ،انتصار ابراهيم & الساموك، صفد حسام: الاعلام الجديد : تطور الاداء و الوسيلة و الوظيفة ، جامعة بغداد ، بغداد ، 2011 .
 19. عبد العزيز، بركات : مناهج البحث الإعلامي ،دار الكتاب الحديث ،القاهرة، 2012 .
 20. عبد المقصود ،هشام عطية: دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي ، دار العالم العربي ،القاهرة، 2012
 21. فاطمة الزهراء عبد الفتاح : المدونات الالكترونية و المشاركة السياسية ، دار العالم العربي ، القاهرة ، 2012 .
 22. قندجلي ،عامر ابراهيم و السامرائي، ايمان فاضل: تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002.
 23. محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ،عالم الكتب ، القاهرة ، 1996
 24. محمود خليل و محمد منصور هببة، انتاج اللغة الاعلامية في النصوص الاعلامية، مركز جامعة القاهرة، 2002
 25. ملفين ل ،ديفلير و ساندرا بول ، روكيتش : ترجمة كما عبد الرؤوف : نظريات وسائل الاعلام ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 1993.
 26. هشام عطية عبد المقصود : دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي ، دار العالم العربي ، القاهرة ، 2012 .
 27. ويمر ،روجر ، دومينيك ،جوزيف: مدخل الى مناهج البحث الاعلامي ،ترجمة صالح ابو اصبع ، فاروق منصور ، المنظمة العربية للترجمة ،الطبعة الاولى،بيروت، 2013
- II. المقالات و الدراسات من المجلات و الدوريات العلمية :**

1. بخيت ،السيد :ادوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الاعلامية دراسة في المفاهيم و بيئة العمل ، المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، المجلد التاسع ، العدد 02 ديسمبر 2009 .
2. البدراني ،فاضل محمد: صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري ،مجلة الاتصال و التنمية العدد 10 ،افريل 2014

3. الحمامي، الصادق و اخرون : الانترنت و الاذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الاذاعي و التلفزيوني سلسلة بحوث و دراسات اذاعية (68)، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس ، 2009 .
4. الحمامي، الصادق: الاعلام الجديد مقارنة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006 .
5. الحمامي، الصادق: الصحفيون و اخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الاعلام و العصر ، ابو ضبي ، عدد سبتمبر ، 2013 .
6. رابح، الصادق: الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات ، المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، المجلد الثامن ، العدد 02 افريل/جوان 2007 .
7. الزرن ،جمال: البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 .
8. الزرن ،جمال: المتلقى عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد 51 52 ، 2009 .
9. الزرن ،جمال: المدونات الالكترونية و سلطة التدوين ، مجلة دراسات ، المركز العالمي لدراسات و ابحاث الكتاب الاخضر، العدد 29 ، 2007 .
10. الشافعي ، عبد المحسن ، الراوي ، بشرى جميل: اشكالية حرية التعبير و المسؤولية المهنية و الاجتماعية للمدونات الالكترونية ، مجلة الباحث الاعلامي ، العدد 11-12 يناير 2011
11. شيخاني ، سميرة: الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 02/01 ، 2010 .
12. لعياضي ،نصر الدين في البحث عن العلاقة بين المدونات الالكترونية و الصحافة ، مجلة ثقافات، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة، 2011
13. منصور ، عصام: المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات ، مجلة دراسات المعلومات ، العدد 05 ماي 2009 .
14. صويلح ، هشام: بلاغة الاقناع في الخطاب الاعلامي : دراسة في ضوء البلاغة الجديدة ، الخطاب منشورات مخبر تحليل الخطاب جامعة مولود معمري ، تيزيوزو، العدد 19، جانفي 2015
15. الهيميسي ، نور الدين: الاطر النظرية و المنهجية لدراسة الميديا الجديدة ، قراءات نقدية، مجلة علوم الانسان و المجتمع ، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 12 ، ____ ،

III. الملتقيات العلمية:

1. ابرير، بشير : الصورة في الخطاب الاعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الانساق اللسانية و الايقونية، الملتقى الدولي الخامس السيميائ و النص الادبي ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر، 18-20 أبريل 2011 .
2. بن هلال ،محمد: الاعلام الجديد و رهانات تطوير الممارسة السياسية تحليل لاهم النظريات و الاتجاهات العالمية والعربية ، الندوة الدولية أي دور لاعلام و الصحافة في التأثير على اجندة السياسات العامة ، جامعة مراكش ، 22/21 اكتوبر 2010 .
3. توفيق ،شريهان ، كدواني، شيرين: المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة ، ملتقى الاعلام و البناء الثقافي لحقوق المواطنة ، جامعة اسبوط ، 19 / 20 فيفري 2008 .
4. الحمامي ،الصادق: الاخلاقيات الصحفية و الميديا الجديدة ، برنامج النوع الاجتماعي و الاعلام العربي ، مركز كوثر ، نوفمبر 2011 .
5. الحمامي ،الصادق: الصحافة الالكترونية سياقات الابتكار و التجديد ، اليوم المفتوح حول الصحافة الالكترونية ، النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين ، تونس ، جوان 2012 .
6. الحمامي ،الصادق: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية ، ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية و الشباب الاماراتي ، الواقع و التحديات ، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة ، 03 ماي 2012 .
7. رابح ،الصادق: المدونات و الوسائط الاعلامية : بحث في حدود الفصل و الوصل ، المؤتمر الدولي الاعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين ، 9/7 افريل 2009 .
8. السنوسي ،ثريا: صحافة المواطن و اعادة انتاج الادوار ،ملتقى الاتصال و الشباب و الميديا ، معهد الصحافة و علوم الاخبار ، منوبة ، تونس افريل 2010
9. صادق ،عباس مصطفى: التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، مؤتمر صحافة الانترنت الواقع و التحديات ، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة ، 23/22 نوفمبر 2005.
10. صادق ،عباس مصطفى: مصادر التنظير و بناء المفاهيم حول الاعلام الجديد ،المؤتمر الدولي الاعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين ، 9/7 افريل 2009 .
11. محمد ،عبد المحسن بدوي احمد: مشكلات الاعلام الجديد ، المؤتمر الدولي الاعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين ، 9/7 افريل 2009 .
12. نصر ،حسني محمد: المدونات الالكترونية و دعم التعددية في العالم العربي ، الحلقة الدراسية الاقليمية للإعلاميين ، جامعة السلطان قابوس ، مسقط ، 14/12 فيفري 2007 .

IV. المعاجم و القواميس :

- 1- ابن منظور ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الافريقي العربي لسان العرب ،المجلد 13 ،دار صادر،بيروت.
- 2- باتريك ثادورو & دومينيك منغنو : معجم تحليل الخطاب ، ترجمة عبد القادر المهيري & حمادي صمود ، المركز الوطني للترجمة ، تونس ، 2008.

V. التقارير

1. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب: تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، التقرير 01 ، 2015،
2. المجلس الاعلى للاتصالات و تكنولوجيا المعلومات مشهد الاعلام الرقمي في قطر،الدوحة، 2011
3. مركز معلومات الجوار الاوروبي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ،دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الاوروبي الاتحاد الاوروبي، 2014
4. نادي دبي للصحافة :الاعلام العربي الانكشاف و التحول : نظرة على الاعلام العربي ، 2011 2015 .
5. نادي دبي للصحافة ، كلية محمد بن راشد لادارة الحكومية ، نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي ، 2014.
6. نادي دبي للصحافة وبرنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية : نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي ، 2014

VI. الصحف

1. احمد بايوني: تلفزيون «الإنترنت» يحدد مستقبل البث الفضائي ،صحيفة اليوم ، العدد 13941، الثلاثاء الموافق 16 أغسطس 2011، <http://www.alyaum.com/article/3024499>، 2013/12/15 ، 01:34
2. بسارة صلاح : صحافة المواطن : تكس المواطنون بمركز شباب الجزيرة للحصول على العضوية،صحيفة اليوم السابع ، <http://www.youm7.com/story/2015/7/23>

VII. المواقع الالكترونية :

1. الاتحاد الدولي للاتصالات : التلفزيون فائق الوضوح: انطلاقة لعصر جديد ، نشرة اخبارية ، جنيف ،ماي 2012 ، https://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2012/pdf/31-ar.pdf ، 2013/12/15 ، 13:34
2. عباس مصطفى صادق: مستحدثات الإعلام الجديد، في موقع الاعلام الجديد <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/124-2012-04-21-15-40-19.html?start=1> ، 2015/10/23 23:25
3. عباس مصطفى صادق: مستحدثات الإعلام الجديد، في موقع الاعلام الجديد <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/124-2012-04-21-15-40-19.html?start=1> ، 2015/10/23 23:25
4. عبدالملك الثاري: تعرف على Delicious، في موقع عالم التقنية ، <http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/24/delicious> ، 2012 /10 /24 13:03
5. نصر الدين العياضي : الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية : نشأة مستأنفة أم قطيعة؟ <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/.pdf> ، 2015/12/22 10 :02
6. وسام فؤاد: الإنترنت ما بعد التفاعلية واتجاهات تطوير الإعلام الإلكتروني، المبادرة العربية لإنترنت حر، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان <http://old.openarab.net/ar/node/40>، 2015/12/22، 10 :02

قائمة المراجع باللغات الاجنبية :

I. Livre :

1. ALLAN, Stuart: Online news: Journalism and the Internet. Open University Press , Maidenhead, UK, 2006
2. ANDREWS ,Keith: Internet and New Media : lecture notes ,Graz University of Technology Inffeldgasse ,Graz,2011.
3. BAILEY, Olga & BART, Cammaerts & NICO, Carpentier : Understanding Alternative Media ,Open University Press, UK, 2007
4. BARLOW, Aaron: Blogging America: The New Public Sphere , Greenwood Publishing Group , USA,2008 .

5. BARUCH ,Thierry: **Blog Professionnel: Un Outil d'échange et de Communication**, édition ENI,Paris,2006
6. BECK, Timo: **Web 2.0: User-Generated Content in Online Communities: A theoretical and empirical investigation of its Determinants**, Diplomica Verlag, 2007 .
7. BLOOD ,Rebecca: **The Weblog Handbook :practical advice on creating and maintaining your blog**, Perseus Publishing ,Cambridge ,2002
8. BOWMAN ,Shayne & WILLIS, Chris: **We Media : how audience are shaping the future of news and information** , the media center at the American press institute , 2009.
9. BRADSHAW, Paul, and ROHUMAA ,Liisa. **The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age**. Routledge, New York,2013.
10. BRANSTON ,Gill & STAFFORD ,Roy: **The Media Student's Book** , Routledge, New York ,2010
11. BREAKENRIDGE ,Deirdre K.: **PR 2.0: New Media, New Tools, New Audiences** , FT Press, New Jersey ,2008.
- 12.BRUNS , Axel: **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage**, Peter Lang Publishing , New york , 2008
- 13.BRUNS ,Axel & Joanne Jacobs **Uses of Blogs** peter Lang publishing, Ink, New York 2007
- 14.BRUNS ,Axel: **Gatewatching : collaborative on line news production** , Peter Lang Publishing , New york , 2005
15. CASTRO ,Elizabeth: **Publishing a Blog with Blogger : Visual Quick Project Guide**, Peachpit Press, Berkeley, 2010.
16. CHUN ,Wendy Hui Kyong & KEENAN, Thomas: **New Media, Old Media : A History and Theory Reader** , Routledge, New York ,2006 .

- 17.DESA VOYE, Benoît: **Les Blogs: Nouveau média pour tous** , M21 Editions, Paris , 2005.
- 18.FENTON ,Natalie: **New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age** , SAGE Publications, London , 2009.
19. GILLMOR ,Dan: **We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People** , O'Reilly Media Inc , California, 2004.
- 20.GREVISSE, Benoît : **Écritures journalistiques: stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif**. De Boeck Supérieur, Bruxelles ,2008.
- 21.HABERMAS ,Jurgen, translated by Thomas Burger : **Structural Transformation of the Public Sphere** , Mit Press , Massachusetts, 1991.
22. HAMMER, Rhonda & KELLNER, Douglas: **Media & Cultural Studies: Critical Approaches** , Peter Lang Publishing Inc, New York, 2009.
- 23.JENGHOON, Lee : **Computer-mediated Communication as Political Communication: investigation of the agenda- setting** function,Proquest information and learning company , Florida,2008
- 24.JENKINS, Henry: **Convergence Culture:Where Old and New Media Collide** , New York University Press, New York , 2006.
- 25.JONES, Paul and HOLMES, David: **Key Concepts in Media and Communications** , SAGE Publications, London , 2011.
- 26.LIEVROUW ,Leah: **Alternative and Activist New Media** , Polity Press, Cambridge , 2011.
27. LIEVROUW, Leah A, LIVINGSTONE, Sonia: **Handbook of New Media: Student Edition** , SAGE Publications, London,2005 .
- 28.MITCHELL, W. J. T. & HANSEN, Mark B. N.: **Critical Terms for Media Studies** , University of Chicago Press, Chicago , 2010.
- 29.MONTSERRAT, Ginés Gibert: **The Meaning of Technology. Selected Readings from American sources** ,Univ. Politèc. Catalunya, 2010.

30. PLOOF ,Ron: **Read This First: The Executive's Guide to New Media-From Blogs to Social Networks** , iUniverse, Bloomington , 2009 .
31. POPEK, Emily: **Understanding the World of User-Generated Content** , The Rosen Publishing Group, New York ,2010.
- 32.RETIEF ,Esté &LE ROUX,Annette: **Blogging** University of South Africa , library of cape town,2010
33. RETTBERG , Jill Walker: **Blogging** , Polity press, Cambridge , 2008 .
- 34.RICARDO, Francisco J.: **Cyber culture and New Media** , Editions Rodopi, New York , 2009.
- 35.SINGER ,Cecilia FRIEND, jane B: **on line journalism ethic:traditions and transitions** , M ESharp Inc Armonk,NewYork, 2007.
- 36.STEERS, Richard M and PORTER, Lyman W:**Motivation and Work Behavior**, 5th ed, McGraw-Hill. New York 1991
- 37.WARDLE, Claire &WILLIAMS ,Andrew :**ugc@the bbc: Understanding its impact upon contributors non- contributors and BBC news** , Cardiff school of journalism, Cardiff ,2008
- 38.WATINE, Thierry : **De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse: vers un journalisme de conversation**. Les Cahiers du journalisme, 2006.
- 39.YUS , Francisco: **Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in Context**, John Benjamins Publishing, Philadelphia,2011

II. Rapports :

1. Arab Social Media Influencers Summit : **Arab Social Media Report** , First Report 2015
2. CENTRE Unesco of Catalonia : **Arab new Media for peace and dialogue**, Barcelona , 2010 .

3. Interactive Advertising Bureau (IAB) Platform Status Report: **User Generated Content, Social Media, and Advertising , An Overview** ,Interactive Advertising Bureau , April 2008,p:1
4. Interactive Advertising Bureau :**User Generated Content , Social Media and Advertising – an overview** : IAB platform status report , April 2008 .
5. International Telecommunication Union : **Measuring the information society** , Geneva , 2011

III. Conferences:

1. TAKI, Maha: **Weblogs , Bloggers , and the blogosphere in Libanon , Syria and Jordan** ,e-journalism Conference, College of Communication University of Sharjah 22/23 November 2005.

IV. Articles:

1. ALLAN, Stuart. **Citizen journalism and the rise of ‘mass self-communication’: Reporting the London bombings**. Global Media Journal, 2007, vol. 1, no 1
2. BARDOEL, Jo, Deuze, Mark : **Network journalism: converging competencies of old and new media professionals**, Australian Journalism Review, Vol. 23, No. 2, Dec 2001
3. BLOOD Rebecca: **Weblogs and journalism: Do they connect?** Nieman Reports 57(3): (2003)
4. DAGIRAL, Éric et PARASIE, Sylvain : **Presse en ligne: où en est la recherche?**. Réseaux, 2010, no 2 .

5. DAN Gillmor: *Moving Toward Participatory Journalism*, Nieman Reports 57(3),2003,
6. DESPRES-Lonnet, Marie et Cotte, Dominique : *Nouvelles formes éditoriales en ligne*. Communication et langages, 2007, vol. 154, no 1.
7. DEUZE, Mark : *Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same*. Westminster Papers in Communication and Culture, 2008, vol. 5, no 2.
8. DEUZE, Mark, Bruns, Axel, et Neuberger, Christoph : *Preparing for an age of participatory news*. Journalism , practice, 2007, vol. 1, no 3
9. DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism, 2005, vol. 6, no 4,
- 10.DEUZE, Mark: *Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters and editors speak out*. Media, Culture & Society, 2005, vol. 27, no.6
- 11.DEUZE, Mark: *The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry*. International Journal of Communication, 2008, vol
- 12.DEUZE, Mark: *The professional identity of journalists in the context of convergence culture*. Observatorio (Obs*), 2008, vol. 2, no 4.
- 13.DEUZE, Mark: *The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. New media & society, 2003, vol. 5, no 2.
- 14.ELLISON, Nicole B., et Danah m Boyd : *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, vol. 13, no 1.
- 15.KAPLAN, Andreas M. et Haenlein, Michael : *The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging*. Business Horizons, 2011, vol. 54, no 2.

16. KRUMM, John, Davies, Nigel, et NARAYANASWAMI, Chandra : **User-generated content**. IEEE Pervasive Computing, 2008, no 4.
17. LASICA, J. D: **Blogs and Journalism Need Each Other**, Nieman Reports 57(3):. (2003)
18. LOHMANN, Steffen, Burch, Michael, Schmauder, Hansjörg, et al: **Visual analysis of microblog content using time-varying co-occurrence highlighting in tag clouds**. In : Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces. ACM, 2012.
19. MARCIA Rogerio grilo et NICOLAS Pélissier : **La blogosphère, un cinquième pouvoir ? Critique du journalisme et reconfiguration de l'espace public au Portugal** Réseaux, no 138, 2006
20. PAUL Andrews : **is Blogging Journalism** , Nieman Reports 57(3):. (2003)
21. PRICOPIE ,Valentina: **Colette Brin, Jean Charron et Jean De Bonville, Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques. Québec, Les presses de l'Université Laval, 2004**, Communication Information médias théories pratiques., 2006, vol. 25, no 1.
22. WILSON Lowrey, **Mapping the journalism–blogging relationship**, Journalism , SAGE Publications Vol. 7, 2006

V. **Websites**

- 1- ARI Heinonen & DAVID Domingo: **Weblogs and Journalism , A Typology to Explore the Blurring Boundaries** , Nordicom Review 29 (2008) 1, p : 07
<http://class.umd.edu/classes/jour698m/omingoblogs.pdf> , 12 /02/ 2015, 12 :50
- 2- BAILEY Socha and BARBARA Eber-Schmid : **what is new media? Defining New Media Isn't Easy**, [www .new media . org](http://www.newmedia.org)
<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html> , 20/12/2015 11:15

- 3- BLOOD ,Rebecca: the Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog ,Weblog Ethics, http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html , 23 09 2014, 18 :00
- 4- BRIAN Stelter : **Journalism via blog: How media organizations are embracing blogging**,]Journalism via blog - Towson University - Search Page [http:// pages.towson.edu/lieb/index_study_paper.pdf](http://pages.towson.edu/lieb/index_study_paper.pdf) , 06 /05/ 2014 , 11 :45,p :09
- 5- CHARLENE Li: Blogging policy examples, report on corporate blogging, November 08, 2004 http://forrester.typepad.com/groundswell/2004/11/blogging_policy.html,26/10/2014,22:30
- 6- CHARRIERE ,Christophe: **La ligne éditoriale d'un site ou un blog**<http://viaprestige-agency.com/la-ligne-editoriale-dun-site-ou-blog/> 19/10/2014 -02 :05
- 7- CHARRON, Jean et De Bonville, Jean. **Le paradigme journalistique: usage et utilité du concept**, https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00000790/document , mis en ligne le 05 Nov 2003, consulté le 12 novembre 2015 , 12 :50
- 8- CONQUET André, Richaudeau François. Cinq méthodes de mesure de la lisibilité. In: Communication et langages, n°17,1973. pp. 5-16.doi : 10.3406/colan.1973.3978 http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_17_1_3978 , 15/10/2015, 14:39 ,p :07
- 9- Conquet, André & Richaudeau ,François. **Cinq méthodes de mesure de la lisibilité**. In: Communication et langages, n°17,1973. pp. 5-16.doi : 10.3406/colan.1973.3978 http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_17_1_3978 ,Document généré le 15/10/2015
- 10- COUVE ,Philippe: **Comment le blog renouvelle le journalisme**, <http://www.samsa.fr/2008/11/18/comment-le-blog-renouvelle-le-journalisme/> 18 nov 2008 , 31/12/2014 -02 :05

- 11- DARVILLE ,Sarah: **"This is what public journalism is saying: getting the connections right is the deeper challenge in journalism right now."**Summer Reading 2013: "Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press" by Jay Rosen (1996)<http://www.niemanlab.org/2013/08/summer-reading-2013-getting-the-connections-right-public-journalism-and-the-troubles-in-the-press-by-jay-rosen-1996/> , Aug. 9, 2013, 10 a.m
- 12- ERTZSCHEID, Olivier (2008). Créer, trouver et exploiter les blogs, collection « L'essentiel sur... », Paris : ADBS éditions, 64 p. HAL Id: <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic/00586027v2> Submitted on 21 Apr 2011
- 13- FIEVET ,Cyril& LASICA JD: "Les médias citoyens sont l'avenir des médias" <http://www.internetactu.net/2005/04/28/jd-lasica-les-mdias-citoyens-sont-lavenir-des-mdias/> le 28/04/05
- 14- GAHRAN ,Amy: **Blogging Style: The Basic Posting Formats** <http://www.contentious.com/2004/09/22/blogging-style-the-basic-posting-formats-series-index/#more-340> 01/11/2014 19:09
- 15- GUILLOT ,François: **Les médias en ligne et leurs politiques de blogs,** <http://internetetopinion.wordpress.com/2008/11/30/les-medias-en-ligne-et-leurs-politiques-de-blogs/>, 29/12/2014 -14 :05
- 16- HAYEK, Friedrich August. **The use of knowledge in society,** The American Economic Review , volume 35 , Issue 4 (Sep ,1945). [http:// Down.cenet.org.cn/upfile/58/2004922121818105.pdf](http://Down.cenet.org.cn/upfile/58/2004922121818105.pdf)
- 17- HENRY Farrell · DANIEL W. Drezner : **The power and politics of blogs,** Public Choice ,January 2008, Volume 134, Issue 1-2, pp 15-30, <http://link.springer.com/article/10.1007/s11127-007-9198-1>
- 18- HOMERO Gil de Zúñiga & all :**Blogging as a journalistic practice: A model linking perception, motivation, and behavior,** Journalism, sage publication,2011,p:588, found at: <http://jou.sagepub.com/content/12/5/586>, 02/06/2013 04: 00

- 19- JARVIS ,Jeff: **Ethics meet ethics** , January 20, 2005, <http://buzzmachine.com/2005/01/20/ethics-meet-ethics-some/> , 07/08/2014 ,15:57
- 20- JARVIS ,Jeff: **Networked journalism** July 5, 2006 <http://buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism>
- 21- JARVIS ,Jeff: **Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture** ,June 7, 2009 <http://buzzmachine.com/2009/06/07/process-journalism/> 31/12/2014 -04:05
- 22- LASICA ,J.D.: What is Participatory Journalism? <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> Posted: 2003-08-07
- 23- O'REILLY, T. (2005). Web 2.0: compact definition. *Message posted to* http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/web_20_compact_definition.html/
- 24- OUTING, Steve. **The 11 layers of citizen journalism. Poynter** , http://www.poynter.org/content/content_print.asp?i , 2005.
- 25- OUTING, Steve: **The Basic Weblog** , <http://www.poynter.org/uncategorized/2455/the-basic-weblog/> 15/11/14,17:00,
- 26- PODHORETZ, John: **The Internet's First Scalp** , the New York Post , December 13, 2002 | 5:00am <http://nypost.com/2002/12/13/the-internets-first-scalp/> 22/12/2014 02: 30
- 27- RAPHAEL ,Benoit: **Comment les blogueurs ont révolutionné le journalisme**, <http://benoit-raphael.blogspot.com/2008/05/comment-les-blogueurs-ont-rvolutionn-le.html> 31/12/2014 -03 :05
- 28- SALLES, Chloë, "La question des blogs dans la presse : pour une "amélioration" des pratiques journalistiques ?", in Lafon Benoit (coord.), Supplément, Journalisme et questions sociétales au prisme des industries culturelles, Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n° 12/3, 2011, p. 97-112, mis en ligne le 27 janvier 2012, consulté le [2014/05/12].URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2011.html#supplement

- 29- SINGH, Gurdev and Shahid, S.M: **Blogs as Tools for Online Information Sharing**, (2006). Library Philosophy and Practice (e-journal). Vol. 9, No. 1, P : 96, found at. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/96> , 15/09/2014 13: 50
- 30- SONNAC ,Nathalie: **L'écosystème des médias** , *Communication* [En ligne], Vol. 32/2 | 2013, mis en ligne le 08 avril 2014, consulté le 12 novembre 2015. URL: <http://communication.revues.org/503010.4000/> .
- 31- WATINE ,Thierry: **De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse: vers un journalisme de conversation** , Les Cahiers du journalisme, N° 16 Médias généralistes et idéal journalistique :la fin d'une époque 2006. [www .cahiersd ujournalis me.net/cdj/pd f/16/03_ WAT](http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/16/03_WATINE.pdf)
[INE.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/16/03_WATINE.pdf)

VI. **Séminaires**

- 1- BALASUBRAMANIAM ,Niroshan: **User-Generated Content, Business Aspects of the Internet of Things** Seminar of advanced topics, Swiss Federal Institute of Technology Zurich, June 23, 2009
- 2- GUILLOT François: **Les blogueurs sont-ils journalistes, la responsabilité des médias** , colloque organisé par le Mouvement Ethic,17 septembre 2010, <https://internetetopinion.wordpress.com/2010/09/18/les-blogueurs-sont-ils-journalistes-intervention-colloque-ethic/> ,05 34 11/08 2014
- 3- HERRING, S. C., L. A. Scheidt, et al.. **Bridging the gap: A genre analysis of weblogs**. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37), (2004)
[.http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf](http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf)
fconsulté le 25/05/2015,00:44

VII. **Encyclopédies et Dictionnaires**

- 1- Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press), [http://dictionary .cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-](http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media)
[media](http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media) ,13/12/2015 11:00

- 2- PC Magazine Encyclopedia .Definition of:new media; [http: //www .pcmag.com/ encyclopedia /term/ 47936 /new-media](http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media) , 20/10/2015 01:25
- 3- merriam-webster online dictionary www.merriam-webster.com/dictionary/blog.
05-02-2014 20 :45

فهرس المحتويات

01	مقدمة : المقاربة المنهجية للبحث
	الإطار النظري للبحث
27	1 - المنظور الصحفي و تحولات البيئة الإعلامية
27	1 . 1 تعريف المنظور
27	2 . 1 تعريف المنظور الصحفي
28	3 . 1 تحول المنظور الصحفي
28	1 . 3 . 1 صحافة النقل
28	2 . 3 . 1 صحافة الرأي
29	3 . 3 . 1 الصحافة الإخبارية
29	4 . 3 . 1 صحافة الاتصال
29	5 . 3 . 1 الصحافة التشاركية
30	2 - الخلفية التكنولوجية لتطور وسائل الإعلام و الاتصال
30	1 . 2 التحول من الاتصال الشفهي إلى الكتابة
31	2 . 2 التحول من الكتابة إلى الطباعة
31	3 . 2 عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية
33	3 - الأنترنت النظام الوسائطي الجديد
33	1 . 3 مسيرة تطور الأنترنت
34	2 . 3 الأنترنت الوسيط الإعلامي الجديد
34	3 . 2 . 1 الموجة الأولى

35	 2 . 2 . 3 الموجة الثانية
35	 3 . 2 . 3 الموجة الثالثة
36	 3 . 3 الويب 2.0
38	 4 - الويب 2.0 و تحولات البيئة الإ علامية
39	 4 . 1 البيئة الإ علامية الجديدة
40	 4 . 1 . 1 البيئة الإ علامية: مقارنة اصطلاحية
40	 4 . 1 . 2 أبعاد التحول في البيئة الإ علامية الجديدة
40	 4 . 1 . 2 . 1 تحولات تقنية - اقتصادية
41	 4 . 1 . 2 . 2 تحولات تواصلية - ثقافية
42	 4 . 1 . 2 . 3 تحولات مهنية / إعلامية
42	 4 . 2 مظاهر البيئة الإ علامية الجديدة
42	 4 . 1 . 2 تحولات وسائل الإ علام الكلاسيكية
43	 4 . 1 . 2 . 1 تحولات الصحيفة الورقية
45	 4 . 1 . 2 . 2 تحولات الراديو
47	 4 . 1 . 2 . 3 تحولات التلفزيون
51	 4 . 2 . 2 الإ علام الجديد
52	 4 . 2 . 2 . 1 الإ علام الجديد : مقارنة اصطلاحية
55	 4 . 2 . 2 . 2 خصائص الإ علام الجديد
57	 4 . 2 . 2 . 3 الإ علام الجديد سلالة جديدة من المواقع الإلكترونية
58	 3 . 3 . 2 . 2 . 1 مواقع الويكي

59	 2 . 3 . 2 . 2 . 4 المفضلات الاجتماعية
61	 3 . 3 . 2 . 2 . 4 مواقع الشبكات الاجتماعية
66	 4 . 3 . 2 . 2 . 4 مواقع التدوين المصغر
68	 5 . 3 . 2 . 2 . 4 المدونات الإلكترونية
68	 3 . 4 الإعلام التشاركي
70	 1 . 3 . 4 الإعلام التشاركي مقارنة اصطلاحية
73	 2 . 3 . 4 الإعلام التشاركي: النشأة و التطور
	 3 . 3 . 4 الإعلام التشاركي :
75	 حين يضيف الإعلام التقليدي الشرعية الإعلامية على إعلام المواطن
79	 4 . 3 . 4 نماذج الإعلام التشاركي
84	 5 . 3 . 4 الإعلام التشاركي : خطابات احتفائية و رؤى ناقدة
87	 5 - وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة
86	 1 . 5 وسائل الإعلام أسس جديدة للتصنيف
86	 2 . 5 أنواع وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة
90	 3 . 5 البيئة الإعلامية الجديدة : تحولات الممارسة المهنية
91	 1 . 3 . 5 تحول في اتجاهات بث و نشر الأخبار
91	 1 . 1 . 3 . 5 تحوّل في تركيبة العملية الإعلامية
91	 2 . 1 . 3 . 5 إعلام متعدد الاتجاهات
92	 3 . 1 . 3 . 5 تفتيت الفضاء العمومي

92	5 . 3 . 2 من الجمهور إلى المستخدمين المنتجين
92	5 . 3 . 2 تحول اصطلاحي مفاهيمي
93	5 . 3 . 2 المنتجون ، المستخدمون المنتجون واشكالية التلقي
94	5 . 3 . 3 من القائم بالاتصال إلى القائم بإدارة المحتوى
94	5 . 3 . 1 تحول في المهام
95	5 . 3 . 2 انهيار الحدود الفاصلة بين المصدر و الوسيلة الإعلامية و الجمهور
95	5 . 3 . 3 تشاركية إنتاج الأخبار
96	5 . 3 . 4 الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ
97	5 . 3 . 5 إشكاليات توزيع الأدوار
98	5 . 3 . 4 تحولات في صناعة المضامين
98	5 . 3 . 4.1 النص الفائق و بنية النص الصحفي
99	5 . 3 . 4.2 إعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار
99	5 . 3 . 4.3 أنماط جديدة لتوزيع المضامين
99	5 . 3 . 4.4 اعتماد مبدأ الربط الصحيح بدل الفصل في الممارسة الإعلامية
101	6 - المدونات
101	6 . 1 المدونات: المفهوم و الماهية
101	6 . 1 . 1 التعريف اللغوي
101	6 . 1 . 2 التعريف الاصطلاحي
104	6 . 2 خلفية تاريخية لنشأة و تطور المدونات
105	6 . 2 . 1 التدوين ... البدايات الأولى

106	2 . 2 . 6 التدوين أصبح متاحا للجميع
107	3 . 2 . 6 المدونات تفقز عبر أبرز الأحداث العالمية
109	3 . 6 تصميم مدونة
116	4 . 6 الخصائص التكنولوجية للمدونات
116	1 . 4 . 6 البنية الشبكية للفضاء التدويني
117	2 . 4 . 6 قائمة الوصلات
117	3 . 4 . 6 توسيم (وصف) المحتوى
117	4 . 4 . 6 الملخص الوافي للموقع
118	5 . 4 . 6 الروابط التعقبة
118	6 . 4 . 6 الروابط التشعبية
118	5 . 6 أنواع المدونات
118	1 . 5 . 6 تصنيف المدونات حسب الشكل
119	2 . 5 . 6 تصنيف Blood
120	3 . 5 . 6 تصنيف Krishnamurthy
121	4 . 5 . 6 تصنيف Amy Gahrn
121	5 . 5 . 6 تصنيف Steve Outing
121	6 . 5 . 6 تصنيف نصر الدين العياضي
123	7 . المدونات الإعلامية
123	1 . 7 المدونات الإعلامية: مقارنة اصطلاحية
123	2 . 7 أنواع المدونات الإعلامية

123	 Ertzscheid تصنيف 1 . 2 . 7
123	 François Guillot تصنيف 2 . 2 . 7
124	 David Domingo&Ari Heinonen تصنيف 3 . 2 . 7
126	 Brian Stelter تصنيف 4 . 2 . 7
128	 3 . 7 المدونة الوافد الإعلامى الجديد
128	 1 . 3 . 7 فى دافعية التدوين الإعلامى
130	 2 . 3 . 7 المدونات هل هى صحافة؟
135	 3 . 3 . 7 المدونون هل هم صحفيون؟
138	 4 . 3 . 7 المدونات و الإعلام البديل
142	 4 . 7 المدونات و تحولات البيئة الاعلامية
144	 1 . 4 . 7 المدونات استجابة للإفراط الإخبارى
144	 2 . 4 . 7 المدونات مصدر تكميلى للمعلومات
144	 3 . 4 . 7 المدونات تكمل وسائل الإعلام
144	 4 . 4 . 7 التدوين مساحات واسعة للتداول و النقاش
145	 5 . 4 . 7 التدوين نص صحفى مفتوح
145	 6 . 4 . 7 جماعية (تشاركية) إنتاج الأخبار
146	 7 . 4 . 7 الانتقال من الترتيب الهرمى إلى الترتيب الزمنى العكسى
146	 8 . 4 . 7 التدوين انطلاق للمعلومات
147	 9 . 4 . 7 التدوين ذاتية معلنة
147	 10 . 4 . 7 التدوين نمط جديد للتحرير

147	7 . 5 أخلاقيات التدوين
147	7 . 5 . 1 مشروع R- Blood
150	7 . 5 . 2 مشروع Charlene Li
151	7 . 5 . 3 مشروع Jeff Jarvis
151	7 . 5 . 4 مشروع محمد عبد الحميد
154	8 . الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة
154	8 . 1 الخطاب الإعلامي : مقارنة اصطلاحية
154	8 . 2 الخصائص العامة للغة الخطاب الإعلامي
155	8 . 3 خلفية تاريخية لتطور الخطاب الإعلامي
157	8 . 4 سياق تلقي الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة
158	8 . 5 المعايير التحريرية : الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة
158	8 . 5 . 1 الشكل
160	8 . 5 . 1 المعايير التحريرية : محتوى النص الصحفي
الإطار التطبيقي للبحث	
146	9 - الخصائص التكنولوجية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
146	9 . 1 خصائص الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
146	9 . 1 . 1 دورية الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
170	9 . 1 . 2 أسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية العربية
175	9 . 1 . 3 طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
179	9 . 1 . 4 التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية

9 . 1 . 5	الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	183
9 . 2	خصائص توسيم محتويات الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	188
9 . 3	خصائص الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	192
9 . 3 . 1	تدعيم الإدراجات بالروابط في الإلكترونية الإعلامية العربية	192
9 . 3 . 2	أنواع الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	196
9 . 3 . 3	طبيعة الروابط التشعبية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	200
9 . 4	طبيعة الوسائط في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	204
9 . 5	التعليق على الإدراجات في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	208
10 -	البنية التحريرية للخطاب الاعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	216
10 . 1	بنية الخطاب الاعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	216
10 . 1 . 1	عنوان الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية :	217
10 . 1 . 2	مقدمة الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	221
10 . 1 . 3	متن الإدراج في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	224
10 . 1 . 3 . 1	اختيار موضوع التدوينة	224
10 . 1 . 3 . 2	قوالب تحرير التدوينة	225
10 . 2	الأسلوب الصحفي للخطاب الاعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	227
10 . 2 . 1	وضوح الكاتبة في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	227
10 . 2 . 2	وضوح الخط الافتتاحي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية	231
10 . 2 . 2 . 1	انتظام دورية الصدور	231
10 . 2 . 2 . 2	اتساق المواضيع و وضوح الهدف	232

237.....	3 . 10 الأنواع الصحفية للخطاب الإعلامي في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية
238.....	10 . 3 . 1 طبعة الحدث
239.....	10 . 3 . 2 الوقائع والأحداث
240.....	10 . 3 . 3 عملية الشرح و التحليل و التفسير
242.....	10 . 3 . 4 الذاتية مقابل الموضوعية
243.....	10 . 3 . 5 المساحة و الزمن
244.....	10 . 3 . 6 خصوصية الوسيلة الإعلامية
248.....	نتائج البحث
256.....	خاتمة
260.....	الملاحق
260.....	ملحق رقم (01) : جداول الدراسة الاستكشافية
274.....	ملحق رقم (02) : التعريف الإجرائي لفئات تحليل المحتوى
278.....	ملحق رقم (03) : التعريف الإجرائي لفئات تحليل الأطر المرجعية
281.....	ملحق رقم (04) : استمارة التحكيم
283.....	ملحق رقم (05) : قائمة مفردات العينة " المدونات المدروسة "
284.....	ملحق رقم (06) : أهم خصائص العينة
287.....	ملحق رقم (07) : تمثيلات بيانية توضح الخصائص التكنولوجية في المدونات المدروسة
298.....	قائمة المراجع
315.....	الفهرس

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01): توزيع المدونين حسب متغير الجنس في كل منصة.....17
- الجدول رقم (02) : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في كل منصة.....18
- الجدول رقم (03) : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في كل منصة.....19
- الجدول رقم (04): حجم مستخدمى ال Face Book بين 2013 و 201563
- الجدول رقم (05): عدد الإدراجات السنوية في مدونات اتحاد المدونين العرب.....165
- الجدول رقم (06): عدد الإدراجات الشهرية في المدونات المدروسة خلال سنة 2015.....168
- الجدول رقم (07): أسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة.....171
- الجدول رقم (08): أسلوب التدوين المعتمد في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....173
- الجدول رقم (09): أسلوب التدوين المعتمد في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف174
- الجدول رقم (10): طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الإلكترونية العربية المدروسة.....177
- الجدول رقم (11): التوزيع الجغرافى لمواضيع الإدراجات في المدونات المدروسة.....180
- الجدول رقم (12): التوزيع الجغرافى لمواضيع الإدراجات في المدونات حسب متغير المنصة.....181
- الجدول رقم (13): التوزيع الجغرافى لمواضيع الإدراجات في المدونات حسب متغير الاحتراف.....182
- الجدول رقم (14): الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات المدروسة.....184
- الجدول رقم (15): الأنواع التحريرية في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....186
- الجدول رقم (16): طبيعة الأنواع التحريرية في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....187
- الجدول رقم (17): توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة189
- الجدول رقم (18): توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....190
- الجدول رقم (19) : توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف...191

- الجدول رقم (20) : عدد الروابط التشعبية في إدراجات مدونة شبائك الالكترونية.....192
- الجدول رقم (21): الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....193
- الجدول رقم (22) : الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....194
- الجدول رقم (23): الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....195
- الجدول رقم (24):أنواع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....197
- الجدول رقم (25): نوع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....198
- الجدول رقم (26):نوع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....199
- الجدول رقم (27):طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....201
- الجدول رقم (28): طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....202
- الجدول رقم (29): طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....203
- الجدول رقم (30): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة.....205
- الجدول رقم (31): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....206
- الجدول رقم (32): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....207
- الجدول رقم (33): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة.....209
- الجدول رقم (34) : حجم التعليقات في مدونات ايلاف مقارنة بعدد زوار كل مدونة.....210
- الجدول رقم (35): عدد التعليقات على الإدراجات في المدونات المدروسة.....213
- الجدول رقم (36): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة حسب متغير المنصة.....214
- الجدول رقم (37): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة حسب متغير الاحتراف.....215

فهرس الأشكال و التمثيلات البيانية

- التمثيل البياني رقم (01) : توزيع المدونين حسب منصات التدوين16
- التمثيل البياني رقم (02) : توزيع المدونين حسب متغير الجنس.....17
- التمثيل البياني رقم (03): توزيع المدونين حسب متغير الجنس في كل منصة.....17
- التمثيل البياني رقم (04) : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف18
- التمثيل البياني رقم (05) : توزيع المدونين حسب متغير الاحتراف في كل منصة20
- التمثيل البياني رقم (06) : توزيع المدونين حسب متغير الدولة في كل منصة.....20
- التمثيل البياني رقم (07) : التطور الزمني لعدد المشتركين شهريا في ايلاف و H-Post.....21
- التمثيل البياني رقم (08) : التطور الزمني لعدد المشتركين سنويا في اتحاد المدونين العرب.....21
- الشكل رقم (01) :الصفحة الرئيسية للمفضلة الاجتماعية Delicious60
- التمثيل البياني رقم (09): الجدول الزمني لإطلاق ابرز مواقع التواصل الاجتماعي.....62
- التمثيل البياني رقم (11): نمو حجم المستخدمين النشطاء لـ Face Book بين 2013 و 201563
- التمثيل البياني رقم (10) : حجم المستخدمين النشطاء لـ Face Book خلال سنة 2015.....64
- التمثيل البياني رقم(12): اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي.....64
- التمثيل البياني رقم (13): استخدام Face Book في العالم العربي لسنة 2015.....65
- التمثيل البياني رقم (14): مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي نهاية سنة 2013.....65
- التمثيل البياني رقم (15) يوضح:نسب تفضيل Twitter في العالم العربي لسنة 2015.....67
- التمثيل البياني رقم (16) يوضح : استخدام Twitter في العالم العربي لسنة 2015.....68
- الشكل رقم (02) يوضح :انواع صحافة الانترنت حسب تصنيف Deuze.....89
- الشكل رقم (03): سيرورة العملية الاعلامية الجديدة.....91

- التمثيل البياني رقم (17): يوضح ترتيب اكثر منصات التدوين استضافة للمدونات لسنة 2012.....107
- الشكل رقم (04) : عناصر تصميم مدونة.....109
- الشكل رقم (05): انواع المدونات حسب تصنيف Krishnamurthy.....120
- الشكل رقم (06): انواع المدونات الإعلامية.....125
- الشكل رقم (07): عملية انتاج المحتوى في وسائل الاعلام.....136
- الشكل رقم (08) : عملية انتاج المحتوى في المدونات.....137
- التمثيل البياني رقم (18): عدد الادراجات السنوية لمدوني شبكة المدونين العرب.....164
- التمثيل البياني رقم (19): عدد الادراجات الشهرية لمدوني شبكة المدونين العرب لسنة 2015.....166
- التمثيل البياني رقم (20): عدد الادراجات الشهرية لمدوني صحيفة ايلاف لسنة 2015.....169
- التمثيل البياني رقم (21): عدد الادراجات الشهرية لمدوني الـ Huffington -Post لسنة 2015.....169
- التمثيل البياني رقم (22): عدد الادراجات الشهرية لمدوني منصة Arablog.org لسنة 2015.....170
- التمثيل البياني رقم (23) : اسلوب الإدراج المعتمد في المدونات الالكترونية العربية المدروسة.....170
- التمثيل البياني رقم (24): اسلوب التدوين المعتمد في المدونات المدروسة حسب المنصة.....173
- التمثيل البياني رقم (25): اسلوب التدوين المعتمد في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....174
- التمثيل البياني رقم (26): طبيعة مواضيع الإدراجات في المدونات الالكترونية العربية المدروسة.....175
- التمثيل البياني رقم (27): طبيعة مواضيع الإدراجات في نماذج من المدونات المدروسة.....178
- التمثيل البياني رقم (28): التوزيع الجغرافي لمواضيع الإدراجات في المدونات المدروسة.....179
- التمثيل البياني رقم (29): التوزيع الجغرافي للإدراجات في المدونات المدروسة حسب المنصة.....181
- التمثيل البياني رقم (30): التوزيع الجغرافي للإدراجات في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....182
- التمثيل البياني رقم (31): الأنواع التحريرية للإدراجات في المدونات المدروسة.....183

- التمثيل البياني رقم (32): الأنواع التحريرية للادراجات في المدونات المدروسة حسب المنصة.....186
- التمثيل البياني رقم (33): الأنواع التحريرية للادراجات في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....187
- التمثيل البياني رقم (34): توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة.....188
- التمثيل البياني رقم (35): توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة حسب المنصة.....190
- التمثيل البياني رقم (36): توسيم محتويات الإدراجات في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....191
- التمثيل البياني رقم (37): الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....192
- التمثيل البياني رقم (38): الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب المنصة.....194
- التمثيل البياني رقم (39): الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....195
- التمثيل البياني رقم (40): أنواع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....196
- التمثيل البياني رقم (41): أنواع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب المنصة.....198
- التمثيل البياني رقم (42): أنواع الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....199
- التمثيل البياني رقم (43): طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة.....200
- التمثيل البياني رقم (44): طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب المنصة.....202
- التمثيل البياني رقم (45): طبيعة الروابط التشعبية في المدونات المدروسة حسب الاحتراف.....203
- التمثيل البياني رقم (46): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة.....204
- التمثيل البياني رقم (47): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة حسب المنصة.....206
- التمثيل البياني رقم (48): طبيعة الوسائط في المدونات المدروسة حسب المنصة.....207
- التمثيل البياني رقم (49): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة.....208
- التمثيل البياني رقم (50): عدد التعليقات على الادراجات في المدونات المدروسة.....211
- التمثيل البياني رقم (51): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة حسب المنصة.....214

التمثيل البياني رقم (52): التعليق على الإدراجات في المدونات المدروسة حسب المنصة.....215

ملخص

تهدف هذه الدراسة "الخطاب الإعلامي العربي و الإعلام الجديد: دراسة وصفية لعينة من المدونات العربية" إلى بحث و استكشاف مظاهر التحول في قواعد و تقاليد الكتابة الإعلامية التي يعرفها الخطاب في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية بفعل الخصوصية التكنولوجية للتدوين و لتحقيق الأهداف البحثية المسطرة و معالجة الإشكالية المطروحة ، تم التأسيس النظري للدراسة اعتمادا على منظور التحول الصحفي الذي يميز بين خمس مراحل أساسية هي : صحافة النقل ، صحافة الرأي ، الصحافة الإخبارية ، صحافة الاتصال و الصحافة التشاركية . حيث قمنا ، في بقية فصول الإطار النظري برصد الخلفيات التقنية لتطور الوسائل الإعلامية السائدة في كل مرحلة ، بدء بالتحول من الاتصال الشفهي إلى الكتابة وصولا إلى أحدث مظاهر التطورات الحاصلة في البيئة الإعلامية الجديدة . لننتقل إلى التفصيل في ظاهرة المدونات عامة و الإعلامية منها خاصة مع التركيز على إبراز الخصوصية التكنولوجية للتدوين ، تحظيرا لتحليل تأثيرها في البنية التحريرية للخطاب الإعلامي . و هو ما قمنا به على المستوى التطبيقي للدراسة من خلال فصلين اثنين تم ، من خلال أولهما ، رصد جوانب استثمار الخصائص التكنولوجية للتدوين في الخطاب الإعلامية في المدونات المدروسة باستخدام أداة تحليل المحتوى في حين تم تخصيص الفصل الثاني من الإطار التطبيقي لتحليل مظاهر التحول في البنى التحريرية للخطاب الإعلامية في المدونات الإلكترونية الإعلامية العربية المدروسة على مستويات ثلاث هي : بنية الخطاب الإعلامي ، الأسلوب الصحفي المعتمد في تحرير الخطاب و كذا الأنواع الصحفية باعتبارها الأشكال التحريرية الناقلة للخطاب الإعلامي.

Abstract

We aim in this study "The Arabic Media Discourse and the New Media: a descriptive study for a sample of Arabic blogs" by researching and discovering the change's aspects in the writing media's basics and traditions that the blog's Discourse is currently having due to the technological blogging properties. to achieve the underlined objectives in this study, the theoretical foundation was completed according to the press transformation perspective that distinguishes between five basic stages: the transmission journalism, the opinion journalism, the news journalism, the communication journalism and the participatory journalism. Where we have monitored – in the rest of the theoretical framework – the mainstream media technical backgrounds in each stage, starting from the oral communication transformation to the writing down to the latest development manifestations in the new media environment. Switching to the detailing in the blogging phenomenon generally and of the media specifically focusing on the technological blogging most prominent properties, preparing for its effects on the media Discourse editing structure. And it is what we have done in the practical level through two chapters, first one was about observing the aspects of the blogging technological properties investments in the studied blog's Discourse using content analysis tool while the practical second chapter was destined for the changes of the Discourse 's editing structures in the Arabic blogs that had been studied on three levels : media Discourse structure , the journalistic method in the speech editing and also the journalistic types or editing forms.

