



جامعة [] محمد بوضياف - المسيلة -

كلية [] العلوم [] الإنسانية [] والاجتماعية

قسم [] علوم [] الإعلام [] والاتصال

الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية

- دراسة [] و صافية [] ميدانية [] علي [] عيلة [] من [] المدونين [] الجزائريين [] []

مذكرة [] مكتملة [] لنيل [] شهادة [] الماستر [] في [] علوم [] الإعلام [] والاتصال

تخصص [] صحافة [] مكتوبة

إشراف الأستاذ :

بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبة :

حنان علال

[] الموسم الجامعي : 2014-2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين . . خلق اللوح والقلم . . وخلق الخلق من

عدم . . . وفقنا سبحانه وتعالى لإنجاز هذا العمل . . . فله الحمد حتى

يبلغ الحمد منتهاه .

شكر و عرفان

إلى الأستاذ المشرف على سعة أفقه ورحابة صدره وغزارة علمه ...

إلى كل أستاذتي على ما قدمه لي من عون وتوجيه ...

إلى كل المدونين الجزائريين الذين ساهموا في هذا البحث ...

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد ...

□ شكرا جميعا.

□

إهداء

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله ...

إلى من أثرتني على نفسها ...

إلى من علمتني علم الحياة ...

إلى من أظهرت لي ما هو أجمل من الحياة ...

إلى ينبوع الحب والحنان أمي

يا من أحمل اسمك بكل فخر

يا من أفقدك منذ الصغر

يا من يرتعش قلبي لذكرك

يا من أودعتني لله أهديك هذا البحث أبي

- 28.....عوامل ظهور وتطور الإعلام الجديد □□□□□□□□□□
- 31.....خصائص الإعلام الجديد □□□□□□□□□□
- 36 أشكال الإعلام الجديد □□□□□□□□□□
- 39.....التدوين الالكتروني □□□□□□□□□□

39..... 1.2.2 نشأة المدونات ، خصائصها ، وأنواعها.....

- 39.....عوامل نشأة المدونات 2.2.1.1
- 43 خصائص المدونات الالكترونية 2.2.1.2
- 44..... الفرق بين المدونة والخدمات الالكترونية الأخرى 2.2.1.3
- 45..... الأنواع المختلفة للمدونات الالكترونية وتصنيفاتها 4.1.2.2

49..... 2.2.2 تطور المدونات والتدوين الالكتروني في العالم.....

- 50..... التدوين الالكتروني في العالم الغربي 2.2.2.1
- 54..... التدوين الالكتروني في الوطن العربي 2.2.2.2
- التدوين الالكتروني في الجزائر □□□□□□□□□□

56

59..... 3.2.2 دوافع التدوين الالكتروني واستخداماته، والمدونات من منظور إعلامي.....

- 59..... دوافع التدوين الالكتروني □□□□□□□□□□
- 62..... استخدامات التدوين الالكتروني □□□□□□□□□□
- 65..... المدونات من منظور إعلامي □□□□□□□□□□

□ الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

69..... 1. 3 نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف.....

69..... 1.1.3 الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام.....

- 71..... 2.1.3 الأخلاقيات من خلال التشريعات والمواثيق
- 71..... - الدولية
- 73..... - الإقليمية
- 74 - الوطنية
- 76..... 3.1.3 تطور أخلاقيات المهنة الصحفية
- 77..... 4.1.3 أخلاقيات الصحفي في زمن الميديا الجديدة
- 80..... 2.3 المواطن الإعلامي وأخلاقيات المهنة
- 80..... 1.2.3 - ظاهرة الصحفي المواطن :
- 80..... 1.1.2.3 مفهوم صحافة المواطن
- 81..... 2.1.2.3 المدونات الالكترونية وصحافة المواطن
- 83..... 3.1.2.3 الجدل حول طبيعة نشاط "الصحفي المواطن"
- 84..... 4.1.2.3 صعوبة ممارسة الرقابة على الصحفي المواطن
- 86..... 2.2.3 - البعد الأخلاقي للتدوين الالكتروني
- 86..... 1.2.2.3 الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الالكتروني
- 87..... 2.2.2.3 أخلاقيات التدوين والمدونين
- 90..... 3.2.2.3 الضوابط الأخلاقية للتدوين في الجزائر

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي للدراسة

- 95..... 1.4 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1.1.4 تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها 95

□ 133..... نتائج الدراسة الميدانية

□ 141..... خاتمة

□ 144..... قائمة المراجع

□ 149..... الملاحق

ملخص الدراسة



فهرس الأشكال و الجداول

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	تصورات المدونين الجزائريين للتدوين الالكتروني حسب متغير المستوى الجامعي	104
02	العلاقة بين الانتظام في ممارسة التدوين و اعتبار التدوين ممارسة صحفية	106
03	العلاقة بين مهنة المدونين و اعتبار التدوين ممارسة صحفية	109
04	العلاقة بين معرفة المدونين بأساليب الكتابة الصحفية و بداية استخدام المدونات	111
05	الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته وفقا لمتغير الجنس	117
06	العلاقة بين الإحالة للمصدر الأصلي للمعلومة و اعتبار التدوين صحافة	122
07	طريقة التصحيح عند نشر معلومات خاطئة حسب مدى اطلاع المدونين على موانيق الشرف الصحفية	125
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أهم البرامج و مواقع استضافة المدونات في الولاية المتحالفة الأمرى كىة	51
02	بداية استخدام المدونات	95
03	الانتظام في ممارسة التدوين لدى المدونين الجزائريين	96
04	توزيع المدونين الجزائريين حسب متغير الجنس	96
05	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	97
06	خاص بالمستوى التعليمي للمدونين الجزائريين	98
07	المهنة التي يزاولها المدونون الجزائريون في حياتهم اليومية	99
08	مكان الإقامة	100
09	طريقة تعرف المدونين الجزائريين على فضاء التدوين والمدونات	100
10	تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الالكتروني	101
11	يبين علاقة متغير المستوى الجامعي مع تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الالكتروني	103
12	خاص باعتبار التدوين صحافة	104
13	العلاقة بين الانتظام في ممارسة التدوين و اعتبار التدوين صحافة	105

فهرس الأشكال و الجداول

107	العلاقة بين المهنة التي يزاولها المدونين الجزائريين واعتبار التدوين صحافة	14
109	معرفة المدونون بأساليب الكتابة الصحفية و الممارسة الإعلامية	15
110	العلاقة بين معرفة المدونين بأساليب الكتابة الصحفية و بداية استخدام المدونات	16
112	اطلاع المدونين الجزائريين على موثيق الشرف الصحفية	17
112	إمكانية تخلي المدون عن مبادئ الممارسة المهنية	18
113	أبرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي يجدها المدونين في المدونات الجزائرية	19
114	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي ومهني خاص بالمدونات	20
114	تصورات المدونين الجزائريين حول ابرز الوظائف التي سيحققها هذا الميثاق	21
115	الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته	22
116	الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته وفقا لمتغير الجنس	23
117	أسباب استخدام المدون الجزائري لاسمه الحقيقي	24
118	أسباب استخدام المدون الجزائري لاسم مستعار	25
119	المصادر التي يستقي منها المدون الجزائري المعلومات التي يتم نشرها في المدونة	26
120	تحقق المدون من المعلومات التي يتحصل عليها من المصادر المختلفة	27
120	تدعيم المادة المنشورة بالروابط عن طريق الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة	28
121	العلاقة بين الإحالة للمصدر الأصلي للمعلومة واعتبار التدوين صحافة	29
123	لفت انتباه القراء في حالة الاعتماد على مصادر مثيرة للشكوك	30
123	خاص بالتصحيح عند نشر معلومات غير صحيحة	31
124	العلاقة بين مدى اطلاع المدونين على موثيق الشرف الصحفية وطريقة التصحيح عند نشر معلومات غير صحيحة	32
126	كشف المدون الجزائري عن أي تعارض في المصالح مع الأخبار المنشورة على المدونة	33
127	الاعتماد على تدوينات المدون الجزائري كمصدر للمعلومات	34
128	مدى التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على أخلاقيات النشر	35

فهرس الأشكال و الجداول

130	الجمهور المستهدف من التدوين	36
131	السماح بالتعليقات على المدونة	37
131	الرد على تعليقات الزوار	38
132	متابعة إحصائيات مرور الزوار على المدونة	39
123	كيفية تواصل المدون الجزائري مع قراء مدونته	40

مقدمة :

يعرف عالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام عموماً، وعالم الصحافة المكتوبة بصفة خاصة، فالنظام الرقمي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، وبذلك ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة نصوص- صور وأصوات، هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة والجذابة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، ودفع المستخدم لاقتناها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية وبصفة خاصة التلفزيون والإذاعة والصحافة، وفي ظل بحث المستخدم على فضاءات أفضل للتعبير والاتصال. وهذا بالفعل، ما أتاحتها الأنماط الإعلامية الجديدة، وفي مقدمتها الإعلام الإلكتروني على شبكة الانترنت.

□ في ظل هاته الظروف اكتسحت التكنولوجيا الحديثة عملية الإنتاج والتحرير، وظهرت بذلك مفاهيم جديدة بميلاد النشر الإلكتروني الذي قلب كل المعايير الإعلامية التقنية منها والعملية إذ تعتبر الانترنت أكثر هذه الوسائط إثارة للجدل، حيث واكب ظهور انتشارها مظاهر شديدة التغيير عصفت بالمبادئ التقليدية للإعلام. فاجتمعت لأول مرة في تاريخ وسائل النشر والإذاعة، الملكية والكتابة والتحرير والتعليق في يد الجمهور والمستفيدين وأصبح الجميع بذلك يملكون المطبعة وأداة النشر والإذاعة بفضل تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب و التي ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على الشبكة.

انه إعلان على عصر جديد أو بيئة صحفية جديدة تتداخل فيها هوية الصحافة واحترافها، فبعد أن كان الإعلام مخصصاً للنخبة والصحافيين ليقولوا ما يريدون قوله للجمهور، ظهر هذا النوع الجديد من الإعلام الذي أصبح يمثل منافساً حقيقياً للإعلام التقليدي من خلال تميزه بالسرعة والتفاعلية وسهولة الاستخدام وانخفاض التكلفة وتلاشي الحدود الزمنية والمكانية... الخ ، هذا الإعلام الجديد المتحرر، والمسمى بالإعلام البديل يفتح أبوابه للجميع ليكتبوا أو يرسلوا ما يريدون في بيئة إعلامية غير عادية. وكانت ابرز صور هذا الإعلام الجديد "مواقع المدونات" التي ظهرت مع نهاية القرن الماضي وكانت أداة لتسجيل حياة الفرد وأفكاره ونشرها في محيط العائلة والأصدقاء. وتطورت بعد ذلك لتكون أداة للإعلام والشرح والتعليق في الوقائع والأحداث السياسية والاجتماعية وتتوسع في النشر إلى الغير وتبادل الأفكار والتعليقات حولها مما جعلها

تسمى بالإعلام البديل أو الصحافة البديلة لدى الكثير من أصحاب الاختصاص، فيما أقر آخرون بأنها إعلام بديل للإعلام التقليدي وعلى وجه الخصوص للصحافة التقليدية .

وعلى كثر عدد المدونات واختلاف مضامينها واهتماماتها واستفاد قرائها منها إلا أن الإشكالية الحقيقية في التدوين الإلكتروني تتمثل في عدم وجود مظلة حقيقية للعاملين تراقب وتقوم وتصحح مهنة التدوين الإلكتروني و المدونين أين أصبح للمدونين قوة مؤثرة في المجتمعات من خلال تدويناتهم المختلفة، حيث أصبحوا ينفردون على شبكة الانترنت بقدرتهم على ترشيح المعلومات ونشرها إلى جمهور عريض، ومن أهم نقاط القوة لديهم أنهم ينشرون المعلومات ويشيرون إليها ويعلقون عليها طبقا لمعاييرهم الخاصة.

ومن هنا، وفي ضوء أقلية الدراسات الجزائرية حول ظاهرة الإعلام الجديد أو الإعلام البديل والذي تبنته المدونات، هذه الأخيرة التي تلقي بظلالها على المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات المعاصرة جاءت دراستنا هذه لتبحث في مدى التزام المدون الجزائري بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل غياب كود لأخلاقيات التدوين والمدونين من خلال الكشف عن مدى وعيه بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها مواثيق الشرف الصحفية وعن مدى استحضاره لمعايير الدقة والشفافية والوضوح في نشر الأخبار وتحليلها، وكذا مدى التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية وإتاحته لمساحات التعليق والنقاش لجمهور المتلقين.

ولإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول

الفصل الأول قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة من خلال طرح إشكاليات الدراسة، تساؤلات الدراسة وفروضها، أسباب اختار الموضوع وأهدافها وأهميتها كما عرضنا الإطار المعرفي والنظري المعتمد في هذه الدراسة والمتمثل في مدخل الممارسة المهنية، وشرح مجتمع البحث و العينة المختارة و كذا المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات فضلا عن تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بهذا وتطرقنا إلى الدراسات السابقة التي تناولتها في الدول الغربية والعربية وفي الجزائر

الفصل الثاني عمدنا إلى تقسيمه إلى عنصرين رئيسيين العنصر الأول عرضنا فيه ماهية الإعلام الجديد وتعدد مفاهيمه واختلاف تسمياته وعوامل ظهوره وخصائصه ومختلف أشكاله.

وفي العنصر الموالي تطرقنا إلى التدوين الإلكتروني على ثلاثة أجزاء معرجين على نشأة المدونات [1] خصائصها، وأنواعها أولاً ، ومن ثم على تطور المدونات والتدوين الإلكتروني منذ البدايات الأولى في العالم الغربي والوطن العربي والجزائر ثانياً وفي الجزء الثالث والأخير من هذا العنصر تناولنا دوافع التدوين الإلكتروني واستخداماته، والمدونات من منظور إعلامي [2].

الفصل الثالث [3] جاء هذا الفصل في جزئين :

الأول عرضنا فيه نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف من خلال الإشارة إلى الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام، الأخلاقيات من خلال التشريعات والمواثيق الدولية والإقليمية والوطنية ومن ثم تطور أخلاقيات المهنة الصحفية و أخيراً أخلاقيات الصحفي في زمن الميديا الجديدة. والثاني تطرقنا فيه إلى عنصرين أيضاً: ظاهرة المواطن الصحفي وتناولنا فيه مفهوم صحافة المواطن وطبيعة نشاط "الصحفي المواطن" وصعوبة ممارسة الرقابة عليه. والعنصر الثاني جاء حول البعد الأخلاقي للتدوين الإلكتروني. وتناولنا فيه الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الإلكتروني وأخلاقيات التدوين والضوابط الأخلاقية للتدوين في الجزائر .

الفصل الرابع : وتطرقنا فيه لعرض وتحليل أبحاثنا الدراسية الأولى والنتائج المتحصل علىها في ضوء تساؤلات الدراسة المطروحة



الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة

- 1.1 إشكالية الدراسة
- 2.1 تساؤلات الدراسة
- 3.1 أسباب اختيار الموضوع
- 4.1 أهداف الدراسة
- 5.1 أهمية الموضوع
- 6.1 المدخل النظري للدراسة
- 7.1 منهج الدراسة
- 8.1 أدوات الدراسة
- 9.1 مجتمع الدراسة والعينة المختارة
- 10.1 تحديد المصطلحات وضبط مفاهيم الدراسة
- 11.1 الدراسات السابقة



تطرح التطبيقات الجديدة للإنترنت في المجال الصحفي العديد من الإشكاليات بسبب التغيرات التي طرأت على بيئة العمل الصحفي، ولئن كانت هذه التغيرات قد مست مجمل مراحل العمل الصحفي ومستوياته بدءا من اندلاع الخبر وتغطيته إلى ذبوعه والوصول به إلى مرحلة التشبع الإخباري فإن الأثر الحاسم والتغير الكبير يتمثل في اندماج المواطن العادي في العمل الصحفي بسبب التطبيقات الجديدة للإعلام. وفي هذا الإطار تعد ظاهرة التدوين أبرز سمات هذا التحول .

لقد ظل الإعلام لوقت طويل أسير هيكلية إدارية وتنظيم مؤسسي محكوم بالقدرة المالية و بالتوجهات السياسية والخط الافتتاحي للوسيلة. تطرح المدونات نفسها كإعلام بديل يتجاوز المتطلبات المالية وضغوط الإشهار والتوجهات السياسية كما تفتح الباب للمساهمة العريضة للجمهور في صناعة المضامين الإعلامية بشكل غير مسبوق. إن الإشكالية الأساسية التي تطرحها ظاهرة التدوين هي عملية الضبط ذلك أن تجربة المجتمعات مع وسائل الإعلام يجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازي مع تطور الوسائل لكن العلاقة تغيرت فأصبحت التشريعات متأخرة عن حركة الكشف التقني والتطبيقات الإعلامية .

تعرف الجزائر كغيرها من الدول تنامي ملفت لظاهرة التدوين والإشكالية تطرح نفسها أيضا فيما يتعلق بمراعاة الضوابط الأخلاقية في عملية التدوين، انطلاقا مما سبق نطرح السؤال الإشكالي الآتي إلى أي مدى يلتزم المدون الجزائري بأخلاقيات الممارسة الإعلامية ؟ وما درجة تحلي المدون الجزائري بالواجب الأخلاقي الإعلامي في ممارسة التدوين الإلكتروني؟

2.1 تساؤلات الدراسة :

انطلاقا من الإشكالية المطروحة أعلاه، سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- كيف يتمثل للمدون الجزائري مفهوم التدوين الإلكتروني ؟
- 2- ما مدى وعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها موثيق الشرف الصحفية؟
- 3- إلى أي مدى يستحضر المدون الجزائري معايير الدقة والشفافية والوضوح في نشر الأخبار وتحليلها؟



4- إلى أي مدى يلتزم المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على أخلاقيات النشر؟

5- ما مدى إتاحة المدون الجزائري مساحات التعليق والنقاش لجمهور المتلقين؟

3.1 أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار الموضوع المدروس نوجزها فيما يلي:

- **أهمية الموضوع:** أصبح جلياً ما للتدوين الإلكتروني من أهمية كجزء مهم مما يُعرف بالإعلام البديل والذي يفترض به أن يحافظ على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته كغيره من الوسائل أو المؤسسات الإعلامية الأخرى وبالتالي فإن موضوع أخلاقيات التدوين مهم نظراً للأهمية الاجتماعية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية فهي إحدى أهم ملامح ضبط حقوق وواجبات المدون ضمن ما تسمح به المعايير الاجتماعية الأخلاقية.
- **حدائثة الموضوع في الجزائر:** يعتبر موضوع الدراسة حديثاً لحدائثة تناوله من الجانب التطبيقي الذي يرصد واقع تبني أخلاقيات الممارسة الإعلامية لدى المدونين الجزائريين.
- § تواصل البحث في هذا المجال - المدونات وأخلاقيات التدوين - فهذا الموضوع متدارس منذ فترة وفي مجتمعات عدة، لكن البحوث فيه لم تتوصل إلى نتائج دقيقة وعمامة، لكون أخلاقيات التدوين الإلكتروني قضية شائكة تتشابك فيها العديد من العوامل الاجتماعية الخاصة بكل مجتمع وهذا ما يدعون إلى دراسة هذا الموضوع في الجزائر.
- § **ارتباط الباحثة بالموضوع :** وبالعالم المدونات والمدونين بشكل خاص والإحساس الدائم بالمشكلة سيما عند تصفحه للمدونات الجزائرية.

4.1 أهداف الدراسة :

- § التعرف على درجة تحلي المدون الجزائري بالواجب الأخلاقي الإعلامي في ممارسته للتدوين الإلكتروني.
- § الكشف عن تمثل مفهوم التدوين الإلكتروني للمدونين الجزائريين .
- § الكشف عن مدى اطلاع ووعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها مواثيق الشرف الصحفية .



§ الكشف عن مدى استحضار المدون الجزائري لمعايير الدقة والشفافية والوضوح في نشره للأخبار وتحليلها .

§ الكشف عن درجة التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي يتحلى بها و التي تنعكس بدورها على أخلاقيات النشر .

§ الكشف عن مساحات التعليق والنقاش المتاحة من طرف المدون الجزائري لجمهور المتلقين .

5.1 أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية موضوع المدونات باعتبارها جزء من الإعلام الجدى الذي أحدث تأثيرا كبيرا في الفضاء الإعلامي والاتصالي للأفراد والجماعات والمجتمعات والجزائر ليست بمنأى عن ذلك. فالمدونات، كما هو معروف، باتت أداة اتصالية وإعلامية تستقطب الملايين من البشر وأصبح لها صوت وأثر في العديد من المجالات السياسية، الاقتصادية، الإعلامية....ومن الأسباب الأخرى التي ترفع من قيمة المدونات باعتبارها مصادر بديلة للأخبار هو غياب حراس البوابة والتحرر من كل العقبات التي قد تؤثر في نزاهتها وقيمتها، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة للتعرف على مجتمع المدونين ومدى التزامهم بالضوابط المهنية والأخلاقية في ممارستهم للعمل الإعلامي في ظل غياب الرقابة عليهم، حيث يتباهى المدونون بأنهم غير محترفين ولا يحتاجون لأحد لتدقيق الأخبار وراءهم، ويعد هذا خروجاً على ما يتعارف عليه المجتمع من قيم ومعايير ومثل تربوية سليمة. وعلىه فإن التطرق لموضوع أخلاقيات التدوين والمدونين وبجته واقعه في الجزائر يعد أمراً ضرورياً وملحاً.

6.1 المدخل النظري للدراسة: مدخل الممارسة المهنية

تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل التنظيـم الإداري في المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال في هذا التنظيـم المهني، ثم اتجاهات العلاقة الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي.

وتعكس بعد ذلك اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، إذا فإن البناءات التنظيـمى وعلاقات الدور بجانب الممارسة المهنية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى في البحث والدراسة . الناتج الإعلامي



لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة والسواق الاجتماعي أو جمهور المتلقين أيضاً، ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية والتي تتأثر هي نفسها باتجاهات التنظي وبنائه وأهدافه داخل المؤسسات مما يشي بالبحث في هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها وآثارها في حركة العملية الإعلامية ومخرجاتها¹.

ولذلك يمكن استثارة العديد من موضوعات البحث ومشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدلول الممارسة المهنية والتي يمكن تصنيفها في اتجاهين رئيسيين²:

الاتجاه الأول: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية في إطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية أو المجالات المذكورة والإعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية وهذا الوصف هو الذي يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة في مجال من المجالات ويدخل في هذا المجال عدد من البحوث والدراسات مثل:

- وصف التأهيل العلمي والمهني لهؤلاء الأفراد.
- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة لهؤلاء الأفراد.
- وصف الممارسات الإدارية والمالية واتجاهات صنع القرار.

الاتجاه الثاني: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على الممارسة المهنية وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية.

ولذلك يمكن أن يثير هذا الاتجاه عدد من الموضوعات:

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها واتجاهات السياسة المالية والإدارية.
 - العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامي وخصائصه واتجاهاته.
- وتتميز الدراسة أو البحث في إطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من الكثير من العلوم و الدراسات الإنسانية الأخرى مثل الدراسات المالية والإدارية وكذلك الدراسات الخاصة بعلم النفس والاجتماع.

¹ - محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، (ط1؛ مصر: عالم الكتب، 2004) ، ص ص 50-52.

² - المرجع نفسه ، ص53.



وسوف تعتمد دراستنا على الاتجاه الأول المتعلق بصناعة المحتوى الإعلامي ومدى التزام المدون الإعلامي بمجموعة الضوابط الأخلاقية و معايير الممارسة المهنية في تقديمه للأخبار وتحليلها .

7.1 منهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة - الإعلام البديل و أخلاقيات الممارسة الإعلامية - والتي تهدف إلى التعرف على مجموع المعايير والضوابط الأخلاقية التي يتحل بها المدون الجزائري في ممارسته للعمل الإعلامي ضمن البحوث الوصفية والتي تتطلب منا استخدام منهج المسح الوصفي الذي يعتبر أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم. "ويعتبر أيضا الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها عما يوفر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية"¹.

وعرف الباحث ذوقان عبيدات " المنهج الوصفي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"². ويمكن منهج المسح الوصفي من :

- إجراء القياسات للظاهرة المدروسة بصورة دقيقة موضوعية بعيدة عن الانطباعات الشخصية والتأويلات الذاتية والاجتهادات الفردية ، حيث ينصب الاهتمام أكثر على جمع المعلومات والبيانات ذات الصلة بالجوانب التصويرية لوضعها الطبيعي كما هي في الواقع .
- إمكانية إخضاع البيانات والمعلومات المتحصل عليها على الأسلوب الإحصائي .
- التعرف على الظاهرة بشكل جيد وجمع البيانات والمعلومات الدقيقة وأساليب عرضها³.

8.1 أدوات الدراسة :

أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر. وتم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان :

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص 150.

² - أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، (ط2؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005) ، ص 286.

³ - المرجع نفسه ، ص 290.



● الاستبيان:

" هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة، لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر الأدوات شيوعا واستخداما في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد¹." وهو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة².

وتم اختيار أداة الاستبيان لأن منهج المسح الوصفي كأسلوب بحث تعتبر فيه هذه الأداة من أحسن الأدوات جمع المعلومات وأكثرها ملائمة له .

وفي هذه الدراسة تم صياغة أسئلة الاستمارة الالكترونية صياغة علمية وتم توزيعها على ست محاور كبرى:

- تمثل مفهوم التدوين الالكتروني للمدون الجزائري .
- وعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها مواثيق الشرف الصحفية.
- استحضار المدون الجزائري لمعايير الدقة والشفافية والوضوح في نشره للأخبار.
- معايير المسؤولية الاجتماعية عن النشر لدى المدون الجزائري.
- إتاحة المدون الجزائري لمساحات التعليق لجمهور المتلقين .
- وأخيرا محور البيانات الشخصية (وقد تم تأخير هذا المحور عن قصد، عملا بنصيحة الباحثين الذي يرون أفضلية تأجيل طرح الأسئلة الشخصية على المبحوثين، خصوصا عبر شبكة الانترنت، حتى يشعروا بالراحة وتتكون لديهم الثقة بالدراسة وموضوعيتها).

¹- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 353.

²- أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 220.



9.1 مجتمع الدراسة والعينة المختارة :

وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف والملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل". والعينة في البحث العلمي هي " الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما¹ "

ومجتمع البحث في دراستنا هو مجتمع المدونين الجزائريين الذين يشرفون على إدارة مدونات إعلامية بحتة. وهو مجتمع واسع وصعب إن لم نقل مستحيل حصره أو تحديده حجمه. وعلى ذلك، فإننا لجأنا إلى اختيار عينة غير احتمالية في هاته الدراسة ممثلة في " العينة القصدية " .

وتعرف باسم "العينة العمدية" ويقصد بها تلك العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة² . وتقدر حجم العينة في دراستنا هذه ب 45 مفردة ، أين تم اختيار المفردات التي لها صلة بالبحث وفق الأسلوب العمدي التحكيمي وذلك من خلال البحث عبر عدة وسائل الكترونية عن مفردات العينة الممثلة لمجتمع البحث ومن ثم إرسال نموذج الاستبيان الإلكتروني لهؤلاء المبحوثين عبر بريدهم الإلكتروني .

10.1 تحديده المصطلحات وضبط مفاهيم الدراسة:

يتعلق موضوع دراستنا بالإعلام البديل - والذي تبنته المدونات - وأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الجزائر ، وبصيغة أخرى حول أخلاقيات التدوين في الجزائر مما يدفعنا إلى ضرورة تحديد المفاهيم التي تتناولها الدراسة، ومنها ما هو بارز ظاهر في العنوان كمفهوم الإعلام البديل وأخلاقيات الإعلام ، ومنها ما يتكرر وروده في الدراسة لعلاقته المباشرة بالموضوع كمفهوم المدونة و التدوين الإلكتروني .

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 170.

² - أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 197.



1/ المدونة الالكترونية :

من الصعب تحديد مفهوم واحد للمدونات الإلكترونية وذلك لتعدد وظائفها وخصائصها، وأهدافها.

§ لغة:

تعرف المدونة لغويا في المعجم الوسيط :دون الديوان، أنشأه أو جمعه، ودون الكتب، جمعها ورتبها، وهي من كلمة " دون " بفتح الدال وشد الواو.

وهي في العصور القديمة كانت تنسب إلى " الديوان " وهو الدفتر الذي تكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء، وتعبر كلمة " دون " في سياق جملة ما عن جمع وترتيب مثال (أيمن دون أسماء الأصدقاء في ورقة)، ولهذا كانت منها كلمة مدونة أو Blog وحقيقة كلمة Blog بمعنى مدونة أو Blogger التي تأتي بمعنى مدونين هو أن ترجمتها إلى كلمة مدونة كان وصفا وليس حرفيا، لأن كلمة Blog هو اختصار لكلمة Weblog فحذفت We وضمت B مع Log لتصبح Blog¹.

والمدونة هي التعريب الأكثر قبولا لكلمة Blog الإنجليزية التي هي نحت من كلمتي " web log " وتعني سجل الشبكة . كما تستخدم أحيانا الكلمة المستعارة من الإنجليزية وتعرب " بلوج " في مص او " بلوق " في دول الخليج العربي أو بلوغ في الشام (حسب نمط التعريب الشائع في المنطقة واللهجة بحيث تؤدي جميعها النطق بلوك) . كما يطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم تدوينية² .

§ اصطلاحا:

تعددت تعاريف المدونات الإلكترونية اصطلاحا فهناك من يعرفها أنها "تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت ،يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى وهي في أبسط صورها عبارة عن صفحة على الانترنت تحتوي على مجموعة من المقالات القصيرة التي يتم تحديثها باستمرار كما في الصحيفة اليومية التقليدية وهي مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا ،تصاحبها آلية الكترونية لأرشفة

¹- سهيلة بوضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر :دراسة في الاستخدامات والإشباع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غرداية، منشور في جامعة الحاج لخضر - باتنة، السلسلة الجامعية 2009-2010، ص 14 .

²- حسنين شفيق: الإعلام الجديد: الإعلام البديل ، تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، (ط 1 مصر ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع ، 2010)، ص 223.



المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره ويمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدونة"¹

وتعرف المدونات أيضا على أنها "موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية ". ويقول بيزاني بأن " البلوغ هي يومية شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الكمبيوتر وإرساله فوق الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني. وهي تمزج بين المعلومات والآراء وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلق عليها "².

ويعرفها محمد عبد الحميد أنها " عبارة عن مركز للآراء، ووجهات النظر في كل الموضوعات والأفكار التي يختارها المشاركون، ولذلك تعتبر مواقع المدونات من الأدوات الشائعة للتعبير وإبداء الآراء، وعرضها في مختلف الأشكال الصحفية أو الأدبية، والفنية، وتضم المدونات المذكرات الشخصية، والرؤى الجمعية، والتعليق على الوقائع الاجتماعية، وقد يشارك فيها مدون واحد أو أكثر"³.

وتعرف المدونات اتصاليا بأنها: " وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الانترنت، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، التي يطرحها الناشر على صفحاتها بنظم الإتاحة الفورية، أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل، والروابط النصية الفائقة. دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة، بالنصوص أو الوسائل المتعددة. وكذلك حرته في التحول بين الروابط، واستدعاء الرسائل والمدخلات السابقة "⁴.

¹- المرجع نفسه، صص 223، 224.

²- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، (ط1 الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2008)، ص 196.

³- سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 16 .

⁴- محمد عبد الحميد: المدونات: الإعلام البديل، (ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص 59.



§ التعريف الإجرائي للمدونة :

هي صحيفة مصغرة يجررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، تكون ذات طابع إعلامي من حيث الشكل و المحتوى والمواضيع والتوجه وأهداف النشر والإخراج...

2/ التدوين الإلكتروني (Blogging):

§ لغة :

كلمة تدوين، هي اسم الفعل من " دونّ " "دونّ" بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الانجليزية Blogging " و يستخدم بمعنى نشر المقالات على الانترنت من خلال برامج خاصة .

§ اصطلاحا:

1- وورد في بيان حول شبكة الانترنت (2006) لمجلس الإتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات التابع لليونسكو تعريف للتدوين على النحو التالي: "إن إنشاء مدونة إلكترونية أو الحفاظ علىها أو إضافة مقالة إلى مدونة موجودة بالفعل يسمى تدويننا إلكتروني"¹.

بمعنى آخر فإن كل من يقوم بإنشاء موقع مدونة على شبكة الانترنت أو يضيف بعض المقالات و المواضيع على مدونة موجودة بالأساس فهو يمارس عمل التدوين الإلكتروني.

2- وفي فصل التقرير الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار المصري في تعريفه لنشاط التدوين كالاتي " :التدوين هو كافة ممارسات المدونين في كتابة نصوصهم وردهم على تعليقات القراء ووضع أي صور ومواد صوتية أخرى على المدونة وكذلك قائمة من الروابط Blogroll و أرشيف مقالاتهم التي ينصحون بها قراءهم".

ورد في هذا التعريف أن كل ما يمكن أن يقوم به المدون على مدونته الخاصة ، من كتابة نصوص وإضافة صور وفيديوهات و تقديم قائمة مقترحة من الروابط الإلكترونية والاحتفاظ بأرشيف للمقالات وكذلك التفاعل مع القراء من خلال الرد على تعليقاتهم، يعتبر نشاطا تدوينا .

¹- نجود زعيم، التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غرداية، منشور في جامعة منتوري قسنطينة -السلقة الجامعية 2011- 2012، ص 17.



3- ومن وجهة نظر علم اجتماع الإنترنت ، ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر العامة التي أدت إلى ازدهار دور الويب باعتبارها أسلوباً للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، بالإضافة إلى كونها وسيلة للنشر والدعاية للمشروعات والحملات المختلفة، لكي فما كان موضوع أو نشاط تلك المشروعات والحملات¹.

§ التعريف الإجرائي:

نقصد بالتدوين الإلكتروني في دراستنا :

شكل من أشكال الإعلام الجديد يعنى بتقديم الأخبار و التعليقات ، يقوم به المدون على مدونته الإلكترونية ذات الطابع الإعلامي .

2/ أخلاقيات الإعلام :

قبل أن نتناول مفهوم أخلاقيات الإعلام لا بد من تناول مصطلح "الأخلاق" على حدى أولاً :

الأخلاق :

لغة :

الأخلاق: جاءت كلمة الأخلاق في اللغة العربية من لفظ خلق وجمعها أخلاق وقد ورد اللفظ في القرآن الكريم حيث يخاطب الله سبحانه وتعالى الرسول الكريم بقوله : " وانك لعلى خلق عظيم" وقوله تعالى أيضا ""إن هذا إلا خلق الأولين "" .

وكلمة خلق وجمعها أخلاق هي كلمة عربية أصيلة وقد احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم. ففي لسان العرب جاءت على النحو التالي : الخلق هو السجية ، ويقال خالق المؤمن بكسر اللام ، وخالق الفاجر أن معنى الخلق هو الدين والطبع والسجية وتخلق اظهر في خلقه نيته ، ولذلك الأخلاق تعني الطبع والعادة ، وتستعمل كلمة الأخلاق مفردا أو جمعا للدلالة على صفة أو صفات في الشخص محمودة ومذمومة .

اصطلاحا:

- الأخلاق هي شكل من أشكال وعي الإنسان يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية بدون استثناء في المنزل ومع الأسرة وفي التعامل مع الناس في العمل والسياسة و في العلم وفي الأمكنة العامة .

□¹ - المرجع نفسه، ص 18.



- والأخلاق هي دراسة وتقييم السلوك الإنساني على ضوء القواعد الأخلاقية التي تضع معايير للسلوك يضعها الإنسان لنفسه أو يعتبرها التزامات وواجبات تتم بداخلها أعماله¹ .
أما أخلاقيات الإعلام فهناك عدة تعريفات منها² :

يعرفها قاموس الصحافة والإعلام بأنها مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني التي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها، وتسهر على احترامها ، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكاملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء ، وهذه الأخلاق المهنية تتبع أساسا من الأهداف النبيلة للمهنة وشرف الكلمة وتحقيق المصلحة العامة .
وعرفها " اندرسون" على أنها المعايير التي توجه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي والتي يستخدمها الناقد في الحكم على أخلاقيات العمل .

أما "كوهين اليوت " فقد عرفها بأنها أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحررين والمصورين وجميع العاملين أو ممن يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها .

وفي دراستنا هذه نقصد بها مجموعة المعايير والضوابط الأخلاقية التي يتحلى بها المدون الجزائري في نشر الأخبار وتحليلها والتمثلة في الصدق والموضوعية والوضوح والشفافية وعدم التشهير وحماية مصادر المعلومات والتحلي بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بحقوق الملكية الفردية وغير ذلك .

3/ الإعلام البديل :

بداية نشير إلى أن مصطلح "الإعلام البديل" أو ما يسمى " بالإعلام الجديد" هو مصطلح حديث النشأة ومثير للجدل، إذ نلاحظ وجود إشكالية قائمة لا تقتصر على غياب التوصيف العلمي المنهجي الدقيق لهذا المصطلح و إنما أيضا تعدد التسميات المرادفة له. وسنتعرض لكل تلك التسميات ودلالاتها في المبحث الأول من الفصل الثاني "الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني" .
وقد ظهر مصطلح الإعلام الجديد أو الإعلام البديل ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبتث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة

¹- بسام عبد الرحمن مشاقبة ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، (ط1؛ الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012) ، ص ص61، 62.

²- المرجع نفسه ، ص ص 68 ، 69 .



والراديو والتلفزيون ، و ذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية¹.

وهناك عدة تعاريف لهذا الإعلام الذي تعددت وسائله وخصائصه مما انعكس عليها:

ويعرف قاموس الانترنت الموجز "تعبير الإعلام الجديد بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموما ، أو صناعة الصحافة على الانترنت ". وحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويوبديا "فان تعبير الإعلام الجديد يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الالكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر² "

حيث يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بشكل مختصر ويصفه : "بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة ". و بحسب ليستر فإن "الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو"³.

كما يشير المفهوم أيضا إلى "مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج و نشر و استهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة و الوسائط المتصلة و الغير متصلة بالانترنت".

و يعرفه جونز و الذي يقر بعدم وجود إجابة وافية عن السؤال : ما هو الإعلام الجديد؟ إذ يعتمد في إجاباته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء حيث يقول أن " الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الالكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد و مجلات و التلفزيون و الراديو - إلى حد ما - و غيرها من الوسائل الساكنة "⁴.

كما يمكننا القول أن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات ، فقد كان وليدا لذلك التزاوج بين أهم ظاهرتين في هذا العصر ، ظاهرة تفجر المعلومات (Information explosion) و ظاهرة الاتصالات عن بعد (télécommunication) وهو يعتمد على استخدام أجهزة

¹- حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 32 □

²- المرجع نفسه ، ص 60، 59. □

³ □ -عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 31.

⁴- المرجع نفسه ، ص 32.



الإعلام الآلي و برمجياته و شبكاته و الاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات و تخزينها و توزيعها¹.

يتضح من خلال العرض السابق للتعريفات استحالة ضبط تعريف محدد وشامل للإعلام الجديد لأسباب عدة أهمها أن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل ، التطبيقات و الخصائص و التي مازالت في حالة تطور سريع و ما هو جديد اليوم يصبح قديما في اليوم التالي .

إلا أن هذا الإعلام المتصف بصفة الجدة يشير في العموم إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، وهو إعلام تفاعلي بالدرجة الأولى يعتمد على استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض. ونقصد به في دراستنا ذلك الإعلام الموازي للإعلام الرسمي، يعنى بتقديم الأخبار والمعلومات وتحليلها والتعليق عليها والذي تبنته المدونات.

11.1 الدراسات السابقة :

1 / دراسات أجنبية:

• دراسة كلية الاتصال والمعلومات بجامعة نانيانج بسنغافورة² :

في دراسة مسحية دولية للمدونين قامت بها كلية الاتصال والمعلومات بجامعة نانيانج بسنغافورة ونشرت في عام 2005 شملت العديد من الأسئلة للكشف عن الاختلافات بين المدونات الشخصية وغير الشخصية في عدة مجالات منها المعايير الأخلاقية، وتوصلت الدراسة إلى أن كل منها يرى أنه ليست هناك حاجة قوية لكود أخلاقيات التدوين ، وسيصبح ذات قيمة إذا ما وجدوا أنهم في حاجة قوية له واقترحت الدراسة أربعة أسس أخلاقية تم دراسة ارتباطها بالمدونات الشخصية وغير الشخصية وهي :

- الصدق

- المسؤولية

- الكشف عن العزو أو الانتساب

¹ - ياس خصير البياتي : الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة ، (ط1 الأردن، دار البداية ، 2013)، ص 143، 144 □ □

² - محمد عبد الحميد: المدونات:الإعلام البديل، مرجع سابق، ص ص 189، 190.



- تخفيف الضرر

وانتهت الدراسة إلى أن العلاقة الارتباطية بين هذه المعتقدات الأخلاقية والممارسات ضعيفة وغير دالة في النوعين من المدونات.

● دراسة مارتين كون التي قدمت إلى مؤتمر مصداقية الصحافة والتدوين بجامعة هارفارد¹:

ومن الدراسات التي ركزت اهتمامها على أخلاقيات التدوين دراسة مارتين كون التي اقترحت كودا خاصا لأخلاقيات التدوين ،وقدمت الدراسة إلى مؤتمر مصداقية الصحافة والتدوين الذي عقد بكلية القانون جامعة هارفارد في 2005/06/21 . وتقارن الدراسة بين القيم الأخلاقية المشتقة من أدبيات تكنولوجيا الاتصال الجديدة ،وما توصلت وما سجلته الدراسة في موقع مسح المدونات **Blogs Survey Site** باعتباره يمثل عالم المدونات .وهما المصدران اللذان اعتمدت عليهما الدراسة في بناء الكود المقترح لأخلاقيات التدوين. فالقيم المشتقة من الأدبيات والدراسات السابقة تمثلت فيما يلي :

- تجنب الخداع

- زيادة الشفافية

- الكشف عن الشخصية

- تدعيم المساواة

- تأكيد الاعتبارات الإنسانية

- دعم المجتمع

- المسؤولية عن محتوى الرسائل

- توثيق كل المصادر

- الحصول على التصريح قبل بناء الوصلات والترابط

أما القيم التي توصل إليها من المسح- وأشار إليها الكاتب بعالم المدونات -فقد تم ترتيبها على النحو التالي:

- زيادة الشفافية

- المسؤولية عن محتوى الرسائل

□¹ - المرجع نفسه ، ص ص192- 196 .



- النضال من أجل الوقائع الحقيقية
- تخفيف الضرر عن الآخرين
- حماية حرية التعبير
- تقدير أصول و بروتوكولات المدونات
- كن مسليا
- دعم التفاعلية
- التدوين بانتظام

وحيث إن هدف الدراسة لم يكن تفسير أسباب الاتفاق أو الاختلاف وإنما العرض المقارن فقط لإغراض الإفادة من المصدرين. فقد اكتفى الباحث بالعرض فقط، و اقترح كودا خاصا بأخلاقيات التدوين وألحقه بكود آخر للمدونين.

ويلخص الكود الأخلاقي للمدونين فيما يلي :

- كن أميناً ومحايداً في جمع المعلومات، وكتابة التقارير، وتفسير المعلومات
- عدم انتحال آراء الغير
- التعرف على المصادر والارتباط أينما تكون ذات جدوى. فالناس ترتبط بالمعلومات كلما كانت صادرة عن مصادر موثوق بها .
- الاهتمام بالمداخلات ، والاقتباسات والعناوين والصور، وكل صور المحتوى الأخرى التي تزيد عن تمثيل الموضوع .
- عدم تحريك محتوى الصور بجون الكشف عن معالم التغيير .
- التفرقة بين التأييد والتعليقات والمعلومات الحقيقية .
- تخفيف الضرر، مع ضرورات التعامل مع المصادر والمفردات كإنسان بما يستحقه .



- دراسة (Andy Koh et al., 2005) بعنوان أخلاقيات التدوين¹ :

وركزت الدراسة على اعتراف وإقرار وسائل الإعلام بالمدونات وكذلك الباحثين والمسؤولين الحكوميين في مختلف أنحاء العالم حيث لعبت المدونات خلال الفترة الأخيرة دور بارز في التعليق على القضايا العامة وخاصة حرب العراق وهجمات 11 سبتمبر وكذلك مصدر مهما للأخبار. ومع ذلك تم نقد المدونين لأسباب تتعلق بعدم كونهم صحفيين أكاديميين مؤهلين لامتهان المهنة.

وأجريت هذه الدراسة بناء على استقصاء دولي للمدونين مع التركيز على أبرز أنواع المدونات، والمبادئ وأخلاق المدونين واعتمدت على العينة العشوائية. وأظهرت النتائج أن:

(73%) من المدونين ذكروا أن مدوناتهم تنتمي للطابع الشخصي، في حين (27%) ذكروا أنها ليست شخصية وكشفت أيضا النتائج عن اختلافات كبيرة في تعريف المدونين للمدونات الشخصية

وغير الشخصية حيث كانت الشخصية هي بمثابة جريدة شخصية أو مجلة بينما المدونة غير الشخصية هي التي تركز على مواضيع محددة ومحتوى موجه عادة لجمهور أوسع.

ويختلف تعريف المدونات الشخصية وغير الشخصية بناء على العوامل الديمغرافية وعادات القراءة والموضوعات وأصحاب المدونات غير الشخصية دائما من كبار السن من الذكور مع زيادة المستوى التعليمي لمدوني المدونات غير الشخصية عن مدوني المدونات الشخصية.

والمدونات غير الشخصية تتمتع بتزايد أعداد قرائها عن المدونات الشخصية وكل المدونين يعتبرون أن الإسناد هو الأهم في العملية التدوينية ولكن لا يتحمس أي نوع من أنواع المدونين لوجود "ميثاق أخلاقي للتدوين" وأن جميع المدونين بخصائصهم الديمغرافية وتجاربههم وعاداتهم ومعتقداتهم يرون أنهم ليسوا بحاجة إلى قواعد للسلوك

¹ - أسامة غازي المدني :استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع

المتحققة منها، 2009، (تاريخ الزيارة 2015/01/01) متاح على :

http://www.ijer.net/vol5no1/page4858193



2/ دراسة عربية :

دراسة الباحث احمد حسين سنة 2008 تحت عنوان "ظاهرة المدونات الالكترونية في الشبكة

العنكبوتية " -دراسة للقائم بالاتصال والمضمون-¹

واعتمد الباحث احمد حسين على أداة تحليل المحتوى وكذا توزيع استبيان على عدد من المدونين وجاءت تساؤلات الدراسة كالتالي:

* تساؤلات خاصة بتحليل محتوى المدونات:

ما مصادر المدونات؟ ما هي القضايا التي يهتم بها المدونون؟ ما الأساليب الاقناعية في كتابة المدونات؟ ما نوعية اللغة التي تكتب بها المدونات؟ ما نوعية الجمهور الذي تستهدفه المدونات؟

*تساؤلات خاصة بالاستبيان الموزع على المدونين:

ما خصائص المدونين؟ ما اللغة التي يفضلها المدونون في كتاباتهم؟ من هو الجمهور الذي يستهدفونه؟ ما الأساليب الاقناعية الأكثر استخداما لدى المدونين؟ ما سلبيات التدوين؟ ما الإيجابيات من التدوين؟ ما الإشباع التي تتحقق للمدونين من كتابة المدونات؟ ما المشكلات التي تواجه المدونين؟

أما من الناحية المنهجية فدراسة الباحث أحمد حسين تعد من البحوث الوصفية وقد اعتمد فيها على منهج المسح بمستوي التحليلي والميداني، وذلك من خلال أسلوب المسح لعينة من المدونات العربية، ثم لعينة من المدونين في بعض الدول العربية. وفي هذا الصدد، تم تحليل مضمون عينة عشوائية من المدونات المعروضة على صفحات شبكة الإنترنت بلغت 100 مدونة، وذلك خلال الفترة من أول سبتمبر عام 2008 حتى نهاية شهر نوفمبر 2008 أي فترة ثلاثة شهور، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من المدونين بلغت 80 مدون من الذكور والإناث وهو العدد الذي أرسل رداً على الاستبيان الذي تم إرساله إلى 400 مدون.

وخلصت الدراسة إلى مايلي:

-أثبتت الدراسة أن 80% من عينة الدراسة هم من الشباب.

□1- احمد حسين : ظاهرة المدونات الالكترونية في الشبكة العنكبوتية □□□دراسة للقائم بالاتصال والمضمون-، مؤتمر تقنيات

الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-17/03/2009، ص 10.



- أغلبية المدونين هم من الذكور بنسبة 65%
- أظهرت الدراسة أن المدونين من حملة الشهادات الجامعية جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة 36.7%
- أثبتت الدراسة أن المدونين المصريين، والسعوديين يحتلون الصدارة في مجال التدوين.
- أوضحت الدراسة أن أسباب لجوء المدونين إلى التدوين تتمثل في: ليقراً الآخرون أفكارهم وآرائهم، ثم التعبير عن أفكارهم، ثم ليمارسوا حريتهم ثم التواصل مع الآخرين.
- أهم الموضوعات التي تشغل اهتمامات المدونين هو ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، ثم الخواطر والتأملات، ثم القضايا السياسية.
- أثبتت الدراسة أن 76 % من المدونين يعلنون عن هويتهم الحقيقية بذكر أسمائهم الحقيقية في حين أن 28,2 % يفضلون الكتابة بأسماء مستعارة.
- أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 58,7 % يواجهون مشكلات أثناء قيامهم بالتدوين تمثلت في السجن.

3/ دراسة جزائرية:

● دراسة زعيم نجاد بعنوان "التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات" ¹

دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين - .

وهي مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تمت مناقشتها بجامعة منتوري بقسنطينة للموسم الجامعي 2011-2012 :

وتركزت إشكالية الدراسة حول واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر والتحديات التي يواجهها ، وطرحت الدراسة الفرضيات التالية :

1-يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديمغرافية الآتية :معظمهم شباب وذكور،

ذوي مستوى

تعليمي عال ويملكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت ومعظمهم يقطنون بالعاصمة.

¹ - نجاد زعيم ،مرجع سابق .



2- يعتبر دافعا الترفيه والنشر الالكتروني أهم دافع ين (وعلى التوالي) لدى المدونين الجزائريين.

3- يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: من حيث عادات التدوين: المدونون الجزائريون بدؤوا

متأخرين في التدوين وهم غير منتظمين في ممارسته، ومن حيث أنماط التدوين: يدونون في مواضيع

متنوعة، ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدون باللغة العربية ولم يتلقى تدريبا حول التدوين، ومن حيث تفاعلهم مع جمهورهم: يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

4- توجد عوائق تقنية واجتماعية تعيق تطور التدوين الالكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين .

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي واستخدمت الملاحظة كأداة لجمع

البيانات إضافة إلى استمارة استبيان تم توزيعها على عينة شملت 100 مفردة من المدونين الجزائريين كعينة نهائية .

و توصلت دراسة زعيم نجود للعدىد من النتائج في ضوء الفرضيات التي طرحتها منها:

-نسبة المدونات الإناث أقل من نظرائهم الذكور في عالم التدوين الجزائري

-المدونين الجزائريين يمتلكون مهارات تتراوح بين "المتوسطة" و"العالية" في التعامل مع المدونات فالنسب متقاربة بين المستوى المتوسط والمستوى العالي ويرتبط الأمر بطبيعة الوسيلة، المدونة، التي تتميز بالسهولة مما يسمح لغير المختصين والمحترفين بإنشائها في دارتها حتى وإن كانت مهاراتهم متوسطة.

-أكثر المدن التي يتواجد بها المدونون هي العاصمة الجزائرية.

-خلصت النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات هما أكثر الدوافع جذبا للمدونين الجزائريين ولعل تأثيرات التدوين الايجابية على أسلوب المدونين في



التواصل وأسلوبهم في التفكير، وفق ما أفادت به إجاباتهم، يؤكد تحقق الإشباع المطلوبة لدىهم بحجم معتبر.

- استنتجت الباحثة أن النسبة الأكبر من المدونين بدأت التدوين في سنوات متأخرة (2007 وما بعدها) وقد لاحظت أن جل المدونين الجزائريين ينقطعون عن التدوين من فترة إلى أخرى وهو ما قد يؤثر على درجة الاهتمام بمدوناتهم، واعتبروا أن لدىهم انشغالات أخرى تدفع بهم للانقطاع عن التدوين والسبب الثاني هو عدم رغبتهم في التقيد بالزمن .

- هناك العديد من المواضيع تثير اهتمام المدونين الجزائريين فهم يدونون حول القضايا الاجتماعية، التجارب الشخصية، الهوايات والاهتمامات، والمواضيع السياسية والثقافية وغيرها أي أن هناك تنوعا في ما يتناوله المدونون الجزائريون، ولا يعتبر هؤلاء المدونين أنفسهم مضطرين للكتابة بأسماء مستعارة لأنهم يكتبون ما هم مقتنعون به ولأنهم يرغبون في التعريف بأنفسهم وبأفكارهم .ويفضل جل المدونين استعمال اللغة العربية على اعتبار أنها لغتهم الأم كما أن هدفهم هو الارتقاء بالمحتوى العربي على الانترنت .

- يرى أغلبية المبحوثين أن هناك عدة تحديات تواجه التدوين الإلكتروني في الجزائر ويحددون أهمها ب :التحديات التقنية وهي ضعف خدمة الانترنت في الجزائر وقلة انتشار الانترنت بين أوساط الجزائريين و التحديات الإعلامية التي تتمثل في قلة اهتمام الإعلام الوطني بالظاهرة في الجزائر ومع ذلك يذكر المدونون الجزائريون تحديات اجتماعية تتمثل في عدم اهتمام الانترنتيين الجزائريين بممارسة التدوين.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على ما توصلت إليه الدراسات السابقة، سواء الأجنبية أو العربية منها وحتى الجزائرية ، من نتائج، تم الخروج بالنقاط التالية :

* كان موضوع الدراسات، خاصة الأجنبية منها ، ذا أهمية كبيرة خاصة وأنه ركز على جانب معين في موضوع المدونات ألا وهو أخلاقيات التدوين والمدونين ، وهو ما استفدنا منه كثيرا ووسع نظرنا إلى الموضوع، مما جعلنا نعتمد على هذه الدراسات في الجانب النظري، وكذلك التطبيقي لاسيما في ضبط محاور أسئلة استمارة الاستبيان، والإمام بمختلف المعايير الأخلاقية التي من المفترض أن يتحلى بها المدون عموما إلا أن ما يلاحظ على هذه الدراسات مايلي:



-اهتمام معظم الدراسات، وخاصة العربية منها .بمجتمع المدونين في الدول العربية ككل، في حين يبقى إعطاء تفسير واحد للنتائج في كل الدول غير كاف سيما وأن كل دولة تختلف عن الأخرى في التركيبة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية.

-اهتمام معظم الدراسات بالمدونات ككل الشخصية وغير الشخصية منها دون التركيز على المدونات الإعلامية التي تعنى بتقديم أخبار و بالتالي توازي وسائل الإعلام التقليدية باعتبارها إعلاما بديلا .

- معظم الدراسات، وخاصة منها الأجنبية سعت إلى تقديم كود أو بناء ميثاق خاص بأخلاقيات التدوين وليس تحري مدى التزام المدون بتلك القيم الأخلاقية التي يتضمنها ذلك الميثاق المقترح .

- انعدام الدراسات العربية التي تعنى بدراسة المعايير الأخلاقية في المدونات العربية (في حدود ما اطلعت عليه الباحثة)

-انعدام الدراسات في حدود ما اطلعت عليه الباحثة حول أخلاقيات المدونين الجزائريين .

الفصل الثاني : الإعلام الجديد و التدوين الالكتروني

1.2 الإعلام الجديد وخصائصه

1.1.2 الإعلام الجديد : دلالة المفهوم

2.1.2 عوامل ظهور وتطور الإعلام الجديد

3.1.2 خصائص الإعلام الجديد

4.1.2 أشكال الإعلام الجديد

2.2 التدوين الالكتروني

1.2.2 نشأة المدونات ، خصائصها ، وأنواعها

1.1.2.2 عوامل نشأة المدونات

2.1.2.2 خصائص المدونات الالكترونية

3.1.2.2 الفرق بين المدونة والخدمات الالكترونية الأخرى

4.1.2.2 الأنواع المختلفة للمدونات الالكترونية وتصنيفاتها

2.2.2 تطور المدونات والتدوين الالكتروني في العالم

1.2.2.2 التدوين الالكتروني في العالم الغربي

2.2.2.2 التدوين الالكتروني في الوطن العربي

3.2.2.2 التدوين الالكتروني في الجزائر

3.2.2 دوافع التدوين الالكتروني واستخداماته، والمدونات من منظور إعلامي

1.3.2.2 دوافع التدوين الالكتروني

2.3.2.2 استخدامات التدوين الالكتروني

3.3.2.2 المدونات من منظور إعلامي

تمهيد:

تعد المدونات من أهم الظواهر الإعلامية والاتصالية التي أفرزتها شبكة الإنترنت، كما إحدى كبرى إقبالات أهم تطبيقات الإعلام الجديد ، حيث شهدت بعد مدة وجيزة من ظهورها مذهل. وتجذب بشكل ثانوية كل بل كل يوم تكاثر و وهي البشر ملايين من علىها ومدونات المراهقين، والشباب مدونات فنجد الأشخاص من متنوعة أطيافا إليها خاصة بحقوق ومدونات المجتمع في المهتمشة والفئات النسائية والمدونات والطلبة الإعلاميين تبنىها في السرعة ثنائياها في التنوع هذا إن الخ.. الإنسان وأخرى تعنى بتقديم الأخبار تميزها؟ وما التي والاتصالية التقنية الخصائص وما المدونات بالضبط؟ هي ما نتساءل تجعلنا وفي ما الناس يدون لماذا؟ والظاهرة هذه تطورت هي تصنيفاتها؟ وكيف بدأت و الفصل معرجين هذا في المتاح بالقدر عنه نجيب أن سنحاول التدوين؟ هذا ما يستخدمون □ على مفهوم الإعلام الجديد وأهم خصائصه باعتبار المدونات إحدى أهم أشكاله :

1.2 الإعلام الجديد وخصائصه

1.1.2 "الإعلام الجديد" دلالة المفهوم:

في البداية نشير إلى أن مصطلح الإعلام الجديد يستخدم في أكثر من شكل فبعض المختصين يطلق عليه اسم وسائل الاتصال الحديثة والبعض الآخر يسميه الإعلام الحديث أو الإعلام التفاعلي وهناك من يصفه بالإعلام الشبكي والإعلام الإلكتروني أو الإعلام الرقمي، والحقيقة أن هذه التسميات على رغم اختلافها اللفظي إلا أنها تدل على معنى واحد وهو الإعلام الحديث¹.

فهو يأخذ اسم "الإعلام الجديد" كونه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية لا في الوسيلة ولا في التطبيقات، وهو كذلك "الإعلام الرقمي" لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية كالتلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. و يطلق عليه أيضا اسم "الإعلام التفاعلي" طالما توفرت حالة من العطاء

¹- ياس خضير البياتي ، مرجع سابق ، ص 313 □

2.1.2 عوامل ظهور و تطور الإعلام الجديد :

على الرغم من حداثة ظاهرة الإعلام الجديد إلا أن العديد من المفكرين و المهتمين و مالكي المؤسسات البرمجية الكبرى، سبق أن تنبؤوا بظهور الإعلام الجديد في وقت مبكر و منهم نيجر و بونتي ، فوليو ، جيتس و ماكلوهان.

ومن المهم الإشارة إلى أن الجودة التي يتصف بها هذا النمط من الإعلام هي جودة نسبية ، بمعنى انه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون جديدا في الغد أو ما نراه جديدا اليوم كان جديدا بالأمس . ومن هنا ندرك أن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثل جينتلمان وبنجري قد أصلا لظهور الإعلام الجديد ابتداء من ظهور التلغراف عام 1740 م ، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام.¹

وهناك نماذج كثيرة توضح نشأة "الإعلام الجديد" أو ما يسمى "بالإعلام البديل" ، ففي عام 1993 كان سكان العاصمة الانجليزية لندن يراقبون باعتراض شديد قيام الحكومة الانجليزية ببناء طريق جديد على أنقاض منطقة ريفية زراعية ب 300 مسكن ، وقام قاطنو المدينة آنذاك بمظاهرات احتجاجية ضخمة لم تهتم وسائل الإعلام بإبرازها للرأي العام مما دفع اثنين من دعاة حماية البيئة واثنين من منتجي البرامج التلفزيونية إلى تكوين منظمة " أندر كارنتس " تهتم بما يسمى "بالإعلام البديل" أو الإعلام الذي يركز على ما تجاهلته وسائل الإعلام الكلاسيكية . وبدأ نشاط هذه المنظمة بسجيل كل ما يهم المواطنين من أحداث بالصوت والصورة حيث تم إصدار أول أعمالهم على شريط فيديو بيع منه حوالي 250 نسخة خلال أسابيع قليلة وكان عن الاحتجاجات البريطانية على قانون يحد من الحريات المدنية² .

كما و تعود بدايات الإعلام الجديد الأولى إلى العام 2003 حيث طرحها أول مرة دان غليمور في كتابه "نحن وسائل الإعلام، الصحافة الشعبية من الشعب إلى الشعب" ، فقد أكد حينها مقولة (الأخبار باتت محادثة)، أي لم تعد مرسلا فقط يرسل ما يريد دون أن يعرف صدق رسالته ووقعها على المتلقي، خلال هذه الفترة كانت المشاريع الأهلية التي بدأ إنشاؤها يكسب زخما

□ □ 1- حسنين شفيق، مرجع سابق ، ص 52.

2- المرجع نفسه، ص ص 135، 136 .

ومصادقية وأصبح من الشائع قول أن الصحافة التقليدية تجازف بقرائها إن هي أهملت هذه المشاريع.¹

وفي السابع من تموز عام 2005 انطلقت ثورة إعلامية في مجال صحافة المواطن، في ذلك اليوم وحسب " برتراند بيكيري" مدير المنتدى العالمي للمحررين في باريس و"لاري كليمان" مدير الاتصالات في الجمعية العالمية للصحف المنتسبة إلى هذا المنتدى حيث اغرق المواطنين الذين شاهدوا بأم أعينهم تفجيرات إرهابية في قطاع الإنفاق بلندن وسائل الإعلام بأعداد هائلة من الصور والتسجيلات والتقارير، لكن نقطة التحول الأهم كانت في الحادي عشر من كانون الثاني من العام نفسه، حيث أثار انفجار وقع في مستودع النفط في بونسفيلد بالمملكة المتحدة ردة فعل غير مسبوقة لدى المواطنين الذين أرسلوا آلاف الرسائل الإلكترونية ومقاطع الفيديو على المواقع الإخبارية الإلكترونية قبل أن يتمكن الصحفيون المحترفون من الوصول إلى مكان الانفجار.

وبعد تلك المرحلة ظهرت المدونات الشخصية وصفحات التواصل الاجتماعي حيث أصبح بإمكان أي شخص نشر ما يريد من الأخبار وتعميمها في أي وقت ولن أراد، وبالتالي تبادل غير محدود للمعلومات والأخبار.²

و مما لا شك فيه أن وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية و اقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي³:

§ العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته، برمجياته،

وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلا أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حاليا وسيطا يحوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة، المسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس اثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفزيون، واعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكانا

¹ محمد بوحوالي: واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي "بين التكامل والممارسة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2013-2014، ص 49.

² المرجع نفسه، ص 49.

³ ياس خضير البياتي، مرجع سابق، ص ص 317، 318.

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بن الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي و الكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

§ **العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد:** وما يتطلبه من إسرار حركات السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع الأنشطة الاقتصادية دون استثناء، بل لكون المعلومة سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم، وبمعنى آخر، أن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى والعباب وبرامج تلفازيه من جانب آخر.

§ **العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية:** بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، وساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والحلية.

وفي الوقت الحالي أصبح الإعلام الجديد بتميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور حياة الإنسان، فهو ثورة بكل ما تحمله الكلمة من معنى في عالم الإعلام والاتصال حيث انه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالتقنيات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر جهاز الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية أصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي، وكذلك أصبح من السهولة تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهواتف الجواله بسرعة ووضوح.¹

¹ -علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، (ط1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2014)، ص49.

3.1.2 خصائص الإعلام الجديد:

على الرغم من أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام التقليدي في بعض جوانبه إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي :

- التفاعلية:

إن خاصية التفاعلية قد أتاحت للمتلقي فرصة المشاركة في مناقشة المادة الإعلامية التي يتلقاها ويدلي برأيه فيها مصححا أو مضيفا أو موضحا، إذ أصبح بإمكانه أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات و التعليقات.¹ في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل سابقا كانت تقتصر على دائرة رجوع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا بسبب وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب و الموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.²

- تفتت الاتصال أو اللامهيرية :

لعل أهم تأثير تركته تكنولوجيا المعلومات على المتلقي هو تراجع فكرة "الجماهيرية" وحلول فكرة "اللامهيرية". بمعنى أن الرسالة الاتصالية أصبحت تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال حيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

- اللاتزامنية

نقصد باللاتزامنية إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا يتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل

¹ - المرجع نفسه، ص55.

² □ □ سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق-المجلد 26، العدد الأول والثاني 2010، ص446.

الرسالة مباشرة من منبع الرسالة إلى مستقبلها في إي وقت دون الحاجة إلى وجود مستقبل الرسالة.¹

- الشمول أو التنوع :

وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.²

- قابلية التحرك أو الحركية:

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء تحرك مستخدميها وكمثال على هذا نذكر أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرات والتليفون المحمول والتليفون المدمج في ساعة اليد وغيرها .

- قابلية التحويل :

هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسائل المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو العكس.

- قابلية التوصيل :

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأجهزة أخرى بغض النظر عن الأجهزة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع ومثال ذلك توصيل جهاز التلفزيون بجهاز الفيديو DVD.³

¹- المرجع نفسه، ص 447.

²- علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 56، 57.

³- سميرة شبخاني، مرجع سابق، ص 447.

- الكونية :

البيئة الأساسية لوسائل الاتصال الجديدة هي بيئة عالمية دولية تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الكترونيا عبر الحدود الدولية ذهابا وإيابا من أقصى مكان إلى أدناه في أجزاء على الإلف من الثانية.¹

- الحرية الواسعة :

بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها، جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية التي تهتم الوطن والمواطن.

- المرونة :

حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى الكثير من مصادر الاتصال بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على المعلومات المختلفة والمفاضلة فيها واختيار الأنسب منها.²

-التكاملية :

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لان النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.

و تحدث الدكتور سعود صالح عن خصائص الإعلام الجديد بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية (المصدر - الرسالة - الوسيلة - المتلقي - الاستجابة) ، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك³:

§ مركزية الإعداد (المصدر)

¹ □ -المرجع نفسه ، ص448

² □ -علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص ص 56 ، 57

³ -سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز-جدة، 2011، ص ص 8 ، 9.

كانت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى. أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور. إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة. نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوبن" وهي ترى أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً.

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية، هي: معايير المجتمع وقيمه وتقاليد، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال، والمعايير المهنية للقائم بالاتصال، ومعايير الجمهور. وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

§ المحتوى (الرسالة):

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

§ التوزيع (الوسيلة):

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأنا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم.

§ المتلقي :

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة. □

§ الاستجابة:

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية .

4.1.2 أشكال الإعلام الجديد

يتخذ الإعلام الجديد أشكالاً مختلفة ومتنوعة ولعل أهمها شبكات التواصل الاجتماعي، مواقع الفضلات الاجتماعية، إضافة إلى مواقع تبادل الصور والفيديو ، وكذلك المدونات¹ :

1.4.1.2 الشبكات الاجتماعية:

تحتوي الشبكات الاجتماعية عدداً كبيراً من المواقع أبرزها الفيسبوك و تويتر، وتعرف موسوعة ويب او بيديا الشبكات الاجتماعية بأنها "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية، مواقع

□ □¹ - ياس خضير البياتي ، مرجع سابق ، ص 330.

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي ،مجموعات النقاش الحي،غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية " .

وازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم ،وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم ،وكما نلاحظ اليوم فان تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها .

وهناك أنواع للشبكات الاجتماعية :

أ- **نوع أساسي** : وهذا النوع يتمكن من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفيس بوك وماي سبيس وهاي فايف .

ب- **مرتبط بالعمل** : وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم .

ج- **مميزات إضافية** : هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر **Micro Blogging** مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي .

ومن أبرز المواقع العلمية الشهيرة -إضافة إلى الفيس بوك وتويتر- هي :

- ماي سبيس Myspace

- اوركوت Orkut

- نت لوج NetLog

- هاي 5 Hit 5

- لنكد إن LinkedIn

- Xing

- ديفاينت آرت Deviantart

- ارتيكيان Artician

2.4.1.2 المفضلات الاجتماعية :

وهي مواقع تسمح بإنشاء مفضلات المستخدم وأرشفتها، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، وهي مفضلة موجودة على شبكة الانترنت، ومن أبرز المفضلات (موقع ديغ) الذي يتيح للمستخدمين إضافة مفضلاتهم ومشاركتها مع الآخرين، مع إمكانية التصويت على الخبر الذي يعجبهم، ليرتفع ترتيبه ضمن باقي الأخبار، وكل شخص بإمكانه أن يصوت على أخبار غيره المتاحة للمشاركة مع الآخرين، كما أن الموقع به إمكانية الوصول للأخبار التي يريد بأسهل طريقة ممكنة.

3.4.1.2 مشاركة الفيديوهات والصور :

وهي مواقع إعلام جديد، تتيح للمستخدم مشاركة فيديواته، وصوره مع أصدقائه على الموقع، ومن أشهرها اليوتيوب.

وتاريخياً، تأسس موقع يوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة paypal وهم chad hurley و steve chen و jawed karim حيث فكر كلا من hurley و chen في بداية 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل احدهما في سان فرانسيسكو وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع، وقد تلقى المشروع في بدايته تمويلاً قدره 11.5 مليون دولار كاستثمار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت في أحد الجراجات.

وفي مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 شهور، وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية، وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار، ويقدم الموقع خدماته حالياً كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل ويع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا. وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب Jawed Karim وهو في حديقة الحيوانات خلال صيف 2006.

كان موقع يوتيوب واحد من أسرع المواقع تطوراً على شبكة الانترنت، خلال سنة واحدة تقريباً كان ترتيبه العالمي في اليكسا الخامس، وفي هذه الفترة كان الموقع يحصل على 100 مليون

مشاهدة يوميا وكان يضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة ، وعدد زواره كان 20 مليون زائر في الشهر، و حوالي 700 ألف زائر يوميا .

4.4.1.2 المدونات والإعلام التدويني :

ظهرت المدونات في 1997 حيث صاغ جون بارغر مصطلح Web Blog ، وبدأت في الظهور الفعلي على الانترنت في 1999 ، وقد ساعدت العديد من الأحداث السياسية على انتشار المدونات بشكل كبير ، ولعل ابرز الأحداث التي أدت إلى انتشار هائل للمدونات هي احتلال العراق في 2003. ويشهد العالم ظهور مدونة جديدة كل 1.4 ثانية بمعنى 84 مدونة في الدقيقة يوميا و 121 ألف مدونة متنوعة في مختلف المجالات ، كما أن هناك رؤساء دول وشخصيات مشهورة لها مدونات بالتساوي مع الأشخاص العاديين دون أدنى تمييز الأمر الذي يعد تجسيدا حقيقيا لديمقراطية الاتصال على الأقل في مكون حق الوصول ، حيث أصبح بإمكان كل فرد استخدام وصنع المدونات وبالتالي أصبح صحفيا ببساطة مما أدى إلى نشوء مفهوم جديد وهو الإعلام التدويني وستعرض لمفهوم المدونات بشكل مفصل خلال المبحث الثاني من هذا الفصل .

2.2 التدوين الإلكتروني

1.2.2 نشأة المدونات، خصائصها، وأنواعها

1.1.2.2 عوامل نشأة المدونات:

في البداية نشير إلى أن أصل المدونات الإلكترونية يعود إلى قائمة الروابط والتعليقات التي كان ينتجها العلماء، ويستخدموها في أبحاثهم، وتعود أول مدونة إلكترونية إلى الصفحة الرئيسية لموقع Tim berner lee في سنة 1989 ؛ حيث كان في كل مرة يضيف له روابط جديدة، وتعليقات مختصرة . وفي تلك الفترة كان يعرف بالموقع، ولم يطلق عليه بعد اسم مدونة، وكانت على موقع <http://infocern.ch> وهدفها التعبير عن مواقع الويب عند أول ظهور لها. وقد بدأ ظهور المدونات على شبكة الانترنت بالشكل الذي تظهر عليه اليوم في الرابع من أكتوبر 1994 عندما ظهرت مدونة ديف وينر Dive Winer مبرمج البرنامج الإلكتروني مانيلا. وكان يهتم من خلال مدونته بكتابة الأخبار وتسجيل ردود الأفعال والتعليق على مجموعة من القضايا . وكان أول ظهور لاصطلاح واب بلوغ Weblog أواخر سنة 1997 من طرف جون بارغر John Barger بموقع Robot Wisdom بينما ابتدع بيتر مارهولز Peter Merholg مصطلح " بلوغ " سنة 1999 وذلك بفصل المصطلح Weblog إلى العبارة

"We blog". وفي هذه السنة سجل Jesse James Carret وجود 23 مدونة على الشبكة¹.

وقد تعددت عوامل ظهور وتبلور التدوين منذ نشأته كما اختلفت الدوافع والرغبة في التدوين من فرد إلى فرد ومن مجتمع إلى آخر، فما قد يصح تأكيده في الولايات المتحدة الأمريكية قد لا نجد له أثرا في ثقافة المدونين في مصر وما هو سبب من أسباب التدوين في مصر قد لا يكون بالضرورة ذاته في البحرين. أردنا بيان هذه النسبية لنتجه أكثر في البحث عن العوامل المشتركة في التدوين والمتمثلة فيما مايلي²:

أ-عولمة الإعلام:

وهذا بتراجع مقولة الاتصال الجماهيري والتي كانت مقدمة للصناعات الإعلامية، غدت مقولة الاتصال الجماهيري -رغم نبلها- مقولة في القهر والتضليل واغتصاب العقول، أما الصناعات الثقافية فهي الاحتكار والتنميط الذي تفرضه الشركات المتعددة الجنسيات التي تستهدف الربح. فنجد بذلك شركة واحدة تملك عدة مؤسسات إعلامية، وهذا ما يحدث مع الانترنت. فقد أصبح المستعمل منا لا يفرق بين البرامج المتشابهة والسبب هو تشابه سياسات التحرير، ففي سنة 1999 كانت توجد 50 شركة تتقاسم 60% من قطاع الانترنت أما في سنة 2001 فقد أصبحت 14 شركة فقط. مثل هذا التمرکز وهذه القطبية، تفقد المؤسسة الإعلامية والاتصالية على حد السواء القدرة على توفير مادة إعلامية متنوعة، وذلك بسبب غياب التعددية في الملكية، ويعتقد صاحب مدونة "جحا كوم" أن المدونة اختراع رائع، يستطيع الفرد من خلالها أن يتفاعل من دون وسيط مع الأحداث ومع الآخرين، وبذلك ستكون المدونة أداة التواصل الإنساني الحر الذي سيكون تدريجيا وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، التي صودر معظمها من قبل القوى السياسية الشمولية وقوات التحالف بكل أنواعها.

¹ □ - سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 82، 83.

² - جمال الزرن : المدونات الالكترونية وسلطة التدوين □ مجلة شؤون عربية، العدد 130 صيف 2007، (تاريخ الزيارة 2015.03.02)، متاح على:

ب- تراجع الثقة في الصحافة التقليدية:

يعتبر فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة حتمية لظاهرة عولمة الإعلام وبروز أقطاب إعلامية دولية كبرى تديرها شركات عملاقة، تحكمها رهانات مالية وسياسية يصعب كشف تماثلاتها. في الأصل تعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفوي وواع عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس طرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الانترنت والإعلام الإلكتروني. واستطاعت المدونات أن تنافس المعلومة الرسمية التقليدية التي تبثها الصحف والإذاعات والمحطات الفضائية، فالكتابة والنشر بالاعتماد على المدونة أسهل على المستوى السيكولوجي من الأشكال الأخرى من التعبير (الصحيفة، الإذاعة....). بحكم أن الكاتب لا يخشى من الأحكام المسبقة، خاصة عندما يكون الهدف هو التواصل مع الأخر. فالمدون هيثم الصباح يعتبر المدونة الوسيلة الأسهل والأسرع للتواصل، بين نبض الشارع والإعلان والساسة. فمنذ عصور لم تتح للبشرية وسيلة بهذه السهولة تمكن أي شخص من إبداء الرأي ونقل الأحداث كما يراها هو، بدون أي تأثير خارجي وبدون خضوعها لمقص الرقيب، وبالتالي فالمدونة هي صحافة المواطن بكل ما لكلمة صحافة من مغزى وأهداف.

ج- دور الشباب:

تنتشر ظاهرة التدوين في أوساط الشباب والتي كانت الفئة الدافعة لشيوع هذا الشكل من التواصل من داخل شبكة الانترنت، بل تكاد تكون ممارسة التدوين حكرا عليه، وقد يكون وراء هذا الانحراط العفوي في فعل التدوين صلة بفقد الشباب الثقة في وسائل الإعلام التقليدية. ويمكن القول أن ظاهرة المدونات ساهمت في تحديد وتشكيل ديمغرافيا الانترنت، وخاصة الإجابة على ذلك السؤال القديم المحير: من هي الشريحة الأكثر حضورا في شبكة الانترنت كفضاء افتراض يصعب تقييمه ومتابعة؟

لقد أظهرت المدونات الإلكترونية على شبكة الانترنت فئة الشباب، وهي تكتب ما يدور في حياتها اليومية من مواقف و آراء و قصص تريد أن يشاركها الناس تفاصيلها. و المدونة تعبير جديد عن ديمقراطية الكتابة، التي كانت و لازالت إلى الآن حكرا على كهول و أصحاب الشهادات العليا بوصفها نشاطا نخبويا، كما أنها أصبحت علامة على ديمقراطية الكتابة بعد أن تحققت ديمقراطية القراءة و خاصة في الغرب، فالشعوب الغربية قياسا لشعوب العالم الثالث شعوبا

تقرأ، و بديهي أن تؤدي سلوكيات القراءة إلى سلوكيات جديدة في الكتابة ما إن وفرت الانترنت الفرصة لذلك، فشباب المدونات و من خلال انخراطهم في هذا الشكل من التعبير عن قضايا الشأن العام و الخاص يريدون إيصال رسالة تقول : عفوا لا نملك بديلا للتعبير عن رأينا إلا المدونات فهي الحل الأول و الأخير المتاح.

د- الخلفية التسويقية :

لا يمكن تجاهل الخلفية التسويقية و التجارية التي يقف و رائها موفرو خدمة التدوين في شبكة الانترنت و شركات الاتصال، فالمدونات -رغم مجانية توطيئها - تحولت إلى مدخل لترسيخ ثقافة الإبحار على شبكة الانترنت و الاعتماد عليها في البحث على المعلومة و الخبر في مجالات أخرى مختلفة. كما تمكن المدونات موفري خدمة التدوين من خدمات الإعلان الموجه للمدونين، و ذلك بحكم تكاثرهم و تعدد اهتماماتهم.

إن استثمارات القرن الجديد، انصببت في معظمها نحو الاستثمار في تقنية المعلومات، و هو ما يستدعى مزيدا من التنوع و الخلق والإبداع في خدمات شبكة الانترنت حتى تكون مربحة. فالمدونات لا يمكن عزلها عن خلفية تسويقية، فهي أحد مجالات اقتصاد الشبكة الجديد.

ه- النكبات :

و من بين العوامل غير المباشرة التي سارعت في تفعيل انتشار ظاهرة المدونات، يمكن ذكر الحرب على العراق التي جذبت اهتمام المدونين و خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما بدأ الجندي الأمريكي "جاسون" في تدوين مذكراته أثناء الحرب، ووضعه لعينة من الصور الرقمية المعبرة عن مآسي الحرب في مذكراته الالكترونية، وكان هذا الجندي قد استطاع أن ينقل معاناتهم و آمالهم، و نجح في تقديم ما لم يلفت إليه الإعلام الأمريكي وهي وجهة نظر المدنيين العراقيين و معاناتهم.

فقد تأسست قبيل اندلاع الحرب مدونات، تدعم من سافر إلى جمعيات و المنظمات المعارضة للحرب و المدافعين عن حقوق الإنسان. خاصة منهم أولئك الذين استعملوا في الحرب كدروع بشرية، فكانت يومياتهم وتعليقاتهم الحية حول ما يستجد في العراق تجذ طريقها لكل العالم، وأصبحوا يتلقون الردود للتدوين و اتجهوا ينشرون على هذه المواقع أخبار الحرب بشكل مستقل عن وسائل الإعلام التقليدية حول العالم. و خلال الأسبوع الأول للحرب على العراق كانت مواقع المدونات أفضل المواقع التي قدمت تغطية مثيرة للحرب، مقارنة بجهات و مواقع

إعلامية أخرى. وقد قدم بعضها تأريخاً يومياً للحرب ووقائعها بالاعتماد على معلومات من شهود عيان و يوميات لأشخاص عايشوا الأحداث.

كما برز الامتياز للمدونات أيضا خلال كارثة "تسونامي" في جنوب شرق آسيا، حيث سبق كتاب المدونات أطوار هذه الكارثة، وغطوا بالتفصيل وبالصور الدمار الذي خلفته، حتى أن العديد من القنوات التلفزيونية قامت بنقل تفاصيل الحدث عن هذه المدونات. كما نجحت هذه المدونات في حث وتحفيز الناس على التبرع، حتى أن هذا الحماس والمنافسة دفع الحكومة البريطانية إلى الرفع من قيمة تبرعاتها على ما كانت الدولة تعتزم تقديمه، نفس السبق حققته المدونات خلال إعصار "كاترينا" المدمر الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية. هكذا أصبحت المدونات وبشكل ملفت إبداعا وتحسيدا إنسانيا غير مسبوق، عن كيف يمكن توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة كأداة يمكنها أن تساعد الرأي العام وبشكل فعال، و مثير في التعبير عن مشاعره حول الحرب والكوارث وعدة قضايا إنسانية.

2.1.2.2 خصائص المدونات :

ليست هناك حتى الآن معايير رسمية للمدونات، إلا أنها تشترك معا في عدة خصائص، و من وجهة نظر المستفيدين أو الزائرين، فإن المدونة هي موقع عنكبوتي يتوافر فيه ما يلي¹:

§ محتوى منظم كمداخل مستقلة، يشتمل كل منها على نص وربما روابط فائقة، ومتاحة جميعا في ترتيب زمني عكسي أي من الأحدث إلى الأقدم.

§ تاريخ زمني لكل مدخل، بحيث يعرف المستفيد متى تم تدوين هذا المدخل على وجه التحديد .

§ سجل أرشيفي لجميع المداخل السابقة، بحيث يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل الزائرين .

هذا ويتوفر في كل تدوينة ما يلي : الترويسة الرأسية التي تحتوي على التاريخ باليوم والشهر، والوقت الذي تم فيه نشر التدوينة بالساعة والدقيقة، وعنوان التدوينة، والمحتوى الأساسي للتدوينة، واسم أو لقب محرر التدوينة والتعليقات المرسله على تلك التدوينة في حالة توافرها .

و يحدد بونوا ديزافوي "Benoit Desavoye" ستة خصائص للمدونات هي:

- تحتوي المدونة على قائمة من التدوينات (المدخلات)، مرتبة ترتيبا كرونولوجيا من الحديث إلى القديم، وتعد العمود الفقري للمدونة وكل تدوينة تحتوي على تاريخ النشر، وعدد التعليقات التي بإمكاننا قراءتها والدخول إليها مباشرة بعد الضغط على العدد.

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 246 .

- الروابط الدائمة: وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة التي على المدونة، فهو ما يسمح لأي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة داخل مدونته، بربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلا من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.

- الروابط المرجعية: وهي روابط تضمن ظهور العنوان، والرابط، ومستخلص النص المكتوب في مدونة أخرى من طرف شخص آخر، ومن شأن هذه التقنية أن تعطي قيمة للمصدر الأصلي للمقالة.

-الأرشفة: كل التدوينات، والتعليقات تؤرشف آليا لمدة يحددها المدون، كما أن الأرشفة تكون في شكل أجندة والترتيب إما حسب الموضوع أو التاريخ وغيرها.

- وجود روابط مواقع صديقة وتسمح هذه الروابط بإيجاد مصادر أخرى في نفس موضوع ما تعالجه المدونة، ومن خلال هذا التبادل ترتبط المدونات ببعضها، وتكون شبكة داخل شبكة.

-التلقيمات في شكل رابط نحو ملف من نوع XML تحمل محتوى الموقع¹.

3.1.2.2 الفرق بين المدونة والخدمات الإلكترونية الأخرى:

أ/ الفرق بين المدونة و المنتديات:

المدونة هي ملك لشخص واحد فقط أو مجموعة صغيرة من الأشخاص. والمسئول عن المدونة يختار مواضيع المدخلات للمدونة. و بما أن المسئول عن المدونة يملك السيطرة الكاملة على ما يظهر في مدونته، فإن المدونة قد تشكل انعكاس شخصي لعمل واهتمامات و أفكار شخص واحد. أما المنتديات لا يتم السيطرة عليها من قبل شخص واحد، فأبي عضو في المنتدى يمكنه بدء موضوع جديد للمناقشة. المنتديات تعتمد على الاستجابة من المجتمع الإلكتروني للمدخلات ليبدأ النقاش، ما يعكس اهتمامات المجموعة بدلا من اهتمامات الشخص. وتتطلب المشاركة في المنتديات تسجيل بعض البيانات الشخصية للمشاركين وبصفة خاصة اسم مستخدم وكلمة المرور وعنوان البريد الإلكتروني وكذلك إعادة تسجيل هذه البيانات كل مرة كتصريح للدخول والمشاركة وان كانت هناك بعض البرامج التي تخفي اسم المشترك كما تخفي كلمة المرور، أما المدونات فيمكن الاطلاع عليها والتعليق على محتوياتها دون تسجيل².

¹ - سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 100، 101.

² - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 227.

ب/ الفرق بين المدونة والموقع الشخصي:

تقوم تقنية المدونات على أفكار طالما استخدمت سابقا رفقة خدمات الانترنت الأخرى، كمجموعات الأخبار ومجموعات المراسلة الإلكترونية ومنتديات الحوار وصفحات المواقع الشخصية العادية، وما يكسب المدونات تميزها بين الكم من التطبيقات هو السيطرة المطلقة لصاحب المدونة أو السجل الإلكتروني على ما يكتب وينشر بمدونته، التي لا يسع أحدا سواه أن يفتح موضوع نقاش بها وبدون أن يشغل باله بمشاعبات غيرهم ومشاركاتهم غير المتعلقة بصلب الموضوع.

وقبل أن نعرض الفرق، فلنبداً بذكر النقاط المشتركة بين الموقع الإلكتروني و المدونة:

- كلاهما طريقة لنشر المعلومات على الإنترنت.

- كلاهما يمكن إنشاؤه والاحتفاظ به من قبل مستخدم يرغب بذلك.

- كلاهما لديه رابط يمكن أي شخص متصل مع الإنترنت الوصول إليه.

فيما عدا ذلك فنحن نتحدث عن أمرين مختلفين تماما.

الاختلاف الأساسي بين كليهما، هو أن المدونات أكثر تفاعلية من الموقع الإلكتروني بكثير. المدونات يتم تحديثها باستمرار بمقالات و مدخلات عادة ما تحمل طابع الوقت والتاريخ. في المقابل فان المواقع الإلكترونية صممت لتكون ثابتة، حتى مع أدوات التصميم المعتمدة على "ما تراه هو ما ستحصل عليه"، فالمعرفة بطريقة التعديل و التحديث للمواقع الإلكترونية لا تزال مطلوبة، كما أن المدونات يتم تحديثها بمجهود أقل بكثير من ذلك، إذا كان لديك مدونة قد قمت بإنشائها من قبل، كل ما عليك فعله هو إضافة مدخلات أو مقال جديد و إضافة صورة، ثم ضغط زر "نشر" أو انشر الإدراج و سوف يتم تحديث مدونتك تلقائياً. لست بحاجة لأي معرفة بأساليب تصميم المواقع أو تحميل الملفات للإنترنت. ومن نقاط الاختلاف الأخرى، إن المدونات تشجع بناء مجتمع الكتروني أكثر بكثير من الموقع الإلكتروني، حتى من تلك المواقع التي تحوي أدوات مثل رسائل الأخبار و دفاتر الزوار.

كما تتميز المدونات عن المواقع الشخصية، بكون تصميم الأولى يتم عبر مستعرضات الانترنت ذاتها وبدون الحاجة لبرنامج منفصل، مما يوفر على مصمميها المال و الخبرة اللازمين لاقتناء برنامج التصميم ولتشغيل المواقع، مع إمكانية إضافة أي عدد من الروابط لصفحة المدونة، مما يتيح وصلها أيضا بعالم الانترنت الزاخر كأى صفحة شخصية أخرى. ويفسر ذلك كله وجود

عشرات الملايين من المدونات عبر الانترنت، يتوقع أن يتضاعف أعدادها يوميا، وبخاصة أن الاهتمام بها لم يعد مقتصرًا على الأفراد فحسب بل على المجموعات وحتى الشركات التي بدأت تلجأ إليها، وإن كانت لها مواقعها المتميزة على الشبكة المعلوماتية.

ج/ الفرق بين المدونات الإلكترونية والمفكرات الإلكترونية:

هناك خلط كبير بين هذين النوعين، ولكن المفكرة هي نوع من المدونة لا أكثر، فالمدونة أوسع بكثير مما نجده في المفكرة.

4.1.2.2 الأنواع المختلفة للمدونات الإلكترونية وتصنيفاتها:

لقد انتشرت المدونات بشكل هائل على شبكة الانترنت ، فمنها من يهتم بالإخبار ومنها ما يهتم يتخصص في مجال معين ، وأخرى تمزج بين مختلف المجالات فهي لا تقف عند نوع معين بل لها أشكال وأنواع وصيغ مختلفة وعديدة وبالتالي من الصعب إيجاد تصنيف متفق عليه للمدونات فهناك من يصنفها حسب الموضوع وهناك من يصنفها حسب الهدف وتصنيف آخر حسب وظائف المدونات .

§ أنواع المدونات حسب الموضوع:

1-مدونات تحتوي على روابط تشعبية: وهي المدونات التي تحتوي على وصلات تشعبية وتعد أول أنواع المدونات التي تم نشرها على الشبكة ومنها جاء اسم المدونة الإلكترونية **weblog** ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الانترنت، التي يرى صاحب المدونة تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرباط .

2-المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية **Online Diary Blogs**

وتتناول هذه المدونات الحياة اليومية للمدون من بداية النهار إلى أن ينام ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

3-المدونات التي تحتوي على المقالات **Article Blogs** :

ويحتوي هذا النوع على عرض تقارير وتعليقات على مختلف الأخبار والأحداث.

4-المدونات العلمية المتخصصة :

وهي المدونات التي تكون مهتمة بجانب علمي محض كالبيئة، أو التكنولوجيا، أو الزراعة، أو غيرها من التخصصات العلمية، وهي غالبا ما تنطلق من منتديات متخصصة يحولها أصحابها إلى مدونات.

5-مدونات تحتوي على صور :

ويحتوي هذا النوع من المدونات على الصور حيث يخصصها صاحبها لنشر صور التقطها بنفسه، أو أعجب بها، أو صور لعائلته أو أي موضوع آخر.

6-مدونات تحتوي مقاطع بث إذاعي Podcastblogs:

وهي تحتوي على مقاطع بث إذاعي تكون في كثير من الأحيان مسجلة من طرف المدون نفسه في شكل برامج إذاعية قصيرة مع إمكانية تحميلها من طرف القارئ.

7- مدونات تحتوي على مقاطع بث مرئي Video castblogs

وتعد من أحد أشكال المدونات، و مثلها مثل مدونات البث الإذاعي إذ تعرض مقاطع فيديو يعدها المدون في كثير من الأحيان في مختلف المواضيع.

8- المدونات المتنوعة :

وهي التي تجمع بين مختلف أشكال المدونات .

9- المدونات الجماعية : ويتم كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص¹.

إلا أن هناك من يصنفها حسب الموضوع بشكل مخالف لهذا التصنيف إلى مايلي:

1-الشخصية : تصف فكرة شخصية يكتب فيها المدون عن تجاربه اليومية بكل جوانبها ويسمح صاحبها في الغالب للزوار بالمشاركة.

2-السياسية : وهو أكثر أنواع المدونات انتشارا وغالبا ما نجد المدونات من هذا النوع بها وصلات لمواقع إخبارية ويضيف المدون فيها تعليقاته على الموضوع السياسي.

3-الإخبارية : توفر الكثير من المدونات موجز للأخبار عن موضوع معين العرب المغتربين في أوروبا، كرة القدم، الاكتشافات العلمية وتكون مصحوبة بوصلات متعلقة بالصحافة أو مواقع الأخبار.

4-التشاركية : تحرر كثير من المدونات من أكثر من شخص عن موضوع معين وغالبها تكون مفتوحة لمشاركة الجميع وبعضها أو أقلها يكون محددًا لمجموعة من الأشخاص.

¹ - حسنين شفيق ،مرجع سابق ،ص ص 231-233 .

5-الموضوعية : وهي المدونة التي تركز على موضوع معين ,وجل المدونات تسمح للمستخدم بإيجاد موضوع ما داخل الموقع ,لذا فالمدونة العامة من السهل أن تصير مدونة تخص موضوع معين وذلك بواسطة المستخدم.

§ أنواع المدونات حسب الهدف:

1-مدونات اليوميات الشخصية: وهي المدونات التي يكتسب فيها المدون تجاربه الشخصية التي لا تهتم العامة، ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة، والسيرة الذاتية، وجمهورها غالبا ما يكون من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين.

2-مدونات الجمهور الخاص: وهي مدونات موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص من التواصل، مثل مدونة مدير شركة يخاطب فيها الموظفين، ويعرض فيها جوانب العمل أو تفاصيل إيجابية أو سلبية في فريق العمل، أو مثل مدونات الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة ويكون هدف المدونة إعطاء أخبار صور وتفاصيل قد تكون عائلية.

3-مدونات التأثير في الرأي العام: وهي مدونات موجهة لجميع الناس وتهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين، إزاء موضوع، أو قضية يتبناها المدون، ويوصف هذا المدون بالمواطن الصحفي، أو المواطن الإعلامي¹.

ويصنف دير ستاين **B.W.Dearstyne** المدونات في خمسة أنواع رئيسية :

-المدونات الشخصية للأخبار والآراء :وهي صحف شخصية ينشئها أفراد للمشاركة في الأخبار المتعلقة بحياتهم وعائلاتهم وتقدمهم الشخصي ، وللتعبير الشخصي عن الذات . وهذا الموضوع أكثر انتشارا في أوساط المراهقين .

-مدونات الأخبار والتعليقات : وتهتم في الأساس بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات ، وفي حالات كثيرة تكون هذه المدونات في مواجهة مستمرة مع ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية من أخبار وتعليقات .

-مدونات الترويج والإعلان و التسويق وخدمات المستهلكين .

-مدونات المال والأعمال والمدونات المهنية : وتشمل مدونات المديرين التنفيذيين والمهنيين وتقديم تفسيرات للأحداث ذات الصلة بنشاط الشركة أو المؤسسة .

□1- سهيلة بوضياف ،مرجع سابق، ص 107.

-المدونات المؤسسية الداخلية : وتستخدم داخل المؤسسات لتبادل الرؤى ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين¹ .

§ التصنيف حسب وظائف المدونات :

وهذا التصنيف ينطبق فقط على المدونات غير الشخصية أو المدونات العامة التي تستهدف الجماعات أو فئات جمهور المتلقين طبقا لاهتمامها والوظائف التي يراها المدونون من إنشائها وعرض الرسائل والمداخلات التي ترتبط بهذه الوظائف:

-مدونات الشأن العام والقضايا الداخلية .

-مدونات المشاركة السياسية والحزبية .

-المدونات الأدبية والفنية .

-مدونات التسلية والترفيه .

-المدونات التعليمية .

-مدونات الترويج والإعلان وخدمات المستهلكين .

-المدونات المؤسسية والعلاقات العامة .

-مدونات الاقتصاد والمال والأعمال .

-المدونات المهنية² .

§ وهناك تصنيف للمدونات من حيث نوع الوسائط بداخلها ، قسمت إلى³ :

-المدونات الصوتية« Podcast blogs »

-المدونات المرئية « vblog »

- مدونات الصور « photoblog »

-مدونات الموبايل « moblog »

¹ - محمد عبد الحميد، المدونات:الإعلام البديل، مرجع سابق، ص73.

²-المرجع نفسه، ص 79.

³□ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 239.

2.2.2 تطور المدونات والتدوين الإلكتروني في العالم

في البداية نشير إلى أن ظاهرة المدونات تطورت عبر ثلاثة مراحل ،حسب دراسة قدمها الباحث "جمال الزرن" لمجلة الشؤون العربية على النت و هاته المراحل هي كالتالي¹:

§ المرحلة الأولى:

حيث انطلقت المدونات في منتصف تسعينيات القرن الروحي، مع المدون الأمريكي "جورج بار غرني" عام 1994 مع موقع "دراحجربورت". وهو من كان وراء نشر فضيحة "مونيكا لفن سكي" السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق "بيل كلنتون" سنة 1994م.

§ المرحلة الثانية:

أو الميلاد الحقيقي للمدونات خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين. وبدأت المدونات تكتسب شيئا فشيئا قدرتها بعد هجوم شنه عليه المدونون، إثر تصريحات أطلقها Trent lott على التأثير، كما ظهر أن الغزو على العراق سنة 2003 كان سببا آخر في انتشار المدونات، في حين أطلق عليها البعض اسم "مدونات الحرب العنصرية". ومنذ ذلك الحين انتشر التدوين وأصبح وسيلة اتصال شعبية ومؤثرة، فقد ظهرت مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها "آنستا بوندت".

أما عام 2003 فقد أصبحت فيه المدونات وسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية. ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال "هوارد دين". وغطتها مجلات شهيرة كمجلة "فوربس" في مقالات لها. كما كان استخدام معهد "آدم سميث" البريطاني لهذه الوسيلة دوره في تأصيلها.

§ المرحلة الثالثة:

هي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004م، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجارا كبيرا ابتداء من سنة 2005م. فقد بدأت تظهر مجموعة جديدة مميزة على شبكة الإنترنت، تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة و البوابات و المواقع الشخصية، بها وصلات مشتركة استطاعت أن تفرض نفسها، لتتكاثر بسرعة ملفتة، ليصل عددها في نوفمبر من سنة 2000م إلى 1.2 مليون مدونة، حسب إحصائيات الموقع الخاص

¹- جمال الزرن ، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين ، مرجع سابق.

بالمدونات. وقد استنتج هذا المحرك أن نسبة نمو هذه المواقع تفوق بكثير بقية أصناف مواقع الانترنت، وتشير إحصائيات 2006م إلى وجود أكثر من 50 مليون مدونة في العالم. وقد أشارت دراسات السوق -وفقاً لموقع Zdnet الألماني- "أن عدد هذه المدونات الشخصية التي يتم إنشاؤها يتزايد بشكل سريع حول العالم، حيث تشير آخر إحصائية أن هناك الآن ما يقرب من 27 مليون مدونة شخصية حول العالم، أغلبها أشبه باليوميات الشخصية التي تجذب قليلاً من القراء.

1.2.2.2 التدوين الإلكتروني في العالم الغربي:

أ/التدوين الإلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية :

يقدر مشروع " بي و للإنترنت والحياة الأمريكية"، زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات بنسبة

58% عام 2004 م، ليصل العدد الكلي إلى حوالي 32 مليون قارئ، ويفيد "مشروع الامتياز في الصحافة" التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك، أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار. كما أفادت إحدى الدراسات الحديثة أن حوالي 11% من المستهلكين على الخط المباشر online consumers يقرؤون المدونات بصفة شهرية على الأقل، وأن هذا العدد آخذ في الازدياد بسرعة. ويؤتوقع أن ثلثي الشعب الأمريكي سيقرؤون تدوينة على الأقل مرة كل شهر عام 2012. حسب مؤسسة eMarketer .

وفي دراسة جديدة لمركز " بي و " اتضح أن نسبة الذين يديرون مدونة خاصة بهم ارتفع من 7% من مستخدمي الانترنت الأمريكية كان سنة 2007 إلى 11% سنة 2009. وفي ما يتعلق بالإعلام، يرى البعض أن المدونات الأمريكية بدأت تحدث أثراً في الحياة العامة في الولايات المتحدة على عدة أصعدة، سياسية، اجتماعية وإعلامية، وذلك عبر نشرها لتقارير حول أخطاء القادة السياسيين، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المرسلون بكتابة تقاريرهم. ومن ثم فإن محرري المدونات غدوا مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء مهم من وسائل الإعلام الرئيسية، وازداد من ثمة حضور المدونات في الولايات المتحدة وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب مع التلفاز والإذاعة والصحف. وقد أظهرت الحملة الرئاسية الأمريكية عام 2004

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

الأهمية والانتشار المتزايد للمدونات، فالمرشحان الديموقراطيان هاوارد دين وويزلي كلارك كلاهما استخدمتا المدونات من أجل كسب المؤيدين والتبرعات. وكان المرسلون يعتمدون بانتظام على مدونة دين Dean في سرد الأخبار المتعلقة بحملته الانتخابية، بعد ذلك تم رصد 35 مدونة أمريكية كصحفيين من أجل الاتفاقية الوطنية الديمقراطية Democratic National Convention.

وفي ما يلي ثمانية من أبرز وأهم البرامج ومواقع استضافة المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية¹:

جدول رقم 01 : أهم البرامج ومواقع استضافة المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية:

النشأة	مخترع الخدمة	رابط الموقع	مجهز الخدمة
أوت 1999	Meg و Evan Williams Hourihan	www.blogger.com	Blogger
-	-	www.pmachine.com	Expression Engine
مارس 1999	المدون المشهور Brad Fitzpatrick	www.livejournal.com	Live Journal
-	-	www.sixapart.com/movabletype	Moveable Type
-	-	www.spaces.msn.com	MSN Spaces
-	-	www.typepad.com	TypePad
-	-	www.wordpress.org	Word Press
-	-	www.xanga.com	Xanga

ب/ التدوين الإلكتروني في أوروبا :

في أواخر عام 2004 دعت القناة التلفزيونية الفرنسية M6 مستخدمي الإنترنت في فرنسا إلى إنشاء مدونات على موقعها الإلكتروني ، وفي نفس الفترة تقرىبا قامت جريدة le monde بتقديم اقتراح مشابه لمشركيها . وفي هذه الفترة بالذات كان موقع Skyrock المستضيف للمدونات، والذي انطلق عام 2003 فقط، يسجّ حوالي مليون مدون فرنسي على صفحاته.

¹ - نجود زعيم ، مرجع سابق ، ص ص 100 ، 101.

إن جل المدونات الشخصية التي أنشأها الفرنسيون، على سبيل المثال، في شهر ماي 2005 كانت

ولىدة حركة احتجاجية على الدستور الأوروبي وعلى وسائل الإعلام الفرنسية الكبرى التي سارعت في الترويج ومباركة هذا الدستور، في آن واحد، حتى أن بعض الباحثين وصفوا المدونات بأنها "صحافة المواطن".

وتشير الإحصائيات في فرنسا إلى أن النساء يمثلن 54% من المدونين (أكتوبر 2005) (فقد زار مدونة Enya Sims وهو موقع أنشأته وتديره فتاتان فرنسيتان ينشر مذكرات فتاة افتراضية، أكثر من 400 ألف زائر خلال شهر ماي 2006 وتصفحوا أكثر من 2.7 مليون صفحة. وفي فرنسا أيضا، يتصفح سبعة ملايين فرنسي المدونات و إلى حدود الثلاثي الأول من سنة 2006 أنشأ أكثر من ثلاثة ملايين فرنسي مدونات إلكترونية في بريطانيا، تعتبر المملكة أول الدول الأوروبية استفادة من الاتصال السريع بالانترنت، رفقة ألمانيا و إيطاليا، لذلك فإن نمو وانتشار التدوين الإلكتروني في هذا البلد مرتبط بهذه الخلفية الريادية.

لا توجد أرقام دقيقة بخصوص عدد المدونات البريطانية، فالأعداد تخمينية فقط ككل الإحصائيات

الخاصة بالمدونات أو المدونين في العالم وذلك لصعوبة حصر الظاهرة ولوجود مدونات يتم إنشاؤها ثم هجرها. ضف إلى ذلك فإن هناك مشكلة أخرى خاصة بالتدوين البريطاني وهي استعمال اللغة الإنجليزية من أجناس عدة ومن مجهزي الخدمة عبر العالم مما يصعب تمييز البريطاني منها. ومع ذلك فإن رايلي Riley يقدر عدد المدونين البريطانيين في جويلية 2005 ب 2.5 مليون مدونًا.

وبناء على موقع **The Truth Laid Bear** لرتيب المدونات فإن تيم وورستال TimWorstell

وهو أحد المدونين البريطانيين الأكثر شعبية، لا تتجاوز الزيارات اليومية لمدونته سوى ألفي زائر وهو رقم ضئيل جدا مقارنة بالمدونات الأمريكية الأكثر شهرة التي يبلغ متوسط الزيارات لبعضها حوالي 160.000 زائر يوميا. ويفسر بول برجر Paul

Berger هذا التفاوت بين النسبتين لقوة المؤسسات الإعلامية الأمريكية مقارنة بالبريطانية، حيث يعتبر أن المدونات الأمريكية استمرارية لخط الموضوعية والحداثة الذي يتسم بهما الإعلام الأمريكي¹.

ج/ التدوين الإلكتروني في آسيا :

هناك العديد من النماذج المهمة في التدوين الإلكتروني في قارة آسيا على غرار التجربة اليابانية والصينية والإيرانية لكننا سنركز على هذه الأخيرة لما أخذته من اهتمام كبير على الصعيد الإعلامي ولكونها تجربة في بلد إسلامي أيضاً:

ظهرت أول مدونة إيرانية في سبتمبر 2001 من قبل سلمان جريري (Salman Jariri) وهناك من يرى أن أول مؤلف مدونة باللغة الفارسية هو حسين دىرخشان عندما أطلق موقعه في ديسمبر عام 2000 وذلك من خلال إجراء بعض التعديلات في هيئة برنامج Blogger ليتمكن من الإرسال والنشر باللغة الفارسية وهو ما لم يكن ممكناً من قبل بالنظر لصعوبة استخدام مجموعة الحروف الفارسية.

هكذا بدأت موجة التدوين في إيران، حيث نشر حسين دىرخشان دليلاً لإنشاء المدونات، وهو يقول

عن هذا الدليل " لقد نشرت الدليل البسيط الذي يشرح طريقة ذلك خطوة خطوة في 5 نوفمبر 2001 وتمنى أن يستطيع 100 شخص البدء في كتابة مدوناتهم في غضون سنة واحدة. ولكن بعد مرور شهر واحد أصبح لدينا بالفعل أكثر من ألف مدونة باللغة الفارسية. كان ذلك أمراً لا يمكن تصديقه".

خلال السنوات الأولى فقط تجاوز عدد المدونات الإيرانية 10000 مدونة والفضل في ذلك يعود

إلى خدمات التدوين الإيرانية، ولأن معظم المدونين الإيرانيين الأوائل يحملون رؤى وتوجهات سياسية، أصبح التدوين معروفاً كوسيلة للتعبير السياسي. وقد تمكن العديد من هؤلاء من الجهر بأرائهم والوصول إلى كم متنوع من الأخبار والآراء ويركز

□¹ - المرجع نفسه، ص 102، 103.

كثير منهم على موضوعات لىس مسموحا للناس بمناقشتها بحرية في وسائل الإعلام الإيرانية مثل العلاقات، الجنس، الثقافة والسياسة.

وبعد عام 2003 ، تغىّر هذا المفهوم تدريجياً بعد أن تقدمت أنواع أخرى من التدوين كالتدوين عبر الفيدوى والتدوين المصور وتدوين البودكاستى نغ أو الصوت..

وقد وصل عدد المدونات في كل أنحاء العالم 70 مليون مدونة، وفقاً للحصر الذي أجراه محرك البحث تكنولوجياتي في أبريل 2007 ، بزيادة قدرها 8.22% عما كان عليه الحال في نوفمبر 2006 وتوضح هذه الأرقام تزايد عدد المدونات حيث وصل عدد المدونات الجديدة في سنة 2007 إلى إطلاق 84 مدونة في الدقيقة الواحدة أي ما يعادل إنشاء 1.2 مدونة كل ثانية¹.

2.2.2.2 التدوين الإلكتروني في الوطن العربي :

بدأ التدوين في الوطن العربي سنة 2004 من خلال بعض مستخدمي الإنترنت المطلعين على المواقع الأجنبية، والذين استهوتهم التجربة فقرروا محاكاتها، وهكذا ظهرت أولى المدونات العربية باللغة الإنجليزية في المشرق، وباللغة الفرنسية في المغرب العربي، وقد اتخذ معظم المدونين آنذاك من موقع blogger التابع ل google محطة انطلاق لهم؛ إذ كان أشهر موقع يوفر هذه الخدمة . وقد كان أول ظهور وانتشار للمدونات في شكل دفاتر يومية شخصية للمراهقين يسجلون فيها

خواطرهم، وأطروحاتهم، واهتماماتهم، وتفاصيل حياتهم . وبعد ذلك وبوقت قصير قامت المواقع العربية باستحداث خدمات التدوين، وتوفير المساحات للمستخدمين، فاتحة بذلك باباً واسعاً لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت معلنا عام 2005 عاماً عربياً للتدوين؛ حيث فتحت مواقع مكتوب، جيران، وأكتب، مجالات لخدمة التدوين وتبعثها العديد من المواقع العربية الأخرى.

ومما ساعد في انتشار التدوين العربي هو ما قام به المدون " سردال " من الإمارات العربية المتحدة، حيث قام بترجمة النسخة الإنجليزية من البرنامج الشهير ورد بريس "Word press" وهو أحد البرامج الشهيرة للتدوين، وجعله متاحاً للمستخدم العربي، ثم قام بعد ذلك بإنشاء سلاسل تعليمية من أجل نشر ثقافة التدوين.

وقد كانت هناك أحداث ومحطات هامة عرفت بالمدونات للعالم العربي، وساهمت في انتشار التدوين منها:

□¹ - سهيلة بوضياف ،مرجع سابق ،ص88 .

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

- سلسلة من المقالات للصحفي جهاد الخازن في جريدة الحياة اللندنية واسعة الانتشار عن التدوين والانترنت في العالم عموما مع التركيز على العالم العربي في بداية 2006 .
 - إشارة الكاتب الصحفي محمد حسنين هيكل خلال لقائه بقناة الجزيرة إلى متابعته، واهتمامه بمدونة " بهية " من مصر فقال " أنا أجد شخصا يكتب باسم مستعار هو بهية ولست أدري من هي لكنني أطلب من مكنتي أن يسلموني مقالات بهية كلما تصدر لأنني أتابعها باعتبار، واحترام أكثر من أي صحفي في أي جريدة .
 - القبض على المدون المصري كريم عامر واعتقاله لمدة 12 يوما من قبل الأمن المصري، والحملة التي صاحبت القبض غير القانوني عليه في نهاية أكتوبر 2005 .
 - حصول مدونة علاء ومنال على جائزة أفضل مدونة من منظمة مراسلون بلا حدود وقيام قناة الجزيرة بتقديم برنامج عن المدونات، ونشرها لخبر فوز علاء ومنال بالجائزة، إضافة إلى تأسيس قناة الجزيرة لرابطة مدونون بلا حدود بهدف رفع مستوى التدوين العربي ويشجع على خوض تجربة التدوين.
 - تنظيم مسابقة خاصة بأحسن مدونة عربية أعطي لها اسم BABA كاختصار لجائزة أفضل بلوغ عربي، أشرف عليها موقع أراب بلوغ.
 - القبض على عدد من المدونين المصريين أثناء حركة التضامن مع القضاة المصريين، وتعذيب أحدهم وهو المدون محمد الشرقاوي خلال شهر ماي 2006 م.
- وتمثل هذه الأحداث محطات هامة ساهمت في زيادة التعريف بالمدونات والمدونين العرب، وجعلت الإقبال على إنشاء المدونات في منحنى تصاعدي، حيث وصل عدد المدونات في الوطن العربي إلى 490 ألف مدونة حتى منتصف 2008.
- وتختلف الموضوعات التي تتطرق إليها المدونات العربية باختلاف ظروف كل دولة، ويعد المدونون المصريون من أكثر المدونين العرب نشاطا سياسيا واجتماعيا، وأكثر مشاركة في الشأن العام المصري، وهو ما أدى إلى اعتقال الكثير منهم بسبب جرأتهم في المعارضة، وكشفهم الأمور المسكوت عنها رسميا، وعلى مستوى الخليج يهتم المدونون البحرينيون بالقضايا الداخلية مثل التمييز الطائفي والحوار حول ظاهرة التجسس.
- أما المدونون المغاربة الذين يدونون باللغة العربية لهم حضور باتخاذهم نهجا مختلفا حيث يحاربون

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

تغلغل اللغة الفرنسية في المجتمع المغربي، من خلال الكتابة باللغة العربية والإصرار على استعمالها مع

الآخرين، وذلك من خلال اختيار أسماء لمدوناتهم الراضة للغة الفرنسية كمدونة " بلا فرنسية " و "خاطبي باللغة العربية يا ابن بلدي" ... الخ

وتشترك الكثير من المدونات العربية في محاور أساسية كالقضية الفلسطينية أو الصراع مع العدو الصهيوني مروراً باحتلال العراق وحرب لبنان السادسة أو الفتنة الداخلية في مناطق الحكم الذاتي الفلسطيني، والبرنامج النووي الإيراني والحرب على الإرهاب، وقضايا حقوق الإنسان والواقع السياسي

العربي ثم القضايا الفكرية، ناهيك عن المدونات الشخصية، المدونات الدعوية الإسلامية، ومدونات تحولت إلى وسائل إخبارية، وأخرى تشكل تجمعات وتيارات، وحركات فكرية أو أدبية أو سياسية، إضافة إلى مدونات موجهة لذوي الاحتياجات الخاصة، وأخرى تهتم بعالم المرأة ناهيك عن مدونات تكتفي بنقل الصور والأغاني والأخبار.

وقد استطاعت المدونات الإلكترونية العربية في فترة قصيرة أن تثبت هويتها بشكل واضح كما وفرضت وجودها على الساحة السياسية، حيث أكد تقرير المركز الدولي لحرية الصحافة ارتفاع عدد المدونات العربية في الأعوام القليلة الماضية بطريقة مثيرة وقال إنه بالرغم مما يبدو من تنوع هذه المواقع فإن بينها قاسماً مشتركاً، وهو أنهم يتميزون بحس نقدي عالي ويشكلون بذلك تحدياً جديداً للسلطات في العالم العربي، وتنبأ التقرير بنمو عدد المدونين خلال السنوات القادمة لتصبح جزءاً من خريطة الإعلام العربي، مشيراً إلى أن ذلك سيحدث بسبب الافتقار إلى حرية الصحافة في قنوات الإعلام الرسمية، وهو ما سيجعل المدونات تحظى برواج أكبر بين المدونين والقراء¹.

3.2.2.2 التدوين الإلكتروني في الجزائر :

شهدت الجزائر اهتماماً متزايداً بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت، فقد كان عدد مستخدمي الشبكة عام 2000 حوالي 50 ألف مستخدماً، ليصل إلى 4 ملايين و مئة ألف مستخدم في جوان 2009 وهو ما يمثل 12% من عدد سكان الجزائر، و 4.8% من عدد مستخدمي الإنترنت إفريقياً.

□¹ - المرجع نفسه، ص ص 88-93.

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

وقد ساعدت الحرية المتاحة على شبكة الانترنت على انتشار التدوين في الجزائر، رغم أنه يعتبر متأخرا نوعا ما مقارنة مع الدول العربية الأخرى، ومما وجه الاهتمام إلى التدوين في الجزائر هي الحملة التي أطلقتها الحركة التكنولوجية تحت عنوان (مدونة للجميع) في بداية سنة 2006 ، والتي تضم عددا من الشباب المتحمسين لنشر ثقافة التدوين الإلكتروني، وتوجت الحملة بإنشاء أول منصة لإنشاء المدونات في الجزائر تحمل اسم (Blog. Dz) والتي وصل عدد المدونات بها بعد سنتين أي في سنة 2008 إلى 7124 مدونة، وعدد القراء إلى 937، 087، 6 ويزور مدونات Blog. Dz يوميا نحو 14.000 زائر يشاهدون أكثر من 40000 صفحة¹.

ويقدم موقع dzblog.com فرصة للجزائريين في إنشاء مدوناتهم الشخصية في أكثر من 50 فئة مثل الـيوميات، مدونات السفر، صور الألبوم، الأحياء والبلديات، الجمعيات، الاقتصاد، الرياضة،

الطبخ، الخ.و إلى غاية عام 2007 نشر المدونون الجزائريون على هذا الموقع 18000 تدوينة في مختلف المجالات وبلغات ثلاث هي: العربية، الفرنسية والأمازيغية وأنشئت على حواله حوالي 4000 مدونة وزار الموقع مليونين و مئتي ألف زائر (2.200.000) وفق ما أوردته الحركة التكنولوجية في تقاريرها.

ووصل عدد المدونات بالموقع في عام 2008 إلى 7124 مدونة، ويزور هذه المنصة يوميا نحو 14

ألف زائر يشاهدون أكثر من 40 ألف صفحة. غير أن هذه المنصة لم تتمكن من السير بنفس الحركة والحياة في السنوات الموالية حيث أصبحت تعاني من العديد من المشاكل التقنية وأصبح من الصعب

بمكان فتح أي رابط يحمل عنوان المنصة.

وفي الفاتح من نوفمبر عام 2007 عرف مجتمع التدوين الجزائري حركة جديدة، ليس على المستوى

التقني هذه المرة إنما على مستوى التواصل والتنسيق بين المدونين الجزائريين، حيث قامت مجموعة من

□¹ - سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 94 .

المدونين بتأسيس " النادي الجزائري للتدوين " وهم :أوهيبة يحيى، بوشنافة لحسن، عبد العزى بن يحيى،

يونس الشىخ، مريامة قيراد، المدونة ب.فايزة، والمدون بن الطاهر. ولعل أهم إنجاز حققه النادي هو تنظي مه لمسابقة مالك بن نبي لأفضل مدونة جزائرية تم تخصيصها الأولى سنة 2011 للمدونات المجانية والتي فاز بها المدون خالد بشير وليد وهو صحفي سابق والجائزة عبارة عن نطاق مستقل كتشجيع من النادي على الكتابة الحرة المستقلة والمحترفة¹.

ويحتوي موقع مكتوب على عدد كبير من المدونات الجزائرية تفوق 12 ألف مدونة سنة 2010، وهي تختلف من حيث المواضيع المعالجة فمنها العامة ومنها ما يعنى بالأدب والثقافة، وغير ذلك من المواضيع كما يتوزع عدد كبير من المدونين الجزائريين على مواقع أخرى مثل جيران، تدوين، Word press ،blogger وغيرها، وقد وجد الكثير من الأدباء والكتاب والصحفيين الجزائريين في المدونات الإلكترونية فضاء لنشر نصوصهم الأدبية بعد أن تعذر عليهم نشرها ورقيا في كتب أو حتى في دوريات، فقد لجأ مثلا الكاتب عمر بوزيبة إلى نشر روايته " قبر يهودي " كاملة على مدونته، ولم يكتب بذلك بل نشر معها قراءتين للعمل نفسه، وأيضا قام الصحفي عمار يزلي بنشر مقالاته على مدونته، وهو احد أهم الكتاب الجزائريين الساخرين والذي عرف بعمود(سيرك عمار)، والكاتب الصحفي كمال قرور الذي سبق له أن أسس دار للنشر وأكثر من صحيفة أسبوعية، لكن ظروف القاهرة جعلته يبتعد قليلا ثم يعود ببعض المشاريع الثقافية النظرية في مدونته التي تحمل عنوان أفكار ضد الرصاص².

وتجدر الإشارة إلى أن المدونين الجزائريين الأكثر تأثيرا هم المتحدثون باللغة العربية والذين يتوجهون بصورة عامة إلى مجتمع اكبر يشمل جميع البلدان العربية ويليهم المدونون بالفرنسية. ويبدو إن الفارق اتسع بين اللغتين مع مرور الوقت نتيجة سرعة وتيرة اتساع قاعدة المدونين بالعربية الذين التحقوا بالتدوين متأخرين مقارنة مع مستخدمي الفرنسية، وتحول بعض هؤلاء إلى

□¹ - نجود زعيم ، مرجع سابق ، ص ص121 ، 122 .

□² - سهيلة بوضياف ، مرجع سابق ، ص ص94 ، 95 .

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

الكتابة بالعربية أو بالعتين معا ،بالإضافة إلى استخدام لغات ولهجات أخرى بنسب معتبرة (بعد العربية والفرنسية) مثل العامية الجزائرية والانجليزية و الأمازيغية (قبائلية ،شاوية ،مزابية ...)¹ . ومن جهة أخرى ،سجلت الجزائر في مجال التدوين محاكمة عبد السلام بارودي 38 سنة، صاحب مدونة "تلمسان ليست للبيع" وذلك سنة 2007 بتهمة القذف إثر رفع أحد المسؤولين المحليين دعوى قضائية ضده، و اتهمه بالقذف على خلفية موضوع " السيتاني يظهر بتلمسان " المنشور في فيفري من السنة نفسها. وتجدر الإشارة إلى أن عبد السلام بارودي هو صحفي في الواقع. ويرى البعض أن عدم وجود حالات ملاحقة للمدونين الجزائريين على غرار عدة دول أخرى مثل مصر وتونس وبعض دول الخليج قد يكون مؤشرا إيجابيا على الحرية التي يتمتع بها الفضاء الإلكتروني الجزائر وعالم التدوين بشكل خاص.

وفي الأخير يمكن القول أن المدونات في الجزائر لا تزال مجهولة نوعا ما، وإن كانت هناك العديدا من المدونات التي أنشأها الجزائريون في مواقع التدوين إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بغيرها من الدول العربية. هذه الوضعية وغيرها من التحديات والحديثات كانت موضوعا للعديد من اللقاءات والملتقيات التي نظمها المدونون الجزائريون بهدف التعريف بهذه الخدمة للجمهور العام أولا وتبادل الخبرات والآراء والأفكار حول سبل تطوير استخدام هذه الوسيلة في الجزائر ثانيا.

أول هذه اللقاءات كان في مقر جريدة " وقت الجزائر " وثاني موعد للمدونين الجزائريين كان ضمن

فعاليات المسرح العربي وعلى هامش هذه التظاهرة الثقافية كان هناك لقاء ودي بين المدونين ثم جاءت دعوة جمعية الكلمة للثقافة والإعلام بالعاصمة لتعطي فرصة أخرى للنقاش والحوار بين المدونين

وتواصلت ولا تزال تتواصل اللقاءات والتشاورات بين المدونين الجزائريين وعادة ما تكون الانطلاقة والفكرة من الفضاء الإلكتروني حيث ظهرت العديد من التجمعات

□¹ - فضيل دليو : تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية المكتوبة 1830-2013 ، (ط 1 ، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر

والتوزيع، 2014)، ص 216 .

التدوينية الجزائرية فنجد مجموعة المدونات الجزائرية على الفاي سبوك والمجموعة البري دية ومرصد مدونات الجزائر وغىرها¹.

3.2.2 دوافع التدوين الإلكتروني واستخداماته، والمدونات من منظور إعلامي

1.3.2.2 دوافع التدوين الإلكتروني:

لما كانت المدونات إحدى وسائل الاتصال الإنساني على شبكة الانترنت ،ومع الاتفاق على فشل وسائل الإعلام التقليدية في تلبية حاجات الجمهور ودوافعه من التعرض إليها ،فان الدافع الأساسي للتدوين وحاجات المدونين والقراء من المدونات هو دعم البديل عن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة للقيام بالأدوار والوظائف التي لم يعد موثوقا فيها في هذه الوسائل².

وفي دراسة لبوني نارددي وآخرين B.A.Nardi ,et al بعنوان لماذا يدون الناس ؟ اكتشف الباحثون خمسة دوافع رئيسية للتدوين هي :

§ توثيق الوقائع والأحداث وصور النشاط المختلفة في حياة الفرد

فالمدونات استخدمت بواسطة الكثيرين كسجل للإعلام والتوثيق، وفسر احد الاستشاريين التكنولوجياين مفهوم blog على أنها اختصار لـ « Be-log » لأنه يعتقد أن التدوين كان يستخدم لتسجيل كيانه ووجوده ،واستخدم التدوين بعد ذلك لتسجيل حالة زوجته الصحية عندما مرضت ،بالمحتوى المكتوب والصور .ويرى أن التدوين بجانب انه وسيلة للاتصال فانه يستخدم للاحتفاظ بأحداث العائلة والأصدقاء جنباً إلى جنب.

§ التعليق والشرح والتفسير وعرض وجهات النظر وليس مجرد المحادثة فقط :

ويرى البعض أن التدوين متنفس للتعبير الذاتي في الديمقراطيات ،فهم يؤكدون أنهم يدونون للتعبير عن موضوعات يرون أنها مهمة ،ومجال لتغيير أو بناء مدركات الناس حول الموضوعات ،مع روابط لمناقشات أخرى حول الموضوع .

§ التنفيس أو التطهير العاطفي :

المدونات تدعم العمل خارج القضايا التي يرى المؤلف أنها استحواذية أو انفعالية ،وتعطي الفرصة للقراء والمدونين التعبير عن أنفسهم بالكتابة إلى آخرين والتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم .

¹ □ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص ص 124، 125.

² □ - محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، مرجع سابق، ص 91.

§ مجال للتأمل والاستغراق في التفكير (التفكير بالكتابة) :

فالتدوين يتيح للقارئ أو المدون المشارك اختبار أفكاره من خلال كتابتها للآخرين، خصوصا إذا ما كان يملك شيئا يمكن يقوله حول ما قرأه في الأخبار أو الجريدة أو حتى الجريدة الجامعية . والتدوين يشجع على الكتابة خصوصا إذا ما كانت الكتابة ضرورية للممارسة المهنية.

§ التدوين كمنتدى جمعي :

إن التدوين يمكن أن يدعم التجمعات ولكن ما يميز المدونات أنها تدعم تقديم المعلومات مع التفاعلية. وقيمة المدونات أن المدونين يمكن أن يرسلوا أفكارهم بدون حساسية من الأشكال الأخرى للاتصال.

وفي رؤية نقدية لأنتون زيكر A.Zuiker ، اعتبر فيها المدونات ثورة النشر المصغر التي تسمح للأفراد من خلال طرق بسيطة وغير مكلفة للوصول إلى ملايين القراء . وفي إجابة على السؤال لماذا نكتب المدونات أجاب "زيكر" بالآتي :

- للتعبير عن الذات

- للإعلام بالقصص والوقائع

- المشاركة والتواصل مع الآخرين.

- الكتابات الأدبية والإبداعية

- للتعليم

- بالإضافة إلى أنها مصدر جيد للصحافة ومواقع الانترنت .

وبصفة عامة يرى "زيكر" بأن الفرد يكتب لأي سبب يراه .

وهذا بداية يشير إلى تعدد الدوافع والوظائف الخاصة بالمدونات ، وهو ما أدى إلى انتشارها بهذه السرعة¹ .

وإذا ما حاولنا تصنيف الأسباب الكامنة وراء المدونات الإلكترونية خصوصا العربية وهذا حسب دراسة للباحث "جمال الزرن" تم نشرها في مجلة الشؤون العربية، ويمكن تلخيصها فيما يلي²:

¹ - المرجع نفسه ، ص 96 ، 97 .

² □ - آمنة نبيح: المدونات الإلكترونية العربية بين التعبير الحر و الصحافة البديلة ؛ الموقع الإلكتروني لبوابات كنانة أونلاين ،

(2014/12/28) ، متاح على >

أ- حرية التعبير: يعتبر التضييق المتواصل على حرية التعبير من طرف الحكومات العربية وبعض الجماعات غير الرسمية، سببا أساسيا لانتشار ظاهرة التدوين. إذ يعتبر الفاعلون في فضاء التدوين فئة اجتماعية ذات مستوى تعليمي معتبر، و يظهر ذلك جليا في أن أغلبهم غير راض عن المادة الإخبارية المعروضة. وخاصة تلك التي توفرها مؤسسات الإعلام الحكومية، فهم يطالبون بسقف أعلى من الحرية في التعبير عن آرائهم، ويساهمون في تحذير مبدأ حرية التعبير عن الرأي، و ثقافة النقد السياسي والاجتماعي عبر الاتصال الإلكتروني.

ففي ظل عجز الإعلام التقليدي في تحقيق ما تصبو إليه هذه الفئة في الدول العربية، ومن خلال ما توفره شبكة الانترنت من مرونة، فإن هؤلاء المواطنين (المدونون الإلكترونيون) قادرون على تجاوز عقبة الإجراءات الحكومية الصارمة التي تمارس لتقييد حرية التعبير عموما وحرية الصحافة بصفة خاصة.

في هذا السياق، يرى أحد المدونين الإلكترونيين العرب من المغرب، صاحب مدونة "بلا فرنسية"، أن المدونة بالنسبة له هي: " أداة لحرية الرأي ودمقرطة الإعلام... فلست بحاجة إلى تصريح ولا تمويل وشهادة جامعية لأقول رأيي في أي موضوع أشاء".

ب- سهولة النشر الإلكتروني: تعد صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية أحد أهم أسباب التدوين، فالمدونات تعتبر عند المدونين إعلانا عن نهاية صحافة الطباعة والنشر. بمفهومها الكلاسيكي الورقي، الذي مازالت تقننها قوانين المطبوعات ذات الروح الرقابية كما هو الحال في جل الدول العربية. ومن هنا تظهر أهمية المدونة كإلوسيلة الأسرع والأسهل والأكثر أمنا لنشر المواضيع، خصوصا تلك التي تمنع من النشر في الوسائل التقليدية بسبب العادات والتقاليد، أو بسبب القوانين والأنظمة التي تمنع نشر كل ما لا يعجبها، والتي تمثل كشفا للمستور في الممارسات الخاطئة المتوارثة أو المكتسبة، فمع المدونات لا وجود للرقيب الحكومي و لا حاجة للتصريح والإذن المسبق.

ج- قضايا الشأن العام: تكاد تكون المدونات عبارة عن صورة سوسولوجية حية، تعكس الواقع الدولي والعربي في كل قطر، فهي فضاء رافض ومناهض يتجه إليه المهتمون سياسيا، وهي ليست بالضرورة فضاءا اتصاليا يقبل ثقافة الإجماع. فهي تأخذ من قضايا الشأن العام مجالا، ومن تفاصيل الحياة اليومية ملاذا لها.

ولقد ساعدت المدونات في إظهار مسألة الشأن العام على السطح الافتراضي، لارتباطها بالحركات السياسية الداعمة للديمقراطية في العالم العربي، من أجل توفير سقف أعلى من التفاعل الاجتماعي و السياسي على شبكة الانترنت. وخاصة الدعوة إلى الشفافية و الديمقراطية الشعبية و التداول على السلطة و محاربة الفساد و الإقصاء. وبذلك خلقت المدونات أسلوباً جديداً في التفاعل مع الشأن العام و ممارسة العمل السياسي.

د- إظهار القيم الفردية: إن طبيعة الكبت و العنف و القهر الاجتماعي و السياسي و الثقافي الذي يعيشه الشباب العربي على وجه الخصوص، والفراغ القيمي الذي يعانون منه مع وجود استثناءات، مكن التدوين من إظهار عدة قيم، كونها تسجيل للسلوك اليومي الفردي و ما يحمله من حقائق مؤلمة و أحزان و خيبات و أفراح و انتصارات ذاتية، و تعتبر المدونات العربية منهل خصب لآراء غير مألوفة في المجتمعات العربية، منها ما هو سياسي و اجتماعي و ثقافي و عرفي و غيرها من المواضيع. بالإضافة إلى كون الإنترنت فضاء للتواصل و الأخبار و التجارة و العلوم و غيرها من المعارف و الخدمات، وهي في نفس الوقت فضاء اتصالي لدعم حرية الفرد و ذاتيته، وبذلك فقد أصبح بإمكان الفرد أن يتحول إلى مؤسسة اتصالية مستقلة عن المؤسسات التقليدية الرسمية المتعارف عليها (صحافة، تلفزيون، إذاعة،..).

2.3.2.2 استخدامات التدوين الإلكتروني:

أ/ المدونات الإلكترونية والنشاط السياسي: يقول بعض المحللين السياسيين: إن لجوء الساسة لاستخدام الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة، كالمدونات الإلكترونية، يعود إلى انخفاض أسعارها، وسهولة إجادها على شبكة الانترنت، و يستعمل الساسة المدونات، عادة، للتواصل مع الناخبين والرأي العام. وتشكل المدونة في هذا الاتجاه وسيلة ناجعة لتجاوز الوساطات التقليدية الإعلامية والحزبية.

ومن الأمثلة التي تعكس الدور العميق للمدونات السياسية، ما قامت به بعض هذه المدونات في العالم العربي من فضح لبعض التجاوزات التي حدثت خلال الأعوام القليلة الماضية في بلدان عربية مختلفة ودعم الحركات التحررية في هذه البلدان، منها على

سبيل المثال كشف محاولة أحد المرشحين البرلمانين في دولة الكويت شراء أصوات الناخبين من خلال الاستشهاد بشهود عيان على هذه الواقعة¹.

ب/ المدونات الإلكترونية وسيلة تعليمية:

تعد المدونات من خدمات الانترنت الحديثة التي تستغل في التعليم فهي مفيدة للطلبة؛ لأنها تسمح لهم بالعمل بها في أي وقت، ومن أي مكان مادام الفرد يمتلك جهاز حاسوب ويتوفر لديه الاتصال بشبكة الانترنت، فهي تتميز بكونها سهلة الاستخدام، وتصميمها مرن وقابل للتغيير بكل سهولة حسب رغبة الشخص، كما أن التصنيف الزمني للمواضيع بها يحدث بشكل تلقائي.

ومن بعض تطبيقات المدونات في التعليم:

1. تستخدم لإدارة مشاريع الطلبة.
2. وسيلة لإدارة حلقات النقاش من خلال طرح المواضيع والتعليق عليها.
3. المشاركة في العروض التقديمية وتقييم الطلبة.
4. تساعد على العمل الجماعي².

ج/ استخدام المدونات في المؤسسات الاقتصادية:

دخلت المدونات عالم المؤسسات الاقتصادية سنة 2005، حيث عرفت في تلك الفترة 5000 مؤسسة إطلاق مدونات لها أسست من طرف مسيريهها وعمالها، وفي الواقع كانت هذه النسبة ضعيفة

مقارنة مع أنواع المدونات الأخرى، إذ تمثل 1% إلا أنها وبعد ذلك عرفت تطورا كبيرا بعدما كانت تقتصر عليها المؤسسات الكبرى كميكروسوفت، وميكروسيستم، وديزني. وقد جاءت نشأة هذا النوع من المدونات استجابة لأهداف متنوعة خاصة منها الاتصال داخل المؤسسة، ونشر المعلومات بداخلها. فالعديد من المؤسسات تستخدم المدونات لترقية العمل الجماعي والتبادل المعلوماتي بين العمال، فمؤسسة ديزني مثلا كانت تستخدم المدونات لنشر تقارير الاجتماعات.

ولا يقتصر دور المدونات في الاتصال الداخلي فقط بل حتى في عالم الأعمال التجارية، أصبحت

¹ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 72، 73.

² سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 112، 113.

المدونات وسيلة فعالة تفيد الشركات، والمؤسسات في الترويج لمنتجاتها والدعاية لها، إذ ثمة إشارات إلى

أن المدونات تستخدم الآن لبيع المنتجات بمعدلات غير مسبقة، وعلى سبيل المثال فإن صاحبة شركة "خبراء التسويق المؤلفين Author marketing experts" بمدينة سان دييجو قالت أن المدونات كانت أعظم تأثيراً بالنسبة لها من وسائل الإعلان التقليدية المطبوعة، من حيث تأثيرها على مبيعات الكتب¹.

د/ استخدام المدونات في مجال المكتبات :

من أبرز المجالات التي تأثرت بالمدونات الإلكترونية، مجال المكتبات فقد قال هان Hane أن المدونات تعد أمراً طبيعياً بالنسبة للعاملين بالمكتبات، فيما قال هيو Hwwe على ذلك " إن المكتبين ولدوا ليدونوا" ، ومن هنا فقد نشأ نوعان من المدونات في مجال المكتبات هما المدونات الخاصة بالمكتبات، والمدونات الخاصة بالمكتبيين.

و يقصد بمدونات المكتبين تلك المدونات التي ينشئها ويقوم على إدارتها اختصاصيو المكتبات، سواء كانوا تابعين لأحد مرافق المعلومات أو لا ، ويهدف هذا النوع من المدونات إلى :

- الإرشاد إلى مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الشبكة بجميع فئاتها
- التعرف على الاتجاهات والقضايا الحديثة ذات الصلة بمجال المكتبات والمعلومات
- تعتبر أداة للتنمية المهنية للمكتبيين حيث تساعدهم في الحفاظ على حداثة معلوماتهم ذات الصلة بالمجال .

بينما تشير مدونات المكتبات إلى المدونات التابعة لمرافق المعلومات، وتتم إدارتها من قبل واحد أو أكثر من اختصاصي، كما أنه ينبغي أن يكون لها حضور على موقع المكتبة، وتنشأ مدونات المكتبات لسببين هما:

- تفعيل الاتصال بالمستفيدين من المكتبة .
- تفعيل الاتصال بالزملاء من اختصاصي المكتبة².

¹□ - المرجع نفسه ، ص 118 ، 119.

²□ - المرجع نفسه ، ص 122 .

ه/ المدونات كبديل إعلامي :

المدونات أو السلطة الخامسة - كما يطلق عليها البعض - أضحت صحافة بديلة ، حتى وان سلمنا بأنها لا تلتزم " حرفياً " بقواعد وآليات العمل الإعلامي التقليدي ، فإنها تظهر ملامحها إلى العمل الشبكي الجماعي من خلال جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد كبير من الأفراد ، وهو ما يجعلها تؤدي نفس الوظائف الاجتماعية التي غالباً ما ارتبطت بالوسائل الإعلامية التقليدية¹ .

وعلى الرغم من أن الكثير من المدونين قد لا يشعرون بالارتياح عند مقارنة ما ينشرونه بما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية ، فإنه يمكن القول أن هذه المجموعات غير المتجانسة من المدونات ، والتي

تتوزع بين تلك التي يقوم بتحريرها أفراد عاديون ، أو إعلاميون متمرسون ، أو وسائل إعلامية ، يجمعها رابط مشترك يبررّ وسمها " بالمدونات الإعلامية " باعتبارها مصدر إخباري يعنى بتقديم الأخبار ، وهذا هو جانب ومحور اهتمامنا في دراستنا البحثية هذه .

3.3.2.2 المدونات من منظور إعلامي :

في دراسة بحثية قام بها الدكتور رابح الصادق لتبحث حدود العلاقة القائمة بين التدوين والإعلام ، يشير إلى انه يمكن النظر إلى المدونات ، من منظور إعلامي ، كفتحة جديدة من فئات الأخبار و الأحداث الجارية تعمل على جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد كبير من الأفراد . فالتدوين وهو يساءل الفهم التقليدي لماهية الإعلام ، قد أعطى دفعا قويا وبعث حياة جديدة في الرؤى التي طالما تطلعت إلى تحول في نموذج الممارسة الإعلامية في عصر الانترنت . وقد قام الباحث من خلال دراسته بفحص دقيق للمدونات الإعلامية محاولاً تصنيفها إلى فئات تتضمن مجموع ممارسي هذا النوع من التدوين² :

§ مدونات المواطنين :

وهي المدونات التي ينتجها مستخدمو الانترنت ، يطلق عليها البعض العين الناقدة ، وتتنوع بين المعلقين والناقدين لمضامين وسائل الإعلام ، والكتاب المتخصصون ، ومعدّي التقارير الهواة . وتقوم

□ □ 1 - حسنين شفيق ، مرجع سابق ، ص 229 .

2 - المرجع نفسه ، ط 256-250 .

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

هذه المدونات بمتابعة ومراقبة مضامين وسائل الإعلام الورقية والإلكترونية للتنبيه إلى الموضوعات التي نالت حظا قليلا من التغطية ، أو تلك التي تم تهيمشها والكشف عن الأخطاء و التّحيزات التي تضمنتها المواد الإعلامية ، ونقد الحجج الضعيفة التي تقوم عليها الكثير من الافتتاحيات والأعمدة التي يكتبها الإعلاميون .

§ مدونات الجمهور:

المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية، يذهب الكثير من الدارسين للإعلام الإلكتروني إلى أن المؤسسات الإعلامية يجب أن تدمج مدونات الجمهور في مواقعها، كآلية لإشراك المستخدمين والتسويق لعلاقة تفاعلية بينها وبين المترددين عليها . فالفضاء الذي تخصصه هذه الوسائل للجمهور يمكن أن يخلق عنده شعور جماعي بالانتماء ، ويساعد على توسيع دائرة التفاعل بين الإعلاميين والمستخدمين ، وبالتالي تحسين الولاء للماركة الإعلامية والثقة في مضامينها . ويحتاج هذا الصنف من المدونات الإعلامية إلى قراءة أعمق للتعرف على إمكاناته بهدف تقييم نقاط قوته ومكامن ضعفه وعلاقة ذلك بطبيعة العلاقات بين الوسائط الإعلامية وجمهورها .

§ مدونات الإعلاميين: المدونات التي يجرها إعلاميون خارج إطار المؤسسات الإعلامية حيث

انجذب الكثير من ممارسي الإعلام بسرعة إلى المدونات ، حيث تتيح لهم هذه الوسائط مساحات تعبيرية حرة لنشر أفكارهم ورؤاهم حول قضايا من الصعب تمريرها عبر المؤسسات التي يعملون بها فقد منحتهم المدونات هامشا تعبيريا كبيرا ، ومكنتهم من صياغة آرائهم ومواقفهم بطريقة أكثر صراحة، والتحرر من كل المعايير التي تحكم عملهم في المؤسسات الإعلامية التقليدية . ونجد أن الكثير من الإعلاميين يمارسون التدوين كنشاط موازي لعملهم في المؤسسات الإعلامية دون أن يكون هناك أي اعتراض من طرف القائمين عليها .

§ مدونات الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية:

ومن الخيارات الأكثر معقولة بالنسب للمؤسسات الإعلامية التي تطمح إلى استثمار آلية التدوين ، تمكين إعلامييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الإلكترونية . و رغم أن الإشراف التحريري ومراقبة الالتزام بالمعايير الأسلوبية في هذه المدونات يمكن أن لا يكون بنفس الدرجة عندما يتعلق الأمر بالأخبار ، إلا أن رؤساء التحرير غالبا ما يقومون بإجازة هذه التدوينات قبل أن تعرف طريقها إلى النشر . وقد انتشر هذا النوع من المدونات بعد 2005 وإذا كانت المؤسسات

الفصل الثاني : الإعلام الجديد والتدوين الإلكتروني

الإعلامية العربية بكل أطيافها ، لم تجرؤ على خوض هذه المغامرة لأسباب ليس هناك مجال للتفصيل فيها ، فان المثير من الوسائط الإعلامية في بلدان أخرى قد احتفت بهذه التجربة وحفزت إعلامييها على ممارستها . فقد ارتفع عدد المدونات التي تحتضنها الصحف البريطانية الإلكترونية من 7 إلى 118 مدونة وذلك بين سنتي 2005 و 2007 .

وإجمالاً يمكن القول أن المدونات قد ساهمت في ظهور نوع جديد من الكتابة في الوسائل الإعلامية التقليدية، حيث يؤكد الباحث بالنظر إلى التصنيفات التي أوردها إلى أن المدونات كمظاهرة قد تسربت إلى الفضاء الإعلامي عبر مسارات متنوعة ، مؤثرة على مستقبل مهنة الإعلام.

خلاصة :

بعد أن تعرفنا على التدوين ووقفنا عند عوامل نشأة المدونات وخصائصها وأهم أنواعها كما أدرجنا أهم استخدامات التدوين وبدأياته وتطوره عبر العالم في تجارب تدوينية متنوعة من العالم بأسره تأكد من خلالها أن هناك ظروفًا وعوامل عندما تتوفر في أي بلد أو مجتمع تزدهر المدونات ويقتوى تأثيرها فالأمر رهين بالأوضاع السياسية والإمكانات التكنولوجية والطبقة الاجتماعية لكل مجتمع. فبعد أن كانت المدونات أداة لتسجيل حياة الفرد وأفكاره ونشرها في محيط العائلة والأصدقاء، تطورت بعد ذلك لتكون أداة للإعلام والشرح والتعليق في الوقائع والأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها.

وسنحاول في الفصل الموالي التعرف على عالم المدونات باعتبارها شكل من أشكال صحافة المواطن وحدود علاقتها بأخلاقيات الممارسة الإعلامية .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

1.3 نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف

1.1.3 الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام

2.1.3 الأخلاقيات من خلال التشريعات والمواثيق

- الدولية

- الإقليمية

- الوطنية

3.1.3 تطور أخلاقيات المهنة الصحفية

4.1.3 أخلاقيات الصحفي في زمن الميديا الجديدة

2.3 المواطن الإعلامي وأخلاقيات المهنة

1.2.3 - ظاهرة الصحفي المواطن :

1.1.2.3 مفهوم صحافة المواطن

2.1.2.3 المدونات الالكترونية وصحافة المواطن

3.1.2.3 الجدل حول طبيعة نشاط "الصحفي المواطن"

4.1.2.3 صعوبة ممارسة الرقابة على الصحفي المواطن

2.2.3 - البعد الأخلاقي للتدوين الالكتروني

1.2.2.3 الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الالكتروني

2.2.2.3 أخلاقيات التدوين والمدونين

3.2.2.3 الضوابط الأخلاقية للتدوين في الجزائر

تمهيد :

لقد ساهم تعدد وسائل الإعلام الجديد وتنوعها، في إثراء حريات التعبير والرأي والصحافة والنشر، فلم تعد هذه الوسائل حكرا على الصحفيين المحترفين فحسب، وإنما أصبح بإمكان كل واحد من أن يكون صحفيا؛ فظهر ما يعرف بصحافة المواطن التي أتاحت للكثير من الناس التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، وبصورة قد تتجاوز الحدود أحيانا، مما يستدعي ضرورة الاحتكام إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي .

لذلك و خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية، بداية بالأفكار الأولى لمواثيق وأخلاقيات الإعلام والتي كانت انطلاقتها من الدول الغربية ثم تنتقل إلى أهم المواثيق الدولية الإقليمية والوطنية لأخلاقيات المهنة مروراً بتطور أخلاقيات المهنة ووصولاً إلى الشكل الذي أصبحت عليه الأخلاقيات في زمن الميديا الجديدة، بالإضافة إلى تبيان حدود العلاقة بين الصحفي المواطن وأخلاقيات الإعلام وفي الأخير سوف نتطرق إلى الإشكالات القانونية للتدوين الإلكتروني وأخلاقياته وصولاً إلى الضوابط الأخلاقية لهذه الحركة الجديدة من الإعلام في الجزائر .

1.3 نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف

1.1.3 الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام :

إن مفهوم أخلاقيات المهنة ليس مفهوما حديثا، فظهوره يعود إلى عام 1916م في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا عام 1918م حيث سعت إلى وضع مشروع ميثاق لأخلاقيات المهنة بعد الحرب العالمية الأولى وكانت هناك محاولات أخرى في جميع أنحاء العالم¹.

و جاء بعدها بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية عام 1923 متضمنا ست مواد ذات علاقة بالمادة الإعلامية والصحفي . لكن هناك من يعتبر ميثاق قواعد الأخلاق الصحفية الذي أصدره الاتحاد العالمي للصحفيين بواشنطن عام 1926 بداية التأسيس لهذه القواعد التي تدعمت بوثيقة أخرى من الاتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين عام 1931م، وكان من نتائج ذلك إنشاء المحكمة الدولية للشرف المهني عام 1931م، وعقب انعقاد المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة براغ التشيكوسلوفاكية انبثق عنه ميثاق يكرس السلم و الأمن الدوليين عام 1936م، غير أن

¹ - بسام عبد الرحمن مشاقبة، مرجع سابق، ص ص 71، 72.

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحافيين الذي عقد ببوردو بفرنسا عام 1939م شكل اللبنة الأولى "العهد شرف الصحفي" الذي تزامن مع شروع المحكمة الدولية للشرف المهني لتطبيق المواثيق، وتوج بانعقاد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية في المكسيك عام 1942م حيث تم الاتفاق على مجموعة مبادئ ومنها الاعتذار وحق الرد¹.

وفي هذه السنة تشكلت لجنة روبرت هتشنز رئيس جامعة شيكاغو بمبادر من مؤسسة التايمز الأمريكية لدراسة وسائل الإعلام الأمريكية، وبعد خمس سنوات من التقصي توصلت إلى وضع تقرير حمل اسم رئيسها حول مستقبل هذه الوسائل بعنوان (صحافة حرة مسؤولة) صدر عام 1947م حذر من تنامي حرية الفرد على حساب حرية المجتمع مما جعل الكثير من الدارسين يعتبرونه بمثابة ميلاد لنظري "المسؤولية الاجتماعية للصحافة" التي أسست لمواثيق الصحافة، واعتبر الكثير من الدارسين توصيات هذا التقرير بمثابة تأسيس رسمي لأخلاقيات الصحافة بالرغم من أن هناك الكثير من الكتب والأبحاث قد تعرضت إليها في العشرينيات من القرن الماضي، مثل "مبادئ الصحافة" لكسباريوس عام 1924م و "أخلاقيات الصحافة" لنلسون كراو فورد عام 1924م و "ضمير الصحيفة" لليون فلنت عام 1925م و "أخلاقيات الصحيفة" لوليام جيبونز عام 1926م إلى جانب المبادئ الأخلاقية لجمعية محرري الصحف الأمريكية لعام 1922م وجمعية الصحفيين المحترفين لعام 1926م².

ولقد عكبت هذه المحاولات الفعالة التي أحدثت تغييرا في ميدان الممارسة الإعلامية محاولات أخرى في العديد من دول المعمورة فرضتها التغيرات الحاصلة عبر الأزمنة، حيث انتشرت مجالس الصحافة ومجالس الإعلام ومواثيق الشرف في جميع أنحاء العالم فقد انتقلت إلى الهند عام 1958م وفي العالم العربي كانت البدايات الأولى خلال عام 1960م حيث عرفت مصر مواثيق الشرف وكانت أول دولة عربية، وعلى ضوء ذلك انبثق دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب³.

2.1.3 الأخلاقيات من خلال التشريعات والمواثيق :

¹ - عبد العالي رزاقى : المهنة صحفي محترف "قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية" ، (ط1، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر و التوزيع ، 2013)، ص 28.

² - المرجع نفسه، ص ص 29-31 .

³ - عبد الرحمن مشاقبة، مرجع سابق، ص 73 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

باستقراءنا لنظريتي الحرية والمسؤولية الاجتماعية نستشف أهم الأسباب التي جعلت الباحثين والمختصين يفكرون في البحث عن معايير القيم الأخلاقية والإعلامية ،ومن هنا تكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة مقارنة وذلك نظرا لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ودورها المهم في تشكيل اتجاهاته ومعارفه وقيمه وهي أيضا رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب و الحضارات والثقافات والديانات وتغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية، ومن هنا فان أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة خاصة مع ظهور الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من البث المباشر والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ظهر العديد من القوانين والمواثيق سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي¹ .

أ-التشريعات والمواثيق الدولية:

من ابرز التشريعات العالمية التي تستمد منها الأخلاقيات مشروعيتها هي :

● الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948م:

من ابرز المواثيق الخاصة بأخلاقيات الإعلام على المستوى الدولي المادة التاسعة عشر من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 1948 والذي ينص على مايلي

لكل شخص الحق في التعبير وحرية الرأي ويشمل هذا الحق ما يلي :

- حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل
- استقاء الأنباء والأفكار
- تلقي هذه الأخبار وإذاعتها بأي وسيلة كانت دون تقييد بالحدود الجغرافية

● العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية 1966م :

□¹- المرجع نفسه ،ص 95 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

تعد المادة التاسعة عشر من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الذي أقرته الجمعية الأممية عام 1966م ما ابرز التشريعات المتعلقة بأخلاقيات الإعلام وخاصة بما يختص بالحرية والمسؤولية الإعلامية والتي نادى بالحقوق التالية :

- لكل فرد الحق في اتخاذ الآراء دون تدخل
- لكل فرد الحق في حرية التعبير وهذا الحق يشمل حق البحث عن المعلومات والأفكار واستلامها ونقلها بغض النظر عن الحدود إما شفاهية أو كتابة أو طباعة وبأي وسيلة كانت .
- ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة الثانية من هذه المادة و واجبات ومسؤوليات خاصة وعلى ذلك فإنها قد تخضع لقيود معينة .
- وذلك بالاستناد إلى نصوص القانون والتي تكون ضرورية من خلال ما يلي :
- من اجل احترام حقوق وسمعة الآخرين
- من اجل حماية الأمن الوطني أو النظام العام .

وعلى الرغم من وجود العديد من المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية إلا أن هذين النصين من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية قد تم اختيارهما لما يتمتعان بهما من سمعة الالتزام على المستوى الدولي كمرجعية للمنظومة التشريعية الوطنية أو المحلية¹ .

بالإضافة إلى عدة تشريعات دولية أخرى مثل الإعلان الصادر عن اليونسكو عام 1948م وإعلان ميونيخ 1971م والمؤتمر العالمي لحقوق الإنسان في فيينا 1993م وإعلان سانتياغو 1994م والذي تبناه المؤتمر العالمي لليونسكو و مؤتمر صوفيا ببلغاريا عام 1997م... الخ

و بظهور وسائل الإعلام الجديد التي أضحت اليوم منصات لممارسة حرية التعبير و بدء الرأي، ظهر جيل جديد من حقوق الإنسان ، تعرف بالحقوق الرقمية. كما أن انتشار هذه الوسائط وتغلغلها في الحياة اليومية لكثير من الناس وعلاقتها بممارسة حقوقهم وحررياتهم دفع المجتمع الدولي ممثلا في الأمم المتحدة إلى حماية هذه الحقوق والحرريات و تعزيزها.

□¹ - المرجع نفسه ، ص ص 95، 96 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

وفي هذا الشأن أكد مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة في قراره بشأن تعزيز وحماية حقوق الإنسان على الإنترنت، في جويلية 2012، " أن نفس الحقوق التي يتمتع بها الأشخاص خارج الإنترنت يجب أن تحظى بالحماية أيضاً على الإنترنت، ولا سيما حرية التعبير. وحظي هذا القرار بالترحيب باعتباره أول قرار على الإطلاق للأمم المتحدة يؤكد أن حقوق الإنسان في العالم الرقمي يجب حمايتها وتعزيزها بذات القدر وذات الالتزام اللذين تجري بهما حماية حقوق الإنسان في العالم المادي.

ولقد كرس تلك الحماية من جديد ومرة أخرى؛ القرار الذي اتخذته الجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 18 ديسمبر 2013 المتعلق بالحق في الخصوصية في العصر الرقمي ؛ والذي تؤكد فيه الأمم المتحدة " أن الحقوق نفسها التي يتمتع بها الأشخاص خارج الإنترنت يجب أن تحظى بالحماية أيضاً على الإنترنت، بما في ذلك الحق في الخصوصية¹."

ب-المواثيق الإقليمية :

ظهرت العديد من المواثيق الإقليمية الخاصة بأخلاقيات الإعلام نذكر منها :

• الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان والحريات الأساسية 1950م :

كُرس حرية الحق في التعبير والإعلام في الاتفاقية الدولية لحقوق الإنسان والحريات الأساسية لعام 1950 ، فقد ورد بالمادة العاشرة منها على أن:

- "لكل فرد الحق في حرية التعبير ... دون تدخل من السلطات العامة دون ما اعتبار للحدود."²

• الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب (1981م) :

كرس الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب حريات الرأي والتعبير ، حيث ورد في المادة التاسعة منه على أنه :

1- من حق كل فرد أن يحصل على المعلومات

2- يحق لكل إنسان أن يعبر عن أفكاره وينشرها في إطار القوانين واللوائح.

□¹ - رضا هميسي: الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة

الإرهاب ، الرياض ، 2014 ، (تاريخ الزيارة 2015/04/10) متاح على الرابط :

ht t p □ h d □ h a n d l e □ e t □ 23456789 □ 0022

□² - المرجع نفسه .

• ميثاق الشرف الإعلامي العربي:

أقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978 م ميثاق الشرف الإعلامي العربي، وجاء هذا الميثاق تنفيذاً لميثاق التضامن العربي بالدار البيضاء عام 1965، وانطلاقاً من قرارات مؤتمرات القمة العربية والتي استهدفت إيجاد سياسة إعلامية عربية بناءً على المستويين القومي والإنساني . - وقد نصت المادة الثانية عشرة من هذا الميثاق على أن تكفل الحكومات العربية حرية الضمير المهني للعاملين في حقل الإعلام العربي، وتسهل لهم أمر القيام بواجبهم في نطاق روح هذا الميثاق ، وعلى ضوء الأهداف العربية الكبرى المتفق عليها - ونصت المادة الخامسة عشرة على أن حق المؤلف يكفله القانون ، ويتعين وضع التشريعات اللازمة لحماية هذا الحق في الدول العربية كافة¹ .

• ميثاق الشرف العربي الإسلامي:

انطلق هذا الميثاق من ديباجة ومبادئ العمل الإسلامي واشتمل على 16 بنداً وقد اشتملت الديباجة على ما يبرر خصوصية هذا الميثاق لأخلاقيات المهنة والتي تنطلق من منهج الشريعة والسنة، فهو يستمد مشروعيته من الكتاب والسنة والتراث الإسلامي . وارتكز هذا الميثاق على المبادئ التالية :

- إن الإعلام في جوهره هو كلمة طيبة تستهدف الفرد والجماعة
- أن الإعلام حق من حقوق المسلم
- وسائل الإعلام متحررة من أي سيطرة أجنبية.
- التأكيد على قيم الحرية والإبداع
- الصديق على المستوى الدولي من خلال تعميق العلاقات الودية بين الشعوب القائمة على المحبة والتعاون بقصد تكوين مجتمع إنساني متكاتف و متماسك² .

ج-التشريعات و المواثيق الوطنية :

بمبادرة من النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين التي أصدرت بتاريخ 13 أبريل 2000

ميثاق لأخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين احتوى على مجموعة من الحقوق التي يتمتع بها الصحفي في الجزائر بالإضافة إلى عدد من الواجبات التي يجب الالتزام بها تجاه نفسه ومجتمعه.

¹ □ - حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، (ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994)، ص ص152، 153.

² - بسام عبد الرحمن مشاقبة، مرجع سابق، ص ص 231، 232 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

أما على مستوى النصوص التشريعية ، فتحدد المادة الخامسة من القانون الأساسي للصحفيين المتهنين لعام 1968 مما يجب أن يلتزم به من أخلاقيات مهنية كأن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة والإشاعات ويلتزم بالسرية المهني ...¹.

ويعتبر قانون العلام الصادر رسميا بتاريخ 6 فيفري 1986م أول قانون للعلام في تاريخ الجزائر المستقلة بعد أن عانت مهنة الصحافة من فراغ قانوني ، وباعتبار أخلاقيات المهنة توطر لواجبات وحقوق الصحفي ، حيث هناك 68 مادة نصت على الواجبات والعقوبات في حق الصحفي ، في المقابل هناك 17 مادة فقط نصت على حقوق الصحفي والمواطن في الإعلام ، أما المواد التي تخص بصفة مباشرة أخلاقيات المهنة فهي قليلة جدا يمكن حصرها في خمسة مواد ومنها المادة (42) التي تلزم الصحفي بضرورة الاحتراس من نشر الأخبار الخاطئة أو غير الثابتة ومنع نشرها أو السماح بنشرها والاحتراس من استعمال الامتيازات المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية².

و بالنسبة لقانون الإعلام 1990 م والذي يعتبره المختصين في الإعلام من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988م حيث فتح أبواب الممارسة الديمقراطية وحرية التعبير والفكر. وقد حقق قفزة نوعية حيث تكلم عن ملف الأخلاقيات المهنية لأول مرة بصفة صريحة في المادة 40 التي تلزم الصحافي المحترف أن يحترم أخلاقيات مهنته الصحافية بكل صرامة وتخصرها في مجموعة من الواجبات وحقوق واحد . ومن يلقي نظرة على ميثاق أخلاقيات المهنة المصادق عليه في أبريل 2000 يلاحظ أن كثيرا من بنوده مستوحاة مما جاء في هذه المادة .

وقبل المصادقة على ميثاق أخلاقيات المهنة لم يكن لرجال الإعلام في الجزائر أي وثيقة قواعد وأخلاقيات ممارسة مهنتهم وظل مرجعهم في ذلك قانون الإعلام 1990 وبظهور نقابة مستقلة بدأ التفكير في وضع ميثاق أخلاقي وتجسد ذلك في تنظيم يوم دراسي بقصر الثقافة (مفدي زكريا) في فيفري 1999 م حيث اتفق المشاركون على إرساء معالم الميثاق بالاعتماد على التجربة الأوروبية في مجال الإعلام وتكييفها حسب معطيات اجتماعية وسياسية واقتصادية تتعلق بالواقع الجزائري كما واتفق المنظمون على إنشاء هيئة رقابية تتمثل في مجلس أخلاقيات المهنة والذي جمد

¹ - عبد العالي رزافي ، مرجع سابق ، ص 86.

² - نور الدين تواتي : الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، (ط 2 ، الجزائر ، دار الخلدونية ، 2009) ، ص 33 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

بعد أربع سنوات وتم إلغاؤه ، إذ يعتبر من الملفات الفاشلة على كل المستويات بسبب عدم وجود مقر وإشكالية الدعم المالي وعدم إلزامية المجلس حيث اعتبر سلطة معنوية لا قانونية¹ .

وعرفت الفترة ما بين 1990م و2011م مجموعة مشاريع قوانين للإعلام منها مشروع قانون الإعلام 2000م ، وحمل هذا المشروع بعض المبادئ التي نص عليها ميثاق أخلاقيات المهنة- فيما بعد - مثل الاعتراف بحق المؤلف الصحفي ومنحه نسبة من عائدات المؤسسة وضمان حقه بعد وفاته وإعادة إحياء المجلس الأعلى للإعلام والمجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة وقد نشر هذا القانون في جريدة اليوم بعنوان "قانون متعلق بممارسة الاتصال" ارتبط بتقييد السر المهني بطبيعة المعلومات² .

و لأول مرة يمنح المشرع الجزائري صفة الإلزامية لمجلس أخلاقيات المهنة الصحفية في قانون الإعلام 2012 ، بتحميله مسؤولية إصدار عقوبات في حق كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات المهنة حيث نصت المادة 94 على أن ينشأ مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات المهنة وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين ، وتسمح المادة 95 للجمعية التأسيسية تحديد تشكيلته وتنظيمه وسيره ، ويستفيد من دعم عمومي لتمويله وحسب المادة 96 يكلف بإعداد ميثاق شرف مهنة الصحافة والمصادقة عليه³ .

وفي ظل التطورات الحاصلة في علوم الإعلام والاتصال نلاحظ غياب المواثيق الأخلاقية المنظمة لممارسة الصحافة الالكترونية في الجزائرية و الميديا الجديدة على العموم ، رغم أن لها أهمية كبيرة تفوق أهمية القوانين والتشريعات الرديعية، خاصة وأن مضامين تطبيقات الاتصال الجديدة من الصعب ممارسة الرقابة والردع مع ناشريها، وبالتالي فإن التحفيز بمواثيق الأخلاقيات والآداب من الأمور الناجعة جدا لتجنب الممارسات اللاأخلاقية .

3.1.3 تطور أخلاقيات المهنة الصحفية :

مرت أخلاقيات المهنة الصحفية بعدة مراحل هي :

□¹ - المرجع نفسه ، صص 28-29

□² - عبد العالي رزاق ، مرجع سابق ، صص 91-93 .

□³ - المرجع نفسه ، صص 107 .

أ/ مرحلة ما قبل سقوط جدار برلين 1989م:

كان قبل هذه الفترة مفهومان لأخلاقيات المهنة أحدهما مرتبط بالفكر الاشتراكي والأخر بالفكر الليبرالي وكل منهما يقدم تصوره لأخلاقيات الصحافة من خلال علاقة المؤسسات بالسلطة، بحيث إن أخلاقيات المهنة كانت في النظام الاشتراكي مرتبطة بالحزب وأخلاقيات العمل الحزبي ودورها في تعبئة الجماهير باعتبار ان الصحافة وسيلة من وسائل الحزب الحاكم في حين أنها في النظام الليبرالي كانت مستقلة وتدافع عن الديمقراطية بمفهومها الغربي ودور الإعلام فيها كأحد آليات مراقبة السلطة، وأدت الصحافة خلال هذه المرحلة مهمات خاصة في ظل الصراع بين القطبين الاشتراكي والرأسمالي مما جعل مفهوم أخلاقيات المهنة يتباعد فيما بينها .

ب/ مرحلة ما بعد ظهور الانترنت والقنوات الفضائية:

كان من نتائج سقوط القطبية الثنائية بعد الحرب الباردة هي ظهور شبكة الانترنت وانهار النظام الاشتراكي، وانفصال الكثير من دول الكتلة الشرقية عن الاتحاد السوفياتي الذي تحول إلى روسيا، مما جعل وسائل الإعلام تتحرر من الحزب الواحد وتؤدي وظائف جديدة في هذه المجتمعات وتصبح عابرة للقارات، وقد دفع ذلك بأصحاب المهنة إلى التفكير في إيجاد ضوابط مشتركة لأخلاقيات المهنة.

ج/ مرحلة ما بعد أحداث الثلاثاء 11 سبتمبر 2001م:

دخل العالم تحت مظلة أمريكا وهيمنة المؤسسة العسكرية الأمريكية على قرار الأمم المتحدة فتقلص مفهوم أخلاقيات المهنة فيها بعد ظهور سلطة جديدة أطلق عليها اسم (السلطة الخامسة) وهي الإعلام الذي رافق الجيوش الأمريكية في احتلال أفغانستان والعراق بعد أن كان للسلطة الرابعة دور فعال في اتخاذ القرار .

يقول ادموند بروك : " ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف البرلمان ،ولكن هناك في قاعة المراسلين تجلس سلطة رابعة وهي أهم منكم جميعا " .والحقيقة أن مثل هذا التعبير يشير إلى تقسيمات مونتسيكيو للسلطة إلى ثلاثة سلط (التشريعية والقضائية والتنفيذية) ومفهوم السلطة الرابعة هو الرأي العام الذي تحركه الصحافة¹ .

¹ - المرجع نفسه ، ص ص 34-36

وحاليا نتحدث عن السلطة الخامسة حيث يقول الكاتب " فاضل محمد البدراني " : " لم تعد السلطة الرابعة، المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة، قادرة على الصمود أمام احتياح السلطة الخامسة، المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية كفايس بوك، ويوتوب وتويتز والمدونات الشخصية"¹.

4.1.3 أخلاقيات الصحفي في زمن الميديا الجديدة :

تبين التجارب العالمية المتقدّمة أن استخدامات الصحفي للميديا الاجتماعية وتطبيقاتها المتعددة يخضع بشكل عام إلى الموائيق الأخلاقية وآليات المساءلة المتصلة بها. فالصحفي ليس حرا في المطلق في الفضاء الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسين اثنين : انتماء الصحفي إلى مؤسسة حريضة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور من جهة أولى والمسؤولية الاجتماعية للصحفي من جهة ثانية باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. وفي هذا الإطار قامت الفيدرالية المهنية لصحفيي مقاطعة الكيبك في كندا بتطوير ميثاقها الأخلاقي بإدراج مبادئ خاصة بالميديا الاجتماعية تؤكد على الالتزام بالمعايير المهنية العامة التي تطبق على الوسائط الإعلامية الأخرى وعلى الطابع العام لما ينشره الصحفي على مواقع الشبكات الاجتماعية. وينصّ الميثاق أن الصحفي لا ينشر في هذه المواقع الاجتماعية ما لا يمكن له أن ينشره على صحيفته كما يجب عليه أن يلتزم بحماية مصادره على الشبكة والتأكد من مصداقية الأخبار والامتناع عن السرقات الفكرية والإشارة في كل الأحوال إلى المصادر².

وفي بلجيكا نشر مجلس الصحافة استشارة حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية اعتبر فيها أن ما ينشره الصحفيون في هذه يكتسي طابع العمومية ويخضع إلى المبادئ الأخلاقية ذاتها التي يلتزم بها الصحفي في ممارسته المهنية مهما كانت الوسائط. كما قامت العديد من مؤسّسات الميديا بوضع موائيق لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات

¹ فاضل محمد البدراني، الأخلاقيات والإعلام، المستقبل العربي، عدد 385، (مارس 2011م)، ص 50-66.

² - الصادق الحمامي: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر الإماراتية، عدد سبتمبر 2013

متاح على <http://www.aadedmediacom.com/2012/04/8/5/04>

13 (تاريخ الزيارة 2015/03/15)

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

الاجتماعية. وتؤكد هذه المواثيق بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الميديا التقليدية تبقى صالحة في مجال الميديا الاجتماعية.

وعلى سبيل المثال أصدرت البي بي سي "BBC" عام 2011 دليلا خاصا باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في قسم الأخبار **News: Social media guidance** وقد رصد هذا الدليل ثلاث حالات من الاستخدام حدد لكل منها شروطا ونصائح مخصوصة. فإذا استخدم الصحفي مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار شخصي للتفاعل مع أصدقائها (الحالة الأولى). فإن الدليل يطلب منه أن لا يشير إلى انتمائه إلى قسم البي بي سي أخبار. ورغم ذلك فإن سلوك الصحفي ينعكس بشكل أو بآخر على صورة المؤسسة. وفي هذا الإطار الضيق يمكن للصحفي أن يشير إلى أنه يعمل بقسم الأخبار في البي بي سي ويتفاعل مع أصدقائه حول عمله على شرط أن لا يتضمن ملامحه أية إشارة إلى انتمائه إلى البي بي سي وأن يشير إلى أن آراءه لا تعبر عن سياسة البي بي سي.

وفي الحالة الثانية يندرج استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار النشاط الرسمي لقسم الأخبار كخدمة الأخبار العاجلة على سبيل المثال. وهنا على الصحفيين التأكد مما ينشر لتفادي الإساءة إلى مؤسسة البي بي سي أو للصحفي. كما أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يجب أن يخضع لأهداف تحريرية جلية وواضحة.

في الحالة الثالثة يمكن لمقدمي البرامج والصحفيين والمخبرين والناشرين أن يستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار مؤسسي. وقد رصد قسم الأخبار هذه الحسابات في قائمة رسمية. وفي هذه الحالة على الصحفيين أن يكتبوا في مسائل غير شخصية ذات علاقة بمجال اختصاصهم، كما عليهم إتباع الإجراءات التي ينصّ عليها دليل وضع لهذا

هكذا نرى أن مؤسسات الميديا تعالج إشكاليات الاستخدامات المتعاطمة للميديا

الاجتماعية عبر تطوير مواثيق مخصوصة أضحت تشكل بدورها جزء من نوع جديد من

الأخلاقيات الخاصة بالميديا الجديدة يطلق عليها ما يعرف بأخلاقيات الميديا الرقمية **Digital**

Medias Ethics وهي تشمل مجالات واسعة أو مخصوصة بحسب المضامين التي تعطى إليها.

أما في مفهومها الضيق فتشمل هذه الأخلاقيات الجديدة المشاكل والممارسات والمعايير

ذات العلاقة بالميديا الإخبارية الرقمية **digital news medias** والتي تتصل بالصحافة

الإلكترونية والتدوين والتصوير الصحفي الرقمي وصحافة المواطن والميديا الاجتماعية. كما لهذه

الأخلاقيات صلة وثيقة بالطرق التي يستخدمها المهنيون للبحث عن القصص الإخبارية ونشرها والتعاطي مع المضامين التي ينتجها المواطنون. وفي هذا الإطار يرى ستيفين وارد **Stephen ward** أن الرهان الأساسي في هذا المجال الآن يتصل بابتكار ما يطلق عليه الأخلاقيات المندمجة **integrated ethics** في سياق أضحت فيه غرفة الأخبار مندمجة تتفاعل فيها المضامين الداخلية والخارجية التي ينتجها الصحفيون والمواطنون والمدونون والمتعاونون وأنواع متعددة من الصحافة سمعية ومكتوبة وسمعية بصرية ومطبوعة ومتعددة الوسائط. فالصحافة الجديدة، حسب وارد، متعددة المكونات **layered journalism** تمثل خليطا من أنواع مختلفة من الصحفات.

وفي ظل هذه التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال عموما والصحافة بصفة خاصة، نلاحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات الحاصلة إذ لا أثر لمواثيق أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين العرب للميديا الجديدة¹.

2.3 المواطن الإعلامي وأخلاقيات المهنة

1.2.3- ظاهرة الصحفي المواطن :

1.1.2.3 مفهوم صحافة المواطن:

حاول الكثير من الباحثين المهتمين بوسائل الاتصال الجديدة أن يقدموا مفهوما دقيقا لصحافة المواطن، فوقعوا في اختلافات عديدة، نتيجة لتباين خلفياتهم العلمية أولا والفترات الزمنية التي عرفوها فيها ثانيا، كما تعددت كذلك التسميات التي أطلقوها على هذا الشكل الصحفي. فقد راجت تسميات عديدة، مثل صحافة المواطن (**citizen journalism**)، صحافة التطوع، إعلام الفرد المغمور، الصحافة الشعبية، صحافة الهواة (**amateur journalism**)، أو الصحافة الشبكية. ويسمى اندرو ليونارد **Andrew leohard** بصحافة المصدر المفتوح وتسمى كذلك بالمحتوى الذي ينتجه المستخدمون (**UGC**) وغير ذلك من التسميات والمفاهيم التي تطلق على هذا الشكل الصحفي الجديد.

وتشير كل هذه التسميات إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستعمل، بإنتاج مضامين إعلامية أو يشارك في إنتاجها، وينشرها ويثبثها عبر وسائل وتطبيقات

¹ - المرجع نفسه. □

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

الاتصال الجديدة (كمواقع الانترنت : المدونات، مواقع التشبيك الاجتماعي، مواقع بث الفيديو والبودكاست، المواقع التشاركية، مواقع الويكي، منتديات النقاش الالكترونية...)، أو يتم إرسالها لتنتشر عبر وسائل الإعلام التقليدية. ورغم وجود نسبة هامة من الصحفيين المحترفين الذين يمارسون صحافة المواطن (كالتدوين مثلا) إلا أن غالبية الممارسين لها، هم من المواطنين أو المستعملين العاديين، أو من الهواة غير المحترفين. ولذلك فقد شاعت تسمية "صحافة المواطن" في الأدبيات الإعلامية الأكاديمية والمهنية¹. وهناك من يسمي هذه الممارسات بالصحافة البديلة (alternative journalism) كمقابلة للصحافة السائدة (mainstream media)، فالأولى لها معايير وتقاليد وقواعد عمل تختلف عن الثانية والأولى يمارسها صحفي هاو أو مواطن دون أجر، ودون انتماء لمؤسسة إعلامية (غالبا)، والثانية يمارسها صحفي محترف ينتسب لمؤسسة إعلامية مقابل أجر.

وبحسب شاين برومان وكريس ويليس فان صحافة المواطن "هي نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية"، ويقدم الباحثان ديباجة في موقع (نحن الإعلام) We The Media على

<http://www.hypergene.net>) هكذا: "نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة، هي صحافة لم نعهدها من قبل، وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستقبليات أن خمسين بالمائة من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021².

إذن صحافة المواطن هي الصحافة التي يقوم بها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من كافة مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية.

¹ - إبراهيم بعزيم [مشارك] الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال [مشارك] منشور في جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2013-2014، ص 73.

² - فتيحة بوغازي : صحافة المواطن والهوية المهنية الصحفي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر 3-دالي إبراهيم -، السنة الجامعية 2010-2011، ص 48.

2.1.2.3 المدونات الالكترونية وصحافة المواطن

تعد المدونات الالكترونية أكثر أنواع صحافة المواطن انتشارا ، إذ يمكن النظر إلى المدونات من منظور إعلامي كثفة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية .ورغم أن غالبية المدونين لا يمارسون العمل الإعلامي بالمعنى المتعارف عليه في وسائط الإعلام التقليدية، إلا أن الكثير من المبادئ التي يقوم عليها التدوين في مقاربتة الفضاء الإعلامي يمكن أن تشكل مساءلة وتحديا للمعايير المهنية التقليدية ،فالتفاعل مع الجمهور والشفافية في سيرورة معالجة وبث الأخبار وجماعية (التشارك) إنتاج الأخبار...الخ تمثل ابرز المظاهر المتقاسمة في الفضاء التدويني¹ .

-وتتميز المدونة باعتبارها شكل من أشكال صحافة المواطن بالصفات الآتية²:

● الصحفي المواطن :

كانت المدونة في بداية ظهورها عبارة عن صحيفة لكنها تتميز بالذاتية وإلتصاقها بالخصوصية (الحياة الخاصة)، لكن مع تبلور و شيوع الوسائط المتعددة (الصورة، الفيديو، الصوت) تحول إهتمام المدونة إلى نقل الوقائع وبروز البعد الإعلامي الصحفي في مخرجاتها وهو ما أدى إلى بروز المدونات الإخبارية. إن إمكانية تحيين أية مدونة من أي جهاز كومبيوتر ومن أي بقعة في العالم ونشر أي مضمون وفر فرصة التفاعل لمصفححي الإنترنت في حلهم وترحالهم. وقد عبر عن هذه الحالة دى روسني بقوله "كل مواطن هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقعها، فلا تستطيع أية وكالات أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، فظهور الصحفي المواطن أصبح ظاهرة غير قابلة للتجاهل..".

● نهاية احتكار صناعة الخبر :

وتتمظهر التمثلات الاجتماعية للتدوين وبشكل واضح في هيئة صدامية بين كل من شبكة الإنترنت وإفرازاتها مثل المدونات من جهة ووسائل الإعلام التقليدية من جهة أخرى. ولدى

□¹ - المرجع نفسه ،ص56 .

□² - جمال الزرن : صحافة المواطن :المتلقي عندما يصبح مرسلا ،المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد 51-52 ، 2009 ، (تاريخ الزيارة 2015/04/26) متاح على :

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

الصحفيين أنفسهم وعي بأن هذا الصنف الجديد من الإعلام يحدث نوعا من الثورة على التقاليد الإعلامية، فقد فقدوا شرعية احتكارهم للمعلومة وأصبح بإمكان الكل تجاوز عوائق النشر والكتابة والتحكم في إرسال واستقبال المعلومة بكل حرية وبكل يسر.

● التقنية في خدمة حرية التعبير :

ساهمت البساطة التقنية في تأسيس وتحيين المدونات في تحويل هذا الصنف الجديد من الاتصال إلى وسيلة إعلام جماهيرية، إذ يمكن لصاحب المدونة أن ينشر الأخبار وأن يعرض مسائل في مدونته وأن يتلقى ردود القراء وإضافات الزوار وبصفة أنية. لقد تزامن ظهور التدوين وتطوره كوسيط مع بروز حركة دعاء المصادر المفتوحة على شبكة الإنترنت والذين تحوهم رغبة التأسيس والدعوة على حرية التعبير على شبكة الإنترنت والتشارك في المعرفة والمعلومة من قبل الجميع. وقد استغلت هذه الحركة التحررية الافتراضية البساطة والإضافة التقنية التي جاءت بها المدونات فهي تتيح للمساهمين في شبكة الإنترنت فرصة نشر آرائهم وعرض مصادر معلوماتهم بشكل سريع ومجاني وناجع.

إن خلفية المدونة القائمة على شرعية التشارك في المعرفة والمصدر والمعلومة لا يمكن لها تحقيق هذه القيم الجديدة إذا كانت أسيرة ثقافة تكنولوجية عالية، لذلك دأب من اشتغل على ظاهرة التدوين إلى التبسيط التكنولوجي وعدم تعقيد برمجياته كمقدمة تكاد تكون حتمية لتحررية التدوين وديمقراطيته.

● مؤسسة التدوين :

إن فكرة إمكانية المدونات على ترسيخ الممارسة الديمقراطية من خلال نقد أداء وسائل الإعلام التقليدية تستمد مشروعيتها من الفضاء الافتراضي لتؤثر في الواقع أي على التمثلات الاجتماعية للأفراد من خلال الخطاب الذي تؤسس له. ويمكن ترجمة هذا المعطى الجديد من خلال الاعتراف الرسمي بالمدونين، من خلال تجمعهم واستضافتهم إلى المجال السياسي ففي الولايات المتحدة وفي فرنسا أصبح للقادة السياسيين مدوناتهم الخاصة ومنهم الرئيس الفرنسي نيكولا ساركوزي وهاورد دين. كما و أصبحت المدونات تعمق من حدودها مع الصحافة التقليدية لتمييز، وهو ما نستشعره في إتجاه الصحفيين التقليديين إلى تأسيس مدونات خاصة بهم، هذا بالإضافة إلى الاهتمام الأكاديمي في التدريس والبحث والذي أصبح يفرد اهتماما متزايدا لظاهرة التدوين وهي

كلها دلالات من التشريع والاعتراف المؤسسي بالإضافة الاتصالية والاجتماعية والإعلامية للمدونات.

3.1.2.3 الجدل حول طبيعة نشاط " الصحفي المواطن "

اختلف كثير من الباحثين والإعلاميين والكتاب حول طبيعة صحافة المواطن، فمنهم من اعتبرها ممارسة صحفية، ومنهم من اعتبرها مجرد نشاطات تقترب من مهنة الصحافة يقومهاها أفراد

هواة. وتعد المدونات من أبرز التطبيقات التي شكلت قطب الرحي في هذا الخلاف، فهناك من يرى أن " المدونات لا تدخل في نطاق الصحافة، ويعود ذلك إلى نظرتهم للصحافة كمهنة فلو نظروا إليها كممارسة فإنهم سيعتبرون المدونات كجزء من الصحافة." ولكن الشيء المؤكد أن هذه التطبيقات الجديدة، رغم اختلافها عن أشكال الصحافة التقليدية المعروفة، إلا أنها تشكل أنماطاً صحفية إلكترونية لا يمكن إنكار تأثيرها الجلي في كل المجالات وحضورها القوي في البيئة الإعلامية، تشكيل ملامح البيئة الاتصالية وتأسيس معالمها، وعلى حد تعبير الكاتب Steve "Outing" مما يجعلها حسب البعض تساهم في إعادة بعض المدونات الجيدة تجمع " الذكاء الجماعي " لمجموعة من الصحفيين، إنها شكل ممتع من الصحافة في طور التبلور. حيث أننا كثيراً ما نجد أقلاماً بارزة تكتب في المدونات، في مواضيع معينة وبأسلوب ومستوى قد يغيبان في كتابات الكثير من الإعلاميين المحترفين. ولذلك يجب علينا حالياً أن نتجاوز النقاش الدائر حول اعتبار التدوين صحافة أم لا، وينبغي أن نعترف ونحتفي كذلك بمكانتها في البيئة الإعلامية، بدل أن نبقي متوجسين منها، وعوض اعتبار الصحافة والتدوين بمثابة طرفين متنافسين، يجب النظر إليهما كطرفين مكملين لبعضهما البعض، وبأنهما يتقاطعان فيما بينهما ، خاصة وأننا " نجد القارئ أحياناً يكتب ويتناول بعض القضايا بعمق أكثر من الصحفي التقليدي المحترف ، ويتحصل على أخبار ومعلومات تشكل سبقاً صحفياً قد لا يصل إليه بتاتا الصحفي المحترف . كما لا ننسى كذلك أن هناك نسبة هامة من مضامين تطبيقات صحافة المواطن التي ينجزها صحفيون محترفون في مؤسسات إعلامية، مما يجعل مضامينها تخضع على الأقل لمعايير الخبرة والمهارة في الإعداد، مما يكسبها مصداقية وشهرة أكثر.

ومن جهة أخرى فإن تطبيقات صحافة المواطن فرضت نفسها في البيئة الإعلامية، بغض النظر عن نظرة المختصين لها، فتأثيرها واقع مشهود بغض النظر عن تسميتها وشكلها، فرغم " غياب بعض

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

قواعد الإعلام في صحافة المواطن، غالباً، كالهرم المقلوب والأسئلة الخمسة ، إلا أن مضامينها حاضرة بقوة وفرضت نفسها في حياتنا اليومية بشكل غير مسبوق¹.

4. صعوبة ممارسة الرقابة على الصحفيين المواطنين:

تعد الرقابة الصارمة لمضامين وسائل الإعلام من أكثر الأسباب المعيقة لتطور الصحافة،

ومن

أكثر العوامل التي تعرقل حرية التعبير، ولهذا نجد الصحافة في بعض الدول لا تزال في مهدها وفي مراحلها البدائية، بسبب العقوبات التي عرقلت تطورها.

أما في عصر تكنولوجيا الاتصال والصحافة الالكترونية، فالأمر مختلف تماماً، لأن الصحف الالكترونية تتميز بهامش كبير من الحرية، ولا تخضع بالضرورة لمقص الرقيب، وهذا راجع إلى خصوصيتها اللامركزية، التي تجعل من الصعب أو من المستحيل ممارسة الرقابة والضغط عليها، وإن مورست الرقابة فهي محدودة ومرتبطة بمناطق جغرافية دون غيرها، ولعل هذا ما جعلها تكتسب جماهير معتبرة بسرعة كبيرة، لأن الجمهور يبحث عن الوسيلة التي تنشر كل الأخبار، دون تغيير أو تحويل

بسبب الضغوط والرقابة. ورغم ذلك فإن أصحاب الصحف الالكترونية يتعرضون بين الحين والآخر لضغوطات وصعوبات، كأن تقوم السلطات بحجب الموقع عبر برمجيات خاصة، أو توجه تعليمات لممولي خدمة الاتصال بالشبكة (les fournisseurs d'accès) بعدم السماح للصحف والتطبيقات بالمرور عبرها، كما يمكن كذلك أن تقوم باعتقال أصحابها أو ممارسة الضغوطات المختلفة عليهم إذا كان مكانهم وهويتهم معروفين. ولكن كل هذه المشاكل والعقبات التي تثيرها السلطات، لا يمكن أن تؤثر إلا في الصحف والمواقع التي تصدر على أراضيها، ولهذا نجد الكثير من الصحفيين يلجأون إلى بلدان أخرى أجنبية لإصدار صحف الكترونية أو ممارسة التدوين، كما يقوم آخرون باستعمال هويات وأسماء مستعارة. ولذلك فإن ميزة اللامركزية التي تتسم بها شبكة الانترنت، وعدم القدرة على التحكم في محتواها بشكل كلي، جعل الرقابة على التطبيقات الالكترونية تفقد معناها، فبإمكان أي شخص يمتلك هاتف نقال أو حاسوب محمول متصل بشبكة الانترنت، أن يصدر وينشر ويبيث ما يشاء من أخبار ومضامين، ومن أي نقطة على وجه الكرة الأرضية، وعليه فإن صحفيي الانترنت لا يمكن أن يتعرضوا لرقابة وضغوطات السلطات، إلا إذا

□¹ - إبراهيم بعزيز □ مرجع سابق، ص ص 158، 159 .

كانوا من الذين يعيشون داخل بلدهم، ممن تستهويهم الشهرة والإثارة، فينشرون البيانات الخاصة بهم مثل مكان وجودهم وأسمائهم". وحتى في حالة عمل فلترة (أو حجب الموقع)، كما تقوم بذلك بعض الدول العربية لبعض المواقع الإلكترونية، يتم عمل وسائل بديلة لتوصيل الخبر لقراء هذه الدولة، بوسائل عديدة ومنها إرساله من خلال الإيميل، أو وضعه على المنتديات، أو بثه من خلال المجموعات البريدية، وفي النهاية يتم تداول الخبر رغماً عن أي رقابة.

ومن جهة أخرى نجد فئة من الصحفيين المواطنين الذين يلتزمون بأخلاقيات المهنة الصحفية وأدبياتها، وقواعدها، ويمارسون نوعاً من الرقابة الذاتية (l'autocensure) على مضامينهم التي ينشرونها. وعليه فإن ممارسة الرقابة على الصحافة الإلكترونية يبدو أمراً صعباً للغاية، ويصعب بدرجة أكبر مع المدونات الإلكترونية، ومع الأشكال العديدة المستحدثة لما يسمى بـصحافة المواطن، وللتقنيات المتعددة المساعدة على النشر الشخصي. وعلى سبيل المثال، شهدت إيران أحداث عارمة ومظاهرات كبيرة سنة 2009 م، إثر فوز "أحمدي نجاد" بالانتخابات الرئاسية، فقامت الحكومة الإيرانية بقمع المتظاهرين، وفرضت رقابة صارمة على الإعلام، ومنعت وسائل الإعلام الأجنبية والوطنية من نقل الأحداث، وهذا بالطبع متعلق بوسائل الإعلام التقليدية، فالصحف الإلكترونية لا يمكن تطبيق نفس الإجراءات عليها، وهو ما ترك الساحة للصحافة الإلكترونية بأشكالها المختلفة (جرائد الكترونية، مدونات، مواقع بث فيديو، مواقع فايسبوك، مواقع شخصية،...) وقد أثبتت الصحافة الإلكترونية أنها قادرة على تعويض غياب وسائل الإعلام الثقيلة، وأنها قادرة على تغطية الأحداث بجدارة، وملء الحلة الإعلامية الفارغة من وسائل الإعلام التقليدية، فنقلت كل الأحداث للعالم الخارجي¹.

2.2.3 - البعد الأخلاقي للتدوين الإلكتروني

1.2.2.3 الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الإلكتروني:

مع انتشار الانترنت تعددت سبل استخدامه نظراً لاتساع وتنوع الخدمات التي يقدمها. وتبدو المشكلة القانونية المتعلقة بهذه الوسيلة أكثر وضوحاً مع قلة التشريعات التي تحكم مجال الانترنت وقضايا الرأي والتعبير، فالمواد المنشورة عبر الانترنت قد تشكل مخالفة قانونية أي كانت أخلاقية منافية للآداب كنشر صور إباحية أو التشهير بشخص ما

□¹ - المرجع نفسه ، ص ص 149 ، 150 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

أو تناوله بعبارات تشكّل سباً أو قذفاً أو إهانة أو تشكّل اعتداءً على حقوق الملكية الفكرية أو أن تكون المادة المنشورة تتضمن تحريضا أو تحبىذا على ارتكاب جريمة ما . والأمر هنا لا يخلو من بعض الأخطاء التي قد لا يدرك كاتب المقال (أو التدوين) أنها تشكل مشكلة ما قد تؤدي به إلى مسائلة قانونية¹ .

و تعتبر المدونة من أهم خدمات الانترنت التي قد تكون صفحاتها جزء من هذه المخالفات والانتهاكات . ورغم مرور أقل من عشر سنوات على ظهور المدونات إلا أنها وصلت إلى مستوى، ولو كان ذلك ببطء، استطاعت من خلاله أن تحولّ السيسات والمنظومات الإعلامية القائمة . ولا ينطبق الأمر هنا على الدول المتقدمة فحسب بل في كثير من بلدان العالم أصبحت المدونات ذات تأثير بليغ مما يجعلها وسيلة حساسة وكلما زاد تأثير المدونات زادت مسؤوليتها .

ومع أن أخلاقيات التدوين هي من الأمور المطروحة مؤخرا فقط، إلا أنها تثير جدلا لا بأس به بين

الساسة والإعلاميين والمدونين والأكاديميين . ويرى البعض أن المدونات قد أصبحت بالفعل شكلا من

أشكال الإعلام، وبالتالي علىها أن تلتزم بالأخلاقيات التي يلتزم بها الصحفيون مثل : الشفافية، الدقة،

الاستقلالية، ذكر المصادر، المساءلة الذاتية.. الخ . إلا أن هناك من المدونين من يرفض الالتزام بهذه

الأخلاقيات على اعتبار أنها مفروضة خارجيا أي من غير المدونين .

ويرى الراضون للإعلام المواطن، الممثل بالمدونات، أن قيمتي الموضوعية والاستقلالية تنتفيان عندما

□¹ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 90 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

يُتعلق الأمر بهذا النوع من الإعلام سواء تعلق الأمر بالتحقق من الأحداث أو الغرابة، فهو لا يُتعدى أن يكون عملاً إعلامياً سطحياً ويخضع فقط للاشتراطات الشعبوية (مدى إقبال الناس على ه) ¹.

ومن ناحية أخرى، تثير مسألة حماية المدونين من محاولات السجن في بعض البلدان وكذا حجب المدونات وغيرها من الممارسات التي تُعرض لها بعض المدونين في بلدان مختلفة، تثير المخاوف أيضاً من أن تصدر المكاسب التي حصدها المدونات في جو الانترنت الحر. ويرى إبراهيم نوار، رئيس

المنظمة العربية لحرية الصحافة، أن المدونة موقع شخصي وهي شكل من أشكال التعبير يجب أن يتمتع بالحماية القانونية مثل باقي أشكال الصحافة سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية ².

وفي هذا السياق طرح "ستيفان فرانكلين" Stephen franklin من المركز الدولي للصحفيين؛ مجموعة من الخطوات على طريق تعزيز الصحافة الشعبية على الإنترنت؛ من خلال دليل مختصر للمدونين والصحفيين الإلكترونيين، قام بكتابته في عام 2007؛ ويكتسي أهمية كبرى؛ فهو يؤكد على الخصوصية التي تطبع حقوق الإنسان بالنسبة لكل بلد؛ الأمر الذي يتطلب استحضاره عند مقارنة بعض القضايا والمواضيع بعيداً عن التسرع وإطلاق الإشاعات والقذف والتشهير، مع توخي الدقة في الأخبار والمعلومات والاعتماد في ذلك على مصادر موثوق بها وبكيفية مشروعة، وعدم التطاول على حقوق الملكية الفكرية.

فإذا كان المدونون بحاجة إلى المحافظة على هامش الحرية التي أتاحتها شبكة الإنترنت في السنوات الأخيرة ودعم مجهوداتهم وتممينها؛ وحمايتهم من الاعتقالات التعسفية أو حجب مدوناتهم؛ وتشجيع مبادراتهم على طريق بلورة رسالة اجتماعية (تربوية، تعليمية، إعلامية؛ فكرية..). بناءة؛ فإن التدوين يظل بدوره بحاجة إلى قواعد سلوك قانونية تؤطر عمله ³.

¹ - الصادق رابع، إعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات، مجلة العرب للإعلام والاتصال (السعودية)، العدد 6، ص 258.

² - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 91.

³ - إدريس لكربي: الإشكالات القانونية التي يثيرها النشر الإلكتروني - المدونات الإلكترونية نموذجاً - موقع منتديات ستار تايمز، (تاريخ الزيارة 2015/01/01)، متاح على :

2.2.2.3 أخلاقيات التدوين والمدونين:

ومن أوائل من كتبوا في الحاجة إلى الأخلاقيات واقتراح مبادئ عامة في هذا الشأن ريكا بلود في عام 2002 (R.Blood) وأعيد النشر عنها بعد ذلك في سنوات تالية . وبدأت مقالها بالحديث عن قوة المدونين الذين أصبحوا ينفردون على شبكة الانترنت بقدرتهم على ترشيح المعلومات ونشرها إلى جمهور كبير ومنتشر ، ويقع موقعهم خارج الاتجاه السائد لوسائل الإعلام الجماهيري . ومن أهم نقاط القوة لديهم أنهم لا ينتمون لأحد وينشرون المعلومات ويعلقون عليها وفقا لمعاييرهم الخاصة ، حيث يتباهى المدونون بأنهم غير محترفين ولا يحتاجون لأحد لتدقيق الأخبار وراءهم ¹ .

ويرى المقال أن قوة المدونات الكبرى تكمن في الصوت العالي الذي لا يمكن السيطرة عليه ، وهو غير مراقب وصاحب اتجاه . ومن الأسباب الرئيسية التي ترفع من قيمة المدونات كمصادر بديلة للأخبار هو غياب حراس البوابة والتحرر من كل العقبات التي تؤثر في نزاهتها وقيمتها . وهناك اتجاه يرى أن ازدياد إعداد المدونات والوعي بانتشارها يؤدي إلى زيادة تأثيرها ، وتقتصر قواعد تعتبر أساس السلوك الأخلاقي للنشر على الشبكة بكل الأنواع ، وترى أن الالتزام بهذه المبادئ في النهاية هي مهارة فردية ومراعاة دقيقة للمعايير الأخلاقية التالية ² :

● أنشر كحقيقة فقط ما تعتقد أنه حقيقة :

إذا كان قولك مجرد تخمين ، فيمكن الإفصاح عن ذلك صراحة أو ينشر مقروءا بتحفظاتك عليه .

● تدعيم المادة بالروابط والإشارة إليها متى كانت متاحة على الشبكة: حتى تكون مرجعا لما تكتب ، ويسمح للقارئ في نفس الوقت الحكم بنفسه على دقة الكتابة . وتمكين القراء الوصول إلى الحقائق ليصبحوا نشطين غير سلبيين ، وفي حال وجود مواقع غير أخلاقية فالأفضل عدم الربط بها مع ذكر الموقع وعنوانه وسبب عدم الربط ، ليراجع القارئ ذلك ويتأكد من صحة القرار .

● التصحيح العلني لأي معلومات غير صحيحة أو مضللة : وذلك بتصحيح الروابط لتقديم تقرير أكثر دقة ، وهذا التصحيح سوف يظهر بعد ذلك في كل النسخ التالية للمدونات

¹ □ محمد عبد الحميد، المدونات:الإعلام البديل، مرجع سابق، ص 184 .

² □ - المرجع نفسه ، ص ص 186 ، 187 .

كإضافة على النسخة الأصلية أو على النسخ اللاحقة لان أي من الآخرين قد يشكك في المعلومات ويضيف المعلومات الصحيحة فوراً ، وهذا ما يمكن أن يلاحظه أي مشارك على الموقع .

• اكتب أي مداخلة **Entrey** كما لو كان من غير الممكن تغييرها :

أضف فقط ، ولكن لا تعد الكتابة ، أو تحذف حتى لا يتعرض الموقع لموقف إنكار ما كتب أو إنكار الوثيقة التي سبق كتابتها. ولذلك يفضل التصحيح في النسخ التالية مع الاحتفاظ بالأصلية كما هي .

الاستثناء الوحيد إذا ما أحسست انك نشرت عن الغير ما كنت مؤتمناً عليه، ولم يرتح إلى ذلك ففي هذه الحالة يمكن الحذف كلية والإشارة إلى ذلك.

• الكشف عن أي تعارض في المصالح :

و ذلك بداية قبل عرض أو الكتابة عن شئ لك فيه مصلحة ،فالأفضل أن تكشف عن ذلك أولاً ، وبعد ذلك اكتب ما تريد ، حتى يتمكن القراء من المراجعة والتقييم للكتابة والتعليق في ضوء ما أعلنت عنه من مصالح مرتبطة بما تكتب أو تعلق .

• التعريف بالمصادر المتحيزة والمثيرة للشكوك :

لأنه من مسؤولية الكاتب أو ناشر المدونة الإشارة إلى ذلك ،لأننا لا نتوقع أن يكون لدى القراء القدرة على الكشف عن ذلك ،وبالتالي فإنهم يعتمدون على المدونين في إرشادهم بوضوح عن طبيعة الموقع المنشور عليه المقال ، أو طبيعة المصدر ،لان عدم الكشف عن ذلك شئ غير أخلاقي ما دام القراء ليس لديهم المعلومات الكافية للحكم على ذلك .

ولفترة طويلة ظلت أفكار ريبكا بلود عن الأخلاقيات بالصورة المعروضة مرجعاً ودليلاً

للتطوير في اقتراح أخلاقيات المدونات .حتى قدم جيف جارفيس **J.Jarvis** الذي يرى أن نقطة البداية ليست اقتراح ميثاق أخلاقي للوسيلة بدلا من نفهم أخلاقيات الوسيلة في علاقتها بيئتها أو مجتمعها كما في الواقع . ثم انتقل بعد ذلك إلى 6 أخلاقيات يرحبها:

• الشفافية **Ethic of Transparnecy** : حيث نعتقد أن القراء لهم الحق في معرفة

المدونين ودركاتهم للحكم على ما يقولون.

• الحوار **Ethic of Conversation** : لان الحوار هو الذي يؤدي إلى مزيد من

الفهم.

- الانسانية **Ethic of Humanity**: حيث أن المدونات تهتم بالبعد الإنساني بينما تهتم الوسائل التقليدية بالبعد المؤسسي .
 - الربط **Ethic of Link**: حيث تعتبر المهمة الأساسية للمدونين هو ربط القراء بالأصوات الأخرى ومواد المصدر للحكم بأنفسهم .
 - التصحيح **Etic of Correction**: إن الأهم هو تصحيح الأخطاء سريعا وبوضوح
 - الحالية **Ethic of Immediacy**: لان المعلومات الأفضل هي تنتشر بسرعة.
- وبعد أفكار بلود و جارفيس، جاءت العديد من الدراسات من قبل الكثير من الباحثين في العالم حول أخلاقيات التدوين والتي سعت لاقتراح كود خاص بأخلاقيات التدوين والمدونين في محاولات عديدة أساسها الأفكار الأولى التي وضعتها ريبيكا بلود .

3.2.2. الضوابط الأخلاقية للتدوين في الجزائر:

إن صحافة الانترنت لا يمكن أن يقف في وجهها مقص الرقابة، خاصة على المستوى العربي،" فالقوانين العربية لم تكن مهيأة لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، وبالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتهما، فكثير من القوانين العربية لا يمكن أن تطبق على المواقع الإلكترونية نظراً لأنها ذات كينونة جديدة ولا بد من إصدار تشريعات خاصة به، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسئولة وغير قانونية، بل إن إصدار المواقع الإلكترونية الصحفية وغير الصحفية لا يخضع لقوانين أو لوائح¹ .

ويرى المختصون في الاتصالات السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة، وللأفراد تصفح كل ما يرغبون به، ونشاء مواقع لأغراض مختلفة، دون أن يمنعهم رادع أو سلطة معينة. وقد تكون هذه الحرية أحد أسباب الإقبال على التدوين في الجزائر، سيما وأن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية على مزودي الخدمة، حيث تشير المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر سنة 1998 إلى مسؤولية مزودي خدمات الانترنت عن المادة المنشورة والمواقع التي تقوم باستضافتها، وضرورة اتخاذها الإجراءات المناسبة لوجود رقابة على المحتوى بهدف عدم نشر مواد تتعارض مع الأخلاق².

¹□ - إبراهيم بعزيز ، مرجع سابق، ص 151 .

² - نجاد زعيم، مرجع سابق، ص ص 119، 120

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

وبالنسبة لقانون الإعلام الجزائري، لا يوجد أي نص قانوني ينص على ضرورة الحصول على ترخيص لفتح مدونة الكترونية رغم أن بعض هذه المدونات تنشر معلومات وآراء تتضمن نقدا لاذعا. ويمكن أن يعزى هذا التسامح من طرف السلطة، إلى انخفاض نسبة انتشار الانترنت. ورغم ذلك فقد تم تبني قانون في بداية سنة 2009 م، يتعلق بمنع ومحاربة المخالفات المرتبطة بتكنولوجيات الاتصال و الإعلام¹.

وقد صُنفت الجزائر في المراتب الأخيرة عربيا ودوليا في مجال إنشاء دفاتر الانترنت أو ما يطلق عليه اسم "المدونات أو البلوغرز"، وأرجع العارفون بهذه الحركة سبب التأخر إلى وجود ضعف في الحراك السياسي بالإضافة إلى عدم جرأة المدونين في تناول المسائل الحساسة وانعدام المبادرات "الجادة"، وانكماش المعارضة على نفسها، ما استدعى بعض المدونين إلى اللجوء إلى فضاء مواقع التواصل قصد إبداء آرائهم وهو ما عرف مؤخرا "بالتدوين المصغر" بعد أن تعذر على الكثير منهم نشر أفكارهم خوفا أو هروبا من مقصلة القانون، التي أدخلت المدونة ضمن مواد النشر الإلكتروني التي قد يعاقب عليها المدون في حال المس بأمن وسيادة الدولة في إطار مصطلح الجريمة الإلكترونية.

وبالتالي ليس هناك قانون واضح يجرم التدوين أو المدونين في الجزائر، فهذا يعتبر تغليطا بل توجد رقابة غير مقننة تجعل المدون يتهرب من الكتابة خوفا من المتابعة القضائية، إذا هو هاجس ذاتي وتخوف من المراقبة بدون وجود قانون يجرم الفعل، ولهذا نجد معظم المدونين يلجأون إلى التدوين في المجال الأدبي والثقافي لتجنب المسائلة القانونية، والتي قد تجرهم إلى المحاكم وأحيانا إلى السجن مثل ما حدث مع المدون عبد السلام بارودي، وحتى حجب المدونة أو الموقع الإلكتروني على الشبكة. فقانون الإعلام إذن لم يعطي تصنيفا قانونيا للمدونة رغم أنها تعتبر ضمن الحركات الإعلامية الجديدة في الجزائر، ولكن سياسة التخويف المنتشرة وسط المدونين وعدم وجود تقارب فعلي بينهم جعل الطريق معبدا لوجود قوانين وهمية لم يتطرق إليها قانون الإعلام ولو بإشارة أو تنبيه².

□¹ - المرجع نفسه، ص 144 .

□² - نصر الدين قاسم: الفضاء الرقمي يحتاج إلى دعم من طرف السلطات وتمديد الحريات، جريدة الشروق، يومية جزائرية، العدد

4568، 26 نوفمبر 2014، ص 6 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

وكما يقول الدكتور فضيل دليو : "إن التدوين الإلكتروني الجزائري دخل الساحة متأخرا وليس له لحد الآن نفس زخم التدوين العالمي ، فالمدونون الجزائريون لا زالو مهمشين بالمقارنة مع بعض قرنائهم العرب (مصر ، تونس...) " ¹.

ويؤكد الباحث نصر الدين العياضي أن التدوين في الجزائر ظل ضعيفا مقارنة ببقية الدول العربية، واختلف عن التدوين في بعض الدول العربية لقلة اهتمامه بالشأن السياسي، حيث يمكن وصفه بالتدوين المختص، في مجال الأدب والنقد الأدبي، أين وجد الأدباء الشباب، الذين يعانون من صعوبة النشر في مؤسسات النشر الرسمية والخاصة، في التدوين الإلكتروني مجالا لنشر إنتاجهم .

وعن غياب تشريعات تضبط أخلاقيات التدوين في الجزائر ، يضيف الأستاذ انه من المهم جدا التمييز بين القانون والأخلاق والأخلاقيات، حيث يرى أن التشريعات تنتمي إلى حقل القانون، بينما الأخلاقيات تخضع إلى لوائح ومدونات وهي ليست نصوصا تشريعية، وإن المشكلة المطروحة في الجزائر أن المؤسسات الإعلامية لا تخضع لمدونات أخلاقية، والصحافيون لم يصلون إلى صياغة موثيق شرف المهنة، فكيف يمكن للمدونين أن يؤسسوا ميثاق أخلاقي وحول العقوبات التي يمكن أن يتعرض لها صاحب المدونة في حالة الإخلال بالضوابط الأخلاقية، يقول الدكتور أن المدون لا يتعرض لأي شي إلا إذا خل بالقانون، وارتكب ما يعاقب عنه القانون كالكذب ، والتهديد بالموت أو الدعوة لارتكاب جريمة ².

خلاصة :

بعد أن تعرفنا على أخلاقيات المهنة من بداياتها الفكرية وصولا إلى زمن الإعلام الجديد ،أين تم التركيز على المدونات الإلكترونية باعتبارها محور دراستنا وبرز أشكال الإعلام البديل أو ما يسمى بصحافة المواطن ،تأكد من خلالها أن قضية الأخلاقيات المهنية تعد من الأمور الهامة في الصحافة بصفة عامة، وتزداد أهميتها بالخصوص في مختلف أشكال وتطبيقات الصحافة الإلكترونية ، لاسيما مع الانتقادات الكثيرة الموجهة لها و لممارسيها، فالهامش الكبير من الحرية الذي تتمتع به، وصعوبة ممارسة الرقابة عليها، يجعل من الموثيق والقواعد الأخلاقية ذات أهمية

¹□ - فضيل دليو ،مرجع سابق ، ص 217 .

²- مقابلة مع البروفيسور ناصر الدين العياضي ،الأستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، المسيلة ، 3 ماي 2015 .

الفصل الثالث : أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد

كبرى، فهي الوحيدة التي تجعل الممارسين لصحافة المواطن يلتزمون بالآداب والقواعد المتعارف عليها في الإعلام، وتحفيزهم على عدم تجاوزها وانتهاكها.

ولأن أخلاقيات الإعلام هي مسألة ضمير، سنحاول في الفصل الموالي التعرف على أخلاقيات التدوين الإلكتروني في الجزائر من خلال الفاعلين فيه في ظل غياب التأطير القانوني لظاهرة التدوين الإلكتروني في الجزائر، وذلك من خلال التعرف على خصائصهم الديمغرافية ودوافعهم التدوينية، والكشف عن مدى اطلاع ووعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها مواثيق الشرف الصحفية و عن مدى استحضاره لمعايير الدقة والشفافية والوضوح في نشره للأخبار وتحليلها وكذلك مدى التزامه بمعايير المسؤولية الاجتماعية، كما سنحاول التعرف على كيفية تفاعله مع جمهور المتلقين.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تقديم الجانب النظري، الذي تم فيه استعراض لمختلف الجوانب والأبعاد المرتبطة بظاهرة التدوين الإلكتروني و مشاركة المدونين في إنتاج المضامين الإعلامية سواء بتقديم الأخبار أو التعليق عليها ، سيتم فيما يلي عرض الجداول الخاصة بالدراسة الميدانية التي تم إنجازها، والتي تم فيها الاعتماد على استمارة اشتملت على 32 سؤال ، مع العلم انه قد شرعنا في الجانب الميداني من هذه الدراسة بداية من شهر مارس 2015 وذلك من خلال تصميم استمارة استبيان الكتروني عبر خدمات جوجل درايف Google Drive (*) وهذا تماشيا مع طبعية وخصائص العينة التي نتوجه إليها بأسئلتنا أي المدونين ، ثم تلاها بعد ذلك تحكي منها ، حيث تم عرضها على الأساتذة الأفاضل :

- الأستاذ بوقرة رضوان ، أستاذ مساعد بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة .
- الأستاذة ولد جاب الله سعاد ، أستاذة مساعدة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة .
وقد وزعت هذه الاستمارة على عينة من المدونين الجزائريين، بلغت 70 فرد لمدة شهرين ونصف، ومن ثم عملية تفرغ البيانات، وبما أن الاستمارة الكترونية فقد استفدنا من خدمات الموقع المستضيف الذي يقوم بترميز وتفرغ البيانات آلياً لنمر مباشرة إلى تكم الأسئلة المفتوحة - وهذا بعد استرداد وجمع 45 استمارة من أصل 68 وإلغاء 3 استمارات أين تم فيها الامتناع عن الإجابة في أكثر من 3/1 أسئلة الاستمارة - لنتقل إلى المرحلة الأخيرة وهي التعليق على البيانات وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة، بحيث حاولنا الإجابة على الجوانب المختلفة للإشكالية التي انطلقت منها هذه الدراسة.

(*) هو موقع الكتروني تابع لشركة Google، وتتيح برمجيات هذا الموقع للمستخدمين خلق صفحات لاستبياناتهم الخاصة على الانترنت، وتسمح بإجراء التحليل الإحصائي لهؤلاء المسوح بإعطاء ملخص للردود بالأرقام والنسب، ويمكن إخراجها على شكل ملف إكسل Excel.

1.4 / عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1.1.4 تحليل البيانات الميدانية ونفسىرها:

§ المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول رقم 02: بداية استخدام المدونات

النسبة %	التكرار	مدة استخدام المدونات
2.2%	1	منذ اقل من سنة
77.8%	35	من سنة إلى 3 سنوات
20%	09	من 3 سنوات فأكثر
100%	45	المجموع

يبين الجدول رقم (02) بداية استخدام المدونات لدى أفراد العينة المستجوبين وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة بدؤوا التدوين منذ "سنة إلى ثلاث سنوات" وذلك بنسبة 77.8%، يليهم 2.2% يستخدمون المدونات منذ أقل من سنة في حين يمارس التدوين 20% منهم منذ أكثر من ثلاث سنوات .

وهو ما يوضح التأخر النسبي لانتشار التدوين بين المدونين الجزائريين إذا ما قارناه بتطور انتشار التدوين عالمياً وعربياً منذ 2004، ولهذا نجد أن عدداً قليلاً فقط من الجزائريين أفراد العينة يستخدمون الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات رغم ما جرى من لقاءات و مشاورات بين المدونين الجزائريين و تغطيات صحفية لهذه اللقاءات للتعريف بخدمة التدوين للجمهور العام، ضف إلى ذلك أحداث الربيع العربي وتحسين الخدمات الخاصة بالانترنت في الجزائر ومناسبة يوم التدوين الجزائري السنوي، إذ تعتبر سنة 2011 المنطلق الحقوقي لمجتمع تدويني جزائري حقوقي وفعال¹.

ولكن نشير إلى أن هذا التأخر في استخدام المدونات قد يكون مرده إلى أن دراستنا قد ركزت على المدونات الجزائرية الإخبارية، بعكس الأنواع الأخرى التي يكثر عددها على مختلف المنصات المستضيفه لخدمة التدوين خصوصا المدونات الشخصية. فقد ظهرت العديد من المدونات الجزائرية

¹ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 139.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

في السنوات الأخيرة (2005-2012) وتنوعت محتوياتها ومواضيعها المختارة، ولكن يبدو أن المحتويات المتعلقة بالتكنولوجيات الجديدة كان لها نصيب الأسد¹.

جدول رقم 03: الانتظام في ممارسة التدوين لدى المدونين الجزائريين

النسبة %	التكرار	ممارسة التدوين
62.2 %	28	بانتظام
37.8 %	17	دون انتظام
100 %	45	المجموع

يبين الجدول رقم (03) مدى انتظام المدونين الجزائريين في ممارسة التدوين، ويتضح من خلال النتائج أن أغلبية المبحوثين بنسبة 62.2 % منتظمون في تحديث مدوناتهم وتغذيتها بتدوينات جديدة، في حين أن 37.8 % يمارسون التدوين بصفة غير منتظمة.

وتختلف النتائج المتحصل عليها في دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة زعيم نجود، والتي سبق الإشارة إليها، حيث استخلصت هذه الدراسة أن نسبة الذين يدونون بصفة منتظمة 31% وعدددهم 31 مدونا، بينما 69% من أفراد العينة يدونون بصفة غير منتظمة وعدددهم 69 مدونا. ويعد هذا الاختلاف جد منطقي باعتبار أن دراستنا ركزت على المدونات الإعلامية التي يعنى فيها المدونين بتقديم الأخبار والتعليقات والأحداث بطبيعتها عاجلة ويومية وآنية وتحتاج التحديث.

جدول رقم 04: توزيع المدونين الجزائريين حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
88.9 %	40	ذكر
11.1 %	05	أنثى
100 %	45	المجموع

بناء على الجدول رقم (04) الذي بين توزيع أفراد العينة المدروسة حسب متغير الجنس، يتضح أن نسبة الذكور تفوق بكثير نسبة الإناث المدونات، ف 88.9% من العينة هي ذكور وعدددهم 40 مفردة، فيما بلغ عدد الإناث 05 مفردات فقط بنسبة 11.1%.

□¹ - فضيل دليو، مرجع سابق، ص 215.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

و يتبين من خلال هذه البيانات أن إقبال الذكور على استخدام المدونات أكثر من إقبال الإناث وان كانت هذه النتائج لا تعكس طبيعة المجتمع الجزائري الذي يغلب فيه العنصر الأنثوي ، إلا أنها تعكس اهتمام الإناث بخدمات أخرى على الانترنت مقابل التدوين مثل الشبكات الاجتماعية (الفايس بوك) و مواقع الفيدى و البريد الإلكتروني وبرامج المحادثات .

والفرق بين الجنسين هي نتيجة تؤكدها جل الدراسات العربية والجزائرية على غرار دراسة الدكتور أحمد حسين بعنوان " ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية : دراسة للمضمون والقائم بالاتصال (65 % ذكور) ودراسة الباحثة زعيم نجود حول التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات (89 % ذكور) وقد سبق الإشارة إلى الدراستين السابقتين الذكر خلال الفصل الأول .

جدول رقم 05 : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
اقل من 20 سنة	1	2.2 %
20-27 سنة	16	35.6 %
28-35 سنة	24	53.3 %
36-43 سنة	2	4.4 %
أكثر من 44 سنة	2	4.4 %
المجموع	45	100

يوضح الجدول رقم (05) الفئات العمرية التي تقوم بالتدوين في الجزائر وكما يظهر من خلال الأرقام فإن فئة الشباب تطغى على المدونين ممثلة أولا بالشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 28 و 35 سنة بنسبة 53.3 % وتليها مباشرة فئة (20-27) سنة بنسبة 35.6 %، وهذا مع وجود فئات أكبر سنا تمارس التدوين بنسب أقل وهي الأفراد الذين يتراوح سنهم بين (36-44) سنة و الأشخاص الذين تتجاوز أعمارهم 44 سنة بنسبة 4.4 % لكل منهما، وأخيرا فئة المراهقين من المدونين في فئة أقل من عشرين سنة فعددهم 01 بنسبة 2.2 %.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

وتعتبر هذه النتائج منطقية ذلك أن أغلبية الدراسات أثبتت أن الشباب هم أكثر استخداما للانترنت نظرا لتعدد حاجاتهم ورغباتهم التي يسعون لتلبيتها والتي قد لا يجدها لدى الفئات العمرية الأخرى .

جدول 06: خاص بالمستوى التعليمي للمدونين الجزائريين

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
4.4%	2	ثانوي
62.2%	28	جامعي
33.2%	15	دراسات عليا
100%	45	المجموع

يبين الجدول رقم (06) المستوى التعليمي للمدونين الجزائريين، حيث نجد أكثر من نصف العينة بنسبة 62.2% لهم مستوى جامعي (ليسانس) وعددهم 28 تليها نسبة 33.2% من أفراد العينة ممن يحملون شهادات دراسات عليا ويقدرون عددهم بـ 15 مدونا لهم، وهناك اثنين من المدونين أفراد العينة لهم مستوى تعليم ثانوي بنسبة 4.4% .

وتوضح النتائج أن الأشخاص الأكثر تعليما هم الأكثر إقبالا على ممارسة التدوين وهذا أمر متوقع على اعتبار أن التدوين الإلكتروني عادة ما يجذب إليه العديد من النخب والطبقة المثقفة ذلك أن فعل التدوين هو في أصله مرتبط بفعل الكتابة والتي تتطلب قدرا من المهارة والوعي.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول رقم 07: المهنة التي يزاولها المدونون الجزائريون في حياتهم اليومية

النسبة %	التكرار	المهنة
28.89%	13	صحفي
11.11%	05	أستاذ /أستاذة جامعية
8.89%	04	مراسل /مراسلة صحفية
8.89%	04	تسويق الكتروني
8.89%	04	أستاذ تعليم ثانوي
6.67%	3	أعمال حرة
2.22%	01	تاجر بالتجزئة بأجهزة التعليم الآلي
4.44%	2	مهندس إعلام إلي
2.22%	01	مسير مؤسسة
11.11%	05	لا يعمل (بطل ،متقاعد)
6.67%	3	امتناع عن الإجابة
100%	45	المجموع

ي مثل الجدول رقم (07) المهنة التي يشغلها المدونون في حياتهم اليومية وي تضح أن أكثر من ثلث أفراد العينة الذين يقومون بممارسة التدوين يشتغلون في مجال الصحافة والإعلام بين صحفيين ومراسلين بنسبة 28.89 % و 8.89 % على التوالي ويقدر عددهم ب 17 مدون ، وهو أمر منطقي على اعتبار أن دراستنا قد ركزت على المدونات الإعلامية التي تشبه وسائل الإعلام التقليدية في وظيفتها وهي تقديم الأخبار وبالتالي فهو نشاط غير جديد على فئة رجال الإعلام التي تحاول مواكبة كل التطورات التكنولوجية والاتصالية في ميدان الإعلام والصحافة ، و تتوزع بقية العينة ب 05 أستاذة جامعيين (05) و أساتذة تعليم ثانوي (04) و ب 04 من يزاولون الأعمال الحرة (03) و التسويق الإلكتروني (04) و من هم من دون عمل (05) في حين لا يتجاوز عدد المختصين العاملين في مجال الإعلام الآلي اثنان وأخيرا يوجد مدون واحد من أفراد العينة يعمل كتاجر بالتجزئة لأجهزة الإعلام الآلي وآخر مسير مؤسسة وتجدر الإشارة إلى أن ثلاثة من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة على هذا السؤال .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

وقد ي كون مجال العمل عاكسا أو مؤشرا لمدى اعتبار المدونين الجزائريين للتدوين صحافة ومدى التزامهم بالمعايير الأخلاقية في ممارسة التدوين وهو ما سنحاول التعرف علىه في المحاور القادمة.

جدول رقم 08: مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
91.1%	41	داخل الجزائر
8.9%	04	خارج الجزائر
100%	45	المجموع

كما تعكسه معطيات الجدول أعلاه فإن معظم عينة الدراسة من داخل الجزائر فملقوىمون داخل الوطن نسبتهم 91.1% وعددهم 41 مدونا، في حين أن أربعة مدونين فقط ممن أجابوا على الاستبيان يقوىمون خارج الوطن ونسبتهم بىن أفراد العينة 8.9%. وتتفق النتائج المتحصل عليها في دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة زعيم نجود، والتي سبق الإشارة إليها.

وقلة تمثىل مدوني الجزائر في الخارج لا تعني بالضرورة قلتهم في الواقع التدويني، إنما يمكن الأخذ بعين الاعتبار التشتت الذي تتمىز به المدونات عبر منصات وفضاءات عديدة قد لا تكون بالضرورة جزائرية أو عربية وقد ي صعب العثور علىها بشكل مكثف عبر البحث العشوائي.



§ المحور الثاني : تمثل مفهوم التدوين الالكتروني للمدون الجزائري .

جدول 09: طريقة تعرف المدونين الجزائريين على فضاء التدوين والمدونات

النسبة %	التكرار	طريقة تعرف المدونين الجزائريين على فضاء التدوين
6.7%	03	الزملاء والأصدقاء
88.9%	40	مواقع الانترنت
4.4%	02	وسائل الإعلام المرئية والسمعية
0%	0	غير ذلك
100%	45	المجموع

بفحص نتائج الجدول (09)، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين قد تعرفوا على فضاء التدوين والمدونات عن طريق مواقع الانترنت بنسبة 88.9% في حين يختار 6.7% منهم أصدقاءهم وزملاءهم كمصدر لتعرفهم على خدمة المدونات ، ثم وبدرجة أقل 4.4% من أفراد العينة أنهم تعرفوا على المدونات عبر وسائل الإعلام المرئية والسمعية وبالمقابل لا يوجد أي شخص قد ذكر انه تعرف على المدونات عبر طرق أخرى .

ومن هذه النتائج نلاحظ أن شبكة الانترنت كانت المصدر الأول لتسويق خدمة المدونات حيث ساعدت تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب على إتاحة المواقع الرقمية وخاصة المدونات بكل سهولة ويسر ودون تكلفة عالية¹ . وهذا يدفعنا للقول أن المدونين كانوا بالأصل من المستعملين للانترنت والناشطين في هـ والمتأثرين بما تقدمه الشبكة من جدى د، وتذكر دراسة الباحثة سهيلة بوضياف حول استخدامات المدونات الجزائرية أن 45.60% من المدونين بدؤوا يستعملون الانترنت منذ سنة إلى 5 سنوات و51.64% منهم بدؤوا استعمال الانترنت من 5 إلى 10 سنوات² .

¹ محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، مرجع سابق، ص 13.

² سهيلة بوضياف، مرجع سابق، ص 126 .

جدول 10: تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الإلكتروني

النسبة %	التكرار	تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين
4.4%	2	هواية أمارسها في أوقات الفراغ
46.7%	21	وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن
22.2%	10	إعلام بديل عن الإعلام التقليدي
15.6%	07	وسيلة نشر بخيصة الثمن
11.1%	05	غير ذلك (هواية ووسيلة عمل)
100%	45	المجموع

كما هو موضح في الجدول أعلاه، فإن 21 من أفراد العينة بما يعادل نسبة 46.7% يرون أن التدوين وسيلة للتعبير الحر عن آرائهم كمواطنين، ويعتقد 10 مدونين بما يعادل نسبة 22.2% من أفراد العينة المستجوبين أن التدوين هو إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، وبدرجة ثالثة يرى 15.6% من أفراد العينة التدوين كوسيلة نشر بخيصة الثمن وعددهم 07 مدونين، وفي حين يعتقد 4.4% من أفراد العينة ويقدر عددهم بمدونين اثنين أن التدوين ما هو إلا هواية يمارسونها في أوقات الفراغ، فقد اعتبر خمسة مدونين وبنسبة 11.1% أن المدونة بالنسبة لهم هي هواية ووسيلة عمل.

وعلى ضوء هذه الإجابات يتضح تنوع مفهوم المدونات والتدوين لدى الفاعلين فيه والملاحظ أن التصورات التي جمعت أكبر النسب وعبرت عن مفهوم التدوين لدى المدونين الجزائريين هي التي ترى أن التدوين أداة ووسيلة للتعبير الحر عن الآراء ثم كونها إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي، وهذا أمر متوقع حيث تخلصت من سلطة وهيمنة الوسائل التقليدية التي فقدت وصايتها على حرية الرأي والتعبير. كما أتاحت هذه الوسائل الجديدة الممثلة في المدونات خصوصا منصات للمواطنين يتبادلون فيها الرأي والتعليق دون قيد أو ضوابط من الهياكل التنظيمية أو الأجهزة الرقابية وبعيدا عن تأثيرات الهياكل الاقتصادية والبرجية. وبالتالي هي بمثابة صورة من الإعلام البديل أو صحافة المواطنين التي لجأ إليها جمهور وسائل الإعلام ليتبنى

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

بنفسه إعلاما لنفسه ولغيره من أفراد الجمهور وفتاته الذين يستخدمون شبكة الويب والوسائل الجديدة¹.

جدول 11: يبين علاقة متغير المستوى الجامعي مع تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الإلكتروني

المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تصورات المدونين حول التدوين
4.4	2	0	0	0	0	4.4	2	هواية أمارسها في وقت الفراغ
46.7	21	6.67	03	40	18	0	0	وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن
22.2	10	20	09	2.2	1	0	0	إعلام بديل عن الإعلام التقليدي
15.6	07	6.67	03	8.89	04	0	0	وسيلة نشر بخيصة الثمن
11.1	05	0	0	11.1	05	0	0	غير ذلك (هواية ووسيلة عمل)
100	45	33.4	15	62.2	28	4.4	02	المجموع

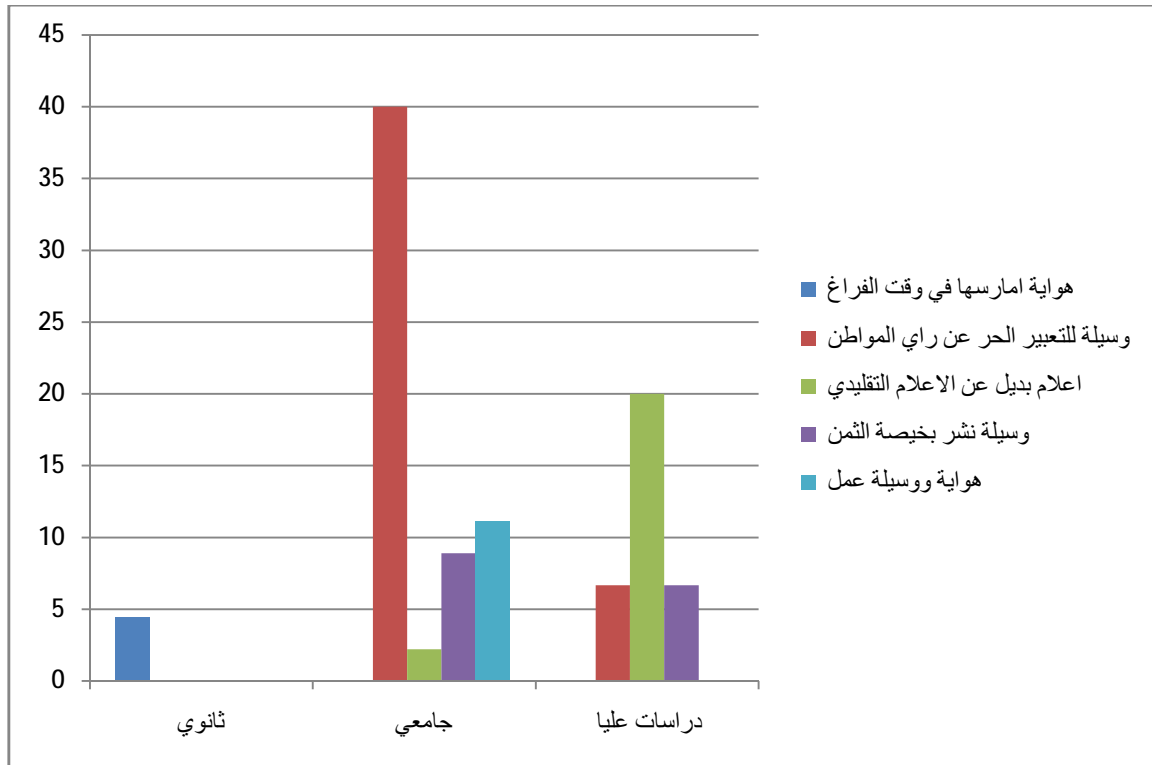
يوضح لنا هذا الجدول العلاقة الارتباطية بين متغير المستوى الجامعي وتصورات المدونين الجزائريين حول ماهية التدوين الإلكتروني. إذ أننا نلاحظ وجود اختلافات جوهرية بين مختلف المستويات، فغالبية أفراد العينة ممن هم ذو مستوى تعليم جامعي بنسبة 40% يعتقدون بأن التدوين هو وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن، أما حاملو شهادات الدراسات العليا فيرى

¹ محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، مرجع سابق، ص 12.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

أغلبيتهم أن التدوين قد بات إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي بنسبة 20% ،ومن جهة أخرى فإننا نجد كل أفراد العينة الذين لهم مستوى تعليم ثانوي وبنسبة 4.4% يتصورون التدوين كهواية يمارسونها في وقت الفراغ .

وبعد مقارنة مختلف النسب، يتبين لنا أن الأشخاص الأكثر تعليما وثقيفا على دراية تامة على ما أصبحت تعنيه مواقع المدونات كصحافة بديلة ،حيث أصبحت تهدد سلطة الوسائل التقليدية وهيمنتها على الأنباء ،وتتفاعل فوريا مع الوقائع والأحداث ،وقد يعود هذا إلى إحساس المدونين أفراد العينة بغياب المصدقية فيما ينشر أو يذاع عبر مختلف وسائل الإعلام المرئية والسمعية والمكتوبة والتي بات انحيازها واضحا إلى قوى السيطرة والهيمنة في المجتمع على حساب الجمهور صاحب المصلحة الحقيقية في وجودها وانتشارها .



شكل (01) يبين تصورات المدونين الجزائريين للتدوين الالكتروني حسب متغير المستوى

الجامعي



جدول 12: خاص بمدى اعتبار التدوين صحافة

النسبة %	التكرار	اعتبار التدوين صحافة
40%	18	نعم
60%	27	لا
100%	45	المجموع

يبدو من خلال الجدول (12) الخاص بمدى اعتبار التدوين صحافة أن أكثر من نصف العينة بنسبة 60% ما يعادل 27 مدونا جزائريا لا يعتبرون التدوين صحافة رغم انهم يقدمون أخبار وتعليقات على صفحات مدوناتهم، فيما ينظر 40% منهم إلى عالم التدوين والمدونات على أنها ممارسة صحفية .

وتؤكد هذه النتائج ما اختلف عليه الكثير من الباحثين والإعلاميين والكتاب حول طبيعة المدونات، فهناك من يرى أنها لا تدخل في نطاق الممارسة الصحفية، ويعود ذلك إلى نظرتهم للصحافة كمهنة فلو نظروا إليها كممارسة فإنهم سيعتبرون المدونات كجزء من الصحافة. ولكن الشيء المؤكد أنه رغم اختلافها عن أشكال الصحافة التقليدية المعروفة، إلا أنها تشكل أنماطا صحفية إلكترونية لا يمكن إنكار تأثيرها الجلي في كل المجالات وحضورها القوي في البيئة الإعلامية¹.

وسنحاول التعرف على الأسباب التي تجعل المبحوثين يصنفون المدونات على أنها صحافة أو غير ذلك من خلال الجداول القادمة.

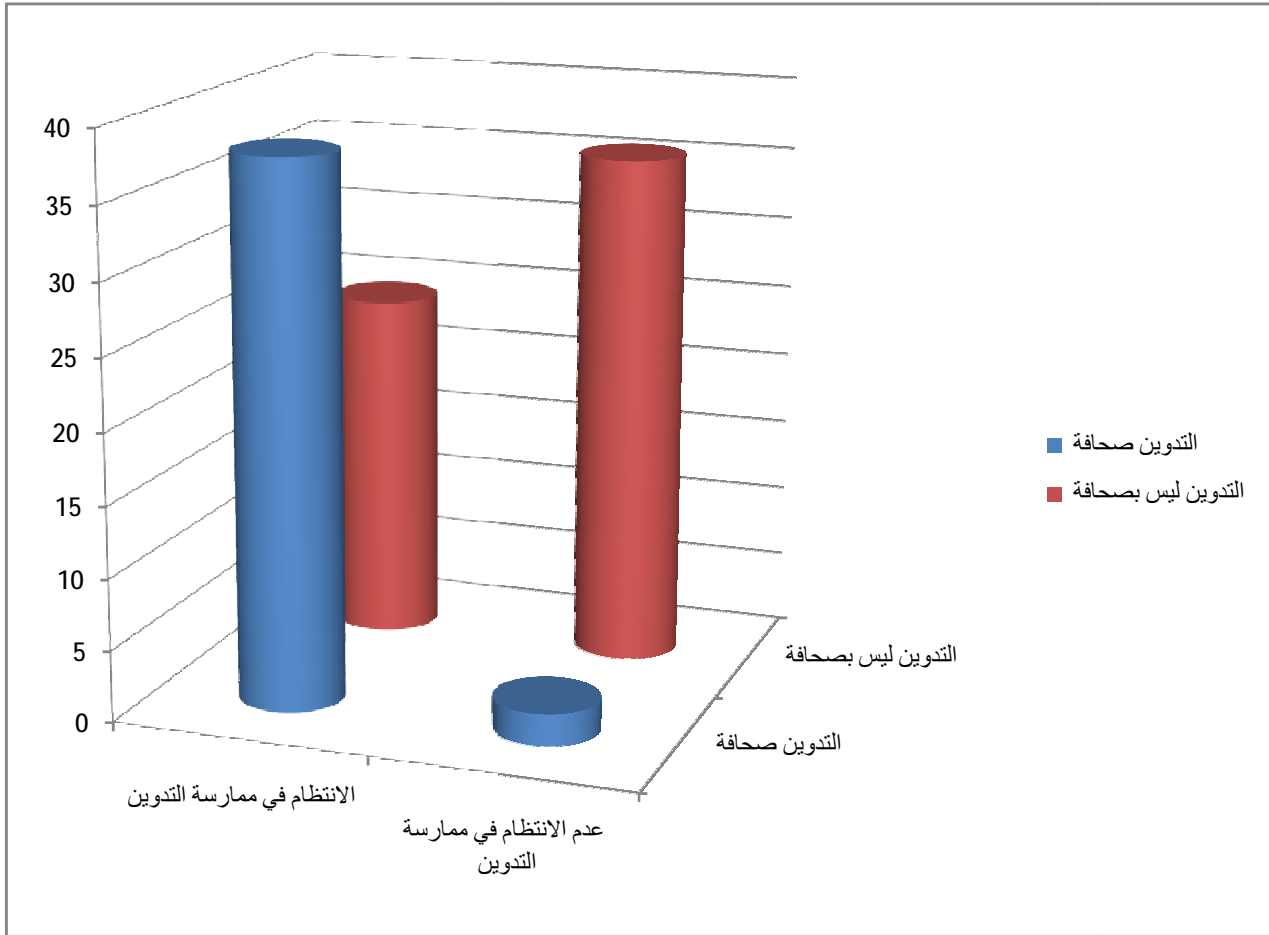
□

□¹ - إبراهيم يعزير، مرجع سابق، ص 158 .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول 13: يبين العلاقة بين الانتظام في ممارسة التدوين و اعتبار التدوين صحافة

المجموع		بدون انتظام		بانتظام		الانتظام في التدوين
%	ت	%	ت	%	ت	اعتبار التدوين صحافة
40	18	2.2	01	37.8	17	نعم
60	27	35.6	16	24.4	11	لا
100	45	37.8	17	62.2	28	المجموع



شكل (02) يبين العلاقة بين الانتظام في ممارسة التدوين و اعتبار التدوين ممارسة صحفية من خلال قراءة أرقام ونسب الجدول رقم (13) والشكل البياني أعلاه تتضح لنا العلاقة الارتباطية بين متغير الانتظام في ممارسة التدوين من قبل المبحوثين و اعتبار التدوين صحافة . حيث

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

أن غالبية من يمارسون نشاط التدوين بانتظام يعتبرون التدوين صحافة بنسبة 37.8%، مقابل 24.4% منهم لا يرونها كصحافة. ونفس النسبة تقريبا نجدها لدى من لا يدونون بانتظام فمعظمهم وبنسبة 35.6% ينظرون إلى التدوين على أساس انه ليس بممارسة صحفية مقابل 2.2% فقط منهم يرونها صحافة .

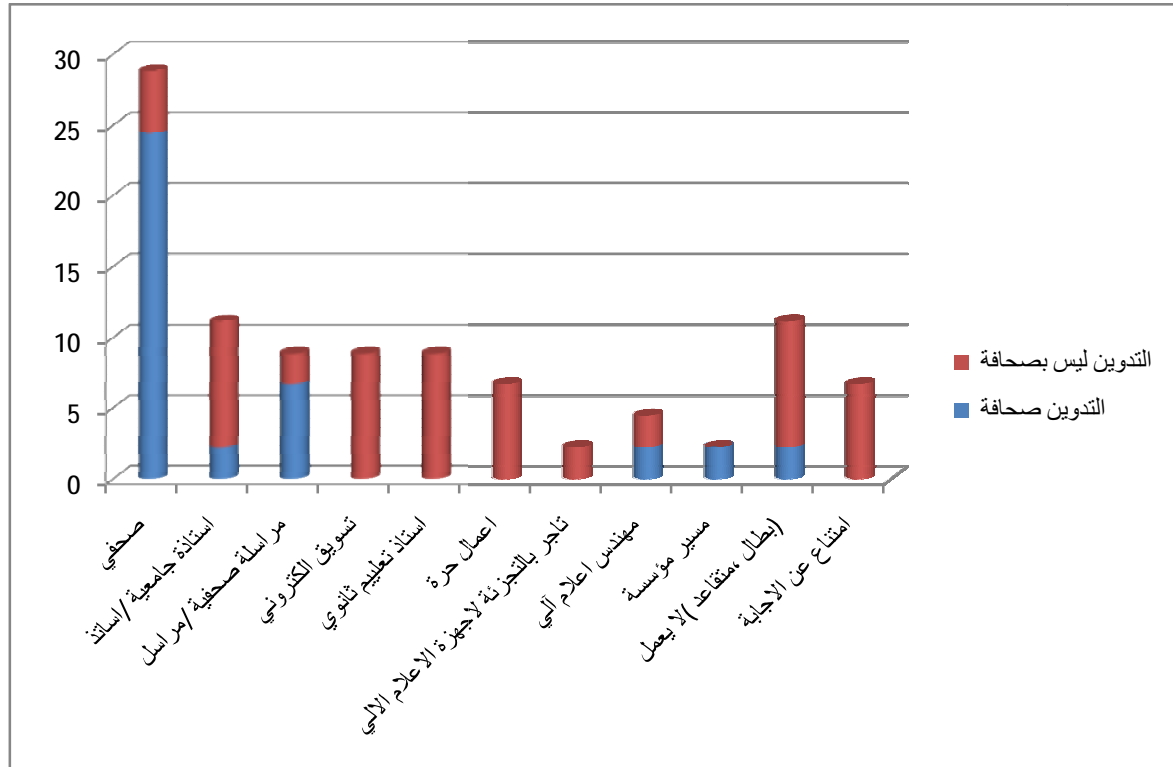
وبطبيعة الحال فان هذه النسب تدل على طبيعة ونوع المدونات التي يديرها أفراد العينة ،وهي مدونات إعلامية تهتم بالشأن العام و تكون عادة الأكثر نشاطا لتغطيها للأحداث الآنية ومجريات الحياة ،لذلك فمعظم من ينتظم في ممارسة التدوين يرون أن المدونات تشبه الصحافة بشكل كبير. ومع أن عدم الانتظام في التدوين لا يعنى بالضرورة هجران المدونة بشكل تام ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار الالتزامات والمسؤوليات اليومية للمدونين المبحوثين في هذه الدراسة وهذا ما سنحاول التعرف عليه من خلال الجدول الموالي .

بالاعتماد على معطيات الجدول (14) فان غالبية المدونين باختلاف المهنة التي يزاولونها في حياتهم اليومية ، لا يعتبرون التدوين صحافة، إلا أننا نلاحظ الفرق الواضح بينهم، حيث نجد أن نسبة الذين يعتقدون أن التدوين هو بمثابة ممارسة صحفية من غالبية رجال الصحافة المبحوثين قد بلغت 24.4%، و من المرسلين الصحفيين 6.67%،ومن أساتذة الجامعة و مهندسي الإعلام الآلي و مسير المؤسسة نفس النسبة والتي بلغت 2.2% .وبالمقابل فإن أغلبية المدونين ممن لا يفكرون في التدوين على انه صحافة هم أساتذة جامعيين وأساتذة تعليم ثانوي والمهتمين بالتسويق الالكتروني بنسبة 8.89% ، وحتى عند باقي أفراد العينة ممن يقومون بأعمال حرة وبنسبة اقل تقدر ب 6.67% ،وأخيرا مهندسي الإعلام ألي ممن لديهم الخبرة في التعامل مع هذه المواقع باعتبارهم متخصصين بنسبة 2.2% فرغم ذلك لا يرون التدوين صحافة .

ولهذا فإننا نؤكد على أن طبيعة المهنة تلعب دورا ملحوظا في الاعتقاد السائد حول اعتبار التدوين صحافة .و وفقا للنتائج المتحصل عليها فغالبا ما يكون أصحاب الاختصاص من إعلاميون هم من يشبهونها بالممارسة الصحفية وهذا بسبب أن المدونة تعد من أهم أدوات النشر على الشبكة، وتستهدف جمهورا له نفس خصائص جمهور الوسائل الإعلامية السائدة وعلى أساس أنهم صحفيون فهم يمتلكون الخبرة والمهارة لإنتاج المضامين المكتوبة سواء كانت تعليقات أو أخبار أو

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

مقالات¹، وبالتالي فإن المعيار في ذلك هو جمع الأخبار ونشرها إلى الجمهور وهو وجه الشبه بين الصحافة والتدوين .



شكل (03) يبين العلاقة بين مهنة المدونين و اعتبار التدوين ممارسة صحفية

§ المحور الثالث: وعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها موثيق

الشرف الصحفية.

جدول 15: معرفة المدونون بأساليب الكتابة الصحفية و الممارسة الإعلامية

النسبة %	التكرار	معرفة المدونون بأساليب الكتابة الصحفية والإعلامية
37.8%	17	نعم
62.2%	28	لا
100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) والذي يبين مدى معرفة المدونين الجزائريين بأساليب الكتابة الصحفية والممارسة الإعلامية، أن أغلبية الباحثين وعددهم 28 أي ما يعادل

¹ □ - محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، مرجع سابق، ص

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

62.2% ليسوا على دراية بأساليب الكتابة الصحفية، فيما يقول 17 مدونا جزائريا وبنسبة 37.8% أنهم على اطلاع بأساليب الممارسة الإعلامية. وتؤكد نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة هم من هواة وليسوا محترفين بالرغم من أن مدوناتهم تعنى بتقديمها الأخبار والتعليقات وتغطية مختلف الوقائع والأحداث، ولكن عدم معرفة غالبيتهم بقواعد الإعلام والكتابة الصحفية، كالمقروم المقلوب والأسئلة الخمسة، لا ينفي أن مضامينها حاضرة بقوة وفرضت نفسها في البيئة الإعلامية¹. كما وتتوافق هذه النتيجة مع مينة من أهم ميزات التدوين الإلكتروني ألا وهي البساطة التقنية حيث أن الإقبال الكبير على إنشاء المدونات في العالم بأسره لم يكن بهذه الصورة المكثفة إلا بسبب قدرة مستخدمي الإنترنت على التعامل مع هذه الخدمة تقنيا بسهولة وحرية كبيرة.

جدول 16: العلاقة بين معرفة المدونين بأساليب الكتابة الصحفية و بداية استخدام المدونات

المجموع	لا		نعم		معرفة المدونين بأساليب الكتابة الصحفية بداية استخدام المدونات
	ت	%	ت	%	
	01	2.2	00	0	منذ اقل من سنة
	35	77.8	27	17.8	من سنة إلى 3 سنوات
	09	20	00	20	من 3 سنوات فأكثر
المجموع	45	62.2	28	37.8	17

يبدو من خلال الجدول أعلاه، أن نسبة الباحثين، من الذين هم على اطلاع بأساليب الكتابة الصحفية والممارسة الإعلامية، بدأوا يستخدمون المدونات الإلكترونية من سنة إلى ثلاث سنوات وبلغت نسبتهم 17.8%، في حين أن الذين استخدموها منذ أكثر من 3 سنوات بلغت نسبتهم 20% مقابل 0% من الذين لديهم اقل من سنة في استخدام المدونات. وفي المقابل نجد

¹ إبراهيم يعزير، مرجع سابق، ص 159.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

نسبة المدونين الذين ليس لديهم معرفة بأساليب الكتابة الصحفية و الذين بدأوا التدوين منذ أقل من سنة قد بلغت 2.2% مقابل 60% ممن بدأوا من سنة لثلاث سنوات وأخيرا نسبة 0% للذين لهم أكثر من 3 سنوات .

وبملاحظة بسيطة لهذه النسب يتجلى لنا أن نسبة الذين لديهم مدة طويلة في استخدام المدونات كانت مرتفعة لدى المدونين الذين هم على اطلاع بأساليب الممارسة الإعلامية ، وفي المقابل نجد أن نسبة الذين لديهم مدة قصيرة منذ اقل من سنة و بين سنة وثلاث سنوات في ممارسة التدوين ، مرتفعة لدى أفراد العينة ممن ليسوا على دراية كافية بأساليب الكتابة الصحفية بشكل بارز. وهذا ما يدل على أن متغير المعرفة بأساليب الكتابة الصحفية والممارسة الإعلامية كان له دور في مدى قصر مدة استعمال المدونات وبداية التدوين على الرغم من السهولة التقنية التي تتميز بها مواقع المدونات والتي كانت سببا في انجذاب المواطنين والجماهير إليها في العالم بأسره والتي لا تتطلب من المدون ضرورة معرفة قواعد الكتابة الصحفية ، و قد يفسر ذلك بسبب طبيعة المدونات التي يمتلكها أفراد العينة المستجوبين وهي المدونات الإخبارية أو الإعلامية التي يحتاج مالكيها إلى دراية بأساليب الممارسة الإعلامية وذلك من باب احترام الضوابط الأخلاقية في ممارسة التدوين مع العلم ان ثلث العينة هم من رجال الإعلام .



شكل (4) يبين العلاقة بين معرفة المدونين بأساليب الكتابة الصحفية و بداية استخدام المدونات

جدول 17: اطلاع المدونين الجزائريين على ميثاق الشرف الصحفية

النسبة %	التكرار	اطلاع المدونين على ميثاق الشرف الصحفية
40%	18	نعم
60%	27	لا
100%	45	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة ليسوا على اطلاع على ميثاق الشرف الصحفية وذلك بنسبة 60%، في حين يقول 40% منهم أنه سبق لهم أن اطلعوا على ميثاق الأخلاقيات الإعلامية، وقد يكون ذلك بسبب غياب ميثاق أخلاقية خاصة بالتدوين الإلكتروني، وعدم دراية المدونين أنفسهم بأن ما يقومون به هو نوع من الإعلام، وقد يبرر ذلك بأن معظمهم لا يعتبرون التدوين صحافة (60% وفقا لنتائج الجدول 12) وسوف نحاول من خلال الجداول اللاحقة التعرف على مدى التزام المدون الجزائري بالأخلاقيات في ظل عدم اطلاعه على ما تنص عليه ميثاق الشرف الصحفية .

جدول 18: إمكانية تخلي المدون عن مبادئ الممارسة المهنية

النسبة %	التكرار	إمكانية تخلي المدون عن مبادئ الممارسة المهنية
5.56%	01	نعم
94.44%	17	لا
100%	18	المجموع

بناء على نتائج الجدول السابق والجدول رقم (18) الذي يبين مدى إمكانية تخلي المدون الجزائري عن مبادئ الممارسة المهنية فإن أغلبية المدونين والذين هم على اطلاع بميثاق الشرف الصحفية وعددهم 17 وبنسبة 94.44% يرون بأنه لا يجوز التخلي عن المبادئ الأخلاقية في ممارسة التدوين، مقابل مدون واحد فقط وبنسبة 5.56% من يرى بأنه يمكن تجاوز مبادئ الممارسة المهنية في المدونات وذلك مرده ربما إلى اعتقاده بأن التدوين ليس بصحافة .

جدول 19: ابرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي يجدها المدونين في المدونات الجزائرية

النسبة %	التكرار	ابرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية في المدونات الجزائرية
46.7%	21	سرقة أخبار المدونين
37.8%	17	التعدي على حقوق الملكية الفكرية
4.4%	02	نشر مواد غير لائقة ولا تتفق مع الذوق العام
4.4%	02	اختراق خصوصية الآخرين
6.7%	3	عدم الالتزام بالمصداقية والموضوعية
0%	0	تجاوز القوانين والتشريعات
0%	0	غير ذلك
100%	45	المجموع

الجدول رقم (19) يوضح ابرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي يجدها المدونين أفراد العينة في المدونات الجزائرية، وتعد سرقة أخبار المدونين و التعدي على حقوق الملكية الفكرية ،حسب البيانات أعلاه ابرز التجاوزات الأخلاقية في هذه المدونات وبنسبة 46.7 % و 37.8 % على التوالي ،يليهما عدم الالتزام بالمصداقية والموضوعية بنسبة 6.7% وبنسبة أقل تقدر ب 4.4 % لكل من الانتهاكات المتعلقة بنشر مواد غير لائقة ولا تتفق مع الذوق العام واختراق الخصوصية للآخرين،في حين لا يرى أفراد العينة أن هناك أي تجاوزات للقوانين والتشريعات في المدونات الجزائرية، وهذا مرده ربما إلى الخوف من عقوبات و ضغوطات السلطات والتي قد تجلب الموقع عبر برمجيات خاصة، أو يتعرض صاحبه للسجن في حال تجاوزه القانون .

وتبين نتائج الجدول أعلاه انه من الصعب أو من المستحيل ممارسة الرقابة على الصحفيين المواطنين عموما نظرا للعديد من التجاوزات التي تحدث في مواقع المدونات الجزائرية وفقا للبيانات المتحصل عليها ،وبالتالي هناك عدم احترام للمعايير الأخلاقية من طرف الفاعلين فيها .

جدول 20: ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي ومهني خاص بالمدونات

النسبة %	التكرار	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي
71.1%	32	نعم
28.9%	13	لا
100%	45	المجموع

يبين الجدول رقم (20) ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي للمدونات، حيث نجد أغلبية أفراد العينة وبنسبة 71.1% يعتقدون بأنه من الضرورة إنشاء ميثاق شرف خاص بالتدوين، في حين يرى 28.9% من المبحوثين أنهم ليسوا بحاجة إلى ميثاق شرف أخلاقي. وتعد النتائج المتحصل عليها جد منطقية نظرا للتجاوزات التي يجدها هؤلاء المدونين في المدونات الجزائرية وفقا للجدول (19)، كما وتشير هذه المعطيات أن هناك تخوف لدى أفراد العينة المبحوثين من إنشاء ميثاق شرف خاص بالمدونات والذي قد يجد من الحرية الكبيرة والمتاحة لهم في فضاء التدوين وهذا بسبب غياب الرقابة كما انه قد تنجر عليه أيضا عقوبات في حال عدم احترام بنوده خاصة إذا تم تضمين التدوين في قانون الإعلام.

جدول 21: تصورات المدونين الجزائريين حول ابرز الوظائف التي سيحققها هذا الميثاق

النسبة %	التكرار	تصورات المدونين الجزائريين حول الوظائف التي سيحققها الميثاق
13.3%	06	حماية حرية التدوين والحد من القوانين والتشريعات
46.7%	21	تحديد حقوق وواجبات المدونين
37.8%	17	منع المدونين من خرق معايير أخلاقية تخص الصحافة بشكل عام
2.2%	1	تنظيم علاقة المدونين بالجمهور التفاعلي
100%	45	المجموع

بناء على معطيات الجدول السابق و الجدول (21) الذي يبين تصورات المدونين الجزائريين حول ابرز الوظائف التي سيحققها الميثاق الأخلاقي الخاص بالتدوين والمدونين، ونلاحظ بأن حوالي نصف أفراد العينة وبنسبة 46.7% يعتقدون بأن ميثاق الشرف في حل تم وضعه

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

سيحدد حقوق وواجبات المدونين، فيما يرى 37.8% منهم انه سيعمل على منع المدونين من خرق معايير أخلاقية تخص الصحافة بشكل عام، وبنسبة اقل بلغت 13.3% من أفراد العينة يؤمنون بأن أبرز وظيفة سيحققها ميثاق الشرف هي حماية حرية التدوين والحد من القوانين والتشريعات، وأخيرا يرى باقي المبحوثين وبنسبة قدرت ب 2.2% أن ميثاق الأخلاقيات سينظم علاقة المدونين بالجمهور التفاعلي.

ونرى من خلال هذه البيانات أن أهم هاجس لدى المدونين هو حماية حرية التدوين من خلال تحديد وتسطير ما لهم وما عليهم في مواقع المدونات التي ينشئونها والأمر هنا لا يخلو من الخوف من بعض الأخطاء التي قد لا يدرك كاتب المقال (أو التدوينة) أنها تشكل مشكلة ما قد تؤدي به إلى مسائلة قانونية، وبالتالي فالتدوين بحاجة إلى قواعد سلوك قانونية توظف عمله.

§ المحور الرابع: استحضار المدون الجزائري لمعايير الدقة والشفافية والوضوح في نشره

للأخبار:

جدول 22: الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته

الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري	التكرار	النسبة %
اسمك الحقيقي	37	82.2%
الاسم المستعار	08	17.8%
المجموع	45	100%

الملاحظ من نتائج الجدول (22) أن أغلبية أفراد العينة يعرفون أنفسهم في مدوناتهم بهوية حقيقية مستخدمين اسمهم الحقيقي وذلك بنسبة 82.2% في حين يستخدم ثمانية أفراد من أفراد العينة اسم مستعار في مدوناتهم ممثلين نسبة 17.8%.

وتوافق نتائج دراستنا ما توصلت إليه دراسة الباحثة زعيم نجود والتي جاء فيها أن 69% من المدونين الجزائريين يدونون باستخدام أسمائهم الحقيقية في حين أن نسبة 16% منهم يدونون باستخدام أسماء مستعار¹، بالرغم من أن دراستنا قد ركزت على المدونات الإعلامية فقط على اختلاف الدراسة السابقة الذكر والتي اعتمدت على كل المدونات التي يديرها جزائريون باختلاف أنواعها. وتلعب الهوية دورا أساسيا في مواقع المدونات ذلك أنها تضفي

□¹ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 160.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

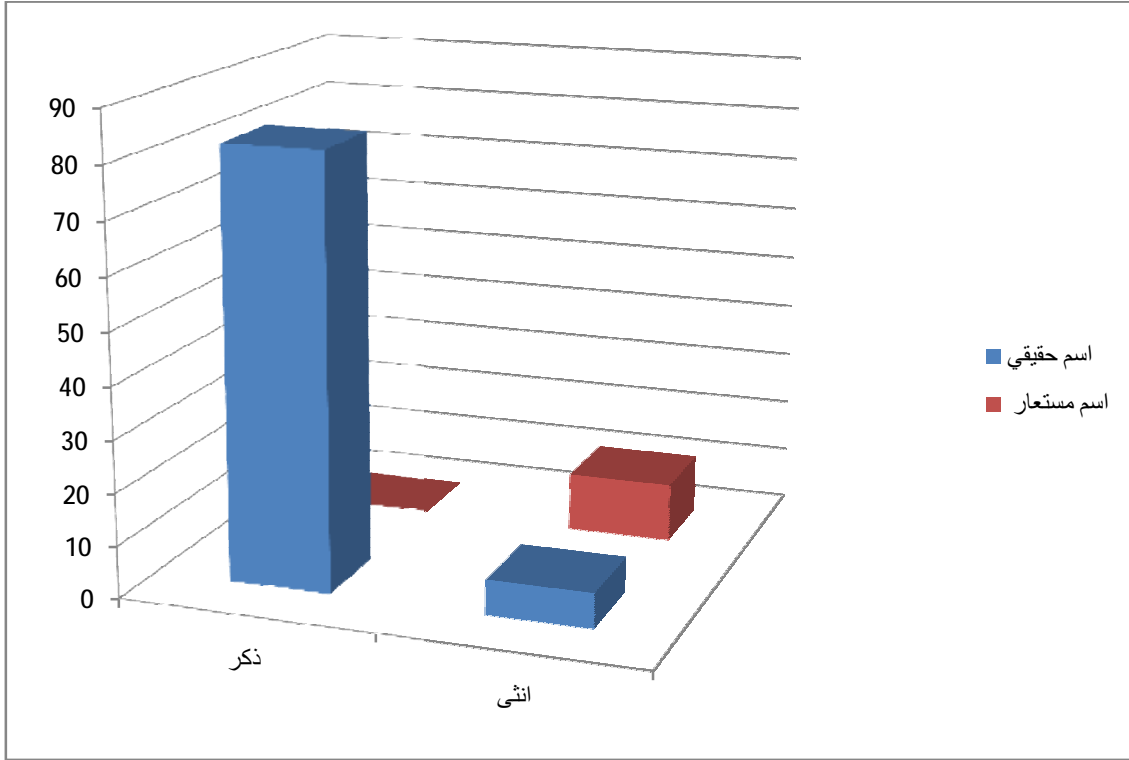
نوع من المصداقية على شخصية وأسلوب المدون وتعطي ثقة للجمهور المتلقي في المعلومات التي يقدمها أصحاب المدونات، وقد أدرجنا هذا السؤال حتى نتأكد من عدد من النقاط الأساسية والتي تتمثل في مدى التزام أفراد العينة بالشفافية والوضوح في تقديم الأخبار، والبحث في الأسباب الحقيقية التي تدفعهم لاستخدام هوية حقيقية أو هوية مستعارة وهذا ما سنحاول التعرف عليه في الجداول الموالية.

جدول 23 : الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته وفقا لمتغير الجنس

المجموع	أنثى		ذكر		الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري	
	ت	%	ت	%	ت	%
	37	82.22	00	00	37	82.22
	08	17.78	05	11.11	03	6.67
	45	100	05	11.11	40	88.89

في الوقت الذي أكدت فيه نتائج الجدول (22) أن أغلبية أفراد العينة يقدمون أنفسهم على صفحات مدوناتهم بأسمائهم الحقيقية يبين لنا الجدول (23) الهوية التي يستخدمها أفراد العينة حسب متغير الجنس، وتبين النتائج أن غالبية أفراد العينة من الذكور وبنسبة 82.22 % يستخدمون أسماءهم الحقيقية مقابل 6.67 % فقط منهم يجذبون الاسم المستعار. وبالرجوع إلى نتائج الجدول أعلاه نجد أن كل الإناث وعددهم 05 ونسبة 11.11 يستخدمون أسماء مستعارة. ونلاحظ من خلال هذه النتائج أن الإناث أكثر استخداما للأسماء المستعارة من الذكور، وقد

يكون هذا لتجنبهن الإزعاج والمشاكل من محيطهن الاجتماعي، وسنكشف في الجداول المقبلة الأسباب الحقيقية لاستخدام الهوية الحقيقية والمستعارة في المدونات حسب إجابات أفراد العينة.



شكل (05) يبين الهوية التي يستخدمها المدون الجزائري على مدونته وفقا لمتغير الجنس

جدول رقم 24: أسباب استخدام المدون الجزائري لاسمه الحقيقي

النسبة %	التكرار	أسباب استخدام الاسم الحقيقي
0%	0	تشعر بالسعادة لظهور اسمك
86.5%	32	مقتنع بما تكتب
10.8%	4	لا تخاف أن يضايقك احد
2.7%	01	الشهرة
100%	37	المجموع

يبيّن الجدول رقم (24) أسباب المدونين في اختيار اسمهم الحقيقي كوسيلة لتقديم أنفسهم أمام جمهورهم على المدونة. ورأى 32 مدونا (86.5 %) ممن اختاروا هذه الإجابة أنهم مقتنعين بما يكتبون ولا يخاف أربعة من المدونين (10.8 %) أن يضايقهم أحد، في حين أن مدون واحد (2.7%) فقط من أصل سبعة وثلاثين مدونون باسمهم الحقيقي، هدفهم الشهرة. كما أن لا احد من المدونين ذكر انه يشعر بالسعادة لظهور اسمه الحقيقي .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

وتدل معطيات الجدول أعلاه أن المدونين على ثقة بما يقدمونه للجمهور نتيجة لطبيعة المدونات الإخبارية التي يشرفون على إدارتها، فحتى يحصل المدون الصحفي على المعلومة وربما سبق الصحفي ويتمكن من التواصل الجيد مع جمهوره وكسب ثقته لا بد له أن يعرف بنفسه بصفة مباشرة وصريحة.

جدول 25: أسباب استخدام المدون الجزائري لاسم مستعار

النسبة %	التكرار	أسباب استخدام الاسم المستعار
12.5 %	01	تريد أن تكتب بدون قيد
62.5 %	05	لا تريد أن يتعرف عليك احد
12.5 %	01	لا تريد أن يصنفك احد في اتجاه معين
12.5 %	01	حتى لا تشعر بالضغط
100 %	08	المجموع

ي مثل الجدول رقم (25) أسباب تقديم المدونين لأنفسهم بأسماء مستعارة وهنا نجد

أن

62.5% من المدونين قالوا لا يريدون أن يتعرف عليهم أحد وهم كلهم إناث، والبقية من المدونين الذين يستخدمون أسماء مستعارة يتوزعون بين من يريد أن يكتب بدون قيد أو أن يتعرف عليه احد أو أن يصنف من طرف الجمهور في اتجاه معين وذلك بنسب متساوية قدرت ب 12.5% .

وتؤكد نتائج هذا الجدول ما توصلنا إليه من نتائج في الجدول (23) حيث أن كل الإناث من أفراد العينة يستخدمون أسماء مستعارة والسبب في ذلك أنهم لا يريدون أن يتعرف عليهم احد وبالتالي راجع إلى حماية الخصوصية، وهذا قد لا يؤثر على نشاط المدون وعلاقته بالجمهور نتيجة ما حققته بعض المدونات العربية من مصداقية واهتمام الجماهير رغم استخدامها لأسماء مستعارة مثل مدونة بهية في مصر والتي أشاد بها الكاتب الصحفي محمد حسنين هيكل وأبدى اهتمامه الشديد بكل مقالاتها .

جدول 26: المصادر التي يستقي منها المدون الجزائري المعلومات التي يتم نشرها في

المدونة

النسبة %	التكرار	المصادر التي يستقي منها المدون المعلومات
53.3%	24	وسائل إعلام تقليدية
68.9%	31	مدونات الآخرين
75.6%	34	مواقع الكترونية
88.9%	40	أحداث أشاهدها وأصورها بنفسي

الجدول رقم (26) يوضح المصادر التي يستقي منها أفراد العينة المعلومات والأخبار التي يتم نشرها في مدوناتهم حيث كان بإمكانهم اختيار أكثر من مصدر والمصدر الرئيسي حسب البيانات أعلاه هي الأحداث التي يشاهدها ويصورها المبحوثين بأنفسهم وذلك بنسبة 88.9% ثم المصدر الثاني هو المواقع الإلكترونية بنسبة 75.6%، ثم تليها مصادر أخرى وهي مدونات الآخرين بنسبة 68.9%، و وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 53.3%.

واختار المدونون للأحداث التي يشاهدونها كمصدر رئيسي وأول للتدوين وبهذه النسبة العالية يعطي الانطباع أن المدونين أفراد العينة أصبحوا بطريقة غير مباشرة يقومون بما يفعله الصحفي العادي وهو النزول إلى الميدان وتغطية الحدث ومن ثم تزويد المدونة بالمواضيع والأخبار التي يرونها مناسبة. ففي الماضي كان اقتناص الخبر والمعلومة من اختصاص الصحفي وحده أما اليوم فإن عامة الناس تتمتع بمجموعة هائلة من الوسائل التقنية سهلة الاستعمال (الهاتف الجوال، الكاميرا الرقمية، الكمبيوتر المحمول، ...) تمكنها من الحصول والوصول إلى المعلومة ونشرها مثلها مثل الصحفي¹.

والملاحظة الثانية في هذا الجدول أن مدونات الآخرين جاءت كمصدر ثالث للمدونين الجزائريين ومن ثم وسائل الإعلام التقليدية والتي تستقى منها المعلومة وهو ما يعني أن المدونات أصبحت منافسا لا يستهان به في هذا المجال أي كمصادر بديلة للأخبار² في مقابل

¹ - جمال الزرن: البيعة الجديدة للاتصال الإلكتروني على طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي (بغداد)، العدد 17 صيف

2012، ص 32.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 52.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

تراجع الدور التأثري لوسائل الإعلام السمعية والبصرية وحتى المكتوبة كمصدر للمعلومة بسبب تراجع الثقة بهاته الأخيرة عموماً خاصة بالنسبة لمستخدموا الانترنت والدليل على ذلك أيضاً أن 75.6% من أفراد هذه العينة يعتمدون على المواقع الالكترونية كمصدر للمعلومات وهي تسبق بذلك الصحف التقليدية والتي لا تنشر عادة بعض الأخبار لفرط حساسيتها، أو لعدم قدرة الصحافة المكتوبة على ذكر كل التفاصيل الدقيقة للأحداث والوقائع الإخبارية¹.

جدول 27: تحقق المدون من المعلومات التي يتحصل عليها من المصادر المختلفة

التحقق من المعلومات	التكرار	النسبة %
نعم	42	93.3%
لا	03	6.7%
المجموع	45	100%

يتبين لنا من خلال النسب المتضمنة في هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين ونسبة 93.3% يتحققون من المعلومات التي يحصلون عليها من المصادر المختلفة، فيما يرى 6.7% فقط أنهم لا يتأكدون من المعلومات التي تأتيهم من مختلف المصادر. نلاحظ من خلال هذه النتائج أن أفراد العينة هم من النخبة المثقفة ويسعون ربما لكسب ثقة الجماهير من خلال التأكد من الأخبار التي ينشرونها على صفحات مدوناتهم، كما أن هذه النتائج تتفق مع ما توصلنا إليه في الجدول السابق وهو أن المصدر الرئيس لمعلوماتهم هو ما يصورونه ويشاهدونه بأنفسهم وبالتالي يتحققون بأنفسهم من الأخبار التي ينشرونها.



□¹ - جمال الزرن: البيعة الجديدة للاتصال أو الإكوميديا على طريق صحافة المواطن، مرجع سابق، ص 33.

جدول 28: تدعيم المادة المنشورة بالروابط عن طريق الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة

النسبة %	التكرار	الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة
64.4%	29	دائما
28.9%	13	أحيانا
2.2%	01	نادرا
4.4%	02	أبدا
100%	45	المجموع

يوضح الجدول رقم (28) أن أغلبية أفراد العينة تدعم المادة المنشورة على صفحات مدوناتهم بالروابط والوصلات عن طريق الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة وبصفة دائمة بنسبة 64.4%، مقابل 28.9% منهم يفعلون ذلك أحيانا، وبنسبة 2.2% فقط قالوا أنهم يقومون بذلك نادرا، وباقي أفراد العينة بنسبة 4.4% ذكروا أنهم لا يدعمون المادة المنشورة بتاتا بالروابط وقد يكون ذلك بسبب أنهم يعتمدون فقط على ما يشاهدونه ويصورونه بأنفسهم كمصدر لتدويناتهم وقد لا تكون هذه الأخبار متاحة على الشبكة .

ومن خلال نتائج هذا الجدول يتضح أن غالبية المدونين الجزائريين من أفراد العينة الذين يضعون الروابط والوصلات مع المصادر الأصلية للمعلومات التي ينشرونها وحتى تكون مرجعا لما يكتبون يسعون لكسب ثقة الجماهير من خلال إضفاء نوع من المصداقية لما يقومون به، فالجمهور المتصفح لمواقع المدونات هو الذي يظهر ويكشف ما في المدونات من أخطاء وتجاوزات، وبالتالي تمكين القراء من الوصول إلى الحقائق وفي نفس الوقت الحكم بأنفسهم على دقة الكتابة والأخبار وهذا وفقا لقواعد أخلاقيات التدوين الأولى التي وضعتها الباحثة الأجنبية ربيكا بلود .

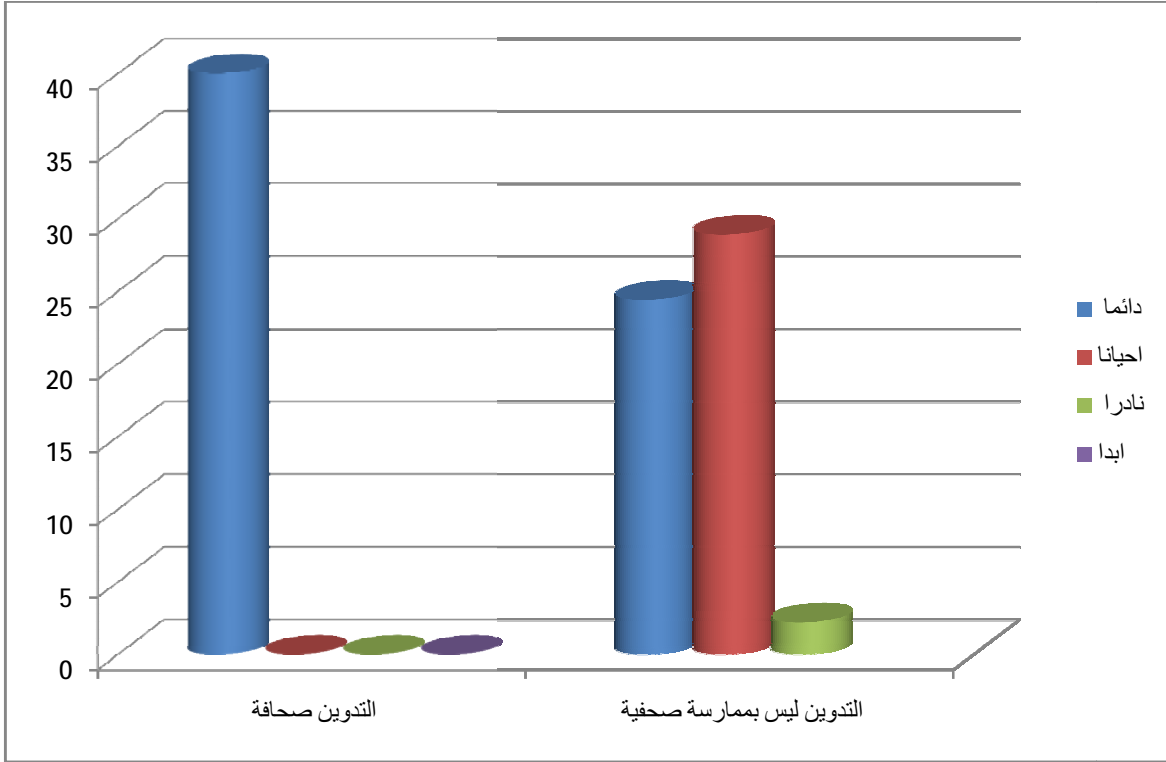


الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول 29 : العلاقة بين الإحالة للمصدر الأصلي للمعلومة واعتبار التدوين صحافة

المجموع	لا		نعم		اعتبار التدوين صحافة	الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة
	ت	%	ت	%		
64.4	29	24.4	11	40	18	دائما
28.9	13	28.9	13	0	0	أحيانا
2.2	01	2.2	01	0	0	نادرا
4.4	02	4.4	02	0	0	أبدا
100	45	60	27	40	18	المجموع

يبدو من خلال الجدول أعلاه، أن كل المبحوثين، من الذين يعتقدون أن التدوين صحافة، يحيلون القراء من خلال الروابط والوصلات إلى المصدر الأصلي للمعلومات والأخبار التي ينشرونها في مدوناتهم وبلغت نسبتهم 40%، وفي المقابل نجد أغلبية المدونين الذين لا ينظرون إلى التدوين كممارسة صحفية يدعمون المواد المنشورة بالروابط بالإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة أحيانا وبنسبة 28.9% في حين نجد 24.4% منهم أيضا يفعلون ذلك وبصفة دائمة، ويقوم 2.2% منهم بذلك بصفة نادرة وذكر 4.4% منهم كذلك أنهم لم يستعينوا بالروابط نهائيا . وبطبيعة الحال فإن هذه النسب تدل على أن الإشارة والإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة هي من أهم مبادئ المصداقية و الشفافية والوضوح في العمل الصحفي لذلك فكل واحد من أفراد العينة المبحوثين ومن يعتقدون أن التدوين صحافة يقومون بذلك وبصفة دائمة .



شكل (06): يبين العلاقة بين الإحالة للمصدر الأصلي للمعلومة واعتبار التدوين صحافة
جدول 30: لفت انتباه القراء في حالة الاعتماد على مصادر مثيرة للشكوك

النسبة %	التكرار	لفت انتباه القراء إلى الاعتماد على مصادر مثيرة للشكوك
40%	18	نعم
60%	27	لا
100%	45	المجموع

بناء على الجدول (30) فإن أغلبية المدونين الجزائريين من أفراد العينة وبنسبة 60% يذكرون أنهم لا يلفتون انتباه القراء إلى المصادر المثيرة للشكوك في حال اعتمادهم عليها، فيما نجد 40% منهم يشيرون إلى المصادر التي تثير شكوكهم. وقد يفسر ذلك لأن معظمهم قد ذكروا أنهم ليسوا على اطلاع على موثيق الشرف الصحفية أو ربما خوفا من فقدان ثقة الجماهير فيهم والتشكيك في مصداقيتهم من طرف القراء لاعتمادهم على مثل هذا النوع من المصادر الغير موثوق فيها والمتحيزة.

جدول 31: خاص بالتصحيح عند نشر معلومات غير صحيحة

النسبة	التكرار	كيفية التصحيح عند نشر معلومات خاطئة
31.1%	14	التصحيح العلني في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية
20%	09	التصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية
48.9%	22	حذف المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك
100%	45	المجموع

يبيّن الجدول رقم (31) كيفية التصحيح التي يقوم بها المدونين عند نشر معلومات غير صحيحة على صفحات مدوناتهم ، وتبين النتائج أن 22 مدونا وبنسبة 48.9% يقومون بحذف المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك ، و 14 مدونا ما يعادل 31.1% يقومون بالتصحيح العلني في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية، فيما ذكر تسعة مدونين وبلغت نسبتهم 20% أنهم يقومون بالتصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية . وما هذه النتائج إلا تأكيداً مرة أخرى على السهولة التقنية التي يتميز بها التدوين الإلكتروني من جهة، وتبيان الحاجة الملحة لضرورة إقامة ميثاق شرف خاص بالتدوين الإلكتروني ، فأغلبية أفراد العينة قد صرحوا بأنهم يحدفون المعلومات غير صحيحة دون الإشارة إلى ذلك ، وهذا قد يثير شكوك القراء الذي بإمكان أي واحد فيهم أن يضيف المعلومات الصحيحة فوراً ، وهذا ما يمكن أن يلاحظه أي مشارك على الموقع وهو ما قد يزعزع ثقتهم في صاحب المدونة وأخباره .

□

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول 32: يبين العلاقة بين مدى اطلاع المدونين على ميثاق الشرف الصحفية وطريقة التصحيح عند نشر معلومات غير صحيحة

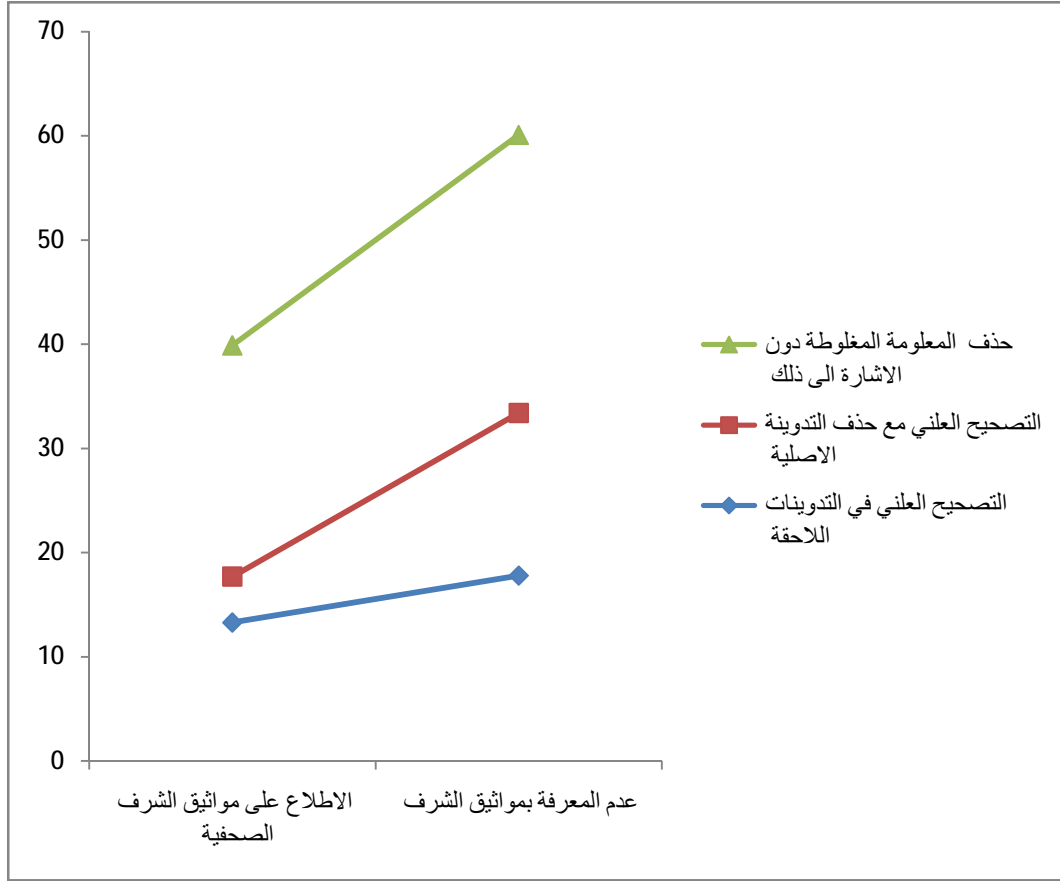
المجموع		لا		نعم		الاتلاع على ميثاق الشرف الصحفية عند نشر معلومات غير صحيحة
%	ت	%	ت	%	ت	
31.1	14	17.8	08	13.3	06	التصحيح العلني في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية
20	09	15.6	07	4.4	02	التصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية
48.9	22	26.7	12	22.2	10	حذف المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك
100	45	60	27	40	18	المجموع

يبدو من خلال الجدول (32) أن المدونين الذين هم على اطلاع على ميثاق الشرف الصحفية ويقومون بتصحيح المعلومات الخاطئة علنا في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية بلغت نسبتهم 13.3% مقابل 17.8% ممن لم يسبق لهم التعرف على ميثاق الشرف، أما نسبة من اختاروا التصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية ممن يعرفون قواعد الشرف فقد وصلت 4.4% مقابل 15.6% ممن لم يطلعوا على الميثاق الأخلاقية الخاصة بالصحافة. ونجد نسبة 22.2% ممن هم على اطلاع بتلك الميثاق يحذفون المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك مقابل 26.7% ممن هم على اطلاع بأخلاقيات المهنة الصحفية.

وبناء على ما سبق من نسب، فإننا نستنتج أنه لا توجد أي علاقة بين مدى اطلاع المدونين على ميثاق الشرف الصحفية وطريقة تصحيحهم للمعلومات الخاطئة والتي قاموا بنشرها على مدوناتهم وهذا ما يؤكد أن صحافة المواطن تواجه ضربين من الأخلاقيات، الأول هو مجموعة الميثاق والقواعد الأخلاقية للصحافة التقليدية وكيف أنها لم تعد تسائر احتياجات المواطن والثاني يتعلق

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

بأخلاقيات استعمالات الإنترنت عامة والمدونات خاصة¹. وبالتالي فالحاجة ملحة إلى بناء ميثاق أخلاقي خاص بالتدوين والمدونات في الجزائر وفي كل البلدان العربية .



شكل (07) : طريقة التصحيح عند نشر معلومات خاطئة حسب مدى اطلاع المدونين على ميثاق الشرف الصحفية

□

□¹ - جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال الإلكتروني، الإكو ميديا، على طريق صحافة المواطن، مرجع سابق، ص 33.

جدول 33: كشف المدون الجزائري عن أي تعارض في المصالح مع الأخبار المنشورة على المدونة

النسبة	التكرار	كشف المدون الجزائري عن أي تعارض في المصالح
6.7%	03	دائما
28.9%	13	أحيانا
42.2%	19	نادرا
22.2%	10	أبدا
100%	45	المجموع

يوضح الجدول رقم (33) مدى كشف المدون الجزائري عن أي تعارض في المصالح مع الأخبار التي ينشرها على مدونته، حيث نجد أن أغلبية المبحوثين يقومون بذلك نادرا وبنسبة 42.2%، في حين ذكرت 28.9% من أفراد عينة الدراسة أنها لا تكشف عن أي تعارض إلا أحيانا، أما باقي المبحوثين وبنسبة 6.7% هم فقط من يشيرون ويكشفون عنها بصفة دائمة. وتؤكد نتائج الجدول أعلاه مرة أخرى أن التدوين الإلكتروني بحاجة إلى قواعد ومواثيق تؤطر عمله فأخلاقيات الصحافة التقليدية لم تعد تسير التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال. رغم أن اختلاف الاتجاهات وكثرة مواقع المدونات في العالم وفي البلد الواحد يجعل من هذه المهمة صعبة التحقق إن لم نقل مستحيلة، ولكن على الأقل ميثاق خاص بالمدونات الإعلامية التي تقدم أخبارا وتعليقات.

جدول 34: الاعتماد على تدوينات المدون الجزائري كمصدر للمعلومات

النسبة %	التكرار	الاعتماد على تدوينات المدون الجزائري كمصدر للمعلومات في:
46.7%	21	مدونات أخرى
6.7%	03	إحدى وسائل الإعلام التقليدي
2.2%	1	بحث علمي / أكاديمي
40%	18	مواقع الكترونية
4.4%	02	لا لم يعتمد على مدونتي كمصدر للمعلومات
100%	45	المجموع

يبين الجدول رقم (34) الاعتماد على تدوينات المدونين الجزائريين كمصادر للمعلومات، ف 46.7% من أصحاب المدونات الذين أجابوا على الاستبيان تم الاعتماد على مدوناتهم من طرف مدونات أخرى و 40% منهم تم الاعتماد على مدوناتهم في مواقع الكترونية، وهو ما يؤكد ما سبق وأن توصلنا إليه في جدول سابق (جدول رقم 26) حول استخدام المدونين للمواقع الالكترونية والمدونات كمصادر للمعلومات، بمعنى أنه استخدام متبادل بين المدونين في ما بينهم وبين الناشرين على المواقع الالكترونية والمدونات.

في حين تنخفض النسبة عندما يتعلق الأمر بوسائل الإعلام ف 6.7% فقط تم الاعتماد على مدوناتهم في وسائل الإعلام التقليدية فالمدونون الجزائريون لا زالو مهمشين بالمقارنة مع بعض قرنائهم العرب (مصر، تونس...). كما أن هناك قلة اهتمام من الإعلام الوطني بتطوير ظاهرة التدوين الالكتروني وهي حقيقة يمكن التأكد من صحتها بمجرد أن تحاول استخراج أي مواضع أو تقارير حول التدوين الجزائري من أرشيف وسائل الإعلام الثقليدية وبالخصوص الجرائد¹. كما أن الصحفيين أنفسهم يبررون ذلك بأن المدونين غير محترفين ولا يمكن الاعتماد على تدويناتهم كمصدر للمعلومة .

¹ - نجود زعيم، مرجع سابق، ص 195 .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

ويقول 4.4 % من المدونين انه لم يتم الاعتماد على مدونتهم كمصدر للمعلومة إطلاقا. ويذكر 2.2 % من أفراد العينة انه تم النقل عن مدوناتهم في بحوث أكاديمية /علمية ولا يتم الاعتماد على المدونات أو المواقع الالكترونية إذ أن هناك من يتحفظ على المصادر الالكترونية للمعلومة على اعتبار أنها قد تعرف تلاعبا أو انتحالا للشخصية.

§ المحور الخامس : معايير المسؤولية الاجتماعية لدى المدون الجزائري.

جدول 35: مدى التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على

أخلاقيات النشر

المتوسط الحسابي	التكرار	5	4	3	2	1	معايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على أخلاقيات النشر
3.95	45	23	5	12	2	3	الالتزام بحقوق الملكية الفردية عندما يتعلق الأمر بالأخبار و الصور والفيديو
3.8	45	18	4	20	2	1	الالتزام بعدم التلاعب بالصور الرقمية ونشرها كما وردت من المصادر
2.97	45	7	7	12	16	0	الإشارة إلى أية تعديلات على الصور
4.33	45	25	11	8	1	0	الاعتماد على مصادر موثوقة
4.4	45	28	09	06	2	0	الالتزام بعدم نشر ما ليس للنشر وفق للاتفاق المسبق مع المصادر
4.62	45	32	10	2	1	0	الالتزام بحق الخصوصية للأفراد وعدم انتهاك حرمتهم
4.86	45	40	04	1	0	0	الالتزام بعدم نشر مواد أو وثائق محظورة قانونا أو بأمر قضائي
4.68	45	36	4	5	0	0	الالتزام بعدم نشر ما يثير الفتنة في المجتمع ويزعزع استقراره
4.42	45	25	15	4	1	0	الالتزام بعدم التشكيك في القيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية للمجتمع

يبنى الجدول رقم (35) مدى التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي

تنعكس على أخلاقيات النشر ، ويضمن المقوم في الاستبيان 5 فئات أي أنه توجد 4

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

مسافات من (ممتاز) إلى (ضعيف) - حيث تعني 5 ممتاز، 4 جيد جدا، 3 جيد، 2 مقبول، 1 ضعيف - وبناء على المتوسط الفرضي 3 فإن الفقرات ذات المتوسط الحسابي أقل من 3.5 كون تقييبيها: متدن أو ضعيف. و الفقرات التي 5 كون متوسطها الحسابي يساوي 3.5 كون تقييبيها متوسط أما الفقرات التي 5 كون متوسطها الحسابي أكثر من 3.5 كون تقييبيها : مرتفع/عال .

5 ظهر من خلال الجدول أعلاه أن أعلى متوسط حسابي 5 ظهر في العبارة رقم 7 (الالتزام بعدم نشر مواد أو وثائق محظورة قانونا أو بأمر قضائي) (ومتوسط حسابي 4.86) وهذا ما يؤكد ما قلناه سابقا انه رغم عدم وجود قانون واضح يجرم التدوين أو المدونين في الجزائر، ولكن توجد رقابة غير مقننة تجعل المدون يتهرب من الكتابة ونشر هذه الوثائق المحظورة خوفا من المتابعة القضائية، لتجنب المسائلة القانونية، والتي قد تجرهم إلى المحاكم وأحيانا إلى السجن، وحتى حجب المدونة أو الموقع الإلكتروني على الشبكة. كما أن سياسة التخويف المنتشرة وسط المدونين وعدم وجود تقارب فعلي بينهم جعل الطريق معبدا لوجود قوانين وهمية لم يتطرق إليها قانون الإعلام ولو بإشارة أو تنبيه وفقا لما صرح به المدونون أنفسهم خلال الندوة التي أقيمت عبر جريدة الشروق الجزائرية حول التدوين الإلكتروني في الجزائر خلال العام 2014.

ثاني أعلى متوسط حسابي، حسبما 5 ب 5 نه الجدول، هو للعبارة الثامنة "4.68" (الالتزام بعدم نشر ما يثير الفتنة في المجتمع ويزعزع استقراره)، وهذه النتيجة تبين أن أفراد العينة على درجة من المسؤولية اتجاه المجتمع وذلك باعتبارهم أن معظمهم من النخبة المثقفة . العبارة الثالثة وفق إجابات المدونين الجزائريين هي الالتزام بحق الخصوصية للأفراد وعدم انتهاك حرمتهم وبتوسط حسابي (4.62) وهو ما يبين أن المدونين على درجة من الوعي فيما يخص احترام خصوصية الآخرين على حساب السبق الصحفي والتميز الإعلامي. رابع أعلى معايير المسؤولية عن النشر في المدونات الجزائرية الذي يلتزم به الباحثين هو (الالتزام بعدم التشكيك في القيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية للمجتمع) وبتوسط حسابي بلغ 4.42، وهو ما يؤكد النتائج المتوصل إليها في الجداول السابقة حول المستوى التعليمي والثقافي للعينة المدروسة . ويليه معيار (الالتزام بعدم نشر ما ليس للنشر وفق للاتفاق المسبق مع المصادر) بمتوسط أقل يقدر ب 4.4 وهو ما يؤكد أهمية المعيار السابق .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

وفي المرتبة السادسة جاء معيار (الاعتماد على مصادر موثوقة) وبتوسط حسابي عال أيضا قدر ب 4.33، وهو ما يؤكد النتائج السابقة (الجدول رقم 27) حيث وجدنا أن أغلبية الباحثين وبنسبة 93.3% يتحققون من المعلومات التي يحصلون عليها من المصادر المختلفة ما يعني أنهم يعتمدون في الغالب على مصادر يثقون فيها .

ومن الناحية العكسية فان المعايير الأخرى مثل "الالتزام بحقوق الملكية الفردية عندما يتعلق الأمر بالأخبار و الصور والفيديو"، "الالتزام بعدم التلاعب بالصور الرقمية ونشرها كما وردت من المصادر"، "و الإشارة إلى أية تعديلات على الصور" تعتبر متوسطة أو ضعيفة مقارنة بسابقتها كعامل مؤثر في درجة التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس بدورها على أخلاقيات النشر، وهذا ربما يكون بسبب صعوبة الرقابة على فضاء التدوين الحر، وحتى أن صاحب المدونة قد لا يتعرض لأي شيء إلا إذا خل بالقانون، وارتكب ما يعاقب عليه القانون كالقذف، والتهديد بالموت أو الدعوة لارتكاب جريمة .

§ المحور السادس: إتاحة المدون الجزائري لمساحات التعليق لجمهور المتلقين.

جدول 36: الجمهور المستهدف من التدوين

النسبة %	التكرار	الجمهور المستهدف من التدوين
0%	0	أصدقائي ومعارفي
0%	0	المدونون مثلي
2.2%	1	كل منطقتي
0%	0	المسؤولين وأصحاب القرار
97.8%	44	الجمهور العام
100%	45	المجموع

يوضح الجدول رقم (36) الجمهور المستهدف من طرف المدونين الجزائريين عبر مدوناتهم ، حيث نجد معظم أفراد العينة وعددهم 44 مدونا أي ما يعادل 97.8% يستهدفون الجمهور العام في كتاباتهم، أما باقي الباحثين وعددهم مدون واحد فقط وبنسبة 2.2% يذكر انه يكتب إلى سكان منطقته. بينما لا يوجد أي احد من الباحثين قد ذكر انه يستهدف في تدويناته احد أصدقائه ومعارفه أو المدونين أمثاله أو حتى المسؤولين وأصحاب القرار.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

والتوجه للجمهور العام بهذه النسبة العالية يؤكد على طبيعة المدونات التي يديرها أفراد العينة المبحوثين والتي تشبه في محتواها وطبيعتها إلى وسائل الإعلام التقليدية .

جدول 37: السماح بالتعليقات على المدونة

النسبة %	التكرار	السماح بالتعليق
95.6%	43	نعم
4.4%	02	لا
100%	45	المجموع

اعتمادا على الجدول رقم (37) المتعلق بالسماح بالتعليقات على المدونة فإن معظم المدونين الجزائريين يسمحون بالتعليقات على مدوناتهم (95.6%) في حين يوجد اثنان من المدونين ممنوعون خدمة التعليق على مدوناتهم (4.4%). وتعتبر خدمة التعليقات من أهم الخدمات التفاعلية على المدونات بل إن هناك من يعتبرها نقطة قوة المدونات مقابل الخدمات الكترونية الأخرى، حيث إنها الوسيلة التي يسمح بلقاء المدون مع جمهوره، كما أنها تفسح المجال لمعرفة آراء القراء وانتقاداتهم .

جدول 38: الرد على تعليقات الزوار

النسبة	التكرار	الرد على التعليقات حسب :
30.2%	13	حسب الظروف
41.9%	18	حسب أهمية التعليق
27.9%	12	لا ترد
100%	43	المجموع

يبين الجدول رقم (38) الرد على تعليقات الزوار والواضح أن 18 مدون من أصل 43 ممن يسمحون بالتعليق على مدونتهم يردون على جماهيرهم حسب أهمية التعليق (41.9%)، ويقول 13 منهم كذلك أنهم يردون حسب الظروف وبنسبة 30.2%، في حين ذكر 12 مدون منهم ما يعادل 27.9% بأنهم لا يردون على التعليقات. ورغم أن الرد على تعليقات الزوار يفتح باب الحوار بين المدون وجماهيره ويقوي الفهم والاستيعاب إلا أن نتائج هذا الجدول

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

حوالي ثلث أفراد العينة المدونين لا يردون على التعليقات رغم أن هذا لا يعني بالضرورة أن المدونين الجزائريين لا يتواصلون مع الزوار وهذا ما ستكشف عليه الجداول الموالية .

جدول 39: متابعة إحصائيات مرور الزوار على المدونة

النسبة %	التكرار	متابعة إحصائيات مرور الزوار على المدونة
66.67%	30	دائما
28.89%	13	أحيانا
4.44%	02	نادرا
0%	0	أبدا
100%	45	المجموع

يبيّن الجدول رقم (39) مدى متابعة المدونين الجزائريين لإحصائيات المرور على مدوناتهم من طرف الزوار، والعدد الأكبر من المدونين يتابعون الإحصائيات دائما بنسبة 66.67%، و 28.89% من المدونين يتابعونها أحيانا، و 4.44% منهم يتابعونها أحيانا، في حين لم يذكر أي واحد منهم أنه لا يتابع إحصائيات المرور. والبيانات المتحصل عليها في هذا الجدول تثبت بما لا يدعوى للشك الاهتمام الكبير بكسب جمهور أكبر من طرف المدونين الجزائريين. كما نلاحظ في هذا الجدول، أن أغلبية المدونين يتابعون إحصائيات المرور على مدوناتهم مما يعني أن انقطاعهم عن التدوين لا يعني بالضرورة انقطاعهم عن المدونة وعن زيارتها والتفاعل مع زوارها وحتى عدم ردهم على التعليقات لا يعني قلة اهتمامه بما يبيده القراء من آراء.



الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول 40: كيفية تواصل المدون الجزائري مع قراء مدونته

النسبة	التكرار	كيفية التواصل مع القراء
68.9%	31	الرد على التعليقات التي تصلني من الزوار
15.6%	07	من خلال البريد الالكتروني
15.6%	07	عبر وسائل الاتصال الشبكي
0%	0	الهاتف
0%	0	لا أتواصل مع قراء مدونتي
100%	45	المجموع

يبين لنا هذا الجدول أن مع جل المدونين الجزائريين يتواصلون مع زوار مدوناتهم عبر الرد على التعليقات التي تصلهم من طرف الزوار بنسبة 68.9%، وهذا تأكيداً على نتائج الجدول (38)

وتقدر نسبة المدونين الذين يردون على تعليقات زوارهم من خلال البريد الالكتروني ب 15.6%، حيث لاحظنا خلال توزيعةنا لاستمارة الاستبيان الخاصة بهذا البحث أن نسبة لا بأس بها من المدونين

الجزائريين لا يضعون عناوين بريدهم الالكتروني كوسيلة للتواصل مع زوار مدونتهم، و نجد 15.6% أيضاً من أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية لذات الغرض وهذه الوسائل التواصلية قد انتشرت في السنوات الأخيرة وعرفت إقبالا جزائرياً كبيراً مما يعني أنها أداة تواصلية جيدة للمدون مع جمهوره. في حين لم نجد أي أحد من أفراد العينة يستعمل الهاتف النقال كوسيلة للتواصل مع الزوار وهو ما يؤكد النتائج المسجلة في الجدول (36) وهي أن لا أحد من أفراد العينة قد ذكر أنه يستهدف في تدويناته أحد أصدقائه أو معارفه .



2.1.4 نتائج الدراسة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية توصلنا إلى النتائج التالية :

✓ يتميز المدونين الجزائريين الذين يشرفون على مدونات إعلامية تعنى بتقديم الأخبار والتقارير والمقابلات والتعليقات بما يلي:

§ مجتمع التدوين الجزائري مجتمع ذكوري، حيث أن نسبة الذكور تفوق بكثير نسبة الإناث المدونات ف 88.9% من العينة هي ذكور وعددهم 40 مفردة، في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 11.1% وعددهن 05 مفردات .

§ معظم المدونين الجزائريين بدأوا ممارسة التدوين منذ " سنة إلى ثلاث سنوات " وذلك بنسبة 77.8%، في حين بدأ 20% منهم منذ أكثر من ثلاث سنوات . و ذكر 2.2% من المدونين أنهم بدأوا يستخدمون المدونات منذ أقل من سنة .

§ أغلبية المدونين الجزائريين و بنسبة 62.2% منتظمون في تحديث مدوناتهم وتغذيتها بمواضيع وأخبار جديدة ، في حين أن 37.8% منهم يمارسون التدوين بصفة غير منتظمة .

§ فئة الشباب تغطي على المدونين الجزائريين ممثلة أولاً بالشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 28 و 35 سنة بنسبة 53.3% وتليها مباشرة فئة (20 - 27) سنة بنسبة 35.6%، وهذا مع وجود فئات أكبر سناً تمارس التدوين بنسب أقل وهي الأفراد الذين تتراوح سنهم بين (36-44) سنة و الأشخاص الذين تتجاوز أعمارهم 44 سنة بنسبة 4.4% ، وأخيراً فئة المراهقين من المدونين في فئة أقل من عشرين سنة وعددهم 01 بنسبة 2.2% .

§ المستوى التعليمي للمدونين الجزائريين عال ، حيث نجد أكثر من نصف العينة بنسبة 62.2% لهم مستوى جامعي (ليسانس) وعددهم 28 تليها نسبة 33.2% من أفراد العينة ممن يحملون شهادات دراسات عليا ويقدر عددهم ب 15 مدوناً لهم، وهناك اثنين من المدونين أفراد العينة لهم مستوى تعليم ثانوي بنسبة 4.4% .

§ أكثر من ثلث أفراد العينة الذين يقومون بممارسة التدوين يشتغلون في مجال الصحافة والإعلام من صحفيين بنسبة 28.89% و مراسلين صحفيين بنسبة 8.89% ويقدر عددهم ب 17 مدون ، و تتوزع بقية العينة بين أساتذة جامعيين (05) و أساتذة تعليم ثانوي (04) و بين من يزاولون الأعمال الحرة (03) والتسويق الإلكتروني (04) و

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

من هم من دون عمل (05) في حين لا يتجاوز عدد المختصين العاملين في مجال الإعلام الآلي اثنان وأخيرا يوجد مدون واحد من أفراد العينة يعمل كتاجر بالتجزئة لأجهزة الإعلام الآلي وآخر مسير مؤسسة وتجدر الإشارة إلى أن ثلاثة من أفراد العينة قد امتنعوا عن الكشف عن المهنة التي يزاولونها في حياتهم اليومية .

§ جل المدونين الجزائريين مقيمون داخل الوطن ونسبتهم 91.1% وعدددهم 41 مدونا، في حين أن أربعة مدونين فقط ممن أجابوا على الاستبيان يقعون خارج الوطن ونسبتهم بين أفراد العينة 8.9%.

✓ يتمثل مفهوم التدوين الإلكتروني للمدون الجزائري كما يلي :

§ أغلبية المدونين تعرفوا على فضاء التدوين والمدونات عن طريق مواقع الانترنت بنسبة 88.9%، وذكر نسبة 6.7% من أفراد العينة أن مصدر تعرفهم على خدمة المدونات كان الأصدقاء والزملاء، ثم وبدرجة أقل يقولون 4.4% من أفراد العينة أنهم تعرفوا على المدونات عبر وسائل الإعلام المرئية والسمعية.

§ جل المدونين الجزائريين بما يعادل نسبة 46.7% يرون أن التدوين وسيلة للتعبير الحر عن آرائهم كمواطنين، ويعتقد 10 مدونين بما يعادل نسبة 22.2% من أفراد العينة أن التدوين هو إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، وبدرجة ثالثة يرى 15.6% من أفراد العينة التدوين كوسيلة نشر بخصيصية الثمن وعدددهم 07 مدونين، وفي حين يعتقد 4.4% من أفراد العينة ويقدر عددهم بمدونين اثنين أن التدوين ما هو إلا هواية يمارسونها في أوقات الفراغ، فقد اعتبر خمسة مدونين ونسبة 11.1% أن المدونة بالنسبة لهم هي هواية ووسيلة عمل .

§ غالبية أفراد العينة ممن هم ذو مستوى تعليم جامعي بنسبة 40% يعتقدون بأن التدوين هو وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن، أما حاملو شهادات الدراسات العليا فيرى أغلبيتهم أن التدوين قد بات إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي بنسبة 20%، ومن جهة أخرى فإننا نجد كل أفراد العينة الذين لهم مستوى تعليم ثانوي بنسبة 4.4% يتصورون التدوين كهواية يمارسونها في وقت الفراغ .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

§ معظم المدونين الجزائريين و بنسبة 60 % أي ما يعادل 27 مدونا لا يعتبرون التدوين صحافة رغم أنهم يقدمون أخبار وتعليقات على صفحات مدوناتهم، فيما ينظر 40 % منهم إلى عالم التدوين والمدونات على أنها ممارسة صحفية .

§ معظم من يمارسون نشاط التدوين بانتظام يعتبرون التدوين صحافة وبنسبة 37.8 %، مقابل 24.4 % منهم لا يرونها كصحافة. و أغلبية من لا يدونون بانتظام وبنسبة 35.6 % ينظرون إلى التدوين على أساس انه ليس بممارسة صحفية مقابل 2.2 % فقط منهم يعتبرونها صحافة .

§ غالبية المدونين باختلاف المهنة التي يزاولونها في حياتهم اليومية ، لا يعتبرون التدوين صحافة، إلا أننا توصلنا إلى أن غالبية رجال الإعلام من صحفيين (11 صحفي من أصل 13) و مراسلين صحفيين (3 من أصل 4 مدونين) ، يعتبرون ما يقومون به على صفحات مدوناتهم بمثابة ممارسة صحفية .

✓ المدون الجزائري على درجة من الوعي بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها مواثيق

الشرف الصحفية كآلاتي:

§ أغلبية المدونين وعددهم 28 أي ما يعادل 62.2 % ليسوا على دراية بأساليب الكتابة الصحفية، فيما يقول 17 مدونا جزائريا وبنسبة 37.8 % أنهم على اطلاع بأساليب الكتابة الصحفية و الممارسة الإعلامية.

§ معظم المدونين الذين هم على اطلاع بأساليب الممارسة الإعلامية لديهم مدة طويلة في استخدام المدونات ، وفي المقابل نجد أن نسبة الذين لديهم مدة قصيرة منذ اقل من سنة و بين سنة و ثلاث سنوات في ممارسة التدوين ليسوا على دراية كافية بأساليب الكتابة الصحفية .

§ 60 % من المدونين ليسوا على اطلاع على مواثيق الشرف الصحفية على الرغم من أن العينة تضم عدد من الصحفيين ، في حين يقول 40 % منهم أنه سبق لهم أن اطلعوا على مواثيق الأخلاقيات الإعلامية.

§ أغلبية المدونين وبنسبة 94.44 % والذين هم على اطلاع بمواثيق الشرف الصحفية وعددهم 17 من أصل 18 مدون يرون بأنه لا يجوز التخلي عن المبادئ الأخلاقية في ممارسة التدوين،مقابل مدون واحد فقط وبنسبة 5.56 % ممن يرى بأنه يمكن تجاوز مبادئ الممارسة المهنية في المدونات .

§ ابرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي يجدها المدونين أفراد العينة في المدونات الجزائرية ككل، هي سرقة أخبار المدونين بنسبة 46.7% وتليها التعدي على حقوق الملكية الفكرية ، وبنسبة 37.8% ، يليهما عدم الالتزام بالمصداقية والموضوعية بنسبة 6.7% وبنسبة أقل تقدر ب 4.4% لكل من الانتهاكات المتعلقة بنشر مواد غير لائقة ولا تتفق مع الذوق العام واختراق الخصوصية للآخرين، في حين لا يرى أي من أفراد العينة أن هناك أي تجاوزات للقوانين والتشريعات في المدونات الجزائرية.

§ أغلبية أفراد العينة وبنسبة 71.1% يرون بأنه من الضرورة إنشاء ميثاق شرف خاص بالتدوين والمدونين، في حين يرى 28.9% من المبحوثين أنهم ليسوا بحاجة إلى ميثاق شرف أخلاقي.

§ يرى 46.7% أن ابرز الوظائف التي سيحققها الميثاق الأخلاقي الخاص بالتدوين والمدونين في حال تم بناءه ، هو تحديد حقوق وواجبات المدونين، فيما يرى 37.8% منهم انه سيعمل على منع المدونين من خرق معايير أخلاقية تخص الصحافة بشكل عام، وبنسبة اقل بلغت 13.3% من أفراد العينة يؤمنون بأن أبرز وظيفة سيحققها ميثاق الشرف هي حماية حرية التدوين والحد من القوانين والتشريعات ،وأخيرا يرى باقي المبحوثين وبنسبة قدرت ب 2.2% أن ميثاق الأخلاقيات سينظم علاقة المدونين بالجمهور التفاعلي .

√ جاءت النتائج الخاصة بمدى استحضار المدون الجزائري لمعايير الدقة والشفافية والوضوح

في نشره للأخبار كما يلي :

§ لا يجد المدونين الجزائريين أي مشكلة في التدوين بهويتهم الحقيقية ف 82.2% من أفراد العينة يعرفون أنفسهم في مدوناتهم باسمهم الحقيقي وهي نسبة تفوق بكثىر نسبة الذين يستخدمون اسم مستعار ممثلين بنسبة 17.8% وعدددهم 8 مدونين.

§ بينت نتائج الدراسة أن الإناث هم أكثر استخداما للأسماء المستعارة من الذكور غالبية أفراد العينة من الذكور وبنسبة 82.22% يستخدمون أسماءهم الحقيقية مقابل 6.67% فقط منهم يجذبون الاسم المستعار .في حين أن كل الإناث وعدددهم 05 وبنسبة 11.11 يستخدمون أسماء مستعارة .

§ وعن الأسباب التي دفعتهم إلى التدوين بأسمائهم الحقيقية يقول 32 مدون جزائري ما (86.5%) أنهم مقتنعين بما يكتبون ولا يخاف أربعة من المدونين(10.8%) أن يضايقهم أحد ، في حين أن مدون واحد(2.7%) فقط من أصل سبعة وثلاثين ممن يدونون

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

باسمهم الحقيقي ذكر أن هدفه الشهرة . و لا احد من المدونين ذكر انه يشعر بالسعادة لظهور اسمه الحقيقي.

§ ومن أسباب تقديم المدونين لأنفسهم بأسماء مستعارة نجد أن 62.5% من أفراد العينة قالوا لا يريدون أن يتعرف عليهم أحد وهم كلهم إناث، والبقية من المدونين الذين يستخدمون أسماء مستعارة يتوزعون بين من يريد أن يكتب بدون قيد أو أن يتعرف عليه احد أو أن يصنف من طرف الجمهور في اتجاه معين وذلك بنسب متساوية قدرت ب 12.5% .

§ المصدر الرئيسي الذي يستقي منه المدونون الجزائريون الأخبار التي يتم نشرها في مدوناتهم هو الأحداث التي يشاهدها ويصورها المبحوثين بأنفسهم وذلك بنسبة 88.9% ثم المصدر الثاني هو المواقع الالكترونية بنسبة 75.6%، ثم تليها مصادر أخرى وهي مدونات الأخرى بنسبة 68.9% ، و وسائل الإعلام الثقيلة بنسبة 53.3%.

§ أغلبية المبحوثين وبنسبة 93.3% يتحققون من المعلومات التي يحصلون عليها من المصادر المختلفة، فيما يرى 6.7% فقط أنهم لا يتأكدون من المعلومات التي تأتيهم من مختلف المصادر.

§ يشير أفراد العينة تدعم المادة المنشورة على صفحات مدوناتهم بالروابط والوصلات عن طريق الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة وبصفة دائمة بنسبة 64.4%، مقابل 28.9% منهم يفعلون ذلك أحيانا، وبنسبة 2.2% فقط قالوا أنهم يقومون بذلك نادرا، وباقي أفراد العينة بنسبة 4.4% ذكروا أنهم لا يدعمون المادة المنشورة بتاتا بالروابط وقد يكون ذلك بسبب أنهم يعتمدون فقط على ما يشاهدونه ويصورونه بأنفسهم كمصدر لتدويناتهم وقد لا تكون هذه الأخبار متاحة على الشبكة .

§ بينت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة ترابطية بين الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة واعتبار التدوين صحافة ، حيث نجد كل المدونين الذين يعتقدون أن التدوين صحافة، يحيلون القراء من خلال الروابط والوصلات إلى المصدر الأصلي للمعلومات والأخبار التي ينشرونها في مدوناتهم وبلغت نسبتهم 40%، وفي المقابل نجد أغلبية المدونين الذين لا ينظرون إلى التدوين كممارسة صحفية يدعمون المواد المنشورة بالروابط بالإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة أحيانا وبنسبة 28.9% في حين نجد 24.4% منهم أيضا يفعلون ذلك وبصفة

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

دائمة ،ويقوم 2.2 % منهم بذلك بصفة نادرة وذكر 4.4 % منهم كذلك أنهم لم يستعينوا بالروابط نهائيا .

§ جل المدونين الجزائريين من أفراد العينة وبنسبة 60% يذكرون أنهم لا يلفتون انتباه القراء إلى المصادر المتحيزة والمثيرة للشكوك في حال اعتمادهم عليها ،فيما نجد 40% منهم يشيرون إليها.وقد يفسر ذلك لان معظمهم قد ذكروا أنهم ليسوا على اطلاع على موثيق الشرف الصحفية(60%).

§ ذكر 22 مدونا وبنسبة 48.9% عن الطريقة التي يصححون بها المعلومات الخاطئة على مدوناتهم أنهم يقومون بحذف المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك ، و 14 مدونا ما يعادل 31.1% يقومون بالتصحيح العلني في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية،فيما ذكر تسعة مدونين وبلغت نسبتهم 20% أنهم يقومون بالتصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية .

§ بينت النتائج انه لا توجد أي علاقة بين مدى اطلاع المدونين الجزائريين بموثيق الشرف الصحفية وطريقة تصحيحهم للمعلومات الخاطئة والتي قاموا بنشرها على مدوناتهم .

§ وعن مدى كشف المدون الجزائري عن أي تعارض في المصالح مع الأخبار التي ينشرها على مدونته ، نجد أن أغلبية المبحوثين يقومون بذلك نادرا وبنسبة 42.2% ، في حين ذكرت 28.9% من أفراد عينة الدراسة أنها لا تكشف عن أي تعارض إلا أحيانا ،أما باقي المبحوثين وبنسبة 6.7% هم فقط من يشيرون ويكشفون عن ذلك بصفة دائمة .

§ ذكر 46.7% من أصحاب المدونات الذين أجابوا على الاستبيان انه تم الاعتماد على مدوناتهم من طرف مدونات أخرى و 40% منهم تم الاعتماد على مدوناتهم في مواقع الكترونية،في حين تنخفض النسبة عندما يتعلق الأمر بوسائل الإعلام ف 6.7% فقط تم الاعتماد على مدوناتهم في وسائل الإعلام التقليدية.ويقول 4.4% من المدونين انه لم يتم الاعتماد على مدونتهم كمصدر للمعلومة إطلاقا.و 2.2% من أفراد العينة انه تم النقل عن مدوناتهم في بحوث أكاديمية أو علمية.

∇ المدون الجزائري يلتزم بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على أخلاقيات النشر في حدود حيث أن هناك خمسة معايير قوية من بين التسعة المختارة بينما المعايير الثلاث الأخرى يمكن اعتبارها متوسطة و اقل أهمية أو ضعيفة مقارنة مع سابقتها :

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

§ جاءت العبارة رقم 7 (الالتزام بعدم نشر مواد أو وثائق محظورة قانونا أو بأمر قضائي) وبتوسط حسابي (4.86) في المرتبة الأولى من حيث التزام المدونين في الجزائر بمعايير أخلاقيات النشر في المدونة.

§ وفي المرتبة الثانية بمتوسط عال قدر ب4.68 (الالتزام بعدم نشر ما يثير الفتنة في المجتمع ويزعزع استقراره).

§ و العبارة الثالثة وفق إجابات المدونين الجزائريين هي الالتزام بحق الخصوصية للأفراد وعدم انتهاك حرمتهم وبتوسط حسابي (4.62) .

§ رابع مرتبة في معايير المسؤولية عن النشر في المدونات الجزائرية التي يلتزم بها المبحوثين هو (الالتزام بعدم التشكيك في القيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية للمجتمع) وبتوسط حسابي بلغ 4.42 ويليه معيار (الالتزام بعدم نشر ما ليس للنشر وفقا للاتفاق المسبق مع المصادر) بمتوسط عال قدر ب 4.4 .

§ وفي المرتبة السادسة جاء معيار (الاعتماد على مصادر موثوقة) وبتوسط حسابي عال قدر ب 4.33 .

§ ومن الناحية العكسية فان المعايير الأخرى مثل "الالتزام بحقوق الملكية الفردية عندما يتعلق الأمر بالأخبار و الصور والفيديو"، والالتزام بعدم التلاعب بالصور الرقمية ونشرها كما وردت من المصادر"، تعتبر متوسطة وبتوسط حسابي قدر ب " 3.95" و "3.8" على التوالي .

§ أما معيار " الإشارة إلى أية تعديلات على الصور" كان ضعيفا مقارنة بالمعايير الأخرى وبتوسط حسابي بلغ 2.97 "كعامل مؤثر في درجة التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس بدورها على أخلاقيات النشر.

✓ وبالنسبة لدرجة إتاحة المدون الجزائري لمساحات التعليق لجمهور المتلقين استخلصنا الآتي :

§ حل المدونين يتوجهون إلى الجمهور العام بنسبة 97.8% ، وذكر مدون واحد فقط وبنسبة 2.2% انه يتوجه إلى سكان منطقته، في حين لا يتوجه أي احد من المدونين أصدقائه ومعارفه أو المدونين أمثاله أو حتى المسؤولين وأصحاب القرار باعتبار ان مدوناتهم ذات طبيعة إعلامية تستهدف كل الجماهير .

§ معظم المدونين الجزائريين يسمحون بالتعليقات على مدوناتهم (95.6%) في حين يوجد اثنان من المدونين ممنوعون خدمة التعليق على مدوناتهم (4.4%).

§ 18 مدون من أصل 43 ممن يسمحون بالتعليق على مدوناتهم يردون على جماهيرهم حسب أهمية التعليق (41.9%)، ويقول 13 منهم كذلك أنهم يردون حسب الظروف وبنسبة 30.2%، في حين ذكر 12 مدون منهم ما يعادل 27.9% بأنهم لا يردون على التعليقات إطلاقاً.

§ العدد الأكبر من المدونين يتابعون إحصائيات مرور الزوار على مدوناتهم دائماً بنسبة 66.67%، و 28.89% من المدونين يتابعونها أحياناً، و 4.44% منهم يتابعونها أحياناً، في حين لم يذكر أي واحد منهم أنه لا يتابع إحصائيات المرور.

§ جل المدونين الجزائريين يتواصلون مع زوار مدوناتهم عبر الرد على التعليقات التي تصلهم من طرف الزوار بنسبة 68.9%، وتقدر نسبة المدونين الذين يردون من خلال البريد الإلكتروني ب 15.6، و نجد 15.6% أيضاً من أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية، في حين لم يذكر أي مدون أنه يستعمل الهاتف النقال كوسيلة للتواصل مع الزوار.

خاتمة

خاتمة:

حاولنا في بحثنا هذا التعرف على ظاهرة الإعلام البديل -الممثل في المدونات الالكترونية- و أخلاقيات الممارسة الإعلامية وكما تبين في الأجزاء السابقة للبحث فان المدونات هي إحدى أهم أشكال صحافة المواطنين التي لجأ إليها جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاما لنفسه ولغيره من أفراد الجمهور وفتاته الذين يستخدمون شبكة الويب والوسائل الجديدة. إلا أن هذا النوع من الإعلام الالكتروني يصعب ممارسة الرقابة والضغط عليه وهذا راجع إلى خصوصيته اللامركزية. ولأن أخلاقيات الإعلام هي في الأصل مسألة ضمير خاصة في ظل تأخر التشريعات التي تضبط ظاهرة التدوين الالكتروني في الجزائر خصوصا فان المدونين الجزائريين هم من الشباب المتعلم وعلى درجة ممن الوعي بالمعايير الأخلاقية، ورغم عدم اعتبارهم للتدوين كصحافة نلمس لديهم بعض من معايير الدقة والشفافية والوضوح في نشرهم للأخبار وتحليلها وذلك عن طريق استخدامهم لأسمائهم الحقيقية على صفحات مدوناتهم واعتمادهم على مصادر موثوقة والإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة واحترام خصوصية الآخرين وإتاحة المساحات للجماهير للتعليق والتعبير عن آرائهم بكل حرية... الخ

غير أن وكما استخلصنا من بحثنا هذا فان المدونين الجزائريين لا زالو مهمشين بالمقارنة مع بعض قرائهم العرب (مصر، تونس...) لأن التدوين الالكتروني الجزائري دخل الساحة متأخرا وليس له لحد الآن نفس شهرة التدوين العالمي لعدم اهتمامه بالشأن السياسي والدليل انه ليس هناك إحصائيات دقيقة لعدد المدونات الجزائرية، كما أننا قد لاحظنا من خلال بحثنا هذا قلة المدونات الإعلامية التي تلعب نفس دور وسائل الإعلام التقليدية في مضمونها، وربما هذا مرده إلى عدم اهتمام الإعلام الوطني بظاهرة التدوين الالكتروني عموما فحتى المبادرات للتعريف بالظاهرة تأتي من المدونين أنفسهم .

ورغم عدم وجود قانون واضح يجرّم التدوين أو المدونين في الجزائر، فإننا نلمس نوعا من التخوف لدى الفاعلين في المدونات الجزائرية، وهذا ربما بسبب رقابة غير مقننة تجعل المدون يتهرب من الكتابة خوفا من المتابعة القضائية، إذا هو هاجس ذاتي وتخوف من المراقبة بدون وجود قانون يجرم الفعل، ولهذا وخلال بحثنا عن عينة دراستنا وجدنا معظم المدونات هي في المجال الأدبي والثقافي وقد يكون ذلك لتجنب المسائلة القانونية، والتي قد تجرهم إلى المحاكم وأحيانا إلى السجن مثل ما

حدث مع المدون عبد السلام بارودي، وقد يصل حتى إلى حجب المدونة أو الموقع الإلكتروني على الشبكة.

وملح هذا، لا بد من الاعتراف بأن هناك نخبة من الجزائريين تشرف على مدونات إعلامية تبدأ بالصحفيين والمراسلين وأساتذة جامعيين ومربين وغيرهم وتحاول مراعاة الأخلاقيات في تدويناتها إلا انه يجب الاعتراف أن أخلاقيات الصحافة التقليدية لم تعد تسير التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال من خلال هذا الإعلام الجديد أو ما يسمى بالإعلام البديل والذي هو بحاجة إلى أخلاقيات وقواعد جديدة توظف عمله و تحد من التجاوزات التي قد يرتكبها صاحب المدونة دون انتباهه لذلك. ولن يحدث ذلك إلا بتطوير التدوين الإلكتروني في الجزائر عبر الفاعلين فيه، بدله بالمدونين أنفسهم مروراً بالباحثين والإعلاميين وهىئات المجتمع المدني وختاماً مؤسسات الدولة المطالبة بالمزيد من التحسينات في البنية التحتية للاتصال التي لا تزال غيرة كافية لتحقيق إنجازات حقيقية في مجال الاتصال الإلكتروني.

ومن ناحية أخرى، لا يزال موضوع أخلاقيات التدوين الجزائري مجالاً خصلاً كموضوع للبحث العلمي حيث وعلى الرغم من العموم المتوسط للمدونات الجزائرية إلا أن الدراسات العلمية القليلة جداً التي أجريت حولها في مختلف التخصصات وبما فى لهم هذه الدراسة لم توفى حقها بعد وى تحتاج هذا الموضوع وغیره من المواضيع المتعلقة بالإعلام البديل ، وى تحتاج من الباحثين المزيد من الاهتمام من خلال المزيد من الدراسات المتخصصة والدقيقة.

قائمة المراجع

1/ الكتب :

1. بن مرسلي احمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005.
2. البياتي ياس خضير: الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1 ، دار البداية ،الأردن ، 2013 .
3. تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، ط2 ، دار الخلدونية ،الجزائر ، ، 2009.

4. دليو فضيل: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية المكتوبة 1830-2013 ، ط 1 ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014 .

5. رزاقى عبد العالي : المهنة صحفي محترف "قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية" ، ط 1، دار هومة للطباعة والنشر و التوزيع ، الجزائر، 2013 .

6. شفيق حسنين: الإعلام الجديد: الإعلام البديل ، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، ط 1 ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع ،مصر ، 2010 .

7. شقرة علي خليل: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن، 2014 .

8. عبد الحميد محمد: المدونات: الإعلام البديل، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2009.

9. عبد الحميد محمد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط 1، عالم الكتب، مصر، 2004.

10. عبد الرحمن مشاقبة بسام : أخلاقيات العمل الإعلامي ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

11. مصطفى صادق عباس: الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط 1 ، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.

12. مكايي حسن عماد: أخلاقيات العمل الإعلامي، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994 .

2/ أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير :

1. بعزیز: إبراهيم مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غىر منشورة، جامعة الجزائر 3، 2013-2014 .

2. بوحوالي محمد: واقع الصحافة الالكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي "بين التكامل والممارسة"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر 3 ، 2013-2014 .

3. بوضياف سهيلة: المدونات الالكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباع ،
مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غيّر منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة
2010.

4. بوغازي فتيحة : صحافة المواطن والهوية المهنية الصحفي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام
والإتصال، غيّر منشورة، جامعة الجزائر 3، دالي إبراهيم ، 2010-2011 .

5. زعيم نجود: التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، مذكرة ماجستير في
علوم الإعلام والاتصال، غيّر منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2011-2012 .

3/ المجالات العلمية :

1. الحمامي الصادق: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الإعلام والعصر
الإماراتية،، عدد سبتمبر 2013، متاح على :- <http://www.jadeedmedia.com/2012-04.html>
تاريخ الزيارة (2015/03/15).

2. رايح الصادق: إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام
والإتصال، السعدية، العدد 6 .

3. الزرن جمال: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن ، مجلة
الباحث الإعلامي، بغداد، العدد 17، صيف 2012.

4. الزرن جمال: المدونات الالكترونية وسلطة التدوين ، مجلة شؤون عربية، العدد 130 صيف
2007، متاح على <http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2007/7/280497.html> تاريخ
الزيارة (2015.03.02)

5. الزرن جمال : صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال،
العدد 51-52 ، 2009 ، متاح على:

<http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2009/12/978946.html> تاريخ الزيارة
(2015/04/26)

6. شيخاني سميرة: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول
والثاني، 2010.

7. محمد البدراني فاضل: الأخلاقيات والإعلام، المستقبل العربي، عدد 385، مارس 2011 .
4/ المؤتمرات العلمية :

1. حسين احمد: ظاهرة المدونات الالكترونية في الشبكة العنكبوتية " -دراسة للقائم بالاتصال والمضمون-، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-2009/03/17.

2. صالح كاتب سعود: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.

3. هميسي رضا: الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب ، الرياض ، 2014 ، متاح على <http://hdl.handle.net/123456789/60022> تاريخ الزيارة (2015/04/10).

5/ مواقع ومقالات الانترنت :

1. المدني أسامة غازي : استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، 2009 ، متاح على : <http://uqu.edu.sa/page/ar/158193> تاريخ الزيارة (2015/01/01)

2. نبيح آمنة: المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر و الصحافة البديلة ؛ الموقع الإلكتروني لبوابات كنانة أونلاين ، ، متاح على :
<http://kenanaonline.com/users/mavie/posts/86603>، تاريخ الزيارة (2014/12/28).

3. لكريني إدريس: الإشكالات القانونية التي يثيرها النشر الإلكتروني –المدونات الالكترونية نموذجاً-، موقع منتديات ستار تايمز ،، متاح على :

تاريخ <http://www.startimes.com/f.aspx?t=30252043>

الزيارة (2015/01/01)

6/ الجرائد :

1. قاسم نصر الدين: الفضاء الرقمي يحتاج إلى دعم من طرف السلطات وتمديد الحريات

، جريدة الشروق، يومية جزائرية، العدد 4568، 26 نوفمبر 2014.

7/ مقابلات شخصية :

1. مقابلة مع البروفيسور ناصر الدين العياضي/الأستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة

الجزائر 3. تاريخ المقابلة : 3 ماي 2015 .

الملاحق

استمارة استبيان بعنوان : "الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية"

السادة المدونين الجزائريين الكرام ،
تحية طيبة وبعد :

انا طالبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، أقدم لكم استمارة الاستبيان هاته راجية منكم باسم البحث العلمي الاهتمام بقراءة الأسئلة والإجابة عنها بشكل دقيق من أجل التوصل لنتائج صحيحة ، كي تضيف الجديد لدراسات الإعلام الجديد والمهنة الصحفية فأرجو منكم التعاون معي لإنجاز ذلك مع العلم أن هذا الاستبيان لن يأخذ من وقتكم أكثر من 10 دقائق بالأكثر و لكم جزيل الشكر والتقدير.

وتأتي هذه الاستمارة ضمن البحث الذي أجريه حول :
"الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية" وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال (تخصص: صحافة مكتوبة)، وتستهدف الدراسة ، المدونات الجزائرية التي تعنى بتقديم الأخبار و المعلومات ، وبصيغة أخرى تلك المدونات ذات الطابع الإعلامي من حيث الشكل و المحتوى والمواضيع والتوجه وأهداف النشر والإخراج....

(* ملاحظة : أود أن أؤكد على سرية إجاباتكم عن أسئلة هذه الاستمارة مبينة أنها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط)

*مطلوب

س 1- كيف تعرفت على فضاء التدوين والمدونات ؟ *

الزملاء والأصدقاء

مواقع الانترنت

وسائل الإعلام المرئية والسمعية

أخرى:

س2 ما هو التدوين بالنسبة إليك ؟ *

هواية أمارسها في أوقات الفراغ

وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن

إعلام بديل عن الإعلام التقليدي

وسيلة نشر بخيصة الثمن

أخرى:

س3 هل تعتقد أن التدوين صحافة ؟ *

نعم

لا

س4 هل لديك خلفية حول أساليب الكتابة الصحفية وأسلوب الممارسة الإعلامية؟ *

نعم

لا

س5 هل لديك خلفية حول مواثيق الشرف الصحفية ؟ *

(إذا كانت إجابتك ب"لا" انتقل الى السؤال 7)

نعم

لا

س6 إذا كانت إجابتك "بنعم" و باعتبار المدونة "صوت حر بلا رقابة" نتيجة الحرية المتاحة في نشر الأخبار والمعلومات، فهل تعتقد انه يحق للمدون التخلي عن مبادئ الممارسة المهنية؟

نعم

لا

س7- باعتقادك ما هي ابرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي تجدها في المدونات الجزائرية ؟ *

- سرقة اخبار المدونين
- التعدي على حقوق الملكية الفكرية
- نشر مواد غير لائقة ولا تتفق مع الذوق العام
- اختراق خصوصية الاخرين
- عدم الالتزام بالمصداقية والموضوعية
- تجاوز القوانين والتشريعات
- أخرى:

س8- هل ترى أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق شرف أخلاقي ومهني خاص بالمدونات ؟ *

- نعم
- لا

س9- باعتقادك ما هي ابرز الوظائف التي سيحققها هذا الميثاق ؟ *

- حماية حرية التدوين والحد من القوانين والتشريعات
- تحديد حقوق وواجبات المدونين
- منع المدونين من خرق معايير أخلاقية تخص الصحافة بشكل عام
- تنظيم علاقة المدونين بالجمهور التفاعلي

س10- ما هو الاسم الذي تستخدمه في التدوين ؟ *

- اسمك الحقيقي (انتقل الى السؤال 11)
- اسم مستعار (انتقل الى السؤال 12)

س11- إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل لأنك:

- تشعر بالسعادة لظهور اسمك
- مقتنع بما تكتب
- لا تخاف أن يضايقك أحد
- الشهرة

س12- إذا كنت تستخدم اسم مستعار هل لأنك:

- تريد أن تكتب بدون قيد
- لا تريد أن يتعرف عليك أحد
- لا تريد أن يصنفك احد في اتجاه معين
- حتى لا تشعر بالضغط

س13- ما هي المصادر التي تستقي منها المواد التي يتم نشرها في المدونة ؟ *

- وسائل إعلام تقليدية
- مدونات الآخرين
- مواقع الكترونية
- أحداث أشاهدها وأصورها و انقلها بنفسني

س14- هل تتحقق من المعلومات التي تحصل عليها من المصادر المختلفة ؟ *

- نعم
- لا

س15- هل تدعم المادة المنشورة بالروابط عن طريق الإحالة إلى المصدر الأصلي للمعلومة؟ *

- دائما
- أحيانا
- نادرا
- أبدا

س16- في حالة الاعتماد على مصادر مثيرة للشكوك ومتحيزة ، فهل تلتفت انتباه القراء إلى ذلك؟ *

نعم

لا

س17- عند نشر معلومات غير صحيحة، فهل تقوم : *

بالتصحيح العلني في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية

التصحيح العلني مع حذف التدوينة الأصلية

حذف المعلومة المغلوطة دون الإشارة إلى ذلك

س18- عند نشر أخبار تتعارض مع اهتماماتك ومصالحك، فهل تكشف عنها قبل عرض تلك الأخبار؟ *

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

س19- هل سبق و أن تم الاعتماد على تدويناتك كمصدر للمعلومات في : *

مدونات أخرى

احدى وسائل الإعلام التقليدي

بحث علمي / أكاديمي

مواقع الكترونية

لا لم يعتمد على مدونتي كمصدر للمعلومات

س20- ما درجة التزامك *

ضعيف	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

س21- من هو الجمهور المستهدف في تدويناتك ؟ *

- أصدقائي ومعارفي
- المدونون مثلي
- كل منطقتي
- المسؤولين وأصحاب القرار
- الجمهور العام

س22 هل تسمح بالتعليق على مدونتك ؟ *

(اذا كانت اجابتك ب "لا " انتقل الى السؤال 24)

نعم

لا

س23 إذا كانت إجابتك "بنعم"، فهل ترد على التعليقات:

حسب الظروف

حسب أهمية التعليق

لا ترد

س24 هل تتابع إحصائيات المرور على مدونتك من طرف الزوار ؟ *

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

س25 كيف تتواصل مع قراء مدونتك ؟ *

بالرد على التعليقات التي تصلني من الزوار

من خلال البريد الالكتروني

عبر وسائل الاتصال الشبكي

الهاتف

لا أتواصل مع قراء مدونتي

بيانات شخصية

* منذ متى وأنت تدون ؟ *

- منذ اقل من سنة
- من سنة إلى 3 سنوات
- من 3 سنوات فأكثر

* هل تدون ؟ *

- بانتظام
- بدون انتظام

* الجنس: *

- ذكر
- أنثى

* السن *

- أقل من 20 سنة
- 20-27 سنة
- 28-35 سنة
- 36-43 سنة
- أكثر من 44 سنة

*** المستوى التعليمي :**

- ثانوي
 جامعي
 دراسات عليا

*** المهنة ***

*** تعيش حاليا :**

- بالجزائر
 خارج الجزائر

إرسال

100%: تم إكمال النموذج.

عدم إرسال كلمات المرور عبر نماذج Google مطلقًا.

مدعوم من
لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google.
الإبلاغ عن إساءة الاستخدام - شروط الخدمة - بنود إضافية

Google Forms

ملخص الدراسة:

يعتبر التدوين الإلكتروني من أحدث أشكال التواصل الإنساني على الإنترنت وهو الظاهرة الأقرب إلى تجسّد المبدأ المعروف بالإعلام البديل وإعلام المواطن، والذي فتح الباب للمساهمة العريضة للجماهير في صناعة المضامين الإعلامية بشكل غير مسبوق. إلا أن الإشكالية الأساسية التي تطرحها المدونات الإلكترونية هي عملية مراعاة الضوابط الأخلاقية فيها في ظل غياب التشريعات وصعوبة الرقابة على الفاعلين فيها، حيث يتباهى المدونون بأنهم غير محترفين ولا يحتاجون لأحد لتدقيق الأخبار وراءهم. وفي هذا الإطار حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى التزام المدون بالواجب الأخلاقي الإعلامي في ممارسته للتدوين الإلكتروني من خلال استطلاع عينة من المدونين الجزائريين الذين يشرفون على مدونات إعلامية تعنى بتقديم الأخبار والتعليقات والتقارير والمقابلات مع الأخذ بعين الاعتبار أن قانون الإعلام لم يعطي تصنيفا قانونيا للمدونة الإلكترونية رغم أنها تعتبر ضمن الحركات الإعلامية الجديدة في الجزائر.

وللإجابة على إشكالية الدراسة طرحنا التساؤلات الآتية :

- كيف يتمثل للمدون الجزائري مفهوم التدوين الإلكتروني؟
 - ما مدى وعي المدون الجزائري بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنص عليها موثيق الشرف الصحفية؟
 - إلى أي مدى يستحضر المدون الجزائري معايير الدقة والشفافية والوضوح في نشر الأخبار وتحليلها؟
 - إلى أي مدى يلتزم المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس على أخلاقيات النشر؟
 - ما مدى إتاحة المدون الجزائري مساحات التعليق والنقاش لجمهور المتلقين؟
- وقمنا بتقسيم بحثنا إلى أربعة فصول: الفصل الخاص بموضوع الدراسة، الفصل الثاني حول الإعلام الجديد وظاهرة التدوين الإلكتروني وتطرقنا فيه إلى عنصرين رئيسيين: العنصر الأول عرضنا فيه ماهية الإعلام الجديد وتعدد مفاهيمه واختلاف تسمياته وعوامل ظهوره وخصائصه ومختلف أشكاله. وفي العنصر الموالي تطرقنا إلى التدوين الإلكتروني كإحدى أهم تطبيقات الإعلام الجديد أو ما يسمى بالإعلام البديل وقسمناه على ثلاثة أجزاء معرجين على نشأة المدونات، خصائصها، وأنواعها أولا، ومن ثم على تطور المدونات والتدوين الإلكتروني منذ

البدايات الأولى في العالم الغربي والوطن العربي والجزائر ثانيا وفي الجزء الثالث والأخير من هذا العنصر تناولنا دوافع التدوين الإلكتروني واستخداماته، والمدونات من منظور إعلامي. أما الفصل الثالث وجاء في جزئين: الأول عرضنا فيه نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف من خلال الإشارة إلى الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام، الأخلاقيات من خلال التشريعات والمواثيق الدولية والإقليمية والوطنية ومن ثم تطور أخلاقيات المهنة الصحفية و أخيرا أخلاقيات الصحفي في زمن الميديا الجديدة. والثاني تطرقنا فيه إلى عنصرين أيضا: ظاهرة المواطن الصحفي وتناولنا فيه مفهوم صحافة المواطن وطبيعة نشاط "الصحفي المواطن" وصعوبة ممارسة الرقابة عليه. والعنصر الثاني جاء حول البعد الأخلاقي للتدوين الإلكتروني. وتناولنا فيه الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الإلكتروني وأخلاقيات التدوين والضوابط الأخلاقية للتدوين في الجزائر. وفي الفصل الرابع والأخير عرضنا النتائج المتحصل علىها من الدراسة المبدئية.

وقد اعتمدنا على منهج المسح الوصفي الذي يعد مناسباً لطبيعة هذه الدراسة واستعملنا بأداة الاستبصالي حيث تم توزيع الاستمارات الإلكترونية على 68 مدوناً وتلقى لنا الإجابات من 45 مدوناً شكلوا أفراداً عن نطلاب البحث.

ومنه توصلنا إلى النتائج التالية :

- مجتمع المدونون الجزائريون مجتمع ذكوري بامتياز، معظمهم بدأوا ممارسة التدوين متأخرا نوعا ما (من سنة إلى ثلاث سنوات) ، وهم منتظمون في تغذية مدوناتهم بمواضيع وأخبار جديدة، غالبيتهم شباب ذو مستوى تعليمي عال ، من بينهم رجال صحافة من صحفيين ومراسلين.
- جل المدونون الجزائريين يعتبرون المدونات وسيلة للتعبير الحر عن رأي المواطن، لا يظنون أن التدوين صحافة رغم ما يقدمونه من مضامين إعلامية.
- غالبية المدونين ليسوا على دراية بأساليب الكتابة الصحفية والممارسة الإعلامية ، ولم يسبق لهم الاطلاع على مواثيق الشرف الصحفية، يرون بان هناك عدة تجاوزات أخلاقية في المدونات الجزائرية أبرزها سرقة أخبار المدونين والتعدي على حقوق الملكية الفكرية لذلك يفضلون ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بالمدونات حتى يحمي حقوق وواجبات المدونين وحماية فضاء التدوين الحر على شبكة الانترنت.
- معظم المدونين الجزائريين يفضلون الكتابة باسمهم الحقيقي لاقتناعهم بما يقدمونه على مدوناتهم، والإناث هن الأكثر استخداما للأسماء المستعارة خوفا من أن يتعرف عليهم احد.

● يعتمد المدونين على عدة مصادر يستقون منها أخبارهم أولها أحداث يشاهدونها بأنفسهم تليها المواقع الالكترونية ومدونات الآخرين وأخيرا وسائل الإعلام التقليدية. وذكر اغلب المدونين أنهم لا يلفتون انتباه القراء إلى المصادر المثيرة للشكوك في حال اعتمادهم عليها حيث قال اغلبهم أنهم يحذفون المعلومة المغلوطة دون الإشارة على ذلك على حساب التصحيح العلي في التدوينات اللاحقة و الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية. بالإضافة إلى أنهم نادرا ما يعلنون عن أي تعارض للمصالح مع الأخبار التي ينشرونها على صفحات مدوناتهم كما أن هناك نسبة قليلة جدا من المدونين قد تم الاعتماد على مدوناتهم كمصدر للمعلومة من طرف وسائل الإعلام . □

● من أهم معايير المسؤولية الاجتماعية التي يلتزم بها المدون الجزائري "الالتزام بعدم نشر مواد أو وثائق محظورة قانونا أو بأمر قضائي" في المرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية "الالتزام بعدم نشر ما يثير الفتنة في المجتمع ويزعزع استقراره" و المعيار الثالث والمهم وفق إجابات المدونين □ "الجزائريين" هو "الالتزام بحق الخصوصية للأفراد وعدم انتهاك حرمتهم. وفي المرتبة الرابعة جاء "معيار الالتزام بعدم التشكيك في القيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية للمجتمع" . وفي المرتبة الخامسة جاء معيار "الاعتماد على مصادر موثوقة" و يليه "الالتزام بعدم نشر ما ليس للنشر وفق للاتفاق المسبق مع المصادر" . □

ومن الناحية العكسية فإن المعايير الأخرى مثل "الالتزام بحقوق الملكية الفردية عندما يتعلق الأمر بالأخبار و الصور والفيديو"، والالتزام بعدم التلاعب بالصور الرقمية ونشرها كما وردت من المصادر"، تعتبر متوسطة بالمقارنة مع سابقتها ، أما معيار "الإشارة إلى أية تعديلات على الصور" كان ضعيفا مقارنة بالمعايير الأخرى كعامل مؤثر في درجة التزام المدون الجزائري بمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تنعكس بدورها على أخلاقيات النشر.

● جل المدونين الجزائريين يتوجهون بأخبارهم إلى الجمهور العام يشبهون في ذلك وسائل الإعلام التقليدية نظرا للمحتوى الذي يقدمونه في مدوناتهم ، إلى فضلون التواصل مع زوارهم بأكثر من وسيلة أي أتي السماح بالتعليق أو الرد على ها على رأس هذه الوسائل على حساب شبكات التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني فضلا عن أن أغلبهم يردون على التعليقات وفقا لأهميتها فهم يتابعون إحصائيات مرور الزوار على مدوناتهم دائما . □

مِنْ مَجْدِ وَاللَّهِ