

تحرير الأخبار في المدونات الإلكترونية العربية

(منصة الهافينغتون بوست " نموذجاً ")

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : صحافة مكتوبة

تحت إشراف الدكتورة:

ولد جاب الله سعاد

إعداد الطالب:

ديدي شيخنا

لجنة المناقشة :

..... -/1

..... -/2

..... -/3

السنة الجامعية : 2015 – 2016

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

«اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ»

«وَمَا أُوتِیْتُمْ مِنْ

الْعِلْمِ إِلَّا قَلِیْلًا»

صَدَقَ اللّٰهُ الْعَظِیْمُ

شكر وتقدير

يارب شكرك واجب محتم
عدا ل حصا بعرض السماء مقدارها
مالي أرى نعم الإله تحيطني
دعني أحدث بالنعيم فإنني
بعد شكرنا لله تعالى على فضله ومّنه علي أن هداني ووفقي بالعزم ومنحني
القوة والإرادة والصبر لإنجاز هذا العمل المتواضع والصلاة والسلام
على من بعث رحمة للعالمين وهداية للضالين،
أتوجه بخالص الشكر إلى من كان سنداً لنا في مشوارنا الدراسي وخصوصاً
إلى الأستاذة *سعاد ولد جاب الله* التي تابعت هذا العمل، ولم تبخل علي
بنصائحها، القيمة والمفيدة، كما لم تبخل علي بوقتها الثمين.
كما أقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذ *بوقرة* على توجيهاته ونصائحه حيث كان سند
لي ولم يبخل علي بوقته الثمين.
وإلى قسم علوم الإعلام والاتصال بدون استثناء
كما أقدم بتحيةة إجلال وتقدير لأساتذتي الكرام اللذين تكونت على أيديهم طوال هذه وبفضلهم
وصلة إلى ما أنا عليه .

كما أتوجه بالشكر إلى جميع طلبة والزملاء في قسم الإعلام والاتصال على تلك اللحظات التي
جمعتني بهم امضيتهما برفقتهم
ألف تحية وشكر

حادي

خطة البحث

مقدمة

الإشكالية

التساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة وأدواته

أداة البحث

مجتمع البحث

عينة الدراسة

تحديد مصطلحات الدراسة

أ - الخصائص التكنولوجية

ب - البنية التحتية

الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول: المدونات الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المدونات

المبحث الثالث: خصائص وأنواع المدونات الإلكترونية

المبحث الثاني: استخدامات المدونات

الفصل الثاني: المدونات الإعلامية

المبحث الأول: السمات الإعلامية للمدونات

المبحث الثاني: تصنيف المدونات الإعلامية

المبحث الثالث: أخلاقيات التدوين

الإطار التطبيقي

الفصل الأول: طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لطبيعة الوسائط

الفصل الثاني: التعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الثالث: توسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الرابع: الروابط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

نتائج الدراسة

خاتمة

المقدمة

يتميز عالم اليوم بحركة متطورة وسريعة في شتى مجالات الحياة بصورة عامة وفي ميدان الاتصال بصورة خاصة وبصفة أخص ميدان الإعلام فالنظام الرقمي استطاع الجمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، و مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها وخاصة على الإنترنت بدأت تظهر أنماط إعلامية جديدة في مقدمتها، الإعلام الإلكتروني على شبكة الانترنت. كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها، أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين. وفي هذا السياق بدأ الجمهور يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلامي، حيث أنه لم يعد مستقبلاً للرسالة الإعلامية فقط بل أصبح مساهماً في الرسالة الإعلامية كما أن وسائل الإعلام بدأت تستجيب لهذه التحولات تدريجياً وفي هذا السياق يمكن القول هذه التطورات الجديدة ساهمت في تكريس ما يعرف ب صحافة المواطن وصحافة المشاركة وصحافة المشاركة والصحافة التعاونية وصحافة المدونين... الخ بدأت تظهر العديد من التحديات أمام أدوار وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم عن فضاءات أفضل للتعبير.

ومع انتشار وتزايد أهمية ومكانة وسائل الإعلام الجديدة، بدأ هذا المفهوم يحظى باهتمام بعض الباحثين، باعتباره يعكس تحولاً جذرياً في المفاهيم الصحفية التقليدية، وطبيعة العلاقة بين المشاركين والمستهدفين من العمل الصحفي. وقد دفعت عدة عوامل باتجاه انتشار هذا المفهوم؛ من بينها تصاعد أهمية الإنترنت لتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بيسر وسهولة، وكذلك الاعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلامي، وسهولة التواصل والاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين وانتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومنتديات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة، وعبر الوسائل التفاعلية المتنوعة، وتصاعد التنافس بين المؤسسات الإعلامية.

ومع تزايد قوة وأهمية ما يعرف الإعلام الجديد فقد برزت المدونات كأحد أهم تطبيقاته وأقواها وذلك لما تتمتع به من ما تتمتع به من حرية مطلقة على مستوى الشبكة العنكبوتية، وفي ظل

فقدان المجتمع العربي الثقة في وسائله الإعلامية خاصة منها الصحافة المكتوبة من جهة. وفي ظل تقييد الحريات الفردية من جهة أخرى فقد ظهرت المدونات كمتنفس ومحاولة للهروب من مشاكل الحياة والترفيه عن النفس وكحالة من التعبير الذاتي. كما أصبحت بديلا عن السلبية و الاحتقان السياسي والاجتماعي الذي يعرفه العالم والمنطقة العربية بشكل خاص.

وهكذا أصبحت تشكل آلية من آليات التعبير، التي تتيح لصاحبها حرية يستطيع من خلالها التعبير بكل حرية وبدون تلك القيود المفروضة من جانب أي شكل من أشكال الرقابة، وبما أن حرية الرأي والتعبير إحدى الرهانات التي تسعى المجتمعات البشرية لتحقيقها والوصول إليها فقد بدأ الحديث عن المدونات منذ ظهورها كوسيلة من أهم الوسائل المساعدة على تحقيق هذا الهدف.

فعلى الرغم من حداثة ظهور المدونات العربية بشكل عام، إلا أنها قد أصبحت أداة فعالة أجاد المدونون العرب استخدامها، سواء في التعبير عن همومهم وهموم مجتمعاتهم بما فيها همومهم الشخصية أو العامة، أو في استعمالها كوسيلة إعلامية حرة تتفق مع نظيرتها التقليدية في أمور عديدة، وتتنافر معها في أكثرها.

من هنا يتضح جليا مدى تأثير هذه الخصائص التكنولوجية المستخدمة في التدوين على البنية التحريرية لهذه الإدراجات المدونات الإلكترونية العربية في الهاف بوست.

وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وأربع فصول منها ثلاث نظرية وفصل تطبيقي ومشكلة البحث، تساؤلاته، أهميته، أهدافه، منهج البحث، الأداة المستخدمة، نوع العينة، وأخيرا تحديد المفاهيم والمصطلحات وكذا الدراسات السابقة.

وتناول الفصل الأول الذي كان عنوانه المدونات الإلكترونية الإلكترونية، وتم التطرق فيه إلى ماهية المدونات نشأتها. خصائصها أنواعها عوامل انتشارها وأنواع الخدمات التي تقدمها كوسيلة حديثة ومتطورة واستخداماتها بمختلف المجالات.

أما الفصل الثاني الذي كان تحت عنوان المدونات الإعلامية والذي تطرقنا فيه إلى لعوامل لسمات مضمونها وكذا المدونون الإعلاميون وسمات جمهور ثم تصنيفات المدونات الإعلامية التي تشمل على مدونات المواطنين: المدونات التي يستخدمها المواطنين وكذا مدونات الجمهور: المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية ثم مدونة الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية.

بنما اشتمل الفصل الثالث على أخلاقيات التدوين وتضمنت الشفافية الصدق المسؤولية التمسك بنفس المعايير السابقة الاستقامة والثبات التدوين المنتظم الصدق الواقعي التصحيح اذا ما كانت هناك اخطاء في الكتابات تجنب الخداع الكشف عن الشخصية الكشف عن الشخصية إلى غير ذلك من القيم والمعايير المطلوبة في المدونات والمدون.

أما الجانب التطبيقي فقد كان تحت عنوان التحليل الكمي والكيفي للبيانات المجمعة عن طريق تحليل مضمون هذه المدونات في الهاف بوست وأخيرا نتائج الدراسة حيث استخلصت من خلال تحليل الدراسة الميدانية أهم النتائج التي توصلت فيما يتعلق بطبيعة الوسائط المتعددة وكذلك التعليقات وطبيعة التوسيمات والروابط الفائقة.

الإطار المنهجي

الإشكالية

التساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة وأدواته

أداة البحث

مجتمع البحث

عينة الدراسة

تحديد مصطلحات الدراسة

أ - الخصائص التكنولوجية

ب - البنية التحريرية

الدراسات السابقة

يمكن النظر الى المدونات، من منظور إعلامي، كقناة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية. ورغم أن غالبية المدونين لا تدعي ممارسة العمل الإعلامي بالمعنى المتعارف عليه في وسائط الإعلام التقليدية، إلا أن الكثير من المبادئ التي تقوم عليها التدوين في مقارنته للفضاء الإعلامي يمكن أن تشكل مساءلة و« تحدياً » للمعايير المهنية التقليدية. فالتفاعل مع الجمهور، والشفافية في سيرورة معالجة وبث الأخبار، وجماعية (التشارك) إنتاج الأخبار، الخ، تمثل أبرز المظاهر المتقاسمة في الفضاء التدويني. إن التدوين وهو وسائل الفهم التقليدي لمهية الإعلام، قد أعطى دفعا قويا وبعث حياة جديدة في الرؤى التي طالما تطلعت الى تحوّل في نموذج الممارسة الإعلامية في عصر الانترنت.

لقد عرفت المطارحات حول طبيعة المدونات والدور الذي يمكن أن تلعبه من منظور إعلامي تحولا كبيرا، حيث لم يعد التساؤل متمكرا حول أهمية المدونات بالنسبة للإعلام، بل أصبح متمحورا حول المكانة التي تنزل فيها هذه الأخيرة حاليا فقد تسربت المدونات الى الكثير من الفضاءات الإعلامية، وعمد بعضها الى إدراجها ضمن مضامينها الإلكترونية، وأنشأ الكثير من الإعلاميين مدوناتهم الخاصة، إضافة الى طيف واسع من «الهواة» الذي أنشأوا الكثير من المدونات التي تشبه، الى حد بعيد، ما تنشره وسائط الإعلام التقليدية¹.

غالبا ما ارتبط التدوين في الكثير من الخطابات بديمقراطية النشر. فمنذ منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدا أن شبكة الانترنت قد ثورت المحيط الاتصالي، وأخرجت الجماهير من دورها السليبي الى دور أكثر فعالية. وقد تم الاحتفاء بالوالب باعتباره يمثل فجر الاتصال المتعدد بالمعنى الكاستيلي (نسبة الى كاستلس)، حيث يتم استبدال التدفق باتجاه واحد بتدفق ذو طبيعة شبكية قائم على « التساوي » بين مجموع النقاط الاتصالية والتي يمكن أن تكون مرسلا ومتلقيا في نفس الوقت وقد نظر الكثيرون الى هذا التصور الأفقي على أنه يمثل تهديدا للإعلام التقليدي. فالتكنولوجيا الرقمية تتطور باستمرار، وهو ما يدفع الى ظهور وسيط جديد سيدفع الوسائل الإعلامية السابقة الى إعادة النظر في هويتها، مثلما حصل للراديو عندما ظهر التلفزيون. وترغم الرؤية التي نبتت في هذا السياقات أن الوسائط التقليدية ستلاشى مفسحة المجال أمام ثقافة اتصالية مساواتية تستند الى وتستثمر آليات النشر الشبكي بتعدد فاعليه ومع بروز

¹ الصادق رابح: المدونات الإلكترونية بحث في حدود الوصل والفصل، أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد في البحرين 2009

المدونات، والفرص التي تتيحها تكنولوجيا النشر الجديدة عموماً، عاد إلى الظهور إشكالية إمكانية التحول في النموذج الإعلامي الحالي. ففي الولايات المتحدة خاصة، ظهرت الكثير من الأصوات المطالبة بإعادة النظر في أداء وسائل الإعلام التقليدية مشيرة إلى أن هذه الوسائل قد انفصلت عن اهتمامات المجتمع المدني. فعوض أن يلتزم الإعلاميون بقضايا جمهورهم، أصبحوا لا يعيرون اهتماماً للمسائل التي تشغل هذا الجمهور. وقد نتج عن ذلك أن هذه الوسائل تحولت، في رأي الجمهور، إلى مؤسسات لا يربطها به أي يمكن القول دون أن نجافي الحقيقة أن النضوج الاجتماعي للإنترنت² قد شكّل أرضية ملائمة لنمو وازدهار المدونات كنوع جديد من الاتصال الشبكي. فالمواقع الإلكترونية الأولى اتسمت بتعدد بنائها (النسخ الإلكترونية للصحف مثلاً) وببساطتها بحيث لم تكن جذابة أبداً (المواقع الشخصية الجامدة مثلاً). كما أن الكثير من المضامين الإلكترونية كانت ولا زالت تستوحي نماذجها من وسائل الإعلام التقليدية؛ ذلك أن الوسائل الجديدة غالباً ما تميل إلى تقليد من سبقها قبل أن تؤسس هويتها الخاصة ولهذا يبدو أن المدونات تمثل صنفاً جديداً خرج من رحم الواب، وتتسم بتمييزها عن ما كان سائداً من قبل من أشكال النشر الإلكتروني؛ فهي «أشكال إعلامية جديدة ونابضة بالحياة ولدت مع البواب، وهي إلى ذلك الإلكتروني؛ فهي» أشكال إعلامية جديدة ونابضة بالحياة ولدت مع البواب، وهي إلى ذلك تضيف شيئاً جديداً إلى ما هو موجود... شيئاً لم يكن موجوداً قبل ظهور الواب فالمدونات تتيح شكلاً من أشكال الكتابة التي ينفرد بها الواب، والمنبثقة أساساً من إحدى خصائصه، وهي النص الفائق أشكال النشر الإلكتروني. من بين هذه السمات المحورية، البساطة. فالإدراجات (التدوينات) مرتبة بطريقة كرونولوجية معكوسة، من الأحدث زمنياً، ثم الذي يليه وهكذا ولا تتبنى المدونات المعايير المتبعة في الفضاء الإعلامي في ما يتعلق بتصنيف الإدراجات، يتسم التدوين بمجموعة من الخصائص التي تحكم سيرورة إنتاجه والتي تجعله مختلفاً عن حيث يتم عرضها كما كتبها صاحبها. كما أن أهمية إدراج ما لا تتبع من المدونة في حد ذاتها، بقدر ما تتحدد بالتعليقات والجاذبية التي تمارسها على المترددين على فضاء التدوين.

وتميل النصوص التي تتضمنها المدونات إلى كونها تتميز بالاختصار والمباشرة وتوظيف سجل لغوي عادي، وعامي في أحيان كثيرة. وبما أن الإنترنت تمثل محيطاً تبادلياً تغلب عليه التخمّة المعلوماتية، فإن المترددين على المدونات يثمنون المدونين الذي يعبرون عن أفكارهم ورؤاهم بأقل عدد ممكن من العبارات والكلمات. ويقوم على المدونة، في أغلب الأحيان، شخص واحد

² نفس المرجع السابق ص، 540

يتخذها كفضاء للتعبير عن انشغالاته، والتي تتنوع لتشمل حميميات شخصية، أو مسائل حياتية مختلفة، أو موضوعات اجتماعية وثقافية وسياسية وغيرها. ولهذا فإن الأسلوب الذاتي والميل الى التعبير عن الرأي يغلبان على الكتابات التدوينية وانطلاقاً من هنا فإننا نطرح الإشكالية المطروحة وهي كالتالي:

1- إلى أي مدى تؤثر الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للإدراجات في المدونات الإعلامية العربية؟

ب- التساؤلات

أ - هل تستخدم المدونات الإعلامية العربية خاصية الوسائط المتعددة؟

ب - هل تستخدم هذه المدونات في إدرجاتها خاصية الروابط الفائقة؟

ج - هل يتفاعل المدونون مع قراء إدرجاتهم على مستوى التعليق؟

د - هل تستخدم المدونات الإعلامية العربية خاصية توسيم المحتويات؟

الفرضيات

أ- تؤثر خاصية الوسائط المتعددة في شكل الإدرجات في المدونات؟

ب- تؤثر خاصية التوسيم في بنية الإدرجات في المدونات؟

ج- تؤثر الروابط الفائقة في قوالب تحرير الإدرجات؟

ثانياً: الإجراءات المنهجية

أ- أسباب اختيار الموضوع

تتمثل أسباب اختيارنا لهذا الموضوع كالتالي:

الأسباب الموضوعية

- حداثة الموضوع وجدته، بمعنى أن تاريخ الاهتمام بهذه الظاهرة يعتبر جديداً وخاصة في البلدان العربية،

-ندرة الدراسات حوله، بما أن الظاهرة المدروسة جديدة وبالتالي تعتبر غير مدروسة وعدد الدراسات حولها في البلدان العربية ما زال ضئيلا للغاية إن لم يكن شبه منعدما.

-ظهور نوع أو شكل جديد متمثلا ف المدونات والمدونين العرب الذين بفضل كتاباتهم ومساهماتهم المتنوعة، قد يشكلون رأيا جديدا.

- الأسباب الذاتية

الميل الذاتي نحو هذا النوع الجديد من الخدمات الإعلامية والاهتمام به.

الرغبة في التعمق في هذا المجال نظرا لحدثه والاهتمام بالمدونون والمدونات الإلكترونية العربية.

الرغبة في معرفة أسلوب المدونون العرب في التدوين والاطلاع على مضمون تلك المدونات.

ب- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى أي مدى تختلف إدراجات المدونون العرب مع ما يكتبونه ضمن ميدان عملهم في الصحافة التقليدية.

كما تهدف إلى معرفة ما إذا كانت الأسلوب المتبع في المدونات يختلف عنه في الصحافة التقليدية.

ويتمثل أحد هذه الأهداف في معرفة ما إذا كانت هذه المدونات أصبحت وسيلة إعلامية قائمة بحد ذاتها وكذا معرفة الاطلاع على مضامين هاته المدونات وما مدى المصدقية فيما تقوم بنشره من أخبار والالتزام بالمعايير المتبعة في كتابة الأخبار.

ج- أهمية الدراسة

- تنطلق أهمية هذه الدراسة من خلال الدور المتصاعد الذي أصبحت تلعبه المدونات الإلكترونية وذلك لما لها من تأثير على الساحة الإعلامية.

- الاهتمام المتزايد يوميا الذي يلقاه التدوين والمدونات من قبل المهتمين بهذا المجال والذي يتناول آراء وقضايا هامة ومواضيع مصيرية وهذا من الباحثين الاهتمام بهذه الظاهرة ودراستها والتعمق فيها أكثر.

- المساهمة في إثراء المكتبة العلمية بهذا البحث حول التحرير في المدونات الإلكترونية ليكون مقارنة علمية حول الموضوع.

- تقديم حقائق علمية نوعية عن هذه الوسيلة ومضمون ما ينشر داخلها.

د- منهج الدراسة وأدواته:

سنحاول في هذه الدراسة وأمام ندرة الدراسات الأكاديمية في الأدبيات الاتصالية عن ظاهرة التدوين، أن نقدم مقارنة في الإجابة عن التساؤلات الفكرية والنظرية بالاعتماد على منهج متكامل يعتمد على المنهج المسحي والمنهج التاريخي والمنهج المقارن.

أ- تعريف المنهج:

ويرد بخصوصه في **méthode** مصطلح منهج أو طريقة هو " الترجمة إذن لمصطلح معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ما يلي:

"المنهج قوامه الاستقرار ويتمثل في عدة خطوات تبدأ بملاحظة الظواهر وإجراء التجارب، ثم وضع الفروض التي تحدد نوع الحقائق التي ينبغي أن نبحث عنها.

وتنتهي بمحاولة التحقق من صدق الفروض أو بطلانها توصلاً إلى وضع قوانين عامة تربط بين الظواهر وتوحد العلاقات بينها.

ويعرف المنهج أيضاً على أنه " الطريق أو الصيغة أو الأسلوب المتبع في ترتيب الأفكار وعقلنة الفرضيات وإخضاعها للامتحان والتحليل، بما يضمن التوصل إلى نتائج معرفية جديدة .

ب- المنهج المسحي:

هو عبارة عن عملية تحليلية لجمع من القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته، والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تفسير وتقييم شامل.

ويعرف المنهج المسحي على أنه أكثر طرق البحث استعمالاً، ذلك لأننا بواسطته. نجمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة.

ولقد تم توظيفنا لهذا المنهج بهدف جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات، والوقوف على كل الظروف المحيطة بموضوع دراستنا وتفسير مختلف الوقائع والمعلومات المتعلقة به. فالمدونات³ ظاهرة حديثة تحيط بها الكثير من التساؤلات تتطلب منا جمع الكثير من المعلومات، والعمل على تفسيرها وقراءة ظروف تواجدها.

هـ - أداة البحث:

-تحليل المضمون:

حسب علمنا أنه لحد الآن لم يتفق الباحثون حول مفهوم واضح لتحليل المضمون، فهناك من استعمله على أنه تقنية وآخرون استعملوه على أنه منهج. لهذا سوف نقوم بعرض مجموعة من التعاريف حوله، ويجدر بالذكر أننا في دراستنا قد استعملناه كتقنية وأداة للوصول إلى نتائج دراستنا.

ويعرف هذا الأخير على أنه " منهج يستعمل في تحليل الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، القائمة في أي مجتمع في الماضي أو الحاضر أو المستقبل. وهذا النوع من الأبحاث مفيد بالنسبة لمعرفة عوامل التغيير الاجتماعي وردود فعل الناس لقرارات القيادة السياسيين. كما أن الباحث يستطيع أن يأخذ الحقائق على الطبيعة وبدون تدخل منه، بحيث يكون التحليل صادقا ومعبرا عن شعور الأفراد ووجهات.

نظرهم الحقيقية. وإن كان هناك أي غموض فيما كان الباحث استشارة من لهم خبرة وكفاءة عالية أو مسؤولية مباشرة حتى تكتمل الصورة في ذهنه.

ويعرف أيضا على أنه " تقنية غير مباشرة للتقصي العلمي تطبق على المواد المكتوبة، المسموعة أو المرئية، والتي تصدر عن الأفراد أو الجماعات، حيث يكون المحتوى غير رقمي، ويسمح بالقيام بسحب كفي أو كمي بهدف التفسير والفهم والمقارنة.

فيما يعرف " وليم كوود وبي هات "تحليل المضمون على أنه" من المناهج المهمة المستخدمة في دراسة المقالات والأبحاث الاجتماعية، دراسة تحليلية تنطرق إلى محتويات عباراتها ومصطلحاتها وأفكارها وكلماتها، ومن دراسة العبارات والمصطلحات والأفكار يتوصل الباحث الاجتماعي إلى العوامل والمحاور الأساسية التي تؤكد عليها هذه المقالات والأبحاث، ويتعرف على الظروف

³ نبيح أمنة: المدونات الإلكترونية المكتوبة بين الصحافة الحرة والصحافة البديلة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر، ص 19-20

والملازمات والدوافع التي قادت الباحث أو الكاتب إلى مثل هذه الاستنتاجات التي توصل إليها في بحثه.⁴

وبالرغم من تعدد تعريفات تحليل المضمون، فإنه يلاحظ أن هناك شبه إجماع على تعريف كل من "برنارد بيرلسون" و"أولى هولستي"، حيث أن الأول يعرف تحليل المضمون بأنه "أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال". فيما يعرفه الثاني بأنه " وسيلة للقيام باستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية .

و لقد استخدم تحليل المضمون في البحوث الاجتماعية والسلوكية مؤخرا، حيث استخدمه عدد من علماء الاجتماع العرب والأجانب في بحوثهم العلمية والتطبيقية، وأشاروا إليه ووضحوا أهميته وتقنياته في سياق دراساتهم لطرق البحث الاجتماعي.

غير أن تحليل المضمون يستخدم في الدراسات الإعلامية والتربوية والنفسية والسياسية أكثر مما يستخدم في الدراسات الاجتماعية، لأن الدراسات الأخيرة تعتمد على منهج المسح الميداني والمنهج المقارن وأداة المشاهدة والمشاركة أكثر مما تعتمد على منهج تحليل المضمون، ومع هذا يستخدم تحليل المضمون في الأبحاث والدراسات الاجتماعية التي يصعب مقابلة وحداتها نظرا لوفاتها أو غيابها أو بعدها الجغرافي أو ارتفاع مكانتها الاجتماعية والسياسية أو صعوبة مقابلتها لسبب أو لآخر.

لذا يضطر الباحث الاجتماعي في مثل هذه الحالات لاستخدام الوثائق والمستندات والمذكرات والمحاضرات ومحاضر الاجتماعات والخطب والمقالات والأرشيف والصحف والرسائل الخطية والمقالات والأرشيف والصحف والرسائل الخطية والمؤلفات. من أجل التوصل إلى الحقائق والبيانات عن موضوع البحث المزمع إجراؤه، لذا لا يدرس منهج تحليل المضمون السلوك الإنساني والظواهر الاجتماعية والمشكلات بصورة مباشرة، وإنما يدرسها بصورة غير مباشرة أي عن طريق مصادر غير بشرية .

⁴ نبيح أمينة: نفس المرجع السابق، ص 21-22

وكما سبق وان ذكرنا فكل باحث عرف تحليل المضمون حسب استخداماته له في دراسته وأبحاثه. ونحن بدورنا استعملناه كأداة وتقنية في دراستنا. حسب متطلباتها وبصفته التقنية الوحيدة لجمع البيانات الوحيدة التي تماشت في آخر المطاف مع ما كنا نسعى للبحث عنه.

-أنواع تحليل المضمون:

لتحليل المضمون نوعان هما:

1-تحليل المحتوى الظاهري للوثيقة: إن الممارسة العادية هي دراسة المحتوى الظاهري لوثيقة، أي ما هو معلن عنه بشكل واضح في الوثيقة، أي ما تعرضه الوثيقة حقيقة، مثلا: دراسة المحتوى الظاهري لبرنامج حزب سياسي يتضمن القيام باستخراج وإبراز المواضيع الأكثر تناولا، الكلمات الأساسية، المواقف والحجج المقدمة للتبرير.

2-تحليل المحتوى الضمني لوثيقة: هناك ممارسة أخرى لتحليل المحتوى وهي دراسة المحتوى الضمني لوثيقة، والمحتوى الضمني هو كل ما لم يتم التعبير عنه بشكل واضح في الوثيقة. تتطلب إذن دراسة المحتوى الضمني الكشف عما هو غير معلن عنه وفك المعنى الخفي للأقوال. بالفعل فان المحتوى الضمني لا يقل أهمية عن المحتوى الظاهري لوثيقة إن لم نقل أنه يفوقه.

ومن بين هاذين النوعين قمنا باستعمال النوع الأول، والمتمثل في تحليل المحتوى الظاهري للوثيقة. وهذا طبعا لتماشيه مع دراستنا لعينة من المدونات العربية الإلكترونية دراسة ظاهرية شملت أنواع الجديد وطرق واساليب الكتابة الموجودة فيه.⁵

ثالثا- مجتمع البحث

وتعرف العينة أيضا على أنها "عبارة عن جزء من العشيرة أو المجموع، وهي دائما تتبع في الدراسات والبحوث لسهولة الدراسة وتقليل تكاليف الدراسة على المجموع الذي يتكون من أعداد كبيرة.

فئات التحليل

الوسائط المتعددة

⁵ نفس المرجع السابق ص، 23

هي مجموعة من الخصائص التكنولوجية التي تسمح باندماج النص المكتوب مع الصوت والصور والفيديو في ان واحد.

الفئات الجزئية

فئة المكتوب: وهي الإدراجات أو التدوينات المكتوبة

فئة الصور: وهي التدوينات أو الإدراجات المدعومة بالصور

فئة الفيديو: وهي الإدراجات المدعومة بالفيديوهات

التوسيم

هو طريقة مختصرة تؤدي بالمستخدم إلى المواضيع ذات الصلة بالموضوع الرئيسي وقد اشاع استخدامه أساسا في تويتر قبل أن تستخدمه باقي وسائل التواصل الاجتماعي.

الفئة الجزئية

إدراجات مدعومة بوسوم و إدراجات غير مدعومة بوسوم

التعليق

هو ما يكتبه الشخص القارئ بعد قراءته للموضوع المنشور في الوسيلة الإعلامية يعبر فيه عن رأيه الخاص بذلك الموضوع.

وتشمل فئة الأولى: الإدراجات التي تم التعليق من قبل المتابعين

الفئة الثانية: وتشمل الإدراجات التي لم يتم التعليق عليها

الروابط الفائقة

يعتبر الرابط مستند أو صلة تحيل المتصفح إلى مصدر المعلومة المشار إليها وهو نوعان منها المصدر الخارجي ومنها المصدر الداخلي.

الفئات الجزئية وتشمل فئة نوع الرابط

رابط داخلي: وهو الرابط الذي يحيل إلى مصدر داخلي

رابط خارجي: وهو الرابط الذي يحيل إلى مصدر خارجي

وحسب مستلزمات ومتطلبات دراستنا قمنا باستعمال الأنواع التالية من العينة.

أ - العينة القصدية:

ويعني هذا النوع من العينات ما يلي:

"هي العينة التي تختار عن عمد ما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات.

وبالتالي العينة القصدية هي الاختيار المقصود من طرف الباحث لعدد من وحدات المعاينة بما يتناسب وهدف الدراسة.

ونظرا لحجم مجتمع البحث والمتمثل في الوطن العربي، استلزم منا هذا تحديد العينة بدقة.

لهذا الغرض قمنا باختيار العينة القصدية في اختيار مجتمع البحث المتكون من المدونات العربية في منصة الهافينغتون بوست.

رابعا- تحديد المصطلحات

ب- الخصائص التكنولوجية

نقصد بالخصائص التكنولوجية مجموعة التقنيات أهم ما يميزها هو اعتمادها على التقنية الرقمية والتي عن طريقها تحويل النصوص والمضامين الإعلامية إلى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسب الآلية، ويؤدي ذلك، في نفس الوقت، إلى ظاهرة الاندماج بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة، أدى إلى سهولة استخدام والتحكم الشخصي بوسائل الإتصال والإعلام، وأهم هذه التقنيات والتطبيقات ما يأتي عن طريق الإنترنت خاصة في تطبيقاتها العامة والتفاعلية مثل الأخبار الإلكترونية **online news** وتطبيقات الإرسال

الإذاعي والتلفزيونية (مثل تقنية البودكاست podcast واليوتيوب YouTube) وكذلك المنتديات، ومجموعات النقاش، واستخدام محركات البحث، ومواقع التواصل الاجتماعي، والشبكات الاجتماعية، مثل فيس بوك وتويتر وكذلك مواقع الألعاب الإلكترونية الجماعية. وأهم ما يميز هذه الوسائل أنها يمكن أن توصف بأنها وسائل اتصال شخصية لأنها تعطي المستخدم القدرة على السيطرة والتحكم في شكل ونوعية ومحتوى وتوقيت الإتصال الذي يرغب المشاركة به.

ب- البنية التحريرية

نقصد بمصطلح البنية قوالب الكتابة الصحفية المكونة لجسم النص الصحفي الذي يبدأ بالمقدمة التي تعتبر أهم معلومة في الخبر أو أبرز الواقعة في الحدث والجسم أو المتن الذي يحمل أهم التفاصيل ثم الخاتمة كما يشمل الأنواع الصحفية الأخرى كالتقرير والتحقيق والحوار والمقال والمقابلة والحديث والعمود كل هذه الأشكال وغيرها تعتبر المكون الأساسي للتحرير الصحفي الذي يشكل المادة الأساسية للبنية التحريرية.

خامسا- الدراسات السابقة: تعد متابعة البحوث العلمية ذات الصلة بالبحث الذي يعده الباحث حول أي مشكلة بحثية إحدى المصادر العلمية التي ترشده نحو تلك المشكلة لذا قمنا من أجل الاستدلال على مشكلته البحثية بمسح الدراسات السابقة في الموضوع للإفادة منها في تحديد معالم مشكلته وطرح مجموعة تساؤلاته.

الدراسة الأولى: دراسة أحمد حسين سنة 2008 ، بعنوان ظاهرة المدونات الإلكترونية في الشبكة العنكبوتية -دراسة للقائم بالاتصال والمضمون-؛ حيث اعتمد فيها الباحث على أداة تحليل المحتوى وكذا توزيع استبيان على عدد من المدونين وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:
أولا: تساؤلات الدراسة التحليلية :

- ما مصادر المدونات .
- ما نوعية القضايا التي تهتم بها المدونات .
- ما الأساليب الإقناعية في كتابة المدونات .
- ما نوعية اللغة التي تكتب بها المدونات .
- ما نوعية الجمهور التي تستهدفه المدونات .

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية علي المدونين :

- ما خصائص المدونين .
- ما اللغة التي يفضلها المدونين في كتابة المدونات .
- من هو الجمهور الذي يستهدفه المدونين .
- ما الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً لدي المدونين .
- ما سلبيات التدوين .
- ما إيجابيات التدوين.
- ما الإشباع التي تتحقق للمدونين من كتابة المدونات.
- ما المشكلات التي تواجه المدونين.

وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

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

الاطار النظري

الفصل الأول: المدونات الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المدونات

المبحث الثالث: خصائص وأنواع المدونات الإلكترونية

المبحث الثاني: استخدامات المدونات

الفصل الأول: المدونات الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المدونات

ويعتقد أن أول مدونة ظهرت في عام 1992م، لكن الانتشار الواسع للمدونات عالمياً جاء في الفترة التي تبعت أحداث 11 أيلول/ سبتمبر 2001 م، وقد أطلقت في العام نفسه أول مدونة أول مدونة فيديو وفي مطلع عام 2005م عقد في نيويورك مؤتمر لمدوني الفيديو وقد مثل تصنيف المدونات تحدياً أمام عدد من الباحثين، نظراً لكثرتها - بلغ عدد المدونات في عام 2008م أكثر من مئة مليون مدونة - وللتعدد الهائل في المحتويات التي تضمها، وبرزت لدى بعضهم - الباحثين ثلاثة معايير مركبة لتصنيف. أولها التصنيف بحسب مضمونها إلى شخصية وأخرى عامة، والثاني تصنيف المدونات العامة بحسب نوع المحتوى، مثل التعليم والأدب والسياسة وغيرها، والمعيار الثالث تصنيفها بحسب وسيلة العرض إلى المدونات نصية، ومصورة، وصوتية، ومتعددة الوسائط وأعدت إحدى الدراسات توسع نشاط التدوين إلى خمسة دوافع، هي توثيق الأحداث، والتفسير والتعليق، والتنقيح، وإيجاد مساحة للتأمل ودعم التجمعات المتخصصة.¹

كما يشهد العالم ظهور مدونة جديدة كل 1.4 ثانية بمعنى 84 في الدقيقة و 121 ألف مدونة متنوعة في مختلف المجالات كما ان هناك رؤساء دول ومشاهير يمتلكون مدونات بالتساوي مع الأشخاص العاديين مما يعد تجسيدا لدمقرطة الاتصال على الأقل في مكون حق الوصول حيث أصبح بإمكان كل فرد استخدام وصنع المدونات الشخصية دون سلطة الرقيب، مما ساهم في ودود قوالب جاهزة تقدمها بعض المواقع بلا تكلفة إضافة الأمر الذي يسمح بإمكانية مقارنة الموضوعات ونشر الأفكار بجرأة وموضوعية بعيداً عن أي إكراه موضوعي أو نفسي وبالتالي أصبح بإمكان كل فرد أن يصبح صحفياً ببساطة مما أدى إلى نشوء مفهوم جديد وهو الإعلام التدويني.²

والمدونة في أبسط تعريفاتها هي صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات مختصرة ومرئية زمنياً، وبصورة تفصيلية فإن المدونة تطبيق من تطبيقات الأنترنت يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى: هي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيباً زمنياً معكوسة.³

¹ سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، (ط، 1 لبنان، جداول للنشر والتوزيع)، ص 109

² د، ياسين خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، (ط، 1 2014 دار البداية، للنشر والتوزيع) ص 342-343

³ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، (ط، 1. 2014. دار أسامة للنشر والتوزيع)، ص 103

✓ التطور التاريخي للمدونات

مثل بدايات أشياء كثيرة فان المدونين الأوائل لم يكن لديهم مسمي يطلقونه على ما كانوا يقومون به .ورغم أن الأمر استغرق بعض الوقت لتطوير مصطلح يعبر عنها، فان عملية التدوين (التسجيل) كانت قائمة وتمارس بأشكال متعددة منذ بداية الانترنت .فقد كانت المدونات الأولى " عبارة عن مواقع لروابط الويب **link-driven sites** وكان كل موقع يضم خليطاً من الروابط لمواقع متشابهة في الأفكار والرؤى .) 20 ("وبالتالي كان على المدونين أن يمتلكوا مهارات مماثلة لمهارات مصممي مواقع الويب .وقد مهد ظهور برامج التدوين وواجهات التطبيق السهلة الطريق لظهور المدونات بشكلها الحالي .وقد ساعدت هذه البرامج على التحول من أسلوب المدونات القائمة على تصنيف المواقع وتصنيفها إلى أسلوب المدونات القريبة إلى الصحف .

ففي السنوات الأولى من ظهور الويب بدأ تيم بارنرز لي **Tim Berners-Lee** مخترع الويب، بالاحتفاظ بقائمة يتم تحديثها باستمرار تضم كل مواقع الويب الجديدة بمجرد ظهورها . وفي عام 1993 بدأت نيتسكيب في إظهار ما أسمته " ما الجديد **What's New!** " على برنامج التصفح الخاص بها لعرض قوائم المواقع الجديدة .وشهد عام 1994 قيام جاستن هال **Justin Hall** بإطلاق موقع يقدم روابط للمواقع غير المعروفة .وفي عام 1997 قام دايف وينر **Dave Winer** من خلال شركته يوزر لاند **User land** بتقديم عدد من البرامج الخاصة بمحتوى المواقع والمدونات، مثل **User Frontier, Manila, Radio land** . وفي ديسمبر من نفس العام دشّن جون بارجر **Jorn Barger** مصطلح المدونة **web log** . وفي نوفمبر 1998 نشرت كاميرون باريت **Cameron Barrett** قائمة بمواقع المدونات على موقع **Camworld** . وفي بدايات عام 1999 دشّن بيتر ميرهولز مصطلح التدوين **blog** بعد أن أعلن انه سوف يستخدم كلمة مختصرة للتعبير عن " الويل وج " وهي "wee-blog" تم اختصارها فيما بعد إلى بلوغ **Blog** فقط .وفي نفس العام أنشأ بريكتي ايتون **Brigitte Eaton** أول بوابة الإلكترونية مخصصة للمدونات على الانترنت ضمت نحو 50 مدونة .وفي منتصف 1999 أطلقت شركة بيتاس **Pitas** أول برنامج مجاني لإنشاء المدونات الشخصية، وفي أغسطس من نفس العام أطلقت شركة مختبرات بير **Labs Pyra** في سان فرانسيسكو موقع وبرنامج التدوين الأشهر والأكثر استخداماً⁴

⁴ د .حسني محمد نصر: المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، يوليو- سبتمبر، 2007

Blogger.com الذي ساهم في انتشار التدوين بين مستخدمي الانترنت من خلال أدوات سهلة.

وقد حقق هذا الموقع انتشارا كبيرا إذ بلغ عدد الذين سجلوا عليه في عام 2002 نحو 1.1 مليون مستخدم كما بلغ عدد المدونات النشطة عليه نحو 200 ألف مدونة، الأمر الذي دفع شركة جوجل - التي تدير أكبر محرك بحث على الانترنت - إلى شراء الموقع في مطلع عام 2003 وهو الأمر الذي أحدث انطلاقة هائلة في المدونات كوسيلة سهلة للتعبير عن الرأي على الانترنت.

وقد ساهمت بعض الأحداث في الانتشار الجماهيري للمدونات وتزايد الدور الذي تلعبه في الساحة الاتصالية عبر الانترنت. ومن أهم هذه الأحداث الغزو الأمريكي للعراق في عام 2003، والانتخابات الرئاسية الأمريكية في العام التالي.

ففي غزو العراق اتجه الذين أيدوا الحرب وكذلك الذين عارضوها إلى المدونات للتعبير عن اتجاهاتهم، فظهرت مدونات كثيرة يدور محورها حول تأييد أو معارضة هذه الحرب. كما اتجه عدد من الجنود الأمريكيين الذين شاركوا في الحرب إلى إنشاء مدونات شخصية تحكي قصة الحرب وقصصهم الشخصية.

وقام بعض العراقيين من داخل وخارج العراق بتسجيل تدويناتهم حول الحرب. وقد كانت الحرب على العراق سببا من أسباب شهرة المدونات وانتشارها. فقد ظهرت في عام 2002 مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها مدونة "إنستابوندت"، وفي عام 2003 ظهرت مدونات المناوئين للحرب في الغرب. ويمكن القول "إن المدونات حظيت بالانتشار الكبير أثناء الحرب على العراق، فخلال هذه الفترة ظهرت المدونات الشخصية التي يكتبها أفراد من داخل العراق سواء من جنود الاحتلال أو من المواطنين العراقيين. وكانوا يقدمون من خلالها صورة أقرب للحقيقة وأكثر تفصيلا لما يحدث على الأرض، كما كانوا يسلطون الضوء على الأحداث التي لم تهتم بها وسائل الإعلام التقليدية بقصد أو بدون قصد. أما في الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2004 فقد تم استخدام المدونات من جانب أكثر من طرف لتحقيق أهداف محددة. فقد استخدمها المرشحون للرئاسة وأنصارهم وأحزابهم لتكوين آلية من آليات جمع التبرعات للحملات الانتخابية وشكل من أشكال الاتصال بالناخبين والأنصار.

وستخدمها أنصار المرشحين أو أنصار الأحزاب السياسية المتنافسة بشكل غير رسمي لدعم المرشح، كما تم استخدامها من جانب بعض المعلقين السياسيين والإعلاميين كوسيلة لفحص ومراقبة الادعاءات والقصص التي تنشرها وسائل الإعلام التقليدية عن المرشحين وسير الحملة

⁵الانتخابية ورغم أن الأهداف السابقة كان يتم تحقيقها أيضا من جانب وسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى المواقع الشخصية ومواقع الأحزاب والمنظمات السياسية المختلفة، إلا أن المدونات استقطبت أعدادا كبيرة من الزائرين بوصفها شكل غير رسمي من أشكال الاتصال مقارنة بالأشكال السابقة، وكان لها دور في التأثير على الناخبين خاصة المترددين منهم الذين لم يكونوا قد اتخذوا قرار بعد بالتصويت لصالح أحد المرشحين. وعلى حد وصف جون بورلاند فإن "المدونين رسخوا دورهم في الانتخابات الأمريكية كنفاد للحقائق، واستطاعوا تقديم مئات أو الآلاف الرؤى الناقدة للقصص الإخبارية وأقوال المرشحين، وكانوا يفحصون ويدققون كل معلومة ويستخرجون منها النواقص ويعلقون عليها.

وقد ساهم دخول شركات التقنية الكبرى مثل "غوغل" و"مايكروسوفت" هذا المجال الجديد في زيادة الوعي الجماهيري بالمدونات وشجع على انتشارها. خاصة أون الاهتمام بها لم يعد قاصرا على الأفراد فقط بعد اقتحام الجماعات والمنظمات السياسية والطائفية والعرقية وكذلك الشركات والمؤسسات التجارية هذا المجال رغم وجود مواقع لها على الانترنت تتميز بضخامتها وقد ارتها التقنية والبشرية الكبيرة.

ونتيجة لما سبق فقد تضاعف عدد المدونات بصورة غير مسبوقة بدءا من مطلع عام 2004. فبعد أن كان عدد المدونات في عام 1998 لا يتجاوز عدد أصابع اليدين. ولم يتجاوز 23 مدونة في مطلع 1999، أصبح الويب يعج حاليا بملايين المدونات ومئات المواقع التي تقدم خدمة التدوين المجانية.

وقد قدر محرك البحث "تكنو ا رتي" عدد المدونات في مطلع عام 2005 بأكثر من 9.7 مليون مدونة، كما قدر عدد المدونات التي تظهر كل يوم بنحو 38 ألف مدونة. وقدرت مصادر أخرى عدد المدونات في مطلع عام 2007 بما يزيد عن 37 مليون مدونة تضمها شبكة الانترنت

وتشير تقديرات حديثة إلى أن نحو 75 ألف مدونة تطلق يوميا، فيما يبلغ عدد عمليات التحديث والإضافة والتعديل في المدونات نحو 1.2 مليون عملية يوميا، و50 ألف عملية في الساعة الواحدة.

وعلى صعيد الاستخدام الجماهيري للمدونات تشير الإحصاءات إلى أن 11% من مستخدمي الانترنت حول العالم، أو ما يقدر بنحو 50 مليون شخص، يقرؤون المدونات بانتظام. ويشير رينيه Rainie إلى أنه في عام 2005 كان هناك ثمانية ملايين يمثلون 7% من

⁵ د. حسني محمد نصر: مرجع سابق، ص، 12-13

مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة (نحو 120 مليوناً) لديهم مدونات، في حين كان 23 مليوناً (27%) يقرؤون المدونات، و 12% شاركوا في المدونات ووضعوا تعليقات عليها. ولعل هذا الانتشار العالمي الواسع للمدونات هو ما دفع بعض الصحف الكبرى مثل صحيفة الجارديان البريطانية، وصحيفة نيويورك تايمز الأمريكية، والإذاعات الدولية مثل هيئة الإذاعة البريطانية وهيئة الإذاعة الألمانية، وبعض المنظمات الدولية مثل منظمة مراسلون بلا حدود "إلى إنشاء مدونات على مواقعها الإلكترونية لمحريها وقرائها، وتنظيم مسابقات دولية لاختيار أفضل المدونات أو "مدونة العام". وقد منحت هيئة الإذاعة الألمانية جائزة أفضل مدونة عربية لعام 2006 إلى مدونة "جار القمر" المصرية بسبب ما أسمته "تغطيتها الموضوعية والجيدة" لأحداث العنف الطائفي بالإسكندرية.

✓ عوامل انتشار المدونات في العالم

1- عولمة الإعلام: فرضت العولمة نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة، وأفرزت نظاماً عالمياً يعتمد على الانفتاح الإعلامي الدولي، وعلى التجدد السريع للتكنولوجيا، وزيادة التقارب الاتصالي بين الدول، الذي كان من ميزات الثورة الاتصالية التي رافقتها حركة اجتماعية دولية، وأصبحت تستخدم بموجبها أشكالاً جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية، خلقت نوعاً من التلقي الأممي.

ومن هنا يذهب قسم من الباحثين إلى الحديث عن مفهوم عولمة الإعلام بوصفه عملية تهدف إلى التعاضم المتسارع والمستمر في قدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية بين المجتمعات، بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة، وذلك لدعم توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات، على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجال الإعلامي من ناحية أخرى.

2- المتغير التقني (التكنولوجي): بدأ عصر ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها، وسرعتها المستمرة، فضلاً عن قدرتها على اختراق الآفاق واختزال الأبعاد والمسافات، يزيد من التشابك السريع للمعطيات يوماً بعد يوم.. وهذا ما يؤدي بدوره إلى انتشار الثقافات بصورة لا مثيل لها من قبل... وبذلك أصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على

الإعلام الوافد... واليوم ليس بمقدور⁶ أي بلد من العالم أن يعيش بمعزل عن العالم ١١ ،
ويضاعف من أهمية ذلك إن تقنيات الاتصال إذا ا قد بدأت بتحديث تقنياتنا الفكرية.

لقد حمل المتغير التقني أبعاداً علمية، وباتت الدراسات الإعلامية المعاصرة تنظر إلى الإعلام
بعده علماً متخصصاً بنظرياته، ولا يمكن القيام بأي نشاط إعلامي فاعل بدون قواعد علمية،
وبات من الخطأ والخطر ممارسته بشكل ارتجالي وعشوائي، وكثيراً ما تضررت قضايا وأهداف
بسبب سوء التوجيه الإعلامي ١٢ .. فالأساليب الإعلامية المستخدمة والمنتشرة بشكل واسع
حالياً، لم تكن إلا نتاجاً للتقدم العلمي في مجال وسائل الإعلام، ونتيجة للأبحاث العلمية في
مجال الإعلام، وغيره من علوم المعرفة الإنسانية، التي جرت في النصف الأول من القرن
العشرين، ولم تزل مستمرة في التطور في العالم كله.

فما قامت الثورة الصناعية بتضخيمه في القرن التاسع عشر، أخذت تكنولوجيا الاتصال
بتحجيمه وتصغيره، إن التضخيم كان منتجاً للثورة الصناعية، في حين إن الحد من هذا التضخيم
كان منتجاً لثورة الاتصالات والمعلومات... وان نظرة واحدة لما أحدثته صناعات وسائل الإعلام،
والقائمة على أدوات مختلفة للاتصال يمكن أن تؤكد ذلك.

إن عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة على المشاركة في عملية التأثير والتفاعل المتبادل
جميعها تسهم في هذا الجانب عن طريق عملية التبادل الإعلامي المستمرة داخل المجتمع
المحلي والدولي، عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت فيها تقنيات الحاسب الآلي الحديثة
المتطورة تشكل العنصر المهم والفاعل في حسم القضية لصالح العولمة بأشكالها وأبعادها كلها،
حتى إن مقياس التقدم في المستقبل القريب سوف يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمن يمتلك تلك الأجهزة،
وبمن يطورها ويطور تطبيقها، بما يتناسب واحتياجاته وحاجات العصر المتداخلة.

إن الإعلام لم يبق في منأى عن التحولات التكنولوجية الشاملة التي خلفها ظهور الانترنت،
الذي عمل على مواجهة الدولة، التي كانت تتصرف من منطلق القوة الشرعية الوحيدة التي لها
الحق في تنظيم وتحديد مضامين العملية الإعلامية من مرجعية سياسية أو إيديولوجية، وقد بدأت
تلوح في الأفق السياسي الحديث معالم ديمقراطية مباشرة فالإنترنت أحدثت وسيحدث تساؤلات
عدة في المشهد السياسي بالدرجة الأولى.

وبالتالي، فإن أشكال التغيير ستكون على مستويات عدة، أولها إن هذه التغيرات سوف تصب
في موضوع (القناعات)، ففي السابق كانت وسائل الإعلام التقليدية تسهم إسهاماً فعالاً وكبيراً في
تكوين الرأي العام، لأن هذه الوسائل كانت من أكثر المصادر أهمية وهي المحركة للناخبين.. إلا

⁶ د. انتصار إبراهيم عبد الرزاق: د. صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، (ط، 2011، 1، الدار الجامعية للطباعة والنشر)، ص 13-18

إن شبكة الانترنت ساعدت على تقليل درجة الاعتماد على القنوات الفضائية والإذاعات والصحف الكبيرة، وهي تقوم اليوم بإنجازات اتصالية مهم.

تراجع الثقة في الصحافة التقليدية: يعتبر فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة حتمية لظاهرة عولمة الإعلام، وبروز أقطاب دولية كبرى تديرها مجتمعات أخطبوطية عملاقة، وتحكمها رهانات مالية وسياسية يصعب كشف تمثلاتها بالإضافة إلى ابتعاد الصحافة التقليدية عن أداء دورها، ففي الولايات المتحدة ظهرت الكثير من الأصوات المطالبة بإعادة النظر في أداء وسائل الإعلام التقليدية، مشيرة إلى أن هذه الوسائل قد انفصلت عن اهتمامات اتمع المدني، فعوض أن يلتزم الإعلاميون بقضايا جمهورهم، أصبحوا لا يعيرون اهتماما للمسائل التي تشغل هذا الجمهور، وقد نتج عن ذلك أن هذه الوسائط تحولت في رأي الجمهور إلى مؤسسات لا يربطها به أي رابط.

وأصبح المواطن لا يثق في الإعلام عامة وفي الصحافة خاصة فهي تسوق للحملات الانتخابية وتسعى للربح على حساب المصلحة العامة، و أمام حالة الشك والنقد للصحافة التقليدية، تريد صحافة المدونات أن تخرج المستور، وتنشر ما لا تنشره الصحافة الكلاسيكية التي تخضع لرهانات وأجندة البورصة والتكتلات، فصحافة المدونات هي ببساطة صحافة الفرد الذي يتحدث بوصفه مواطنا لم يجد من يسمع مشاكله ويعوضها عن وسائل الإعلام التقليدية.⁷

المبحث الثاني: خصائص وأنواع المدونات الإلكترونية:

تشارك المدونات في خصائص تكفي لتحديد المدونات وأقسامها بدرجة يمكن أن تصل بها لمعايير غير رسمية.

ومن وجهة نظر المدونين وقراء المدونات ، فإن المدونة يجب أن تتوفر فيها الآتي:

- 1- تحتوي المدونة على قائمة من التدوينات (المدخلات) (**billet**)، (posts) 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.
- 2- الروابط الدائمة: وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة التي على المدونة، فهو ما يسمح لأي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة داخل مدونته، يربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلا من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.

⁷ سوهيلة بضيف: المدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2010، ص، 98-99

3- 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.

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

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

6- التلقيمات في شكل رابط نحو ملف من نوع XML تحمل محتوى الموقع وتظهر خصائص المدونات من خلال هيكلية المدونة، وهو ما يميزها عن بعض خدمات الانترنت التي تشبهها، وهذا ما يعكس كثرة المواقع التي تقدم خدمة استضافة المدونات، والتي لفتت الانتباه لإنشاء المدونات، وكانت من العوامل التي ساهمت في انتشار المدونات.

وتظهر خصائص المدونات من خلال هيكلية المدونة، وهو ما يميز عن بعض خدمات الانترنت التي تشبهها، وهذا ما يعكس كثرة المواقع التي تقدم خدمة استضافة المدونات، والتي لفتت الانتباه لإنشاء المدونات، وكانت من العوامل التي ساهمت في انتشار المدونات.⁸

1- هيكلية المدونات:

1-1 منصة التدوين وبرمجياتها: لإنشاء أي مدونة تحتاج إلى منصة تدوين والمنصة قد تكون برنامجا خاصا للتدوين، أو موقعا يتيح خدمة استضافة المدونات، وتسمح برمجيات التدوين، **Blogging Software** بإنشاء مدونات⁹ دون الحاجة إلى الإحاطة العميقة بلغة تهيئة النصوص الفائقة **Html**، أو العمل مع نماذج عنكبوتيه معقدة وتعد برمجيات التدوين سهلة الاستخدام، كما أنها مصممة لتحديث الصفحات بصفة مستمرة، ويتيح موفرو الخدمة آليات أشبه بواجهات بريد إلكتروني على الويب، ويمكن لأي شخص أن ينشئ مدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملأ نماذج وضغط أزرار.

⁸ سوهيلة بضياف: مرجع سابق ص، 101-103

وتعرف برمجيات التدوين انتشارا كبيرا ففي دليل بحث موقع Yahoo مثلا حتى 20 ماي 2008، كانت جملة البرامج المستخدمة، والعاملة في المدونات الإلكترونية، والمخصصة لخدمات لاستضافة تقدر ب 84 برنامجا بين برامج مجانية أشهرها Word Press Blogger وبرامج تجارية من أشهرها Type pad, Type Movable. ويؤكد كالبان "Kalpane" أنه يفضل التوافر المجاني لهذا العدد الكبير من برامج المدونات الإلكترونية علي الويب، أصبح تصميم مدونة الكترونية أمرا يسيرا ساعد علي انتشارها وهذا التوفر أيضا قد ساعد علي حرية الاختيار والمفاضلة أكثر بين ما هو متاح.

1-2 الصفحة الأولى والواجهة: وتظهر آخر مواضيع المدونة كاملة أو مخرصة مرتبة ترتيبا زمنيا من الأحداث إلي الأقدام، وعنوان معبر عن الموضوع بالإضافة إلي رابط ثابت لكل موضوع ينقل إلي صفحة مستقلة لنص التدوينة مع التعليقات الملحقة بها وتاريخ نشر الموضوع.

وهناك سمات يمكن إضافتها اختياريًا في الصفحة الأولى منها مثلا: إمكانية تصنيف التدوينات وفقا لتقسيمات موضوعية عريضة، تظهر علي واجهة المدونة. إمكانية اشتغالها علي تقويم زمني شهري.

إمكانية الإشارة في واجهة المدونة إلي الروابط الفائقة لمجموعة من المواقع ذات الصلة بموضوع المدونة.

إمكانية الإشارة إلي العنوان الإلكتروني URL للصفحة الخاصة لصاحب المدونة علي العنكبوتية.

1-3- صفحة الموضوع: لكل موضوع صفحة مستقلة تظهر كامل نص التدوينة، مع بيانات إضافية مثل المواضيع المشابهة، المواضيع السابقة، الكلمات المفتاحية وغيرها، إضافة إلي حقول نصية لإضافة التعليقات كما يمكن أن تحيل مواضيع التدوينة إلي روابط خارجية أو مقاطع فيديو وصور

1-4- الأرشيف: الصفحة الأولى للمدونة تظهر دائما عددا محدودا فقط وليس كل ما نشر في المدونة، وصفحة الأرشيف هي صفحة تظهر كامل محتوى المدونة مصنفا إما موضوعاتيا أو حسب تاريخ النشر، مما يسهل الرجوع إلي ما سبق نشره في المدونة.

ولكل مدون الاختيار في تزويد مدونته بخدمة أو أخرى، تميزها عن غيرها، ومن أهم الخدمات التي نجدها في المدونة¹⁰ وتعتبر في نفس الوقت إضافات لخصائص المدونات ما يلي :

تغذية RSS : وهي نسخة مكتوبة برموز لغة (Xmz coded) من مدونتك الإلكترونية أو أجزاء منها، وتسمح تغذية RSS بتمكين قراء مدونتك بالاشتراك في مدونتك، حيث يتم تنبيههم ألياً عند نشر مقالة جديدة في مدونتك حيث تظهر التنبيهات في تظهر في قارئ الأخبار الخاص بهم، أو في متصفح انترنت متوافق مع RSS.

تغذية Atom : وهي نوع آخر من أنواع التغذية الإلكترونية التي تقوم بوظيفة مشابهة لخدمة RSS.

- **التلقيم "Syndication"** يعني توزيع المقالات او الكتابات بواسطة إحدى تغذيات RSS أو Atom، ومن فوائد التلقيم في المدونة هو الوصول إلى عدد كبير من القراء الذين يستعملون قارئات التغذية الإلكترونية، وهي برامج متخصصة تدعى "Reader feed" وبإمكان هؤلاء القراء الوصول إلى المدونة وقرائها بكل سهولة عبر هذه البرامج التي تبلغهم بكل جديد فيها مما يوفر الوقت والجهد.

- **المجمع: Aggregation** وهو نظام يسمح بقراءة سيالة RSS وخصوصاً آخر المنشورات على المدونات المفضلة والتي تتيح ذلك عبر ملفات الترخيص الخلفي.

- خدمة الروابط المرجعية:

- **البيغ (Ping back)**: هي عملية إرسال إشارة إلكترونية إلى مواقع أو مدونات أخرى عند نشر تدوينة جديدة، والعديد من المواقع تتيح إمكانية تتبع المدونات التي تقوم بتبادل البيغ معهم واضعين لوائح تعطي روابط المدونات التي يتم تجديدها باستمرار.

- **التبادل الإعلامي للمدونة: Blogroll** وهي لائحة تشمل العديد من الوصلات تتواجد عادة في عارضة الأزرار الرئيسية للمدونة، والتي توجه نحو مواقع ومدونات أخرى يحبها.

إضافة إلى هذه الخدمات فإن أهم خاصية جعلت المدونات الإلكترونية تتميز عن غيرها من أساليب النشر الإلكتروني هي النص القصير، حرية التصميم والمحتوى، والتفاعلية الكبيرة التي تتيحها المدونات.

وبالرغم من أن المدونات الإلكترونية تشبه أي صفحة عنكبوتية أخرى إلا أن هناك اختلافات تميز المدونات عن غيرها من حيث النموذج الطباعي لها، وبعض خصائصها فالمدونات مثلا تختلف عن المنتديات في كون المدونات عبارة مواقع ينشئها فرد أو مجموعة لا تخضع لأي سلطة أو هيئة أو وجهة ولا تحتاج إلى برامج خاصة لتنظيم الإتاحة، والمشاركة من قبل الهيئة أو الجهة مثل المنتديات كما لا توضع في المدونات أي قيود في الإتاحة أو الاستخدام أو التعليق.

إضافة إلى أن المدونات لا تشترط التسجيل في المواقع للاطلاع على المحتويات مثل ما تشترطه المنتديات، كما تمكن المدونات المدون من اختيار الذي يريده ويغيره في أي وقت، كما أن محتوى الموضوعات المطروحة في التدوينات يكون مستقلا عن النقاشات، والتعليقات عليها عكس ما يحدث في المنتديات التي تختلط فيها الموضوعات بالنقاشات وتضيع الفائدة مع مرور الزمن.

كما تختلف المدونات عن المواقع الإلكترونية في كونها أكثر ديناميكية حيث يتم تحديثها دائما من خلال المداخل أو التدوينات، التي عادة ما تشمل على تاريخ تحديثها، عكس المواقع الإلكترونية فعادة ما تكون محتوياتها ثابتة وليس ثمة حاجة إلى تحديثها بانتظام فضلا عن كتابة تاريخ هذا الحديث، وينصب هذا الأخير على الصفحات وليس المداخل أو التدوينات¹¹.

المكونات الأساسية للمدونات

تختلف المدونة عن المواقع العادي، في أن القوالب الأوتوماتكية تقوم بعملية إضافة المقالة إلى الصفحة الرئيسية، وإنشاء صفحة كاملة للمقالة. كما تسمح بالفترة السهلة على مضمون المدونة، وفقا للتاريخ، التصنيف أو الكاتب. وهي تسمح لمدير المدونة إضافة عدد من الناشرين، المصرح لهم بكتابة مقالات ضمن المدونة.

وتتسم المدونة بالبساطة في بنائها وهي لا تشبه المواقع الإعلامية الكبيرة التي يظهر فيها الشراء في البناء والمكونات وتعدد المنابر داخلهن وهي تتصف بصفات أساسية، تميزها عن صفحات الانترنت المعيارية. فهي تسمح بخلق صفحات جديدة، كمعلومات¹²

سهيلة بضياف: مرجع سابق

¹² عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (ط، 1، عمان: دار الشروق، 2008) ص 199-200

الاسم: وهو اسم المدونة الذي يعبر عن صاحبها في الغالب أو عن موضوعها وفي العادة يكون الاسم معبرا عن ثقافة معينة.

الجسم: يمثل المدخل الرئيسي للمقالة، أو الترويسة للمقالة.

الجسم: المحتوى الرئيسي للمقالة

التعليقات: التعليقات المضافة على المقالة من قبل القراء.

تاريخ النشر: تاريخ وقت النشر.

أدوات ونظم بناء المدونات

تعمل المدونة بنظام لإدارة المحتوى، يتمثل في أبسط صورته في صفحة إنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق، عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

هذه الآلية للنشر على الوب تبعد المستخدم عن التعقيدات المرتبطة عادة بهذا النوع من النشر، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة. يتيح موفرو الخدمة آليات أشبه بواجهات البريد الإلكتروني على الوب الذي يتيح لأي شخص أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد تعبئة جدول، وبالضغط على أزرار.

وتستخدم المدونات نظما مبسطة لإدارة المحتوى موجهة للاستخدام الشخصي، ونظم إدارة المحتوى هي نظم معلوماتية تستخدم لأتمتة عملية النشر الإلكتروني، وتسهيل إدارة دورة النشر والتحرير والإخراج الفني، وذلك سواء على الشبكات الخاصة أو على الإنترنت.

ويقوم نظام إدارة المحتويات بعدة مهام منها التعديل والإضافة على المحتوى بسهولة، وإضفاء شكل عام على الموقع، ومتابعة التغيرات الواقعة على كم معين من المحتوى عن طريق تسجيل التغيرات ما بين الإصدارات المتعاقبة، كما ينظم صلاحيات المستخدمين المختلفين في استخدام إمكانية المختلفة بما يقلل التعقيدات الداخلية المتعلقة بعملية حفظ البيانات، سواء النصوص أو الصور أو الوسائط الأخرى، ويسهل على غير المتخصصين في الإنترنت إدارة المواقع.

ولا يحتاج إنشاء المدونات إلى أي دراية في علوم الكمبيوتر، فهناك مواقع تقدم خدمات استضافة مجانية للمدونات مثل خدمة موقع **live journal** وخدمة **blogger** التي تقدمها غوغل وهي أكثر الخدمات انتشارا. ويتم عمل المدونة عن طريق الاشتراك في الموقع، ومن ثم يقوم الموقع ببناء حساب خاص للمستخدم يمكنه من تعديل التصميم وإضافة بعض الخدمات إلى مدونته حيث تعطي للمستخدم كامل الحرية في جعل المدونة مناسبة للشخص الذي يمكنه إنشاء مدونة خاصة خلال ثلاث دقائق، وبالنسبة للمستخدمين المتقدمين الملمين ببعض لغات برمجة المواقع، فيمكنهم إنشاء مدونات مستقلة أو عن طريق إحدى البرامج المخصصة لذلك.

وتتنوع الأنظمة المستخدمة في بناء وحفظ المدونات، وتوجد بعض الأنظمة التي تعتمد على الملقمات التي تسهل للمدونين عملية استخدام المدونات. وهناك أنظمة تعمل مع واجهات الويب وهي تسمح للمستخدمين بالتدوين من أي مكان على شبكة الإنترنت، وتسمح للمستخدمين بإنشاء مدونات من دون الحاجة إلى إدارة مخدمهم الخاص.

هذه الأنظمة تتيح للمستخدمين إمكانيات واسعة للتحكم بسهولة بمدوناتهم الشخصية مثل إضافة مقالة جديدة، التحكم بالتعليقات، التحكم بطريقة الأرشفة، والتعديل على واجهة المدونة بشكل عام. وتقدم العديد من المواقع خدمة التدوين، ويمكن لأي مستخدم أن ينشئ المدونة الخاصة به ومن هذه المواقع: **www.Jeeran.com** وموقع التابع لشركة **Google**.

برامج المدونات الإلكترونية:

تحتاج المدونات الإلكترونية في عملها إلى توافر برامج خاصة بإنشائها وتصميمها، وكذلك إتاحتها على الويب، تسمى برامج المدونات الإلكترونية **Blog Software** أو **Blogging Platforms** بالبحث في أدلة البحث ومحركاتها، وبالتحديد في دليل البحث **Yahoo** (حتى 20 مايو 2008)، كانت جملة البرامج المستخدمة والعاملة في المدونات والمخصصة لخدمات الاستضافة 84 برنامجا، بين برامج مجانية، والتي من أشهرها **Blogger** و **Word Press** وبرامج تجارية والتي من أشهرها **Movable Type** و **TypePad** (Yahoo, 2008) يؤكد (Kalpana 2007)، أنه بفضل التواجد المجاني لهذا العدد الكبير من برامج المدونات الإلكترونية على الويب، أو حتى لهذا العدد المتاح منها نظير حفنة

قليلة من الدولارات، أصبح تصميم مدونة إلكترونية أمر يسيرا ساعد على انتشارها انتشارا كبيرا، وأن هذا التوافر أيضا قد ساعد على حرية الاختيار والمفاضلة بين ما هو متاح.

محركات بحث المدونات:

يعج الويب بكثير من المدونات الإلكترونية وبما تحويه من مصادر مختلفة للمعلومات، الأمر الذي جعل من الصعب - نوعا ما - أن يتم الاهتمام إلى هذا المستودع المعلوماتي الكبير عن طريق ما هو متاح من الأدلة ومحركات البحث التقليدية التي تفوق طاقتها استيعاب مثل حمل مثل هذا المستودع والتحرك به على الويب واستدعائه عند الحاجة نتيجة لذلك، كان لزاما بقوة في خلق وإيجاد طرق وأدوات خاصة للبحث في هذا المستودع، الأمر هدى بعض المعنيين بهذا الموضوع إلى التفكير في تصميم أدلة ومحركات بحث متخصصة وقادرة على التعامل مع المدونات الإلكترونية. من أشهر هذه المحركات جاء **Day pop** ، الذي لا يقوم فقط بتكشيف المدونات الإلكترونية، وإنما يقدم أيضا بعض التسهيلات الأخرى التي تساعد لزياره، إذ يقوم بعرض قائمة بعرض (ع-40) بالروابط والوصلات التي تحتويها أكبر وأهم وأشهر المدونات الإلكترونية على الويب، وذلك تحت مسمى **The Day pop Top 40** من أمثلة هذا النوع من المحركات أيضا نجد **Blawg** و **Detold** و **Feedster** و **Blogdex** هناك أيضا أدلة للبحث في المدونات الإلكترونية، التي لا تقوم بتكشيف المدونات الإلكترونية وإنما بحصرها وتنظيمها فقط على رأس هذه الأدلة، يأتي الدليل **Glob Eaton web Portal of Blogs**¹³

1-2-1 أنواع المدونات:

1. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية (**Link blogs**): تعتبر المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (**Web Link Logs**) أول أنواع المدونات الإلكترونية التي تم نشرها على شبكة الإنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونية (**Weblog**) ويحتوي هذا النوع المدونات على العديد من الروابط لمواقع الانترنت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرباط.

¹³ عصام منصور: المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات،

2. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online diary blogs): تتناول هذه المدونات الحياة اليومية لكاتبها. ماذا وماذا دار في خلدته في ذلك اليوم. ولا تحتوي على هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

3. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات (Article blogs): يمكن أن يحتوي هذا النوع من التدوينات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث، (أي أخبار وتقارير). وهي عادة ما تكشف قدرا أقل من الحياة اليومية لكاتبها من المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

4. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور (Photo blogs): يحتوي هذا النوع من المدونات على الصور، مثل "صورة اليوم وغيرها.

5. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على بث إذاعي (Podcast blogs): يمكن اعتبار مقاطع البث الإذاعي (Podcasts) على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها. علما بأن المصطلح (Podcast) مأخوذ من أجهزة iPod، وهي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة mp3 التي بإمكانها تشغيل ملفات Podcast.

6. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي (Video cast blogs): مقاطع البث المرئي (Video casts) هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الإلكترونية. وهي مماثلة لمقاطع البث الإذاعي (Podcasts) غير أنها تعد بوسائط الفيديو.

7. المدونات الإلكترونية الجماعية: تعتبر معظم المدونات الإلكترونية مزيجا من أنواع المدونات المذكورة أعلاه.

8. المدونات الإلكترونية الجماعية: يتم كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.¹⁴

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

¹⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ص ص 264-265

- 1- الشخصية: تصف فكرة شخصية يكتب فيها المدون عن تجاربه اليومية بكل جوانبها ويسمح في الغالب للزوار بالمشاركة.
 - 2- السياسية: وهو أكثر أنواع المدونات انتشارا وغالبا ما نجد المدونات من هذا النوع وصلات لمواقع إخبارية ويضيف المدون فيها تعليقاته على الموضوع السياسي.
 - 3- الإخبارية: توفر الكثير من المدونات موجز للأخبار عن موضوع معين للعرب المغتربين في أوروبا، كرة القدم الاكتشافات العلمية وتكون مصحوبة بوصلات متعلقة بالصحافة أو مواقع الأخبار.
 - 4- التشاركية: نحرر كثير من المدونات من أكثر من شخص موضوع معين وغالبها تكون مفتوحة لمشاركة الجميع وبعضها أو أقلها يكون محددًا لمجموعة من الأشخاص.
 - 5- الموضوعية: وهي المدونة التي تركز على موضوع معين وجل المدونات تسمح للمستخدم باتخاذ 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 لاتهم العامة، ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة، والسير الذاتية، وجمهورها غالبا من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين.
 - 2- مدونات الجمهور الخاص: وهي المدونات موجهة لفئة 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 الإعلامي.¹⁵

المبحث الثالث: استخدامات المدونات:

أ- المدونات فضاء للتنفيس

¹⁵ سهيلة بضياف: المدونات الإلكترونية في الجزائر مرجع سابق، ص، 97

تستخدم المدونات كمتنفس للشباب، كي يعبروا فيه عن اهتماماتهم، وهمومهم المتنوعة بعد حالة الكبت التي قد يعيشونها؛ إذ تعتبر نافذة يطل منها الشباب على العالم من حوله، ويعلن فيها عن نفسه ويجد آخرين مثله يشاركونه الرأي فيذهب البعض منهم للحديث عن أشياء ذاتية من حب، ومذكرات شخصية، ويومية كحالة من التعبير الذاتي، والترويح عن النفس، فتبدوا المدونات جسرا لتجاوز المحرمات بكل أنواعها ليصبح الممنوع مرغوبا، وتصبح الكتابة، والتدوين بديلا للإحباط والانتحار أحيانا بعد حالة الإخفاق السياسي، والاجتماعي الذي يعيشه العالم المعاصر. فبعض الناس بحاجة إلى الإحساس بأن لهم مكانة في أعين الغير وأنهم محل اهتمام ويريدون جعل آرائهم، وأفكارهم، وتصرفاتهم جماهيرية يراها الجميع بهدف إشباع الهو لديهم، فالمدون عندما ينشر ما يفكر فيه، ويتلقى تعليقات حولها يشعر بأنه مرتاح، ويحاول إثبات أنه موجود وليس مجرد إنسان عادي في المجتمع أو المؤسسة، فهو عن طريق مدونته يثبت أنه مختلف عن الغير، كما يعد التدوين مجالاً للتنفس فهو فضاء للتعبير بكل حرية ودون خوف، ذلك أن المدون بإمكانه استخدام اسما مستعار، بالإضافة إلى اللامرئية؛ حيث بإمكانه أن يكتب دون أن يعرفه أحد أي لا يخاطب جمهوره وجها لوجه.

فالمدونات الإلكترونية تمثل إحدى صور التعبير عن الذات إذ يمكنك أن تجد خصوصيتك، وما تريد أن تقوله بالضبط بعيدا عن الوصاية المجتمعية، أو الرقابة الرسمية، فالمدونة تعد فضاء للفضفضة إذ يقول الروائي إيهاب رضوان عن مدونته "هي بيتي في الغربة أضع عليها أعمالي، وصورتي، وذكرياتي، وصور أبنائي وما أفضله من أغنيات. دفء البيت هو إحساسي بالمدونة، بلا اهتمام بنشر أو بغيره.

وهناك أيضا من يجد من خلال استخدامه للإنترنت تعويضا عن الوحدة النفسية التي يعيشونها فهم يعيشون نوعا من العزلة الاجتماعية، وهي نقص غير مقبول وغير مرغوب في العلاقات الاجتماعية، ويعيش حالة نفسية تنشأ من إحساس الفرد بأنه ليس على قرب نفسي من الآخرين، وهذه الوحدة ناتجة عن افتقار الفرد لأن يكون طرفا في علاقة أو مجموعة من العلاقات وبذلك فهو يلجأ إلى التدوين للخروج من هذه العزلة والتعبير عن ما يشعر به كنوع من التفريغ عله يجد من يشاركه هذا الشعور، وربط علاقات مع الغير؛ إذ يقول أحد المدونين "إذا لم أسس لنفسي مدونة لذهبت إلى طبيب نفسي"¹⁶.

كما تعد أيضا المدونات وسيلة لإظهار القيم الفردية فأهم ما يميزها أنها نابعة من أفكار أصحابها

¹⁶ سوهيلة بضيف: مرجع سابق، ص ص 108-109

وتعتبر ذاتيا على هؤلاء المدونين بوصفهم أفراد، ويمكن تلخيص القيم الظاهرة في عملية التدوين في كونها تسجيل للسلوك اليومي الفردي، فعندما يستيقظ أحد المدونين في الصباح ولا يجد شيئا يفعله، يكتب بأنه يشعر بالملل، أو عندما يشارك في مظاهرة يكتب تفاصيل ما عايشه بكل ما يملك من أحاسيس، ومشاعر، وإذا كان لديه خلاف مع مسؤوله يكتب عنه، فنجد المدونات عرضا لتفاصيل الحياة اليومية بكل ما تحمله من حقائق مؤلمة وأحزان وخيبات، وأفراح، وانتصارات ذاتية.

ب-التواصل مع الآخرين وتكوين مجتمعات افتراضية

وفرت المدونات الإلكترونية بما تتميز به من سمات وخصائص إمكانات هائلة للتواصل، وتبادل الأفكار، والآراء والمعلومات حول عدد من القضايا بين مختلف الأشخاص، وفي مناطق متعددة من العالم، بعدما أسهمت في تكسير الحدود الجغرافية والاجتماعية والسياسية بين الدول.

فالإمكانات التي تتيحها المدونات أمام مرتاديهما على مستوى إدراج تعليقاتهم على الأخبار والمقالات، والدراسات، والإبداعات، هي مدخل يعزز التواصل، والحوار. فالمدونات بتمكينها لزوارها من نشر تعليقاتهم مباشرة تحت الإدراج (التدوين)، تحول الفضاء إلى مساحة للتبادل، والتحاور، والتفاعل، حيث يقوم أصحابها بتضمين إدراجاتهم، معلومة، أو رأيا حول مسألة ما تثير اهتمامات المتابعين الذين يثرونها من خلال مجموع التعليقات التي ترتبط بها، والحاصل أن هذا التبادل يمكن أن يتوسع ويأخذ شكل تفاعل بين المدونين أنفسهم حيث يعلقون على إدراجات لإعلام بعضهم البعض عن التعليقات التي **Track back** بعضهم البعض موظفين آلية الروابط التعقيبية كتبوها في إدراجاتهم الأصلية، وذلك من خلال وضع رابط يحيل إلى مدوناتهم، وبهذه الطريقة فإن المدونين غالبا ما ينجحون في تشكيل جماعات تساهم بتعليقاتها في إثراء مدوناتهم، وبناء علاقات تفاعلية مع مدونين آخرين.

وبهذا فإنها تسمح بأفعال متبادلة على شكل حوار مع مشتركين آخرين أو مع أجهزة في زمن واقعي، ومن ثم فإن طرفي الاتصال يقومون بدوري المرسل، والمستقبل.

وفعالية المدون هي أن ينخرط في مجتمع افتراضي، وأن يعبر عن أفكار، وأحاسيس، أو مواقف وآراء ما كان له أن يعبر عنها لولا الويب 2.0 والذي حول الويب من مداره السيميائي الغارق في المضامين، إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات، والانفعالات مع ما يتم

استثماره من مضامين، وخدمات لا حصر لها، وهكذا غدا مشهد التدوين فضاء للتعبير، والتفاعل المتزايد وسط جغرافيا اجتماعية متعددة المواقع والثقافات.

ومن ثم فإن المدونين يلتفون حول بعض القضايا ويكونون جماعات افتراضية، ويتحولون بذلك من مجرد مجموعات تكون علاقات عبر النت، إلى مجتمعات تجمع أعضائها علاقات فكرية، عاطفية واجتماعية متينة، فالمدونون يعملون في إطار مجتمع، ويتبادلون مع أناس لهم نفس اهتماماتهم ويحيلون قراءهم على مدونات بعضهم، مشكلين بذلك مجتمعا افتراضيا يقومون فيه بتبادل المصالح لاستقطاب أو المحافظة على جمهور مدوناتهم وتسهم مواقع المدونات في بناء مجتمعات افتراضية من الكتاب، والمشاركين في المواقع المرتبطة والذي يمكن أن يتزايد في التعليقات والآراء **Blogshare** ببعضها في تصنيف أو فئة أو سجل واحد حول موضوع إلى الحد الذي يمكن وصفه بالعاصفة **Blog storm**.

ج - النشر الإلكتروني وحرية التعبير

إن صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية وسهولته بالاعتماد على شبكة الانترنت، أدت إلى استخدام المدونات الإلكترونية كفضاء لنشر المقالات، والإبداعات بدلا من النشر الورقي الذي تشرف عليه قوانين المطبوعات ذات الخلفية الرقابية .

فالنضوج الاجتماعي للإنترنت يشكل أرضية ملائمة لنمو وازدهار المدونات كنوع جديد من الاتصال الشبكي، فالمواقع الإلكترونية الأولى اتسمت بتعدد بنائها بحيث لم تكن جذابة أبدا، كما أن الكثير من المضامين الإلكترونية كانت ولا زالت تستوحي نماذجها من وسائط الإعلام التقليدية، ذلك أن الوسائط الجديدة غالبا ما تميل إلى تقليد ما سبقها قبل أن تؤسس هويتها الخاصة، ولذا فإن المدونات تمثل صنفا جديدا فهي تتيح شكلا من أشكال الكتابة التي ينفرد بها الويب، والمنبثقة أساسا من إحدى خصائصه وهي النص الفائق.

فقد ساهمت المدونات في نشر الإبداعات الأدبية، فظهرت مجموعة من المدونات الأدبية التي تقوم على نشر إنتاجات فردية أو جماعية، ففي الدول الغربية قام العديد من دور النشر بالبحث عن كتاب جدد، أصبح لهم تأثير مباشر على قراء مدوناتهم.¹⁷

¹⁷ سوهيلة بضياف: المدونات الإلكترونية في الجزائر مرجع سابق، ص111

والمدونة في نظر البعض فرصة حديثة متكافئة للتعبير عن الرأي الآخر، الذي ظل حبيس الذات لسنوات طويلة، فعملت التكنولوجيا على إخراجها، والجهر به، بعدما كان مقموعا، فقد قام العديد من الكتاب بتحويل مدوناتهم إلى مجلات صغيرة قادرة على استيعاب كم هائل من النصوص، والمقالات الإبداعية، مساهمين بذلك في الترويج للمادة الأدبية على نطاق واسع.

كما تمكن المدونات من التأليف والكتابة المشتركة، فقد قام مثلا الأديب المصري إبراهيم جاد الله بكتابة رواية مع الأديبة العراقية كليشان البياتي عن طريق الإيميلات والمدونات وأسموها "إيميلات تالي الليل" ولعل ما زاد المدونات أهمية في عملية النشر هي حرية الحركة لصاحبها، النشر الواسع، إمكانية التصويب، والتعديل، الإضافة والحذف ومواجهة المتلقي دون حساب للوقت أو المكان أو البعد الجغرافي أي أنك تكون على حريتك أكثر.

وقد أتاحت حرية النشر في المدونات الفرصة للكثيرين للتعبير عن القضايا الاجتماعية، السياسية، والدينية المختلفة، وكسر الطابوهات، والحديث عن كل ما هو ممنوع، فالمدونون العرب يعدون الأرفع صوتا في هذا المجال في كشف ملابسات العديد من القضايا مثلما فعل المصريون مثلا في مصر محتجين على طرق التعذيب في السجون المصرية، أو في المغرب عندما تحدثت المدونات المغربية على الرشاوي التي تقدم لرجال الدرك في المغرب، وحقيقة إعدام الرئيس صدام حسين، وحتى في الغرب تعد المدونات مجالا لنقد السياسات ففي أحداث مدريد 2004 المدونون هم أول من نبهوا إلى أن الاستراتيجية الاتصالية للحكومة اتسمت بالتخبط في تلك الفترة، كما بينوا أن الوسائط الإعلامية التقليدية اعتمدت اعتمادا كبيرا على المصادر الرسمية دون غيرها.

د- وسيلة للتعليم:

تعد المدونات من خدمات الانترنت الحديثة التي تستغل في التعليم فهي مفيدة للطلبة؛ لأنها تسمح لهم بالعمل بها في أي وقت، ومكان 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.

وتعد المدونات من أدوات الاتصال المميزة للطلاب لأن لها العديد من المكاسب التعليمية منها:

- تعطي الطلاب الدافعية العالية على المشاركة، خاصة للذين يشعرون بالخجل من المشاركة في الغرف الصفية.
- تشجع الطلبة على اكتساب ومشاركة الخبرات وفتح النقاش بينهم.
- توفر للطلبة فرصة كبيرة للتدرب على مهارات القراءة والكتابة.
- تسهل عملية الإرشاد والتوجيه بين المعلم والطالب.

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 الجماعي.

كما يمكن استغلال المدونات الإلكترونية في الغرف الصفية وذلك من خلال:

1. الإدارة الصفية: يمكن استخدام المدونات الإلكترونية كإجابة إلكترونية تساعد في تكوين مجتمع تعليمي للطلاب، ويمكننا استغلال سهولة التعامل معها لاستخدامها في توصيل متطلبات وتعليمات الدروس للطلاب، أو لإبلاغ الطلاب بملاحظات هامة، أو لتجديد مهام معينة، أو وظائف بيتية، ويمكن أيضا بكل بساطة استخدامها ك لوحات مخصصة لأنشطة سؤال وجواب.
2. التعاون: توفر المدونات الإلكترونية المساحة اللازمة لكل من الطلاب والمعلمين للتدريب على مهارات تطوير الكتابة، مع الانتباه إلى أنها توفر فرصة وجود جماهير جاهزين للاستماع إلى إنتاجاتهم لتوفير النقد البناء لها، ويمكن للمعلم أن يكتف بتقديم النصح، والإرشاد، والتوجيه، بينما يكتسب الطلاب الخبرات من التغذية الراجعة التي سيقدمها نظراؤهم، فيمكن لطلاب مرحلة عليا أن يساعدوا طلاب في مراحل أولى.
3. المناقشات: يمكن تخصيص مدونة إلكترونية لصف ما بحيث تعطيهام الفرصة لمناقشة أمور ومواضيع من خارج المنهاج من خلال إعطاء الفرصة للتعليق وإبداء الرأي، كما يمكن للمعلمين

أن يشاركوا أشخاص مختصين بمواضيع معينة في المدونة المخصصة للصف ل طرح مناقشات أو جلسات مناقشة كالمؤتمرات.

4. ملفات إنجاز الطلبة أو الحقائب الإلكترونية: يمكن استخدام المدونات الإلكترونية بكل سهولة لعرض وتنظيم إنجازات الطلبة، وحماية ملكية الطالب لها من خلال تاريخ إرسالها للمدونة، ويمكن تقييم وتطوير مهارات الطالب بصورة أفضل وتحفيزه عندما يعلم أنها ستنتشر على الشبكة.

كما تستخدم المدونات أيضا في التعليم العالي من خلال تبادل المعارف، والبناء التشاركي للمشاريع لعلمية بين الطلبة، أو بين مجتمع علمي داخل مجموعة بحث، وهذا النوع من المدونات يمكن من الدخول إلى وثائق، ومعلومات كتقارير البحوث، وتنتشر استخدام المدونات الإلكترونية في التعليم العالي بالبلدان الأنجلوساكسونية، إذ أن هناك جامعات تحاول البحث في كيفية الاستعانة لمرافقة وعرض المؤتمرات العلمية من بدايتها إلى نهايتها، سيما وأن المدونات لها أهمية كبيرة في مجال بالمدونات التبادل بين مجموعات البحث والتعاون مع مجموعات أخرى.

هـ - المدونات كبديل إعلامي

إن الانترنت بمختلف أنسجتها لا تعمل بفعل السرعة الخطية، إنما الأصل في التشكل الجديد الذي أحدثته، يعود لكونها فضاء تواصليا تفاعليا تسييره سرعتان متلازمتان، سرعة طواف يعمل بها نظام الإبحار في الشبكة، وسرعة لحظية تعمل بها وتيرة الإبحار، والانترنت إنما تستمد سلطاتها الذي جعل منها ثورة حقيقية من تقاطع الزمنين المشار إليهما، وفي ضوء هذه المعادلة الزمنية نشأت صحافة الفرد، أو صحافة المواطن، وهو الشكل الإعلامي والاتصالي المنبثق عن التدوين.¹⁸

فقد أصبحت المدونات تسمى بالإعلام البديل أو صحافة الهواة، أو صحافة المواطن، إذ تعددت التسميات لهذا النوع من الخدمة التي تقدمها الانترنت، وأصبح التساؤل المطروح هل هؤلاء المدونون هم صحفيون هواة أم محترفون؟¹⁹

¹⁸ نفس المرجع، ص 114

¹⁹ المرجع السابق، ص 115

يشير كل من البروفيسور إليزابيث سعد كوري و فرانثيسكو مديرا في بحثهما عن إعلام المواطنين إلى أن 8% من مستخدمي الانترنت في الوم أسسوا مدونات خاصة بهم عام في عام 2006 أي ما يساوي 12 مليون شخص، وأن 34 % منهم يعتقدون أن التدوين نوع من الصحافة، في نفس الوقت فإن 84 % من المدونين كانوا من هواة الكتابة، و 85 % لم ينووا الكسب المادي من التدوين، وصحافة المواطن هي صحافة قريبة من هموم المواطن توظف شبكة الانترنت للتعبير عن رأيها، لأن الصحافة التقليدية دخلت في اعتقاد المدونين في غمار الاحتكارات والتوظيف السياسي، والمصلحي. فالصحفي ضمن هذا الوسط الذي يحرك العالم لا يلتزم بقواعد صحفية في نقل الأخبار، وتحليلها، ولا يتقيد بالقوانين التي تسيير اللغة، بقدر ما يهتم بالوجه الوظيفي لها، فضلا عن كونه متحررا من متطلبات الضغوط التي يفرضها عنصر الزمن، والمساحة في الأعمال الصحفية والضغوط المهنية الأخرى، بما في ذلك أخلاقيات المهنة والرقابة. ففي دراسة قام بها لورونجليانو Louruligliano سنة 2004 على أربع جماعات لصحافة الويب الجديدة، وبعد تحليل مضمونها توصل إلى أن المجموعات الأربع تتمتع بدرجات مختلفة من الحيوية والديمقراطية، وكشفت هذه الدراسة عن القدرات الهائلة التي تمتلكها هذه الوسيلة لتقديم وسائل إعلام بديلة، تعتمد على مبدأ المساواة في بنائها بشكل أكبر من الماضي؛ حيث كانت سيطرة رأس المال، والإيديولوجيات، والسياسات التحريرية على محتوى الصحف ففي الدول الديمقراطية الليبرالية تعمل صحافة المواطن عادة على إعادة ترتيب الأولويات؛ إذ تحدد في صدارة الاهتمامات كل القضايا التي تأجلت أو تأخرت معالجتها من قبل وسائل الإعلام الرسمي، فصحافة المواطن في هذه الحالة تعيد إنتاج ما يعرف في نظريات الإعلام بوضع الأجندة في حين في الدول السائرة في طريق النمو تطرح القضايا التي أقصيت من دوائر اهتمام وسائل الإعلام الرسمي، لاعتبارها قضايا لا تنسجم مع سياسات الإعلام، أو مع الدولة، فتعالج على المستوى التدويني، وفي هذه تدخل في إطار نظرية دوامة الصمت، فيطفو رصيد المسكوت عنه في السياسة الإعلامية، وهكذا يتخذ الحالة مفهوم صحافة المواطن مدلولات مختلفة باختلاف السياق الثقافي والسياسي.

فقد نشرت شبكة سي - نت نيوز الإخبارية المتخصصة في تكنولوجيا على شبكة الانترنت تقريرا عن المدونات ذكرت فيه " إن عمليات البلوغز واسعة النطاق تتفوق على الصحافة، وعلى وسائل الإعلام، لأنها تقدم وصولا سريعا إلى شبكة عالمية من المواقع وشاهدي العيان.، علاوة على أن عالم البلوغز يفيض بالتعليقات، والقصص، واليوميات، والمشاعر في مجالات شتى،

محدثا تداخلا هائلا مع التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، وفي هذه النقطة لابد من الاعتراف بأن البلوغز أفضل من وسائل الإعلام التقليدية 2 ؛ إذ يشير استطلاع الرأي الذي قامت به مختبرات جيه لابس (J.Labs) للإعلام التفاعلي في الوم أ إلى أن 98 % من المستطلع آراؤهم يدعمون وجود وسائل إعلام إلكترونية كالمدونات، والمواقع الشخصية قائمة على المواطنين المحليين حتى إن لم يكونوا مؤهلين بالمهارات الصحفية، مما يؤكد أن هناك قيمة مضافة في إعلام المواطن، تدعو القراء إلى تشجيع وسائل الإعلام التي تعتمد على المواطنين.

وهو ما يفسره بعض الباحثين بأنه تعبير عن الحاجات المحلية التي لا تليها وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومن جهة أخرى انخفاض ثقة المواطنين في ما ينقله الصحفيون سواء من حيث المواضيع التي يختارونها، أو الأولويات السياسية أو من حيث نظرتهم إلى الأحداث من الأعلى ولا يعيشون الأحداث مع المواطنين، ناهيك عن ما يمثله إعلام المواطن من نهاية عهد سلطة رؤساء التحرير واحتكارهم لقرار النشر الذي لطالما حال بين المواطنين، ونشر قضاياهم، وقناعاتهم سواء لأسباب مهنية صحفية، أو لأسباب توجهات الصحف وقناعات مالكيها وإدارتها.

ويرى البعض أن المدونات بدأت تحدث أثرا في الحياة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية على عدة أصعدة سياسية، واجتماعية، 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 غدو مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء مهم من وسائل الإعلام الرئيسية.

وحتى في الدول العربية يقوم المدونون بتغطية العديد من الأحداث التي لا تحظى باهتمام كبير من وسائل الإعلام التقليدية الرسمية، فمثلا مدونة علاء بمصر قامت بنشر تقرير صحفيا عن اللاجئين السودانيين الذين كانوا يتظاهرون سلميا في القاهرة في حين قوبلوا بالعنف والاضطهاد، وهو ما كشفه التقرير المنشور بالمدونة ولفت الانتباه إلى الموضوع، وفتح حوارا ونقاشا واسعا حول الحدث.

ويصنف الصادق رايح المدونات التي تقوم بدور مشابه لوسائل الإعلام إلى ما يلي:

مدونات يقوم بتدوينها مواطنون لا تربطهم بوسائل الإعلام أي روابط فيقومون بأدوار مختلفة تتنوع بين التعليق، والنقد لمضامين وسائل الإعلام، والكتاب المتخصصين وهي تقوم بدور المراقب لهم للكشف عن أخطائها وتحيزها، والتنبيه لقضايا لم تهتم بها وسائل الإعلام.

1. مدونات الجمهور: وهي مدونات ملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية، فقد دفعت شعبية المدونات الكثير من المؤسسات الإعلامية لاحتضان مواقعها لمنصات التدوين، فالجزيرة والجزيرة توك (Jazzer talk) أسست رابطة مدونون بلا حدود، إضافة إلى خدمة "شارك" التي أطلقتها القناة سنة 2008 حيث نقرأ في الصفحة الداخلية "أنت مواطن صحفي، هل شهدت حدثا إخباريا هاما أو النقطة فيديو لحدث هام، إنه دورك لصناعة الأخبار، ونقل صوتك للعالم"، إضافة إلى ما قامت به كل من جريدة لوموند Le monde الفرنسية، والبايس (El pais) الإسبانية، والغارديان البريطانية (Guardian.CO.UK) بفتح مواقعها للجمهور للتدوين.

2. مدونات الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية: هناك مؤسسات تمكن إعلامييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الإلكترونية²⁰.

و- 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 مسيرتها وعمالها، وفي الواقع كانت هذه النسبة ضئيلة مقارنة مع أنواع المدونات الأخرى، إذ تمثل 1,0% إلا أنها وبعد ذلك عرفت تطورا كبيرا بعدما كانت تقتصر عليها المؤسسات الكبرى كميكروسوفت، وميكرو سيستم، وديزني.

وقد جاءت نشأة هذا النوع من المدونات استجابة لأهداف متنوعة خاصة منها الاتصال داخل المؤسسة، ونشر المعلومات بها؛ إذ تكمن الفائدة من المدونات الداخلية في المؤسسة في أنها توفر تكنولوجيا إنسانية سهلة الاستخدام، وبسيطة الفهم ويسيرة العمل من أجل الاتصال، والتعاون، كما أنها تتيح إمكانية كبيرة للتفاعل، والعمل بها ليس مكلفا، وأنها تعد قناة لنشر المعلومات داخل المؤسسة الاستخدام، وبسيطة الفهم ويسيرة العمل من أجل الاتصال، والتعاون، كما أنها تتيح إمكانية كبيرة للتفاعل، والعمل بها ليس مكلفا، وأنها تعد قناة لنشر المعلومات داخل المؤسسة.

فالعديد من المؤسسات تستخدم المدونات لترقية العمل الجماعي والتبادل المعلوماتي بين العمال، فمؤسسة ديزني مثلا كانت تستخدم المدونات لنشر تقارير الاجتماعات، وبالتدريج اعتاد العمال على قراءة كل ما يتعلق بالمشاريع على المدونات، وأصبحت المؤسسات تعتمد عليها في

سوهيلة بضيف، ص، 117 20

تسيير المشاريع عن بعد، حتى أن أحد المسيرين قال " عن طريق المدونات، حتى عن بعد نستطيع أن نعمل معا، وعندما نلتقي الكل يكون في مستوى واحد من معرفة مشاكل، ومستوى تقدم المشروع"، فمثلا مديرة الإشهار وعندما كانت تحاول تغيير ماركة المؤسسة، قالت وهي تعني **Capgemini** بمؤسسة بذلك أهمية المدونة بالنسبة للمؤسسة" أبحث عن فضاء يسمح لي بتبادل المعلومات مع مديري الاتصال ببلدان أخرى دون المرور على قسم الإعلام الآلي "مشيرة هنا إلى المدونات كونها لا تحتاج إلى مختصين في الإعلام الآلي للعمل بها كما أن المدونة الإلكترونية تقوم بدور هام في تقريب المصالح من بعضها البعض، خاصة بالنسبة للمؤسسات متعددة الأقسام والفروع، فهي الوسيلة الأفضل، والفضاء الأنجع لمختلف الفاعلين بها للتبادل، والتعاون فهي تدخل في إطار تكنولوجيا تسيير المعارف بطريقة سهلة، وتفعيل الاتصال الداخلي بالمؤسسة، فمثلا مؤسسة **BBC** بلندن تملك 50 مدونة داخلية تجمع 150 كاتباً، وقد كان الإقبال عليها محتشماً في البدايات، إلا أنها بعد مدة أصبحت ثاني المواقع زيارة وتصفحاً بنسبة 20 ألف صفحة تزار شهرياً.

ولا يقتصر دور المدونات في الاتصال الداخلي فقط بل حتى في عالم الأعمال التجارية، أصبحت المدونات وسيلة فعالة تفيد الشركات، والمؤسسات في الترويج لمنتجاتها والدعاية لها، إذ ثمة إشارات إلى أن المدونات تستخدم الآن لبيع المنتجات بمعدلات غير مسبوق، 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 الكتب"²¹.

ز - وسيلة للحصول على المعلومات

لقد مكنت الشبكة الفرد من استعمال الحاسوب للحصول على كم من المعلومات بأشكال مختلفة، لم يكن يحلم بها أحد في الماضي، كل ذلك في مواقع متباعدة على وجه البسيطة؛ إذ من خلال الاتصالات فائقة السرعة يستطيع الناس الارتباط ببعضهم، وفي مواقع تبعد عنهم عن بعضهم آلاف الأميال وفي قارات متباعدة، كما أصبح بإمكان أي باحث الحصول على ما يريد من البيانات من مختلف المراجع العلمية، بل يستطيع التحدث أو إجراء المناقشات مع الغير، ممن يشاركونه اهتمامه .

²¹ سوهيلة بضيف، مرجع سابق ص، 118

وقد مكنت الشبكة الأفراد من إضافة المعلومات التي تتعلق بجانب معين من جوانب الحياة والمشاركة في مواردها مع ملايين البشر، وتوزيعها من خلال الانترنت متجاوزا قيود الزمان والمكان، وكانت المدونات أحد تطبيقات الانترنت التي خلفت غيرها من الخدمات السابقة التي كانت تفتقد. للاتصال، والتواصل، والتفاعل بين المستخدمين منها لتحقيق بذلك المدونات الاتصال، والتواصل والحرية في إبداء الرأي، وآنية المعلومة، متجاوزة كل الحواجز الزمنية، والمكانية، والرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا، أو دينيا، أو اجتماعيا في بلد ما. ولهذا أصبحت المدونات الإلكترونية مصدرا هاما يستمد منه الإنسان المعلومات، والنفاذ إليها والتفاعل معها إن سلبا أو إيجابا، بل ومتابعة الأخبار، وقياس الآراء كم أنها تتميز بأنها تضم وجهة نظر كاتب المدونة، وهو ما يجعلها تنفرد عن غيرها من المصادر، كما أن المدونات كمصدر جديد للمعلومات على الشبكة تتسم بالتراكم، والزيادة المستمرة، والسريعة ثانية بعد الأخرى، وذلك يعني وجود محتويات لمصادر لا متناهية، وفي نفس الوقت هذه المحتويات تتيح القدرة على المشاركة والانخراط المدني في الأنباء، والأخبار في المجتمع.

ويمكن للمدونة أن تكون مصدرا من مصادر المعلومات بصورة عامة، والرقمية بصورة خاصة إذ يقول أحد المدونين " المدونات الإلكترونية في مجملها مكتبة ذات عولمة عصرية، تصلح لتكون مرجعا مهما، ومصدرا واسعا للباحثين عن المعرفة، والمعلومات الثقافية العامة أو المحددة باختصاص معين أو باتجاه معين، كما جذبت المدونات الإلكترونية إليها الانتباه سواء على المستوى الأكاديمي أو الشعبي ذلك كونها وافدا إعلاميا جديدا لمجتمع الإعلام والمعلومات. فوجد في المدونات مقالات، وأبحاث، ودراسات خاصة منها تلك التي ينشئها الأكاديميون والمختصون، يلجأ إليها الأفراد عند الحاجة، كما أن هناك العديد من المدونات المتخصصة التي توفر معلومات لأصحاب الاختصاص، كما نجد مدونات أخرى تقوم بمهمة جمع الكتب الإلكترونية ووضعها تحت خدمة الزائرين للتحميل، كما أنها وبفتحة المجال النقدي فهي تمكن الزائرين من الاستفسار عن أي غموض قد يجده الفرد في المعلومة التي يقدمها. وقد كشفت دراسة عصام منصور حول المدونات كمصدر جديد للمعلومات، أن الأسباب التي جعلت عينة الدراسة تأخذ بالمدونات كمصدر رقمي للمعلومات ما يلي:

- خصوصية الآراء وتعدد وجهات النظر
- تنوع أشكال المعلومات بين النص والصورة والصوت.
- تراكم المعلومات وزيادتها بشكل مستمر وسريع .
- حداثة المعلومات وقابليتها للإضافة والحذف والتعديل .

المشاركة والتفاعل سواء مع المؤلف أو مع أصحاب المداخلات الذين يتركون وسائل للاتصال بهم، من حيث تصفحها وقراءتها وخفضها رقمياً، وكذلك من حيث إرسالها أو تبادلها مع آخرين بجانب سهولة طبعها وتخزينها.

امتلاكها لروابط ووصلات ذات الصلة بموضوعها مما يقوي من خصوصية المعلومات. الاحتفاظ بأرشيف المداخلات السابقة.

إلا أن ما يعاب على المدونات الإلكترونية هو أن أي شخص بإمكانه أن يكتب ما يريد، ويغلب على مقالاتها الطابع الشخصي للمؤلف، وفي بعض الأحيان تكون المعلومات غير صحيحة، وقد تنقل إشاعات أو دعايات، كما أن الكثير من الدراسات والبحوث التي تعرضها تكون غير موثقة، إضافة إلى إمكانية استخدام المؤلف لاسم مستعار، مما يجعلنا نقع أمام مشكلة جهلنا للمصدر في الوقت الذي تتيح فيه المدونات المجال للمدونين أن يكتبوا في أي موضوع باختلاف مستويات تعليمهم.

ح - 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 المكتبيين ولدوا ليدونوا، ومن هنا فقد نشأ نوعان من المدونات في مجال المكتبات هما المدونات الخاصة بالمكتبات، والمدونات الخاصة بالمكتبيين:

1. مدونات المكتبيين: هي تلك المدونات التي ينشئها ويقوم على إدارتها اختصاصيو المكتبات، سواء كانوا تابعين لأحد مرافق المعلومات أو لا، وتهدف مدونات المكتبيين إلى ما يلي:

- العمل كمنتدى للمناقشة وتبادل الآراء والمعلومات والخبرات فيما بين المكتبيين.
- الإعلام عن الأحداث الجديدة في مجال المعلومات .
- الإشعار عن الاجتماعات المهنية (المؤتمرات والندوات،... الخ) (قبل انعقادها وبعدها).
- الإرشاد إلى مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الشبكة بجميع فئاتها.
- التعرف على الاتجاهات والقضايا الحديثة ذات الصلة بمجال المكتبات والمعلومات.
- أداة للتنمية المهنية للمكتبيين حيث تساعدهم في الحفاظ على حداثة معلوماتهم ذات الصلة بالمجال.

2. مدونات المكتبات: وهي تلك المدونات التابعة لمرافق المعلومات، وتتم إدارتها من قبل واحد أو أكثر من اختصاصيي، كما أنه ينبغي أن يكون لها حضور على موقع المكتبة أو على

الأقل يتم إعداد رابطة لها على الموقع، وتتوجه تلك المدونات بصفة رئيسية إلى المستخدمين من تلك المكتبة، وذلك بدلا من المجتمع الواسع لاختصاصي المكتبات والمعلومات، وتنشأ مدونات المكتبات لسببين هما:

- تفعيل الاتصال بالمستخدمين من المكتبة.
- تفعيل الاتصال بالزملاء من اختصاصي المكتبة.
- ما أهداف إنشاء مدونات المكتبات فهي:
- نشر تقارير النشاطات الخاصة بمشروعات معينة في المكتبة.
- نشر قائمة الإضافات الحديثة للمكتبة.
- الإعلان عن الخدمات الجديدة والترويج لها.
- الإشعار عن مواقع الانترنت المجانية، ومراسد البيانات وغيرها من المصادر.
- الإعلان عن الدورات التدريبية وبرامج التعليم المستمر.
- الإشعارات الداخلية بين اختصاصي المكتبة، وبعضهم البعض، وتبادل الآراء والمعلومات فيما بينهم.
- أن تكون المدونة ملحقا لنشرة المكتبة أو بديلا عنها.
- ويمكن تضمين المدونة داخل موقع المكتبة، كما أنه يمكن استضافتها من خلال خدمة خارجية توفر الوصول إلى المدونة مقابل تكلفة مادية ضئيلة، أو دون تكلفة، كما أن المكتبة قد يكون لها مدونة واحدة يشترك في تحريرها مختص واحد أو أكثر من أقسام مختلفة، كما أنه قد تكون لها مجموعة من المدونات تتم إدارتها من قبل مجموعات من المكتبيين بغرض توصيل المعلومات لفئات من الجمهور أكثر تخصصا.

مزايا المدونات

بجانب أنها تمتاز عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الأخرى بكونها فضاء رحبا ومجانيا لنشر الآراء والأفكار وإظهار الهوية الفكرية والشخصية بطرق لم تتاح من قبل ، وبقوة لم تعدها مثل هذه الوسائل يؤكد لنا كل من (Bauer, 2003) و Herzog, Tanna Hill & Zeises (2005) وجود العديد من المزايا الأخرى التي تتمتع بها المدونات الإلكترونية ، فك هي معبرة عن فلسفة صاحبها وبارزة لشخصيته وظاهرة للفنون وللمناورات والقدرات الكلامية التي يمتلكها. إضافة إلى ذلك تمتاز المدونات الإلكترونية بأنها سريعة ومبتكرة ومسلية ومتنوعة

الإلكترونية مساحات مختلفة من الاهتمام والقضايا. كتلك المتعلقة بالقضايا المصاحبة للحياة اليومية، وتلك المتعلقة بالقضايا السياسية، وتلك المتعلقة بالبيئة الداخلية الخاصة بالمدونين. بالرغم من اختلاف كل مدونة عن الأخرى من حيث الإضفاء الشخصي والخبرات الخاصة لصاحبها عليها، إلا انه يمكننا القول بأن هناك بعض السمات المشتركة التي تجمع بينها، كما يلي:

- المحتوى الرئيسي للمدونة مرتب بطريقة زمنية معينة (غالبا معكوسة، الأحدث فالأقدم).
- وجود أرشيف للمقالات القديمة.
- السماح للآخرين بالتعليق

وجود روابط لمواقع صديقة أو ذات صلة، والتي يطلق عليها **Blog roll**.

الفصل الثاني: المدونات الإعلامية

المبحث الأول: السمات الإعلامية للمدونات

المبحث الثاني: تصنيف المدونات الإعلامية

المبحث الثالث: أخلاقيات التدوين

الفصل الثاني: المدونات الإعلامية

المبحث الأول : السمات الإعلامية للمدونات

تعد المدونات نوعا جديدا ومختلفا من أنشطة النشر الإلكتروني التي بدأت في تغيير المعادلات الإعلامية القائمة في العالم خاصة فيما يتعلق بإنتاج وتوزيع المعلومات ولعل هذا ما دفع بعض الباحثين إلى القول بان المدونات تمثل بداية ثورة جديدة وواسعة في صناعة النشر كما يؤكد البعض الآخر أن قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجانا في مدوناتهم دون الحاجة إلى الحصول على تصريح بالنشر من محرر أو ناشر ربما تنقل الصحافة إلى آفاق جديدة وتجعل بيئة العمل في وسائل الإعلام التقليدية أكثر ديمقراطية وينظر بعض الباحثين إلى المدونات الإلكترونية باعتبارها نوعا من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي الذي يشهده العالم بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال.

إذ يقارن هبوت بين اختراع وتطور الطباعة وبين ظهور المدونات باعتبارهما من الأدوات التي ساهمت في الإصلاح المعلوماتي في العالم، ويرى أن التحولات الثقافية والسياسية والاقتصادية التي أحدثتها الطباعة في الحضارة الغربية مشابهة إلى حد كبير مع التحولات المماثلة فهناك قائم بالاتصال أو قائمين بالاتصال (المدون أو المدونون) لديهم ما يريدون أن ينشروه على الآخرين من أخبار ومعلومات وما يريدون أن يعبروا عنه من أفكار ووجهات نظر (الرسالة)، وهناك وسيلة جماهيرية يتم استخدامها لإيصال الأخبار والمعلومات والرسائل الشخصية والجماهيرية المتنوعة المضامين (شبكة الانترنت) إلى جمهور غير محدد وغير معروف من مستخدمي الانترنت (الجمهور).

سمات المضمون:

تتنوع المدونات من حيث المضمون تنوعا كبيرا، من مجرد عرض آراء الشخص وتحليلاته إلى مجمع تعريفى بالمدونات الأخرى ومواقع الويب والمصادر المختلفة. وتقتصر بعض المدونات اهتمامها على سرد يوميات ومشاهدات وخواطر صاحبها، بينما يسمح البعض منها للزوار بإضافة تعليقاتهم إلى المضمون الأصلي. وتتميز بعض المدونات بأنها "داخلية" يتم الوصول إليها على شبكة المؤسسة فقط، بينما يُعرض البعض الآخر عرضا جماهيريا على مواقع الويب بما يتيح لأي شخص الوصول إليها. وفي حين أن غالبية المدونات هي مدونات شخصية مجانية ولا تستهدف الربح، فإن بعض المدونات تكون مدعومة ماليا من جهات محددة (جماعات أو منظمات أو شركات)

وتعتمد على الإعلانات كمصدر لتمويل ولتحقيق ربح.¹

- مدونات المال والأعمال والمدونات المهنية وتشمل مدونات المديرين التنفيذيين والمهنيين والموظفين. وقد تتضمن نتائج للبحوث واستطلاعات الرأي وتقديم تفسيرات للأحداث ذات الصلة بنشاط الشركة أو المؤسسة.

- المدونات المؤسسية الداخلية. وتستخدم داخل المؤسسات لتبادل الرؤي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

المدونون:

يُعد المدون مراسلا جماهيريا على أساس أن رسائله يمكن أن تصل إلى عدد غير محدد وغير معروف من الناس.

وهو قد يكون فردا كما هو الحال في غالبية المدونات أو مجموعة من الأفراد أو جماعة أو منظمة تستخدم التدوين لإيصال رسائلها الإخبارية والفكرية إلى الناس. وتتيح مواقع التدوين لصاحب المدونة أن يشرك غيره في كتابة التدوينات، وبالتالي يمكن أن يشارك أكثر من فردي إنتاج المدونة الواحدة وهو ما يجعلها أقرب إلى وسائل الإعلام الجماهيرية التي يشارك فيها أكثر من شخص في إنتاج المعلومات وعرض الآراء.

وقد ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الذين يُطلق عليهم "الصحفيون"

المواطنون **Citizen Journalists** " تمييزا لهم عن الصحفيين المحترفين فقد دعمت المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن آريه في مختلف قضايا المجتمع دونما حاجة إلى دراسة الصحافة أو الحصول على ترخيص لم ا زولة المهنة، كما كان الحال قبل ظهور الصحافة الجماهيرية في القرن الثامن عشر.

فالصحفي في القرن الثامن عشر لم يكن يتم تدريبه أو تأهيله تأهيلا علميا ليصبح صحفيا، وكان أي شخص يمكن أن يكون صحفيا.

وقد تغير الوضع في أواخر القرن العشرين ثم عاد إلى ما كان عليه بفضل المدونات التي مكنت الشخص العادي من إنتاج صحافته الخاصة.

وكما مكن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة كل الناس أن يكونوا قارئين فان المدونات الاليكترونية قد جعلت بإمكان كل الناس أن يصبحوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني، وان يكونوا مثل الصحفيين لبعض الوقت "على الأقل و تُعد المدونات نوعا من "الإعلام البديل" الذي

¹ د. حسني محمد نصر: المدونات الإلكترونية ودعم التعددية في العالم العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، 2007/9

يختلف عن الإعلام التقليدي السائد القائم على المؤسسات الإعلامية، ويختلف أيضا عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الانترنت كمواقع الويب والمنتديات وجماعات الأخبار والبريد الإلكتروني.

ويُوصف المدونون بأنهم "مؤرخو العصر" الذين يوثقون أدق تفاصيله. وهم عبارة عن شرائح من الرجال والنساء الذين اشتركوا في خدمات "التدوين" مما أتاح لهم تسجيل يومياتهم على مفكرات إلكترونية على شبكة الإنترنت بالطريقة التي يراها كل واحد منهم، وبثها بشكل مباشر ولحظة بلحظة، ليتسنى للآخرين في العالم الاطلاع عليها.

وكان نيكولاس نيجروبونتي قد تنبأ في كتابه "الحياة الرقمية (Being Digital)" الصادر عام 1995 بأن التطور التكنولوجي سيؤدي إلى أفول الإعلام الجماهيري وظهور الإعلام الشخصي كبديل له.

وفي السنوات الأولى من الألفية الجديدة ومع الانتشار الكبير للمدونات يمكن القول إن نبوءة نيجروبونتي بدأت في التحقق إلى حد كبير.

ويصف البعض المدونين بأنهم "الصناع الجدد للإعلام" أو "الإعلاميون الجدد"، على أساس أن المدونات أكبر بكثير من المنتديات وساحات الحوار، كما أنها تحول المواطن من مجرد متلق للخبر أو المعلومة إلى منتج وصانع لها.

ويري البعض أن المدونات أصبحت أهم شيء موجود حاليا على شبكة الإنترنت، لأنها تمثل آراء الناس في أرض الواقع بدون تزييف، على أساس أنها مساحات مفتوحة يكتب فيها كل من يرغب دون اشتراط الخبرة أو الثقافة أو التخصص، ويمكن من خلالها التعرف - ولأول مرة - على آراء الناس بوضوح شديد ودون خوف حيث أن المواطن في المدونة هو الذي يصنع الرأي ويصنع الإعلام.

وإجمالاً فقد أصبح المدونون يشكلون رقما مهما في عالم الانترنت والإعلام الدولي، وترجع إليهم كبريات الصحف العالمية ومحطات التلفزيون وتنقل عنهم بعض الأحداث، كما تفسح الصحف الكبرى مساحات لنشر تدويناتهم ومع سرعة انتشار المدونات في العالم ومطالبة بعض أصحاب البلوغ مساواتهم بالمؤسسات الإعلامية تم تأسيس جمعية المدونات (Blog Community) والتي تهتم بمشاكل أصحاب المدونات على الإنترنت وتساهم في حمايتهم من خلال التوجه للرأي العام العالمي، كما أن صفحة موقع الجمعية على الإنترنت توفر معلومات عن أية مدونة يتم حجبتها من قبل جهات حكومية، مع تقديم مساعدة فنية لرفع هذا

"كاي" هذه السمات من أبرز نواحي الضعف التي يعاني منها النظام الاتصالي عبر المدونات والتي تعوق تحولها بالكامل إلى وسيلة إعلام جماهيرية. ويضيف إلى ذلك أن مستخدمي المدونات لديهم قنوات أخرى خلاف المدونات غير خاضعة لسيطرة وسائل الإعلام التقليدية يمكن الحصول منها على المعلومات والمشاركة فيها ويميز **Nardi** بين نوعين من جمهور المدونات وفقا لمعرفتهم بالمدون، وهما جمهور المدون الخاص ويشمل معارف وأصدقاء وعائلة المدون (شبكة المدون الاجتماعية المعروفة له)، والجمهور العام وهو جمهور شبكة الانترنت الذي يستطيع الوصول إلى المدونة من خارج نطاق أصدقاء وعائلة المدون.

المبحث الثاني: تصنيف المدونات الإعلامية

تذهب نسبة كبيرة من المدونين إلى الاعتقاد أن ما تقوم به ليس له علاقة مباشرة بالعمل الإعلامي أو الأحداث الجارية، وذلك على أقل تقدير حسب المنظور الإعلامي التقليدي. فالمدونات ذات طبيعة شخصية، وتدور موضوعاتها حول مشاعر وتجارب ورؤى أصحابها، ففي دراسة قام بها مركز بيو انترنت (**Pew Internet**)، أشار 34 % فقط من المدونين الأمريكيين إلى أن ما يقومون به يمثل شكلا من أشكال الإعلام، (**Lenhart and Fox**) . (2006 مع ذلك، فإن لاسيكا **Lasica** يعتبر أن المدون « يقترف الفعل الإعلامي » عندما يقوم بوصف أو تحليل حدث ما يكون قد عاشه .) (**Lasica, 2002a**) إضافة إلى ذلك، فإن كلمة تدوين أصبحت من الكلمات الشائعة في الأوساط الإعلامية، خاصة بعد تبني الكثير من الإعلاميين لهذا النمط الجديد من النشر الذي يمكنهم من التواصل والتفاعل مع جمهورهم. وقد عمدت الكثير من المؤسسات الإعلامية، لاحقا، إلى البحث عن كيفية استثمار الإمكانيات التي يتيحها التدوين كشكل جديد من أشكال العمل الإعلامي، باعتباره يمثل مساحة تفاعلية تمنح مستخدمي الواب إمكانية المشاركة وإبداء الرأي في المضامين التي تنشرها هذه المؤسسات . وعلى الرغم من أن الكثير من المدونين قد لا يشعرون بالارتياح عند مقارنة ما ينشرونه بما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية (**Matheson, 2004b**) ، فإنه يمكن القول أن هذه المجموعات غير المتجانسة من المدونات، والتي تتوزع بين تلك التي يقوم بتحريرها أفراد عاديون، أو إعلاميون متمرسون، أو وسائل إعلامية، يجمعها رابط مشترك يبرر وسمها بـ « المدونات الإعلامية . » وحتى إذا سلمنا بأن هذه المدونات لا تلتزم « حرفيا » بقواعد وآليات العمل الإعلامي التقليدي، فإنها تظهر ميلا إلى العمل الشبكي الجماعي من خلال جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد كبير من الأفراد، وهو ما يجعلها تؤدي « نفس »

الوظائف الاجتماعية التي غالبا ما ارتبطت بالوسائط الإعلامية التقليدية³ Raphaël, 2008 سنقوم في الفقرات التالية بفحص دقيق للمدونات الإعلامية، محاولين تصنيفها الى فئات تتضمن مجموع ممارسي هذا النوع من التدوين. نجد في بداية السلسلة المدونات التي يقوم على تحريرها مواطنون لا تربطهم بوسائل الإعلامية أي روابط، وهي مدونات المواطنين، وفي نهايتها المدونات التي تشكل جزءاً من المضامين الإعلامية التي يقوم عليها إعلاميون متمرسون في العمل الإعلامي، وبينهما يتموقع صنفان آخران، يتمثل الأول في تلك التي يكتبها أفراد يستثمرون المنصات التي تتيحها لهم وسائل الإعلام، ويتشكل الثاني من تلك التي يقوم على إنتاجها إعلاميون خارج إطار المؤسسات التي يعملون بها. سنسعى، إذا، في ما يلي من فقرات الى قراءة أكثر عمقا تتناول مدونات المواطنين، وتلك التي تنشرها الوسائط الإعلامية أو الإعلاميين العاملين بها؛ ذلك أن المنحى التطوري الذي أخذته هذه الأشكال من النشر يحمل دلالات كثيرة ضمن أفق التحولات التي تعرفها الممارسة الإعلامية. فالكثير من الباحثين يرون أن مدونات المواطنين تشكل تحديا كبيرا للإعلام التقليدي من خارجه، إضافة الى كونها تنفلت من الإكراهات التي عادة ما تحكم العمل الإعلامي التقليدي.

كما أن المدونات التي تُنتج داخل الفضاء الإعلامي نفسه (أي من الداخل) تحدث تغييرات كبيرة ترتبط بمدى قدرة القائمين على هذه المؤسسات على تمثيل «وتفعيد» هذا النمط الجديد من النشر، وإدماجه في سيرورة العمل الإعلامي.

وإذا كان لكل صنف من هذه الأصناف خصائصه، فإنه من الضروري التأكيد على بعد مهم، وهو أن المدونات التي تنضوي تحت العباءة الإعلامية لا تتمتع بالضرورة بمصدقية ودقة وتأثير أكبر مقارنة بالأشكال الأخرى. فهناك متغيرات كثيرة تساهم في نجاح مدونة إعلامية ما كمصدر إخباري موثوق به من طرف المستخدمين، بغض النظر عن القائمين على تحريرها وإنتاجها. ومن هذه المتغيرات، يمكن أن نشير الى: مصداقية الأخبار، وشفافية المعلومات، ودرجة التحيين، وأهمية الموضوعات (تتنوع هذه الأخيرة حسب الموضوع الذي تناوله المدونة). والحاصل أن لكل فئة من فئات التدوين الإعلامي نقاط قوة ومكان ضعف، وذلك بالنظر الى المعايير التقليدية في الممارسة الإعلامية. كما أن هناك تمايزا في الشكل والمحتوى ضمن الفئة الواحدة، فليست كل الإدراجات متساوية في أهميتها. مع ذلك فإن التصنيف الذي نأخذ به هنا يمكننا من تقييم دلالة المدونات بالنسبة للممارسة الإعلامية المهنية.

³الصادق رابع، المدونات الإلكترونية بحث في حدود الوصل والفصل، أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد في البحرين 2009

مدونات المواطنين: المدونات التي يستخدمها المواطنون

عندما «يقترف» المدونون الفعل الإعلامي، بعبارة ليسكا السابقة، فإنهم يتبنون أدوارا مختلفة، تتنوع بين المعلقين والناقدين لمضامين وسائل الإعلام، والكتاب المتخصصون، ومعدّي التقارير الهواة، فالتعليق والنقد يعتبران من أكثر الأنشطة ممارسة وحضورا في الفضاء التدويني الإعلامي. وتقوم هذه المدونات، التي يطلق عليها البعض العين الناقدة **hwatc blogs** ، بمتابعة ومراقبة مضامين وسائل الإعلام الورقية والإلكترونية للتنبيه الى الموضوعات التي نالت حظا قليلا من⁴ التغطية، أو تلك التي تم تهмиشها، والكشف عن الأخطاء والتّحيزات التي تضمنتها المواد الإعلامية، ونقد الحجج الضعيفة التي تقوم عليها الكثير من الافتتاحيات والأعمدة التي يكتبها الإعلاميون.

فالانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2004 ، شهدت بروز ظاهرة سرعان ما تعاضم مداها، تمثلت في إقدام الكثير من المدونين الجمهوريين والديمقراطيين على لبس «عباءة صحفية مداها، تمثلت في إقدام الكثير من المدونين الجمهوريين والديمقراطيين على لبس «عباءة صحفية» لمراقبة الحملة الانتخابية عن قرب . (Glaser, 2004) فقد تم إنشاء الكثير من المدونات التي تركز على صنف معين من الموضوعات لمتابعة ونقد الأعمدة السياسية التي تنشرها الصحف.

لكن الحادث الذي أثار أكثر المناقشات حيوية، والتي يعود فيها الفضل للمدونين، فتمثل في برنامج «ستون دقيقة» (60 minutes) الذي تبثه سي.بي.آس وذلك عندما تعرض للماضي للعسكري للرئيس الأمريكي جورج بوش الابن. فقد أكد المدونون الجمهوريون أن الوثائق التي تضمنها التقرير كانت مفبركة، لينتهي الأمر، بعد تصاعد حدة الانتقادات الموجهة للقناة، في الفضاء المدوناتي، الى اعتذار القائم على البرنامج دان راذر، واعترافه بعدم تمكّن القناة من التأكد من صحة هذه الوثائق (Kramer, 2004) وقد حصل الشيء نفسه في أعقاب أحداث مدريد سنة 2004 ، حيث كان المدونون أول من نبّه الى أن الاستراتيجية الاتصالية للحكومة اتسمت « بالتخبط » ، كما بيّنوا أن الوسائط الإعلامية التقليدية اعتمدت اعتمادا كبيرا على المصادر الرسمية. وهو ما جعل الفضاء المدوناتي يتحول الى ساحة تعبيرية تكثفت وتجلت فيه أسئلة ومخاوف المواطنين. أما وسائل الإعلام فقد أعادت قراءة الحدث بعيون « جديدة » متأثرة في ذلك بما كان يحدث على الانترنت، وإن اختلف الأمر من وسيلة الى أخرى، وذلك بناء على خلفياتها الإيديولوجية (Lpez, 2004). وليس بعيدا عنا ما حصل ويحصل في العالم

⁴ الصادق رابح: مرجع سابق

العربي من أحداث كان المدوّنون فيها هم الأرفع صوتا والأكثر إفصاحا في كشف ملبساتها بالصوت والصورة، كما تجلّى في إضراب المحلّة، والانتخابات الرئاسية، وطرق التعذيب في السجون المصرية، وإعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين، والرشاوى المقدمة لرجال الدرك في المغرب، وغيرها (لينش، 2007؛ الجزيرة، 2008) ويقوم الكثير من ناشري مدوّنات المواطنين بدور المحقق الإعلامي، حتى وإن لم يدعوا، بطريقة مباشرة، أنهم يقومون مقام الإعلامي. ففي حالات كثيرة، تتحول المدوّنة الشخصية إلى مصدر إخباري حول حدث معين، وذلك عندما يجد صاحبها نفسه حاضرا وقت وقوع الحدث ولو بطريقة عرضية. ففي تفجيرات السابع عشر من يوليو سنة 2005، نقل الكثير من المدوّنين ما شاهدوه وما عرفوه إلى العالم. فقد عرضت الكثير من المدوّنات صور الموتى والجرحى التي تحاشت وسائل الإعلام التقليدية نشرها بسبب أخلاقيات العمل الإعلامي التي تحتكم إليها (Vara, 2005) وخلال غزو العراق، عرفت إحدى المدوّنات التي حملت (Salaam Pax) شهرة كبيرة؛ وذلك أنها كانت نافذة العالم «الوحيدة» لمعرفة ما يجري هناك، خاصة القصف الصاروخي العنيف التي تعرضت له بغداد. كما نجد الكثير من المدوّنين الذي يبذلون جهودا كبيرة تتسم بالاستمرارية، خاصة في مجالين رئيسيين. فمن جهة، هناك المتخصصون في موضوعات بعينها والذين يتقاسمون رؤاهم وأفكارهم مع غيرهم؛ ومن جهة أخرى، نجد هواة «التقارير» الجوارية، الذين يكتبون حول الأحداث المحلية التي شهدوها أو سمعوها من الغير. وغالبا ما تتضمن هذه الكتابات «تقارير» وتعليقات ونقاشات حول الحياة اليومية المحلية وأحداثها، مشكّلة بذلك ما يطلق عليها البعض فضاء عاما محليا. والحق أن هذه المدوّنات الجوارية تتناول قضايا تهّم الجمهور المحلي، التي غالبا ما لا تجد طريقها إلى الوسائط الإعلامية التقليدية.

مع ذلك، فمن الواضح أن المدوّنات الإعلامية للمواطنين لا تتوفر على الامكانيات المتاحة للإعلام المهني، ولا تحكمها نفس المعايير التي يأخذ بها. وعليه يستحسن عند تقييم هذه المدوّنات النظر إلى متغير «الشّافية» بدل معياري الدقة والمصداقية (Blood, 2003) (Bradshaw, 2008) بالتوازي مع ذلك، نجد أن ثقافة التدوين تتضمن شيئا يشبه أخلاقيات الإعلام، ويتمثل في ميل التدوين إلى الألفة والحس المزجي والأمانة الفكرية (الاعتراف بالخطأ وتصحيحه) والانفتاح على مختلف وجهات النظر (Mooney, 2003) (فقد أشارت إحدى الدراسات، إلى أن 35% من مدوّني الولايات المتحدة غالبا ما يضمنون مدوّناتهم روابط إلى مواقع المصادر الأصلية، كما أنهم يقومون بالتأكد من المعطيات التي يدمجونها في إدراجاتهم (Fox, 2006 Lenhart and) رغم ذلك، فإنهم لا يعتبرون ممارسين مهنيين

للإعلام، بل إن عملهم يكتمل، في أحسن الأحوال، ما تقوم به الوسائط الإعلامية بطريقة إيجابية، ولذلك فإنهم أبعد من أن يحلوا محل هذه الوسائط. وإذا كان البعض يؤكد أن معظم المدونات ذات المضمون الإخباري تعتمد في تعليقاتها على ما تنشره وسائل الإعلام، واصفين أصحابها «بالطفيليين»، فإن البعض الآخر يرى أن الإعلاميين والمدونين تربطهم علاقات تكاملية، تصب في نهاية المطاف، في غريزة المعلومة ودقتها وصدقيتها. والحاصل أن الكثير من المهنيين قد بدأوا في تبيين ما يقوم به المدونون الإعلاميون. إذ أن هناك ميلا متزايدا من طرف الإعلاميين الى استثمار مدونات شهود العيان كمصدر إخباري ثمين وفي هذا السياق، يمكن اعتبار الفضاء المدوناتي «كنظام رصد متقدم» بالنسبة للإعلامي، يمكنه من الحصول على مادة خام يستطيع تحويلها، لاحقا، الى قصص إخبارية بعد غربلتها اعتمادا على المعايير المهنية.

مدونات الجمهور: المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية

يذهب الكثير من الدارسين للإعلام الإلكتروني الى أن المؤسسات الإعلامية يجب أن تدمج مدونات الجمهور في مواقعها، كآلية لإشراك المستخدمين والتسويق لعلاقة تفاعلية بينها وبين المترددين عليها (Bowman and Willis, 2003). 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. لقد دفعت شعبية المدونات الكثير من المؤسسات الإعلامية الى احتضان الكثير منها ضمن منصاتها الإلكترونية. حيث أن بعضها، وهو قليل، يرتبط بقاعة التحرير ارتباطا وثيقا، بينما تميل غالبيتها الى كونها مدونات شخصية لا تشكّل الأحداث والمناقشات العامة مركز اهتمامها، وهو ما يبقئها بعيدة عن إمكانية المساهمة في إعادة تعريف المنتج الإعلامي للموقع الذي يستضيفها. ويحتاج هذا الصنف من المدونات الإعلامية الى قراءة أعمق للتعرف على إمكاناته بهدف تقييم نقاط قوته ومكامن ضعفه وعلاقة ذلك بطبيعة العلاقات بين الوسائط الإعلامية وجمهورها.

فقد خرجت من تحت عباءة الجزيرة، بتاريخ 14 سبتمبر 2006، والجزيرة توك (al Jazeera Talk)، تحديدا، رابطة» مدونون بلا حدود التي تهدف الى رفع مستوى التدوين العربي على نحو يفعل دور المدونين ويشجع سيلاً من المترددين على شبكة الانترنت الخوض في هذه التجربة (الجزيرة توك)، 2006 إضافة الى خدمة شارك التي أطلقتها القناة في نوفمبر 2008، حيث نقرأ في الصفحة المدخلية» أنت مواطن صحفي. هل شهدت حدثا إخباريا هاما،

أو التقطت فيديو لحدث هام؟ إنه دورك لصناعة الأخبار ونقل صوتك للعالم!! وقد بادرت قناة العربية قبل ذلك بفترة الى خلق منتدى الفيديو لتمكين مستخدم موقعها من أن يصيح مراسلا تلفزيونيا في موقع الحدث الذي يتصادف وجوده فيه.

كما أن صحيفة إيلاف الإلكترونية فتحت موقعها مؤخرا (2008) لاستضافة مدونات الجمهور، تحت باب أطلقت عليه «المدونات»، وقامت بتقسيمها الى فئات على طريقة التوبوب الصحفي أسمتها «أقسام المدونات». «وقد تبنت صحيفة لوموند **Le Monde** الفرنسية نفس النموذج، ففتحت موقعها الإلكتروني للجمهور، وذلك ضمن الباب المخصص لأعمدة الرأي التي يكتبها الصحفيون.

وقد حصل الأمر نفسه مع صحيفة الباييس **El Pais** الإسبانية، والغارديان **guardian.co.uk** البريطانية مثلا، اللتين اعتمدتا على بعض المعايير في تمكين بعض المدونات من الحضور على منصتيهما الإلكترونيتين، منها الالتزام ببعض قواعد النشر الأساسية، وإثبات القدرة على أنها تستحق ذلك (عبر آلية المسابقات لاستقطاب «أفضل» المدونات).

مدونات الإعلاميين: المدونات التي يحررها إعلاميون خارج إطار المؤسسات الإعلامية
انجذب الكثير من ممارسي الإعلام بسرعة الى 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 الإكراهات والمعايير التي تحكم عملهم في المؤسسات الإعلامية التقليدية. وهو ما جعل الكثير من هذه المؤسسات غير راضية عن هذا التوجه.
فقد طلبت كل من السي.آن.آن والتايم (اللتين يملكهما تايم وورنر) من مراسليهما اللذين غطيا الحرب على العراق التخلي عن مدونتيهما الشخصية». فسي.آن.آن تفضل، حسب أحد الناطقين باسمها، الأخذ بمقاربة مؤسساتية في تقديمها للأخبار... أننا لا ندون (Bowman and Willis),

وبما أن المؤسسات الإعلامية هي التي تقوم بدفع فواتير إقامة الصحفيين هناك، فقد طلب منهم التركيز على التقارير الإخبارية ضمن المعايير التي تتبناها هذه المؤسسات. وبرز مثال على ذلك الصحفي كيفن سايتس **Kevin Sites** الذي طلبت منه السي.آن.آن وضع حد لتجربته التدوينية والتي تزامنت مع الأيام الأولى للحرب على العراق.

وقد فضل سايتس مغادرة المحطة، ليعمل لاحقا كمراسل حر لـ آل.بي.سي، وليواصل، بعد عدة أشهر، مشواره التدويني.

وإلى جانب الحالات الخلافية، نجد أن الكثير من الإعلاميين يمارسون التدوين كنشاط موازي لعملهم في المؤسسات الإعلامية دون أن يكون هناك أي اعتراض من طرف القائمين عليها. والأمثلة على ذلك كثيرة، نذكر منها المدونة الفيديوية «العين الثالثة» ، للصحفي المغربي مصطفى البقالي، تجربة الصحفي جهاد الخازن، حيث يتناول في مدونته (يكتبها باللغة الإنجليزية؟) الكثير من القضايا التي تعتبر صدى لما يكتبه في عموده اليومي بصحيفة الحياة السعودية. إضافة الى تجربة التدوين الجماعي لمجموعة من الصحفيين الفرنسيين (**mediachroniques**)، ومدونة ماثيو باكلاند، **Buckland Matthew** أحد محرري النسخة الإلكترونية للميل والغارديان **Mail & Guardian**.

وقد وجد بعض المدونين الذين لا ينتمون الى الوسط الإعلامي طريقهم الى عالم الإعلام وذلك عبر ممارستهم النشطة والمتواصلة للكتابة الإعلامية. فالمدون السابق غاريت غراف **Garrett Graff**، صاحب مدونة **Fishbowl DC** والسكرتير الصحفي السابق لأحد مرشحي الحزب الديمقراطي في انتخابات 2004، استطاع، سنة 2005، أن يكون أول مدون يحصل على اعتماد من البيت الأبيض لتغطية أنشطته الإعلامية (المؤتمرات الصحفية وغيرها)؛ وهو ما يمثل خطوة رمزية كبيرة باتجاه تدعيم المدونات الإعلامية

مدونة الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية

من الخيارات الأكثر معقولة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية التي تطمح الى استثمار آلية التدوين، تمكين إعلامييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الإلكترونية. ورغم 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 الى النشر. وقد تكاثرت عدد هذا الصنف من المدونات بعد 2005 وإذا كانت المؤسسات الإعلامية العربية بكل أطيافها، لم تجرؤ على خوض هذه «المغامرة» لأسباب ليس هناك مجال التفصيل فيها، فإن الكثير من الوسائط الإعلامية في بلدان أخرى قد احتفت بهذه التجربة وحققت إعلامييها على ممارستها. فقد ارتفع عدد مدونات الإعلاميين التي تحتضنها الصحف البريطانية الإلكترونية من 7 الى 118 مدونة وذلك بين سنتي (2005 و 2007)، **Hermida and Thurman, 2006**. مع ذلك فإن الكثير

من المؤسسات ما زال تبحث عن أفضل السبل الممكنة لتوظيف هذه المدونات الى حد الآن، ولم تستثمر كل الخصائص والميزات التي يتيحها التدوين عموماً. فالتعليقات، مثلاً، غير متاحة في بعض هذه المدونات، كما أن مضامين البعض الآخر تخضع للغلبة قبل نشرها، وهو ما يحيل الى مقارنة تقليدية محافظة لهذه الظاهرة عند بعض الأوساط الإعلامية. ذلك أنه رغم انجذاب هذه المؤسسات لمفهوم التدوين وتبنيها له، إلا أنها تقوم «بتدجين» ، وأحياناً استبعاد، بعض خصائصه التي يمكن أن تشكل تحدياً للممارسة الإعلامية التقليدية. إذ يعتقد بعض الباحثين أن هذه المؤسسات تميل الى احتواء وتوجيه ظاهرة التدوين أكثر من اهتمامها بتدعيم المشاركة الديمقراطية . (Lowrey, 2006) ففي تحليلها لمضمون عينة من المدونات الإعلامية، خلصت سوزان روبنسن الى أنه رغم اعتبار المدونات كأدوات يستثمرها الإعلاميون للتعبير عن أفكارهم إلكترونياً، والتصدي للتحديات التي تشكّلها المدونات «المستقلة» ، إلا أن بعض هؤلاء الإعلاميين يتخلى عن المعايير المهنية التي تحكم عمله، مثل التأكد من المعلومات، ويميل الى الأخذ بالشائعات وتغليب الأسلوب الذاتي في الكتابة (Robinson, 2007). (وإذا أمعنا النظر في هذا الصنف من المدونات، وجدنا أن هناك ثلاث مقاربات عند الحديث عن توظيفها ضمن فضاء المؤسسة الإعلامية:

أ - تغطية الأحداث البارزة

يمكن القول أن ميلاد وموت المدونات يرتبط الى درجة كبيرة بالقيمة الإخبارية والفائدة المجتمعية للأحداث والموضوعات التي تتناولها. فالحملات الانتخابية، والأحداث السياسية، والرياضية، وغيرها، والأثر الذي تحدثه الأخبار العاجلة تمثل ثيمات لهذه المدونات. وقد التحقت وسائل الإعلام الإلكترونية بحلقة المنافسة، وغدت أكثر حضوراً، بل إن بعضها ذهب الى أبعد من ذلك، من خلال إطلاق مدونات حول الأحداث «غير المتوقعة» ، مثل الانتخابات والعنف. ومن الأمثلة الدالة على ذلك ما قامت به الغارديان البريطانية حول موضوع الانتخابات في بريطانيا، (2005) ، والموندو **El Mundo** الإسبانية حول تفجيرات لندن 2005 وقد استثمرت الصحيفتين خاصية الآنية التي تميز التدوين، وسرعة وسهولة بث الأخبار، إلا أنهما ضحتا بالتحليل واستحضار السياقات العامة للأحداث، كما يرى المعارضون للأخذ بالمدونات كمصادر إخبارية. وقد تكرر الأمر نفسه في هجمات بومباي سنة 2008 ، مع الحضور البارز للتويت **Twitter** كمصدر أساسي للمعلومات.

ب- أعمدة الرأي

بالنظر الى أن الانترنت لا تحكمها إكراهات المساحة والوقت، والتي غالبا ما شكلت عائقا أمام الوسائط الإعلامية لنشر وبث الكثير من المضامين، فقد استطاعت الوسائل الإعلامية استقطاب عدد كبير من الكتاب والباحثين البارزين، وبالتالي رقد محتوياتها برؤى وأفكار لن تجد طريقها الى النسخ التقليدية للأسباب التي أشرنا إليها سابقا. ويمكن أن نشير الى تجربتي الموقعين الإلكترونيين للصحف الإيطالية لاروبوليكيا **La Repubblica** ، وقناة آم.آس.آن.بي.سي.كوم **MSNBC.com** الأمريكية، حيث قامتا باستقطاب أبرز كتاب الأعمدة والمدونين الذي يملكون حضورا كبيرا في الفضاء المدوناتي للتعبير عن رؤاهم حول الكثير من القضايا. وقد بحثنا في الفضاء الإعلامي العربي بكل وسائله ولم نعثر على مقابل لهذه التجارب، وحتى التجربة الإلكترونية لإيلاف، على تميزها، اقتصر على الأسماء الحاضرة في النشر الورقي. وكان مسألة الأسماء الواحدة متجذرة في الثقافة العربية بكل فضاءاتها. والحاصل أن الكثير من هذه المدونات الإعلامية التي تتمحور مضامينها حول موقف كاتب أو مدون بارز من قضية ما، غالبا ما تتحول الى منتديات حوارية للتفاعل، خاصة عندما تتيح المستخدمين نشر تعليقاتهم ومساهماتهم.

ج- التعليق على الأخبار

في هذا الصنف من المدونات، يقوم الصحفيون أو المراسلون المتخصصون بالتعمق أكثر في الموضوعات التي يكتبونها لوسائلهم الإعلامية، ويضمونها أفكارهم ورؤاهم التي لا تجد طريقها الى الصحيفة أو التلفزيون أو الإذاعة لأسباب أشرنا الى بعضها سابقا. وقد تلجأ بعض المؤسسات الإعلامية، أحيانا، الى الاستعانة ببعض كتاب المدونات المتميزين للكتابة للموقع الإلكتروني حصريا. ففي سنة 2005، قامت صحيفة **Helsingin Sanomat** الفنلندية، مثلا، بإطلاق مجموعة من المدونات الإعلامية تمحورت موضوعاتها حول تربية الكلاب والحياة السياسية الأوروبية. وفي نفس السياق، أطلق الموقع الإلكتروني للقناة التلفزيونية الإسبانية تيليسنكو **Telecinco** مجموعة من المدونات المتخصصة شملت السينما، والسياسة، وسباق الفورمولا، والصحافة.

وهناك الكثير من غرف الأخبار والإعلاميين الذين يستثمرون هذا النمط من التدوين كمساحات إخبارية تجريبية، حيث يتبادلون مع جمهورهم الكثير من وجهات النظر والمصادر والتفاصيل قبل أن يستقروا على الصيغة النهائية للقصة الخبرية أو للموضوع الذي يريدون أن

يتناولوه. ويذهب دان غيلمر **Dan Gillmor** ، أحد الصحفيين المخضرمين والمدافعين بحماس عن التدوين، الى القول بأن عمله يقوم على فكرة أن قراءه غالبا ما يعرفون أكثر مما يعرف، وبالتالي فإن المدونة هي وسيلة مهمة لتمكينهم من مساعدات، أما محررو صحيفة دلاس مورنينغ نيوز **Dallas Morning News** ، فيعتقدون أن مدونتهم التي يجدون فيها فضاءً للتعليق على الاختيارات التحريرية لصحيفتهم، تمثل أداة في إضفاء شفافية أكبر على سيرورة إنتاج الأخبار. وهو ما يعتبر تسويقا لاستراتيجية تتأسس على ضرورة بناء حوار فاعل مع المترددين على الموقع.

إجمالا يمكن القول أن المدونات قد ساهمت في ظهور نوع جديد من الكتابة في الوسائل الإعلامية التقليدية. فالصحفي أو الكاتب أصبح أكثر حضورا في ما يكتب، كما أن الأسلوب قد غدا أكثر ميلا الى الذاتية، وهو ما يتعارض عموما مع المعايير المعتمدة في العمل الإعلامي التقليدي. ولتجاوز مسألة غربة المادة الإعلامية التي عادة ما يقوم بها رئيس القسم أو رئيس التحرير، يميل الإعلاميون، في هذه السياقات، الى تصحيح أخطائهم بأنفسهم بشفافية وسرعة، وذلك بناء على ما يصلهم من تعليقات القراء. ويشعر الكثير من هؤلاء الإعلاميين المدونين وكأنهم يقومون بتقديم برامج إذاعية على الهواء مباشرة، حيث تسود التحليلات الآنية، ووجهات النظر الانطباعية حول مجريات الأحداث **Heyboer, 2004** وتوحي تجاربهم بأن التدوين ربما لا يكون الأسلوب الأنسب في كتابة مقالات تحليلية معمقة، لكنه الأكثر ملائمة للتعليقات، والكتابات «الخفيفة» ، ومتابعة تطور الأحداث.

دلالات التدوين بالنسبة للإعلام يمكن اعتبار المدونات كعلامة أو رمز لتوجه ثقافي عام يشير الى وحث الجمهور من أفراد سلبيين في علاقتهم بما تبثه وسائل الإعلام الى أفراد فاعلين في إنتاج جميع أصناف المضامين وضمن هذا السياق، فإن الكثير من المدونات تفتقر الى دقة المعايير المهنية من منظور ممارسي وسائل الإعلام. إن الأفراد والمجموعات لا يلجؤون الى التعبير عن ذواتهم عبر الوسيط الورقي أو الوسائط الإعلامية الأخرى، أو المدونات فقط، بل يأخذون بأساليب وأشكال تعبيرية لا تنتمي الى السجل الإعلامي. مع ذلك، وبالنظر الى التصنيفات التي أوردناها سابقا بخصوص المدونات ذات المحتوى الإعلامي، يمكن القول أن المدونات كظاهرة قد تسربت الى الفضاء الإعلامي « عبر مسارات متنوعة، مؤثرة بذلك على مستقبل مهنة الإعلام» .

أولا، تشكل الكثير من المدونات تحديا كبيرا للمؤسسات الإعلامية ومجموع المهنيين العاملين في قطاع الإعلام، ويتجلى ذلك عبر منافسة هؤلاء في تقديم مضامين إخبارية مستقلة أو

مكمّلة لما يقومون به . إذ يستغل المدوّنون بعض مكامن الضعف القانونية في وسائل الإعلام «للاستيلاء» على بعض الأصناف من المعلومات، كالتصريحات الحزبية، و«الأخبار القديمة»، والأخبار التي لا تكون النخب السياسية أو غيرها مصدرا لها، والمضامين دقيقة التخصص، والتي غالبا ما تميل الوسائط الإعلامية التقليدية الى تجاهلها بسبب الإكراهات التنظيمية أو أساليب العمل النمطية والعتيقة وإذا كان هناك العديد من أصحاب المدوّنات الذين يعتبرون مواقعهم فضاءات للنقد الآني والجاد للوسائط الإعلامية الورقية والمرئية، فإن هناك صنفا ثان يتباهى بسرعة مدوّنته في متابعة الأحداث ونقلها، بينما يحتفي صنف ثالث بالعمق والشمولية اللذان يظهران عند متابعة بعض شبكات المدوّنين لحدث ما . وهذه الرؤية، كما يشير بعض الباحثين، تتمن التدوين وترفع من شأنه، وذلك من خلال الجمع بين فكرة الإعلام النوعي المتجذرة في خطابات الإعلاميين والقائمة أساسا على التحقق من دقة المعلومات وآنيتها وعمقها، والتوجه المضاد للثقافة السائدة (الإعلامية وغيرها) الذي يطبع المضامين الانترنيتية عموما وهذا الأمر يطرحا تحديا آخر على وسائط الإعلام التقليدية يختلف عن ذلك الذي عرفته واستوعبته خلال النصف الثاني من تسعينات القرن العشرين، حيث تمثل في «خوف هذه الوسائط من اجتذاب الانترنت لإعداد كبيرة من القراء» ، وبالتالي خسارتها للكثير من عائداتها الإعلانية . والحق أن هذا الخوف مبالغ فيه؛ ذلك أن «المدونات تميل الى تأكيد شيء آخر، إنها ببساطة تبرهن لهذه الوسائط على أنها لم تعد بعد اليوم الوحيدة التي تقرر ماهية الأخبار، وتصنع أجندات العالم وبعبارة أخرى، فإن ميزة وضع الأوليات التي» تحتكرها «هذه الوسائط قد أصبحت تواجه الكثير من التحديات، خاصة بعد أن نجح الفضاء المدوناتي في بناء أوليات بديلة قائمة على الفعل الجماعي للمدوّنين واستثمار التطبيقات الاجتماعية الإلكترونية في البحث عن المضامين الإخبارية وغيرها والتي يزرخ بها الواب، وتصنيفها اعتمادا على آلية التصويت الجماعي (مثل فليكر، يوتيوب، تكنولوجاتي، ديغ، وغيرها).

ثانيا، لقد أدى ظهور المدوّنات الى «الكشف عن إحدى نقاط الضعف المحورية في العمل الإعلامي، والمتمثل في افتقاده الى التفاعل مع جمهوره .» (Regan, 2003:69) فعلى خلاف المؤسسات الإعلامية، تقوم المدوّنات على العمل الجماعي التشاركي، حيث أن الأخبار التي تنشرها غالبا ما يكون وراءها أصحابها أنفسهم الذين كانوا شهودا على الأحداث؛ وهو ما يناقض الفهم السائد في الفضاء الإعلامي، والقائم على أن المضامين الإخبارية يجب أن ينتجها «ملاحظون خبراء» كما يتجلى الطابع الجماعي للمدوّنات في دعوة مستخدميها الى التحوار وتبادل الأفكار حول الموضوعات (الإخبارية وغيرها) التي تناولها . والحق أن المدوّنات، بهذا

المعنى، تستوحي ذاك البعد المثالي للإنترنت باعتبارها فضاءً ديمقراطياً يتيح لجميع الفاعلين الاجتماعيين التعبير عن أنفسهم وإسماع صوتهم، «ويحرّر» الجمهور من أبوية وسائل الإعلام التقليدية، ويجعل منه فاعلاً في صناعة الأحداث وعليه، إذا أرادت الوسائط التقليدية، وخاصة في الدول النامية ومنها بلدان العالم العربي، تجاوز أزمته والتأسيس لعلاقة إيجابية مع مستخدميها، فإنه يجب عليها أن تستفيد من النموذج الذي تقدمه المدونات والقائم على التّحاور والتفاعل، والتخلي عن أسلوبها الخطابي غير المنتج في تعاملها مع جمهورها.

تقودنا الطبيعة «الثورية» والمزايا الجماعية التشاركية للمدونات إلى البعد الثالث، والذي يلتقي عنده الإعلام والمدونات، ونعني به حدود الوصل بينهما. فالمدونات تسائل، في الواقع، شرعية «لمتّك» الوسائط الإعلام للعالم والاستئثار بتأويله، أي ما يجعلها تعتبر نفسها الكوة الوحيدة للإطالة على العالم. فهذه الوسائط قد ارتبطت، تاريخياً، بشكل معين من أشكال التنظيم، حيث يقتصر الإعلام أو الإخبار على ما تنشره هي دون غيرها. وبالتالي، فإنها الوحيدة التي تملك «اعتماداً» اجتماعياً غير مكتوب يخولها التوسط في نقل ما يجري في العالم. ويتجلى هذا التّصور في مفهوم «حارس البوابة» الذي يرجع إليه القول الفصل في تقرير ما يحتاج الجمهور إلى معرفته، ومتى، وكيف يكون ذلك وقد عمل الإعلام التقليدي على تثبيت هذا المبدأ كجزء من منظومته الحمائية، بحجة أنه يشكل آلية فاعلة في مراقبة جودة أداء هذا الإعلام. لكن الملاحظ أن هذا «الحق» الحصري، مقرونًا بحق ممارسة التوسط، لم يعد حكراً على الإعلام المهني، بعد أن تسرّب المدوّنون، وباستحقاق، إلى فضاء النشر والتوسط عموماً.

إنهم، كما كتب لاسيكا «يلعبون دوراً فاعلاً في عملية جمع، وتحرير، وتنظيم، وتحليل، ونشر المعلومات والأخبار وبعبارة أخرى، فإن هؤلاء الفاعلين الجدد يقومون بنفس المهام التي يقوم بها مهنيو الإعلام. وإذا ما استحضرننا طبيعة المهنة الإعلامية القائمة تحديداً على الممارسة، فإن المدونات لا تشكل تحدياً فقط للمؤسسات الإعلامية، بل إن الأمر يتعدى ذلك إلى المهنيين أنفسهم. وبينما يذهب أحد الباحثين إلى القول بأن الآليات المؤسسية التي تحكم العمل الإعلامي تضمن للوسائط الإعلامية التقليدية نوعاً من التّحكم في التهديد الذي يمثله المدوّنون، فإن باحثاً آخر يرى بأن تبني تعريفات معيارية جديدة لمهنة الإعلام قائمة على مبادئ فلسفية وأخلاقية مختلفة، هي الوحيدة التي يمكن أن تنتشل هذه الوسائط من أزمته الحالية وتعطي لوجودها معنى في العصر الرقمي ختاماً، أشرنا في الفقرات السابقة إلى أن المدونات أصبحت جزءاً من الممارسة الإعلامية عند الكثير من الوسائط المهنية. فقد أدمجت بعض هذه الوسائل فئات عديدة من المدونات في فضائها الإلكتروني، بل إن بعضها لم ير مانعاً من منح

صحفيها مساحة للتدوين تأخذ شكل «عمود» يتم تحيينه باستمرار، ويتضمن أفكارا ذات معنى ذاتي، وفي حالات أخرى، يتم إنشاء مدونات إعلامية كمساحات تعبيرية إلكترونية تمكّن الإعلاميين من التفاعل مع مجموع قرائهم حول الكثير من القضايا الحياتية. وبهذا المعنى، فإن التدوين الذي تسرب الى الداخل الإعلامي، يمارس تأثيرا كبيرا في إعادة تشكيل بنية الإعلام الإلكتروني، متيحا لهذا الإعلام التعرف على أنماط جديدة من الكتابة الإعلامية.

من هذا المنظور، فإن التدوين والإعلام الإلكتروني قد أصبحا مترابطين، لكنه ترابط ما زال يحتاج الى بعض الوقت لكي تتجلى ملامحه الكلية. إن التصنيفات التي عرضناها في هذا الدراسة يمكن أن تكون مفيدة للباحثين المهتمين بالتعرف على مدى تأثير التحديات التي تطرحها المدونات على الوسائط الإعلامية التقليدية في إعادة تعريف مهنة الإعلام، ودور السياقات المؤسسية لهذه الوسائط في تبني التدوين كنوع صحفي، إضافة الى العلاقة الإشكالية بين معايير الكتابة المهنية التقليدية من ناحية، والميل الى الذاتية الذي يطغى على المدونات الإعلامية، من ناحية ثانية.

المبحث الثالث: أخلاقيات التدوين

من أوائل من كتبوا في الحاجة إلى الاخلاقيات واقترح مبادئ عامة في هذا الشأن ريكا بلود في عام 2002 واعيد النشر عنها بعد ذلك في سنوات تالية.

وبدأت مقالها بالحديث عن قوة المدونين الذين اصبحوا ينفردون على شبكة الانترنت بقدرتهم على ترشيح المعلومات ونشرها إلى جمهور كبير منتشر، ويقع موقعهم خارج الاتجاه السائد لوسائل الاعلام الجماهيري ومن اهم نقاط القوة لديهم انهم لا ينتمون لاحد، ينشرون المعلومات ويشيرون اليها ويعقلون عليها طبقا لمعاييرهم الخاصة.

وهناك فرق بينهم وبين الاعلام ووسائل الاعلام التجارية التي تسعى مثل كل شيء إلى الوصول إلى قطاع كبير من جمهور المتلقين، ولكنها تهدف من وراء ذلك إلى تحقيق الايرادات الاعلانية، حيث تمثل هذه الايرادات شريان حياة أو وسيلة محترفة للنشر والاذاعة تعتمد على حجم هذا الجمهور، ويعد المحتوى لجذب انتباه هذا الحجم إلى الاعلانات مهما كانت وسيلة النشر.

ويدرك الصحفيون جيدا الدور الخاص بالأعمال التجارية واصحاب النفوذ الذي اصبح في صلب النظام والذي يتأثر بأجندتهم التي يعمل على تنفيذها هؤلاء الصحفيين. وبينما تصمم معايير الصحفيين الاخلاقية لتحديد مسؤولياتهم ويعتمدون عليها في ضمان نزاهة الاخبار يتباهى المدونون بانهم غير محترفين ولا يحتاجون لاحد لتدقيق الاخبار وراءهم.

ويرى المقال أن قوة المدونات الكبرى تكمن في الصوت العالي الذي لا يمكن السيطرة عليه، وهو غير مراقب وصاحب اتجاه بينما تفضل دكاكين الصحف ذات ولاء للمعلنين، وعلاقات طيبة مع المصادر للاستمرار والبقاء بالمعايير التي تضمن لها ذلك. وليس للمدونات مثل هذه الحوافز. الاسباب الاخرى التي ترفع من قيمة المدونات كمصادر بديلة للأخبار هو غياب حراس البوابة والتحرر منكل العقبات التي تؤثر في نزاهتها وقيمتها.

هناك اتجاه يرى إن ازدياد اعداد المدونات والوعي بانتشارها يؤدي إلى زيادة تأثيرها، وتقترح ست قواعد تعتبر اساس السلوك الاخلاقي للنشر على الشبكة بكل الانواع، والتي قد تحتاج إلى اضافات أو تصنيف ابعدها أو اثاره المناقشة حولها.⁵

تسعى الموائيق الصحفية **journalistic** إلى ضمان الحياد **fairness** والدقة **accuracy** للوصول إلى الشفافية **transparency** اهم سمات المدونات المتميزة ومصدر قوتها وعلى الرغم من عدم توقع تقديم صورة متوازنة للعالم، فان الامل في الانفتاح اكثر على الحقيقة ومصادرها انحيازا وسلوكا.

وتوقعت إن تصبح يوما ما مصدرا لوكالات الانباء أو المؤسسات الاخبارية اذا ما التزمت بسلامة المعلومات ونشرها واتساق المدونين في سلوكهم على الشبكة.

الالتزام بهذه المبادئ في النهاية هي مهارة فردية ومراعاة دقيقة للمعايير الاخلاقية التالية:

1- انشر فقط ما تعتقد انه حقيقة: اما ما دون ذلك فيمكن الافصاح عن ذلك صراحة أو ينشر مقرونا بتحفظاتك عليه.

2- تدعيم المادة بالروابط والاشارة اليها 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. دقة الربط بالمصادر تخلق شبكة واسعة من

⁵ محمد عبد الحميد: الإعلام البديل، (ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص، ص 184-187

المعلومات والمعرفة المشتركة. وفي حالة وجود مواقع غير اخلاقية فالأفضل عدم الربط به مع ذكر الموقع وعنوانه وسبب عدم الربط، ليراجع القارئ ذلك ويتأكد من صحة القرار.

3- 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 كإضافة على النسخة الاصلية، واذا لم يسجل التصحيح على النسخ السابقة أو الاصل سجلها على النسخة اللاحقة. لان اي من الاخرين قد يشكك في المعلومات الصحيحة فوراً. وهذا ما يمكن أن يلاحظه اي مشارك على الموقع.

4- اكتب اي مداخلة Entry كما لو كان من غير الممكن تغييرها. اضافة فقط ولكن لا تعد الكتابة، أو تحذف حتى لا يتعرض الموقع لموقف انكار ما كتب أو انكار الوثيقة التي سبق كتابتها. الاضافة الظاهرة في النسخة الجديدة New Version هي الطريقة الافضل للتصحيح . فالتاريخ يمكن إن يعاد كتابته ولكن لا يمكن الغاؤه. ولذلك يفضل التصحيح في النسخ التالية مع الاحتفاظ بالأصلية كما هي.

الاستثناء الوحيد اذا ما احسست انك نشرت عن الغير ما كنت مؤتمناً عليه، ولم يرتح إلى ذلك. ففي هذه الحالة يمكن الحذف كلية والاشارة إلى ذلك.

5- الكشف عن اي تعارض في المصالح: وذلك بداية قبل عرض أو الكتابة عن شيء لك فيه مصلحة، فالأفضل أن تكشف على ذلك اولاً، وبعد ذلك اكتب ما تريد، حتى يتمكن القراء من المراجعة والتقييم للكتابة والتعليق في ضوء ما اعلنت عنه من مصالح مرتبطة بما تكتب أو تعلق.

6- التعريف بالمصادر المتحيزة والمثيرة للشكوك: لأنه من مسؤولية الكاتب أو ناشر المدونة الاشارة إلى ذلك، وبالتالي فانهم يعتمدون على المدونين في ارشادهم بوضوح عن طبيعة الموقع المنشور عليه المقال، أو طبيعة المصدر، لان عدم الكشف عن ذلك شيء غير اخلاقي ما دام القراء ليس لديهم المعلومات الكافية للحكم على ذلك.

ولفترة طويلة ظلت افكار ريكا بلود عن الاخلاقيات بالصورة المعروضة مرجعاً ودليلاً للتطوير في اقتراح اخلاقيات المدونات. حتى قدم جيف جارفيس J. Jarvis في عام 2005 مدخلا مختلفاً حيث يرى نقطة البداية ليست اقتراح ميثاق اخلاقي للوسيلة بدلا من إن نفهم اخلاقيات

الوسيلة في علاقتها ببيئتها أو مجتمعها كما في الواقع. ولذلك فانه طرح المدخل في سؤال حول ما الذي يقوله المدونون لنا حول اخلاقياتهم.

ثم انتقل بعد ذلك إلى تحديد 6 اخلاقيات يرحبها :

- الشفافية **Ethic of Trasparency**: حيث نعتقد إن القراء لهم الحق في معرفة المدونين ومدركاتهم للحكم على ما يقولون.

- الحوار **Ethic of Conversation**: لان الحوار هو الذي يؤدي إلى مزيد من الفهم.

- الانسانية **Ethic of Humanity**: حيث إن المدونات تهتم بالبعد الانساني بينما تهتم الوسائل التقليدية بالبعد المؤسسي⁶

-الربط **Ethic of Link**: حيث تعتبر المهمة الاساسية للمدونين هو ربط القراء بالأصوات الاخرى ومواد المصدر للحكم بأنفسهم

التصحيح **Ethic of correction**: ان الاهم هو تصحيح الاخطاء سريعا وبوضوح

الحالية **Ethic of Immediacy**: لأن المعلومات الافضل هي تنتشر بسرعة

وفي مقال اخر يرى جى. دي. لاسيكا J.D lasica أن المدونين والصحفيين المحترفين لا تحكمهم نفس القواعد، بينا تركز الموثيق الاخلاقية للمحترفين **Ethics Cods** على تجنب تعارض المصالح والاهتمامات مع ما يكتبه سواء كان ذلك حقيقة أو وفق ادراكه. وكذلك تجنب المشاركات والانشطة التي يمكن إن تحطم المصداقية، ورفض الهدايا والمنح

والمقابل **Fees** أو الرحلات المجانية أو المعاملة الخاصة اذا كانت تتعارض مع استقامة الصحف، كما يجب على الصحفيين المحترفين رفض المعاملات المحايدة للمعلنين أو اصحاب الاهتمامات الخاصة، ومقاومة ضغوطهم للتأثير على التغطية الاخبارية، مع الحذر من المصادر التي تقدم الاخبار بمنح أو نقود. فانه بالإضافة إلى ذلك فان عالم المدونات يقوم على المعايير والعادات التي يشعر انها مقبولة من المجتمع. وعلى الرغم من ان المدونين ليس لديهم قواعد مكتوبة الا إن لديهم معتقدات عامة ومبادئ يجب التمسك بها ومنها: (J.D.lasica 2005)

-الكشف عن الدوافع والافعال

⁶ محمد عبد الحميد: نفس المرجع،ص،188

-الشفافية

-الاعتبارات المالية تعتبر القاعدة الذهبية في عالم المدونات

-اتبع عواطفك في الموضوعات التي تهتم بها أكثر

-كن امنيا واكتب ما تعتقده

- ثق في قرائك لتكوين احكامهم واستخلاصاتهم

- السمعة هي المبدأ الأهم في العالم الفضائي، ركز على استقلالك وكمالك، وتذكر إن افتقاد الثقة يصعب استعادتها.⁷

وفي دراسة مسحية دولية للمدونين قامت بها كلية الاتصالات والمعلومات بجامعة نانيانج بسنغافورة ونشرت 2005 شملت العديد من الاسئلة للكشف عن الاختلافات بين المدونات الشخصية **personal** وغير الشخصية **Non personal** في عدة مجالات منها المعايير الاخلاقية انتهت الدراسة إلى كلا منهما يرى انه ليست هناك حاجة قوية لكود اخلاقيات التدوين، وسيصبح ذات قيمة اذا ما وجدوا انهم في حاجة قوية له. واقترحت الدراسة أسس اخلاقية تم دراسة ارتباطها بالمدونات الشخصية وغير الشخصية وهي:-

الصدق(قول الحقيقة) **Truth telling**

المسؤولية **accountability**

الكشف عن الغزو الانتساب **attribution**

تخفيف الضرر **Minimizaing harm**

وانتهت الدراسة إلى إن العلاقة الارتباطية بين هذه المعتقدات الاخلاقية والممارسات ضعيفة وغير دالة في النوعين من المدونات . **etal 2005 Anoty Koc** ويرى تيموثي بوردو **T.boudreau** ان عالم المدونات يصحح ذاته وأكثر استعداد في ذلك عن وسائل الاعلام السائدة في تصحيح أخطائها .وان المدونين قد يتظاهرون أو يدعون الموضوعية ،ولكنهم في

⁷ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص، 189

نفس الوقت واعين بتحيزهم أكثر من العاملين في وسائل الاعلام التقليدية. وان انفتاحهم وارتباطهم بالمدونات هو ميل حر وطبيعة إبداعيه .

ويركز بورديو على بعض الارشادات التي تتمثل في الاتي: T.bourdeau2006

- تجنب تعارض الاهتمامات مع ما تكتب
- كن لطيفا وتميز بالكياسة
- الحرص على علاقات الاهتمام المتبادل
- الشفافية وتجنب الكتابات المجهلة
- التمسك بنفس المعايير التي تطلب من وسائل الاعلام السائدة
- استجابة متعمقة في التفكير عند الرد على التعليقات⁸
- المدون الافضل يتمسك بالأفضل في الصحافة مثل الاستقلال، والتعاطف.

وهذه الارشادات التي تتسم بالصياغة الاولية تعكس خبرات المدونين ورؤيتهم نحو ما يجب إن يتمسكوا به عند الكتابة والعرض في المدونات، وهي لم تغفل كسابقتها اهمية الشفافية والاعلان عن تعارض الاهتمامات كسبا لثقة القارئ وتأكيدا لمصداقية المدونات والمدونين بالإضافة إلى انها وضعت في اعتبارها اهمية التمسك بنفس المعايير التي تطلب من وسائل الاعلام السائدة والمحترفين فيها.

ومن خلال تناول خصائص المدونات التي تتسم بالرقمي يرى توني هنج إن هناك قواعد ضرورية وراء انشاء هذه المدونات واستمرارها مثل: (2007T. Hung).

- الشفافية **transparency**: حيث انه لا يجب إن تترك المدونات الكبرى سؤالا حول دوافعها، بمعنى عدم وجود مصلحة أو منفعة تدور حولها المدونة، وان القراء فقط هم المستهدفون لها وان كبرى المدونات تسعى إلى ثقة القراء في كتاباتها آرائهم، ارتباطهم، ولذلك فانهم لا يجب إن يغفل المدونون تقديم انفسهم والسبب وراء انشاء المدونات والكتابة فيها.

⁸ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص، 191

-الموثوقية **Authenticity** فالمدونات الكبرى هي التي تبدأ بالحقيقة، تغطي التفاصيل والمعلومات الخاصة بالطريقة التي يستطيعها ناشر المدونة. الموثوقية ترتبط بالقدرة على توصيل الخبرة الفريدة التي تفتن القارئ **Uniquely Fascinating** وكونها خبرة متفردة وتظهر في كم العناصر التي تشير إلى ذلك على المدونة مثل الشعار **logo** أو التصميم المتفرد.

- الاستقامة والثبات **Integrity**: وتعنى الوقوف على القيم والتمسك بها في المواقف إلى درجة المخاطرة بالا تكون محبوبا، أو تشعر بانه ليس هناك من يقرأ المدونة، وما لا نتمسك به، أو حدود ما يمكن إن تجامل به. المهم الثبات على المبدأ والقيمة والتمسك بها.

وذلك بالإضافة إلى خصائص اخرى ترتبط بالكتابة ومستوى الحماس إلى موضوعات بعينها والتي تعكس الهوى أو الوله **passion** بالكتابة في موضوعات معينة ويطلق عليها **xfactor** لأنها غير واضحة للغير وترتبط بالكاتب نفسه، وتجعله يفكر بعمق وينتظر طويلا لكتابة وجهة نظر يقولها مثلا، وهي التي تقود إلى ما هو حديث ومتعمق في الاهتمام والكتابة.

وكذلك المشاركة مع مدونات اخرى والارتباط بها **Engagement** حيث تحتاج المدونات إلى النمو عضويا بنمو العلاقات والمناقشات المنظمة حول الافكار لتكون قوية واكثر انتشار.

ومن الدراسات التي ركزت اهتمامها على اخلاقيات التدوين دراسة مارتين كون (M.Kuhn) التي اقترحت كودا خاصا لأخلاقيات التدوين من خلال البحث في الادبيات ذات العلاقة من جانب ورؤية عالم المدونات في هذا المجال. لتقدم كودا مقترحا لأخلاقيات التدوين والمدونين. وقدمت الدراسة إلى مؤتمر مصداقية الصحافة والتدوين الذي عقد بكلية القانون جامعة هارفارد في 2005/06/21 وهذه الدراسة نجد صدى لها في معظم ما كتب بعد ذلك من مقالات أو رؤى خاصة باقتراح ميثاق اخلاقي للتدوين والمدونين. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي ساهمت في رصد الكود المقترح لأخلاقيات التدوين **Blogging Ethics (P.C.B.E Proposal Code of**

وتشير الدراسة إلى إن القيم الهامة للمدونين هي :

- الشفافية **transparency**

- المسؤولية **accountability**

- تخفيف الضرر **Minimizaing harm**
 - حرية التعبير **free Expression**
 - الصدق الواقعي **factual Truth**
 - اتباع الاصول المرعية **Etiquette**
 - التسلية **entertainment**
 - التدوين المنتظم **Regular Posting**
 - استخدام الاكثر جودة **Serve the Greater Good**
 - الترويج والتنشيط التفاعلية **Promote Interactivity**⁹
- واحتلت قيم الصدق والشفافية وتخفيف الضرر وحرية التعبير واتباع الاصول المرعية اعلاها
بينما احتلت قيمة المسؤولية الترتيب الثالث بعد الصدق ثم الشفافية وتخفيف الضرر وحرية
التعبير واتباع الاصول المرعية الترتيب الثاني.
- وترى الدراسة إن المدونين يجب عليهم أن:
- يدونوا بناء على الاسس المنظمة.
 - ليس هناك واجبات دائمة في التدوين.
 - التسلية
 - الثقة في الروابط عند استخدام مدونات اخرى.
 - الامانة في عرض الآراء.
 - الكشف عن التحيز السياسي أو العقائدي.
 - العمل على سهولة قراءة المدونة.
 - التصحيح اذا ما كانت هناك اخطاء في الكتابات.

⁹ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص 193

- المشاركة النشطة في عالم المدونات.
- وفي نفس الوقت يجب أن يمتنعوا عن:
- ازالة أو مسح الكتابات (التدوينات)
- الكذب أو المبالغة أو التهويل وكذلك المعلومات المغلوطة .
- انتهاك حرمة القانون أو انتهاك آراء الغير .
- ازعاج الناس .
- الكتابات غير المدعمة بالحقائق.
- الكشف عن شخصية المدونين أو المراسلين المجهولة علانية.¹⁰

وتقارن الدراسة بين القيم الاخلاقية المشتقة من ادبيات 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. على الرغم مما يظهر في الاختلاف في الترتيب بينهما، أو الاختلاف في وجود أو غياب قيم ما في ايهما مقارنة بالآخر.

فالقيم المشتقة من الادبيات والدراسات السابقة تمثلت فيما يلي:

- تجنب الخداع
- زيادة الشفافية
- الكشف عن الشخصية
- تدعيم المساواة
- تأكيد الاعتبارات الانسانية
- دعم المجتمع

¹⁰ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص 195

- المسؤولية عن محتوى الرسائل.
 - توثيق كل المصادر.
 - الحصول على التصريح قبل بناء الوصلات والروابط.
 - اما القيم التي تم التوصل اليها من المسح - و اشار اليه الكاتب بعالم المدونات - فقد تم ترتيبها على الوجه التالي:
 - زيادة الشفافية.
 - المسؤولية عن محتوى الرسائل.
 - النضال من اجل الوقائع الحقيقية.
 - تخفيف الضرر عن الاخرين.
 - حماية حرية التعبير.
 - تقدير اصول و بروتوكولات المدونات.
 - كن مسليا.
 - دعم التفاعلية .
 - التدوين بانتظام.
- وحيث إن هدف الدراسة لم يكن تفسير اسباب الاتفاق أو الاختلاف وانما العرض المقارن فقط لأغراض الافادة من المصدرين. فقد اكتفى الباحث بالعرض فقط، واقترح كودا خاصا بأخلاقيات التدوين والحقه بكود آخر للمدونين.
- الكود المقترح لأخلاقيات التدوين:
- دعم حرية التعبير بالتدوين بناء على اسس منظمة مثلما تزور أو تدون على مواقع اخرى في مجتمع المدونات.

وتجنب وضع القيود لإتاحة مدونتك لأفراد أو جماعات معينة، ولا تلغى رسائل أو تعليقات ما دامت د ارسلت.

- كن واضحا بقدر الامكان -صريحاً- بالكشف عن الانتماء الشخصي الذي قد يؤثر في الآراء التي تعبر عنها في مدونتك.

- التأكيد على العوامل الانسانية في التدوين. بالكشف عن شخصيتك وابرازها فيما ترى انه صوابا. وتأكيد المساواة بعدم وضع القيود على اشخاص أو جماعات من المستخدمين لمدونتك. وتخفيف الضرر عن الاخرين فيما تنشره من معلومات. وساعد على انشاء مجتمع مميز من خلال رابط مدونتك بالآخرين، ودعم قائمة المدونات لتشجيع الزوار لمدونتك لزيارة الاخرين، مع تسهيل بناء العلاقة مع قرائك.¹¹

- ناضل من اجل الوقائع الحقيقية، ولا تخدع القراء. وكن مسؤولا عن المعلومات التي تدونها على الموقع، واربط كل رسالة بكل المصادر المرجعية، مع تامين التصريح بالربط مثل القيام به مع مدونات اخرى أو محتوى آخر على الويب.

- دعم التفاعلية بالتدوين المنتظم، مع مراعاة الاصول والبروتوكولات والسياسات الخاصة بالمدونات التي ترسل اليها رسائل وتزورها. وابذل الجهد لتكون مسليا وظريفا ما فيه الكفاية لتشجيع اعادة الزيارة لموقعك.

ويخلص الكود الاخلاقي للتدوين فيما يلي:

- دعم حرية التعبير

- الوضوح بقدر الامكان فيما يتعلق بالتحيز والانتماء الشخصي.

- التأكيد على العوامل الانسانية

* الكشف عن الشخصية

* دعم المساوات في مجتمع المدونات

* تخفيف الضرر عن الاخرين

¹¹ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص، 197

- * دعم البناء الاجتماعي.
- الاسبقية للوقائع الحقيقية.
- * عدم خداع القراء
- * المسؤولية عن المعلومات التي تدون على المدونة.
- * الربط مع كل المصادر.
- * تامين التصريح بالربط قبل بنائه مع المدونات الاخرى ومحتوى الويب.
- دعم التفاعلية.
- * التدوين بناء على اسس منتظمة.¹²
- * احترام الاصول والبروتوكولات الخاصة بالمدونات.
- * كن ظريفا ومسلما.
- كود أخلاقيات المدونين:
- كن امينا ومحايدا في جميع المعلومات، وكتابة التقارير، وتفسير المعلومات.
- عدم انتحال اراء الغير.
- التعرف على المصادر والارتباط اينما تكون ذات جدوى. فالناس ترتبط بالمعلومات كلما كانت صادرة من مصادر موثوق بها.
- الاهتمام بالمداخلات، والاقتباسات والعناوين والصور، وكل صور المحتوى الاخرى التي تزيد من تمثيل الموضوع، وبما يلقي الضوء على السياق.
- عدم تحريف محتوى الصور بدون الكشف عن معالم التغيير، واذا كانت هناك معلومات استفهامية، اجعلها واضحة حتى لا تثير الشكوك.

¹² محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص، ص 197 - 198

- التفرقة بين التأييد **Advocacy** والتعليقات والمعلومات الحقيقية. وكل كتابات التأييد أو التعليقات لا يجب إن تغفل الحقائق أو السياق.

- تخفيف الضرر. مع ضرورات التعامل مع المصادر والمفردات كانسان بما يستحقه من احترام.

- ويجب على المدونين:

* التعامل بشفقة مع هؤلاء الذين ربما يتأثرون بخصوصية من محتوى المدونة، واستخدام حساسية خاصة فيما يخص الاطفال والمصادر أو الافراد غير الخبيرة.

* كن حساسا عندما تبحث أو تستخدم المقابلة أو الصور لهؤلاء الذين يتأثرون بالدراما والمواقف الصعبة.

* اعرف إن جمع المعلومات والتقارير ربما يسبب ضررا أو قلقا. مطاردة المعلومات ليست رخصة للتعالي أو الغطسة.

* اعرف إن خاصة الناس لهم حق كبير لضبط المعلومات حوهم عن العامة، وكذلك من يبحثون عن القوة أو التأثير أو الانتباه. وتجاهل الحاجات العامة التي يمكن إن تدفع إلى اقتحام خصوصية اي فرد.

* كن حذرا في تعريف الحدث المشبوه، وضحايا جرائم الجنس، والمجرمين المشتبه فيهم قبل المحاكمة.

- كن مسؤولا:

* تجنب الاخطاء وصححها سريعا .

* اشرح مهمة المدونة، وادع إلى حوار مع الناس حول محتواها والمدونين.

* اكشف عن تباين الاهتمامات والولاءات والانتسابات والانشطة، والاجندات الشخصية.

* تنكر للمعاملة المتحيزة للمعلنين واصحاب الاهتمامات الخاصة، وقاوم ضغوطهم للتأثير في المحتوى، واكشفهم للقراء.

* كن حذرا مع المصادر التي تقدم معلومات متحيزة، وعندما تقبل مثل هذه المعلومات اكشف التحيز فيها.

* عند عرض اي ممارسات غير اخلاقية للمدونات الاخرى، واجه بنفس المعايير من يتمسكون بغيرها.¹³

¹³ محمد عبد الحميد: نفس المرجع، ص، ص 199-200

الإطار التطبيقي

الفصل الأول: طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لطبيعة الوسائط

الفصل الثاني: التعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الثالث: توسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الرابع: الروابط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

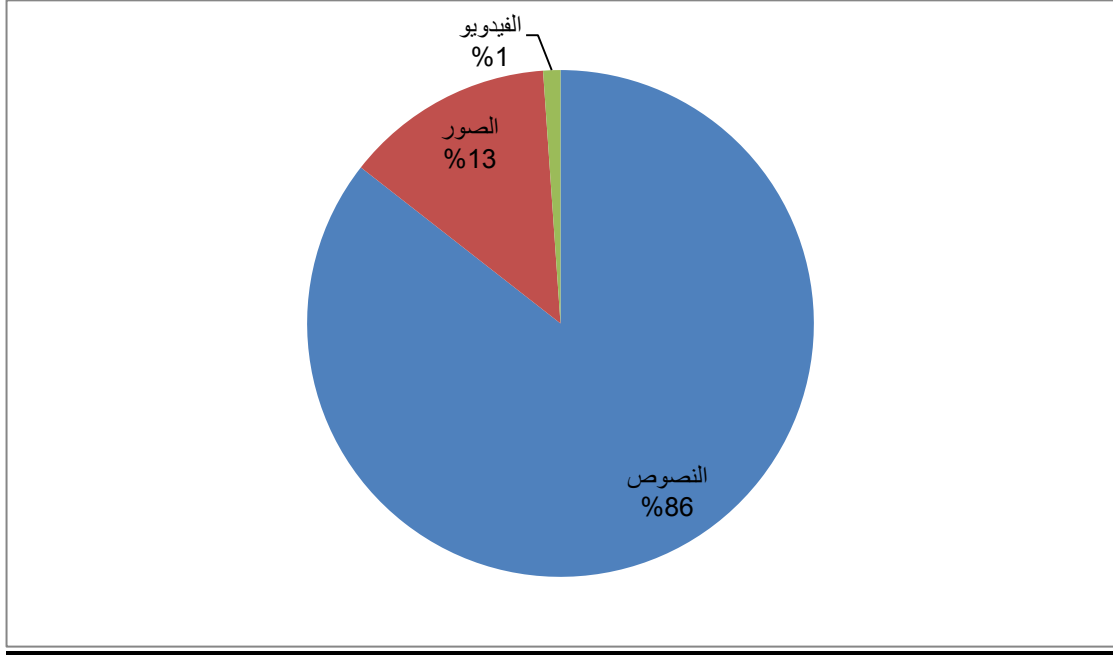
المبحث الثاني: التحليل الكيفي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الأول: طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست

المجموع	وسائط متعددة						مجتمع البحث
	الفيديو		الصور		النصوص		
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
14	%25	1	%5.88	1	%12.84	14	حكم بابا
15	%50	2	%64.71	11	%13.76	15	حسين يونيس
14	%25	1	%0	0	%12.84	14	أسعد طه
6	%0	0	%29.41	5	%5.5	6	زكريا محمد
13	%0	0	%0	0	%11.93	13	سهى جاد
11	%0	0	%0	0	%10.1	11	وفاء نزيه
4	%0	0	%0	0	%3.67	4	منجي باكير
6	%0	0	%0	0	%5.5	6	سامية انور
9	%0	0	%0	0	%8.25	9	بشر يونيس
9	%0	0	%0	0	%8.25	9	نور الملاح
4	%0	0	%0	0	%3.67	4	خولة عربي
4	%0	0	%0	0	%3.67	4	عماد غانم
109	%100	4	%100	17	%9.98	109	المجموع

الجدول رقم 1: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست



• شكل رقم (01) يمثل دائرة نسبية لتوضيح الوسائط المتعددة

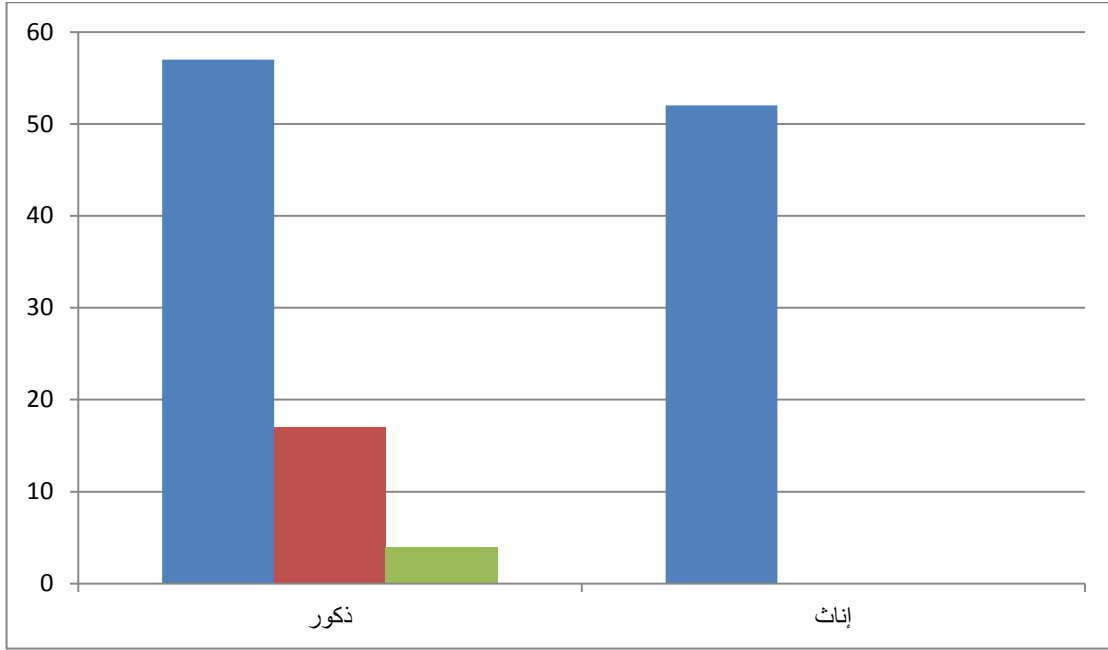
2- علاقة الجنس بطبيعة الوسائط

1-2 التحليل الكمي لعلاقة طبيعة الوسائط بالجنس

المجموع	الوسائط المتعددة			الجنس
	الفيديو	الصور	النصوص	
21	4	17	57	الذكور
0	0	0	52	الأنثى
21	4	17	109	

الجدول رقم 2: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون

بوست



شكل رقم (02) أعمدة بيانية للوسائط المتعددة مع الجنسين

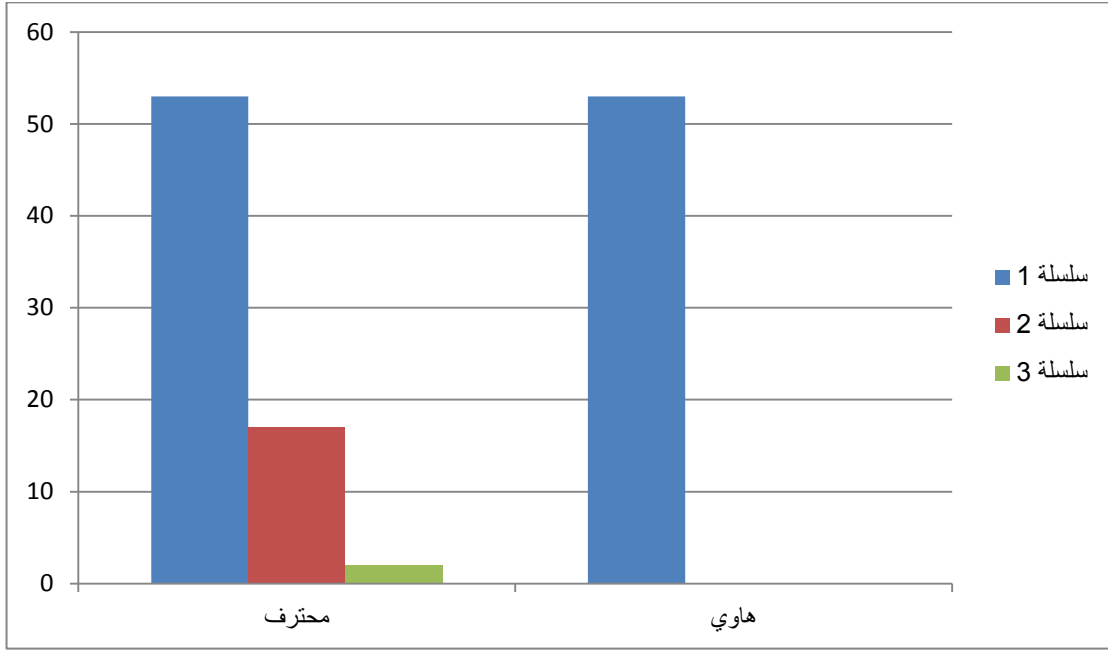
3- علاقة الاحتراف بطبيعة الوسائط

3-1 التحليل الكمي لعلاقة متغير الاحتراف بطبيعة الوسائط

المجموع	الوسائط المتعددة			الإحتراف
	الفيديو	الصور	النصوص	
21	4	17	35	محترف
0	0	0	53	هاوي
109	4	17	88	

الجدول رقم 3: التحليل الكمي لعلاقة متغير الاحتراف بمتغير الوسائط في مدونات هافينغتون

بوست



شكل بياني رقم (3) لتمثيل الوسائط المتعددة

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لطبيعة الوسائط في مدونات الهاف بوست

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المدونة رقم واحد تمثل نسبة 12.84% من جميع الإدراجات النصية في حين تمثل الإدراجات المصورة 5.88% في حين تمثل إدراجات الفيديو 25% بينما تمثل الإدراجات النصية المدونة رقم اثنين 13.76% بينما تبلغ نسبة الإدراجات المصور 64.71% أما إدراجات فيديو 50% من جميع إدراجات الفيديو في جميع المدونات كما تبلغ نسبة الإدراجات النصية في المدونة الثالثة 12.84% أما نسبة الإدراجات المصورة فتمثل نسبة 0% وهو ما يعني عدم وجود إدراجات مصورة المدونة الرابعة فتمثل نسبة الإدراجات النصية فيها نسبة 5.5% مقابل نسبة المصورة 29.41% مقابل 0% في الإدراجات التي على شكل فيديو كما تمثل الإدراجات النصية في المدونة الخامسة 10.1% في حين لا توجد إي إدراجات مصورة أو فيديو مقابل 9.91% من الإدراجات النصية في المدونة السادسة التي لا توجد بها أي إدراجات في شكل صور أو فيديوهات في أن المدونة السابعة تبلغ نسبة الإدراجات النصية بها 3.67% مقابل انعدام الإدراجات المصورة أو الفيديوهات في حين

أن المدونة الثامنة تصل بها الإدراجات النصية 5.5% بينما لا تحتوي على أي إدراج مصور أو فيديو بينما التاسعة والعاشره تتساويان في الإدراجات النصية ب 8.25% بينما لا تحتويان على أي إدراجات مصورة أو فيديو وهي نفس الحالة التي تنطبق على المدونتين الحادية عشرة والثانية عشرة بنسبة إدراجات نصية متساوية ب 3.67% لكل منهما مع انعدم وجود أي إدراجات مصور أو فيديوها.

مما يلاحظ في هذ المدونات هو كثرة اعتمادها على الإدراجات النصية أكثر من نظيراتها المصورة أو التي على شكل فيديو.

من خلال الجدول التالي الذي يدرس العلاقة ما بين استخدام الوسائط المتعددة مع النصوص المدرجة في هذه المدونات حيث تظهر المعطيات أن الذكور استخدموا هذه الخصائص 21 مرة في إدراجاتهم من ضمن 57 إدراج وهو ما يمثل 36.84% من مجموع الإدراجات إذ ظهرت الصور 17 مرة 80.95% من أصل مجموع الوسائط في حين ظهرت خاصية الفيديو 4مرات وهو ما يمثل 19.04% من الوسائط في حين لم تظهر هذه الخصائص لدى الإناث في أي إدراج وهو ما يعني عدم استخدامهم لها.

تبين المعطيات التي لدينا في الجدول أعلاه أن 40% من المدونات التي يديرها محترفون يستخدمون خاصية الوسائط المتعددة إذ من مجموع الإدراجات الكلي بلغت هذه النسبة 19.26% وهو ما يمثل 21 إدراج ظهرت فيه هذه الخصائص مما يظهر أن هذه الخصائص لا تستخدم كثيرا من قبل المدونين كما النسبة العامة من المجموع الكلي للمدونين الذين يستخدمونها لا تتعدى 25% وهو ما قد يكون له الأثر البالغ على انخفاض هذه الخاصية.

الفصل الثاني: طبيعة التعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

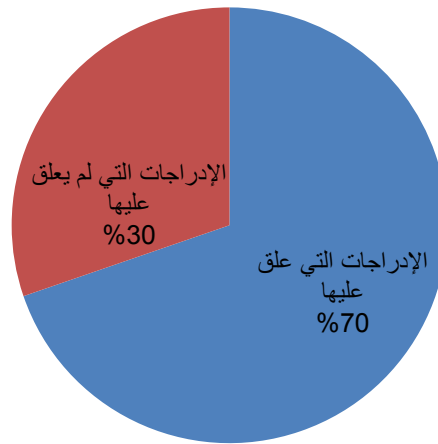
مجتمع البحث	التعليقات			
	لم يعلق عليها		علق عليه	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
المجموع				

الإطار التطبيقي

14	%6.06	2	%15.79	12	<u>حكم بابا</u>
15	%3.03	1	%18.42	14	<u>حسين</u> <u>يونس</u>
14	%6.06	2	%15.79	12	<u>أسعد طه</u>
6	%6.06	2	%5.27	4	<u>زكريا</u> <u>محمد</u>
11	%12.12	4	%11.84	9	<u>سهى</u> <u>جاد</u>
13	%12.12	4	%9.21	7	<u>وفاء</u> <u>نزيه</u>
4	%12.12	4	%0	0	<u>منجى</u> <u>باكير</u>
6	%15.15	5	%1.32	1	<u>سامية</u> <u>انور</u>
9	%3.03	1	%10.53	8	<u>يثرى</u> <u>يونس</u>
9	%6.06	2	%9.21	7	<u>نور</u> <u>الملاح</u>
4	%12.12	4	%0	0	<u>خولة</u> <u>عربيبي</u>
4	%6.06	2	%2.63	2	<u>عماد</u> <u>غانم</u>
109	%99.99	33		76	المجموع

الجدول رقم 4: التحليل الكمي لطبيعة التعليقات في مدونات هافينغتون بوست

دائرة نسبية للمواضيع المتعلقة عليها والتي لم يعلق عليها

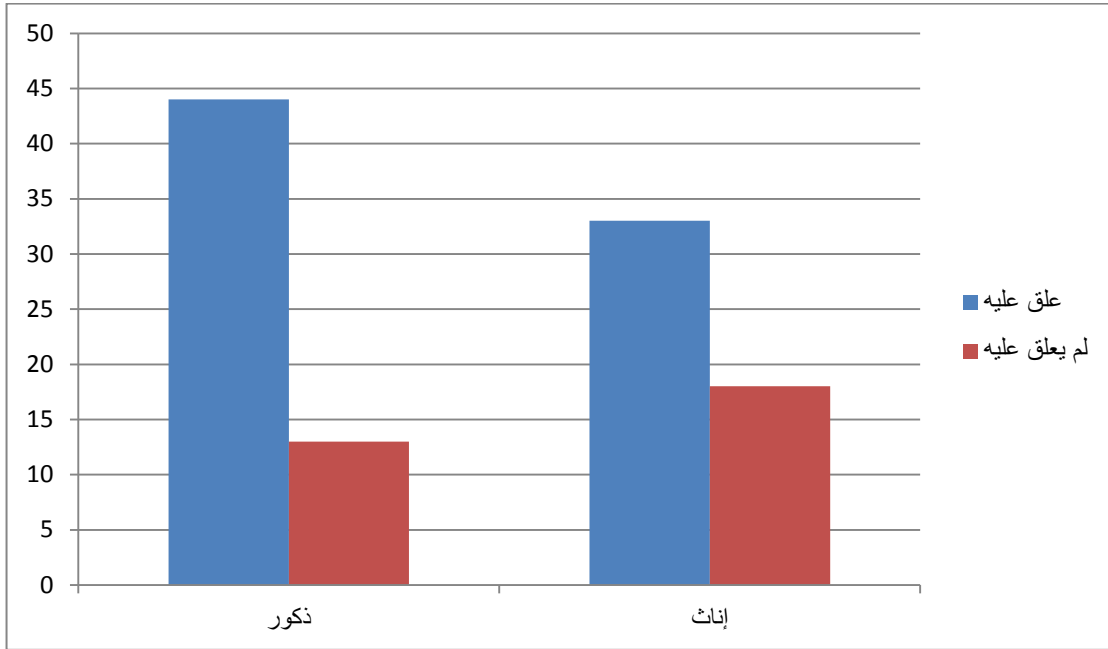


5- علاقة الجنس بطبيعة التعليق

5-1 التحليل الكمي لعلاقة الجنس بطبيعة التعليقات

المجموع	عدد الإدراجات التي علق لدى الجنسين		
	لم يعلق عليه	علق عليه	
57	13	44	الذكور
52	18	34	إناث
109	31	78	المجموع

الجدول رقم 5: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير التعليق



شكل رقم (5) التي علق عليها لدى الجنسين

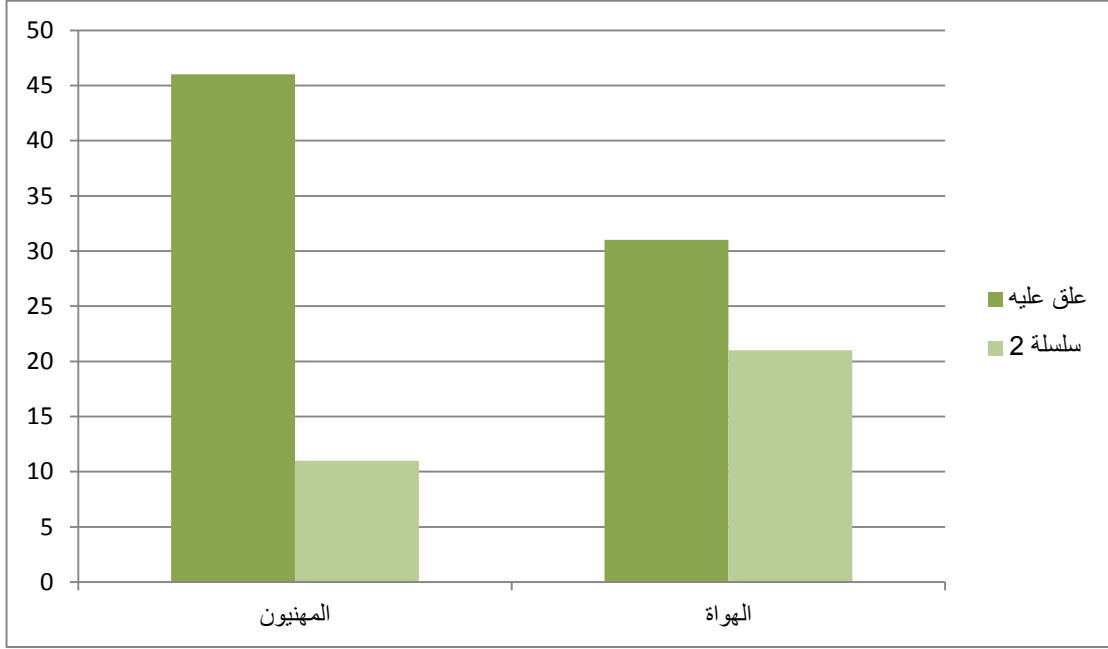
6- علاقة الاحتراف بطبيعة التعليق

6-1 التحليل الكمي لعلاقة الاحتراف بطبيعة التعليقات

المجموع	عدد الإدراجات التي علق لدى الجنسين		
	لم يعلق عليه	علق عليه	
57	11	46	المهنيون
52	21	31	الهواة

109	33	76	المجموع
-----	----	----	---------

الجدول رقم 6: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير الإحتراف



شكل بياني رقم (6) لعلاقة الاحتراف بالتعليق

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

يتبين لنا من خلال البيانات المدرجة في الجدول أن 12 إدراج تم تعلق عليه في مدونة حكم الباب وهو ما يمثل 15.79% بينما هناك إدراجين لم يتم التعليق عليهم وهو ما يمثل 6.06% بينما تمثل نسبة ما تم التعليق عليه في مدونة أسعد طه 18.42% وهو ما يقدر ب 14 إدراج في حين أن هناك إدراجين لم يتم التعليق عليهم وهو ما يمثل 3.03% في حين تم على 18.42% من إدراجات المدونة مقابل مدونة حسين يونس 3.03% لم يعلق اما في مدونة زكريا علي محمد فقد تم التعليق على 5.27% من مجموع الإدراجات مقابل 6.06% لم يعلق عليه في حين لم يعلق إلا على 11.84% من إدراجات المدونة سهى جاد مقابل 12.12% لم يعلق عليه أما في مدونة وفاء نزيه فقد تم التعليق على 9.21% مقابل 12.12% لم يعلق عليها القراء بينما في مدونة منجي باكير الإدراجات التي تم تعليق عليها 0% مقابل 12.12% أم الإدراجات التي تم التعليق عليها في مدونة سامية أنور دنون فتمثل

نسبة 1.32% مقابل 15.15% لم يعلق عليها القراء اما ما تم التعليق عليه في مدونة يشرب يونس 10.53% من مجموع الإدراجات مقابل 3.03% لم يعلق عليها في حين هناك 9.21% علق عليه القراء في مدونة نور الملاح مقابل 6.06% أما لدى المدونة خولة غريبي فإن ما تم التعليق عيه يمثل 0% بينما هناك 12.12% لم يعلق عليها مقابل أما لدى المدون عماد غانم فكانت نسبة المعلقين على إدراجه تبلغ 2.63% مقابل 6.06% وهو ما يوضح أن نسبة من يعاقون على هذه الإدراجات يفوق بكثير نسبة من لا يعلقون من القراء وهو ما يعني تفاعل هؤلاء القراء مع أصحاب هذه المدونات.

من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه الموضح لنسب الإدراجات التي تم التعليق والتي تدرس المقارنة ما بين إدراجات الذكور والإناث في عدد إذ نستنتج أن الذكور دائما لديهم تفوق نسب معينة على حيث أن إدراجات الذكور تلقى تفاعل أكثر من قبل القراء أكثر من إدراجات النساء فمعدل التعليقات لدى الذكور يمثل 57.89% من مجموع التعليقات المدرجة بينما معدل التعليقات لدى الإناث يمثل 42.10% من مجموع التعليقات المدرجة في مدونات الهاف بوست.

نستنتج من التحليل للجدول رقم 10 الذي يبين تكرارات فئة التعليق مع الاحترافية يتضح لنا أن أصحاب المدونات المحترفون المقدر عددهم بخمس وهو ما يقدر ب 41.66% من مجتمع البحث المدروس كما تمثل إدراجاتهم التي علق 59.21% أي أكثر من نصف الإدراجات التي علق عليها وهو ما يعني أن القراء يتفاعلون مع المهنيين بصفة أكبر من الهواة.

الفصل الثالث: طبيعة التوسيم في مدونات هافينغتون بوست

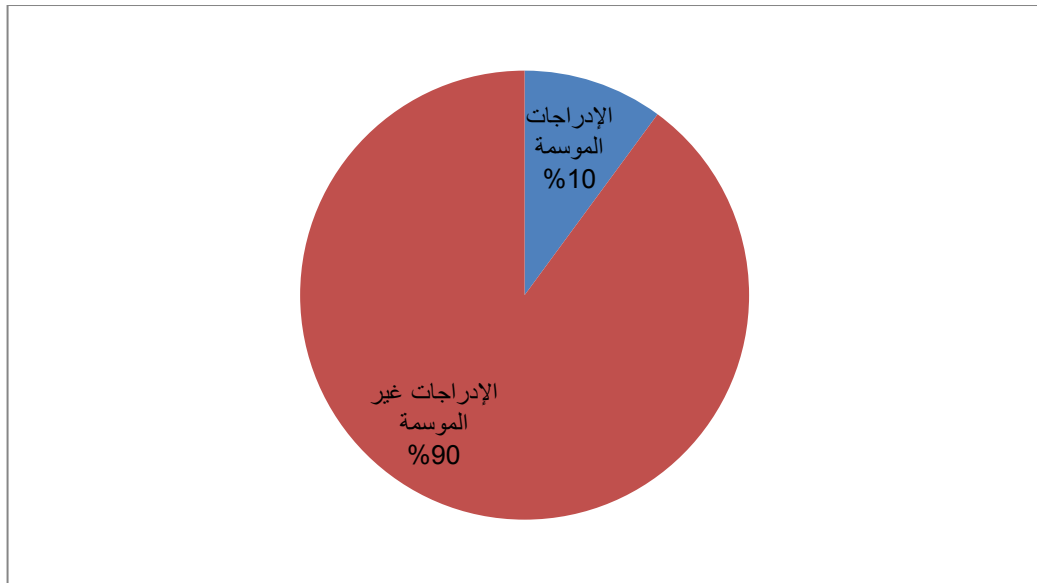
المبحث الأول: التحليل الكمي لتوسيم المحتويات

مجتمع البحث	التوسيم			
	موسمه		غير موسمه	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
<u>حكم بابا</u>	0	0%	14	14.98%
المجموع				
				14

الإطار التطبيقي

15	%5.10	5	%90	10	<u>حسين يونس</u>
14	%13.26	13	%10	1	<u>أسعد طه</u>
6	%6.12	6	%0	0	<u>زكريا محمد</u>
13	%13.26	13	%0	0	<u>سهى جاد</u>
11	%11.22	11	%0	0	<u>وفاء نزيه</u>
4	%4.08	4	%0	0	<u>منجى باكير</u>
6	%6.12	6	%0	0	<u>سامية انور</u>
9	%9.18	9	%0	0	<u>يثرى يونس</u>
9	%9.18	9	%0	0	<u>نور الملاح</u>
4	%4.08	4	%0	0	<u>خولة غريبى</u>
4	%4.08	4	%0	0	<u>عماد غانم</u>
109	%100	98	%100	11	

الجدول رقم 7: التحليل الكمي لطبيعة الوسوم في مدونات هافينغتون بوست



دائرة نسبية رقم (7) للإدراجات الموسمية وغير الموسمية

8- علاقة الجنس بطبيعة التوسيم

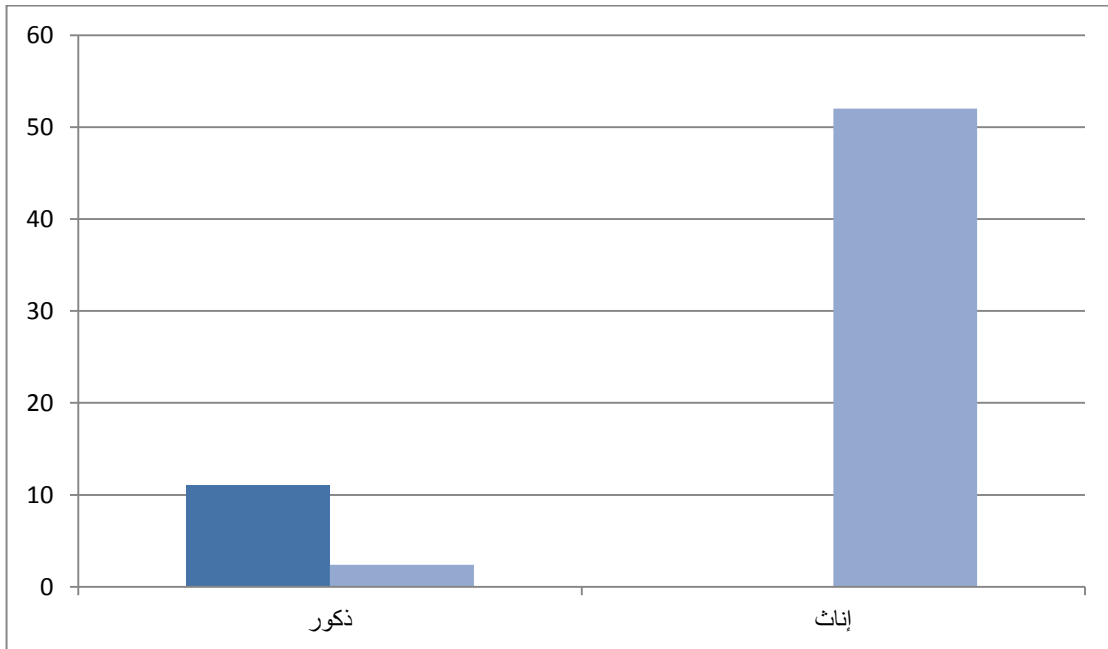
8-1 التحليل الكمي لعلاقة الجنس بطبيعة التوسيم

عدد الإدراجات الموسمية لدى الجنسين	
------------------------------------	--

الإطار التطبيقي

المجموع	غير الموسمة	الموسمة	الجنس
57	46	11	الذكور
52	52	0	إناث
109	98	11	المجموع

الجدول رقم 8: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير التوسيم



شكل بياني رقم (8) للإدراجات الموسمة وغير الموسمة لدى الجنسين

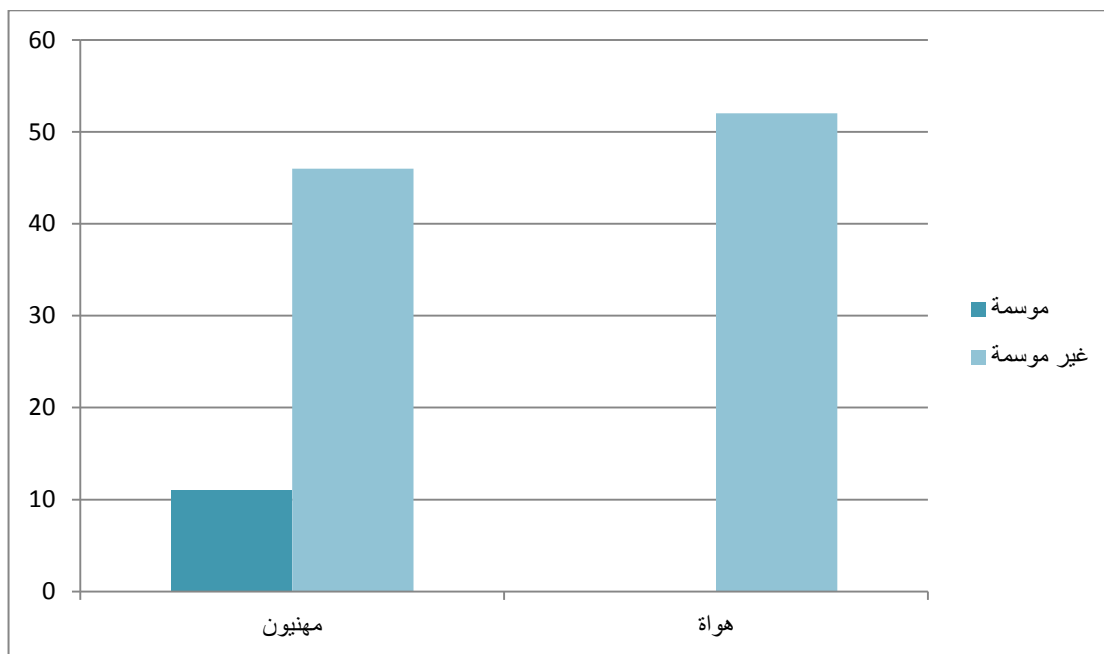
- علاقة الجنس بطبيعة الإحتراف

1-5 التحليل الكمي لعلاقة الجنس بطبيعة الاحتراف

المجموع	التوسيم		الإحتراف
	غير موسمة	موسمة	
57	45	11	المهنيون

52	53	0	الهواة
109	88	11	المجموع

الجدول رقم 9: التحليل الكمي لعلاقة التوسيم الجنس بمتغير الإحتراف



المبحث الثاني: التحليل الكيفي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

يتبين لنا من خلال الجدول أن مدونة حكم البابا لا يوجد بها أي إدراجات موسمة بينما تبلغ نسبة الإدراجات غير الموسمة 14.98% بينما بلغت نسبة الإدراجات الموسمة في مدونة حسين يونس 90% من جميع الإدراجات الموسمة مقابل 5.10% من الإدراجات غير الموسمة بينما بلغت الإدراجات الموسمة في أسعد طه 10% مقابل 13.26% بينما نلاحظ أن أغلب المدونات المتبقية لا تحتوي أي إدراجات موسمة.

من خلال القراءة البسيطة لهذا الجدول الذي يدرس مدى استخدام الجنسين لخاصية التوسيم التي تعتبر اليوم من أهم التدوين يبدو واضحاً أن الإناث لا يستخدمون هذه الخاصية لأي غرض ولا بأي نسبة مئوية أما لدى الصنف الأخر الذكور فظهرت هذه الخاصية لكن في

مدونتين فقط من أصل 33% من مجموع مدونات الذكور وهو ما يدفعنا أن إلى القول أن خاصية التوسيم كانت عند الرجال بنسبة 100% بينما لدى الإناث 0%.
تبعاً للتحليل الكمي للجدول تظهر المعطيات أن المدونون المهنيين فقط هم من يستخدم خاصية التوسيم في إدراجاتهم ويقتصر هذا فقط على اثنين من أصل خمس مدونين محترفين إذ لا تمثل هذه النسبة إلا 3.66% من أصل كل المدونين كما لا تمثل إلا 40% من المدونين المحترفين وهو ما يدل على عدم استخدام هذه الخاصية كونها الوسائل التكنولوجية الأبرز في المدونات.

الفصل الرابع: طبيعة الروابط الفائقة في مدونات هافينغتون بوست

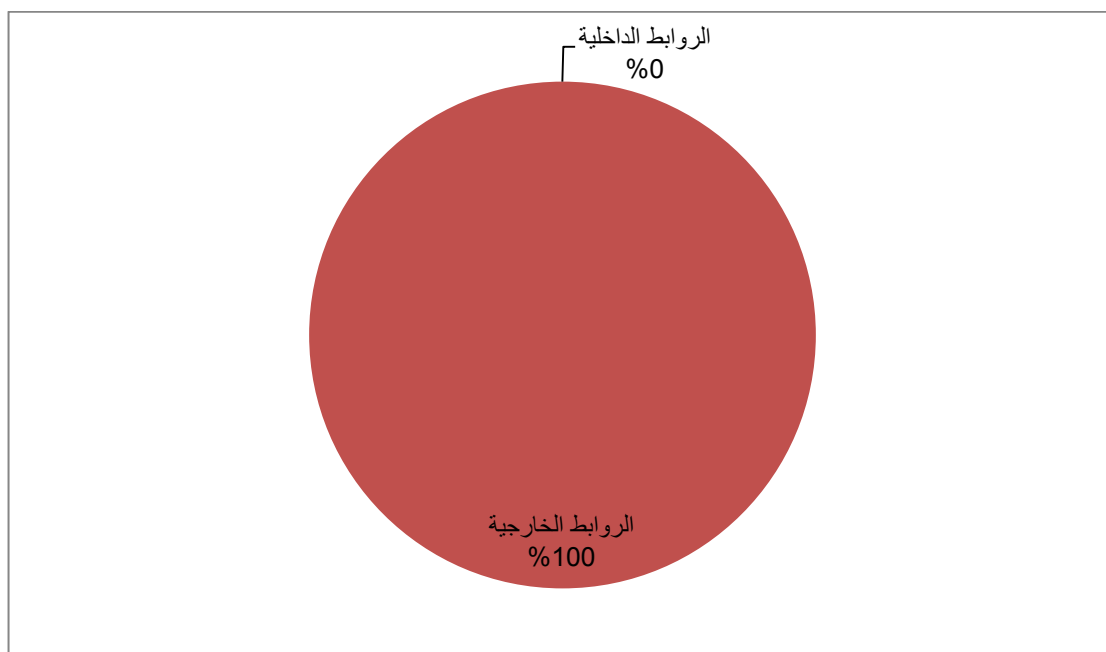
المبحث الأول: التحليل الكمي للروابط الفائقة في مدونات هافينغتون بوست

مجتمع البحث	الروابط الفائقة			
	الروابط الخارجية		الروابط الداخلية	
	المجموع	تكرار	نسبة	تكرار
<u>حكم بابا</u>	1	1	100%	0%
<u>حسين يونس</u>	0	0	0%	0%
<u>أسعد طه</u>	0	0	0%	0%
<u>زكريا محمد</u>	0	0	0%	0%
<u>سهى جاد</u>	0	0	0%	0%
<u>وفاء نزيه</u>	0	0	0%	0%
<u>منجي ياكير</u>	0	0	0%	0%
<u>سامية انور</u>	0	0	0%	0%
<u>يثرب يونس</u>	0	0	0%	0%
<u>نور الملاح</u>	0	0	0%	0%
<u>خولة غريبي</u>	0	0	0%	0%

الإطار التطبيقي

عماد غانم	%0	0	%0	0
المجموع	0	1	%0	%100

الجدول رقم 10: التحليل الكمي لطبيعة الروابط في مدونات هافينغتون بوست



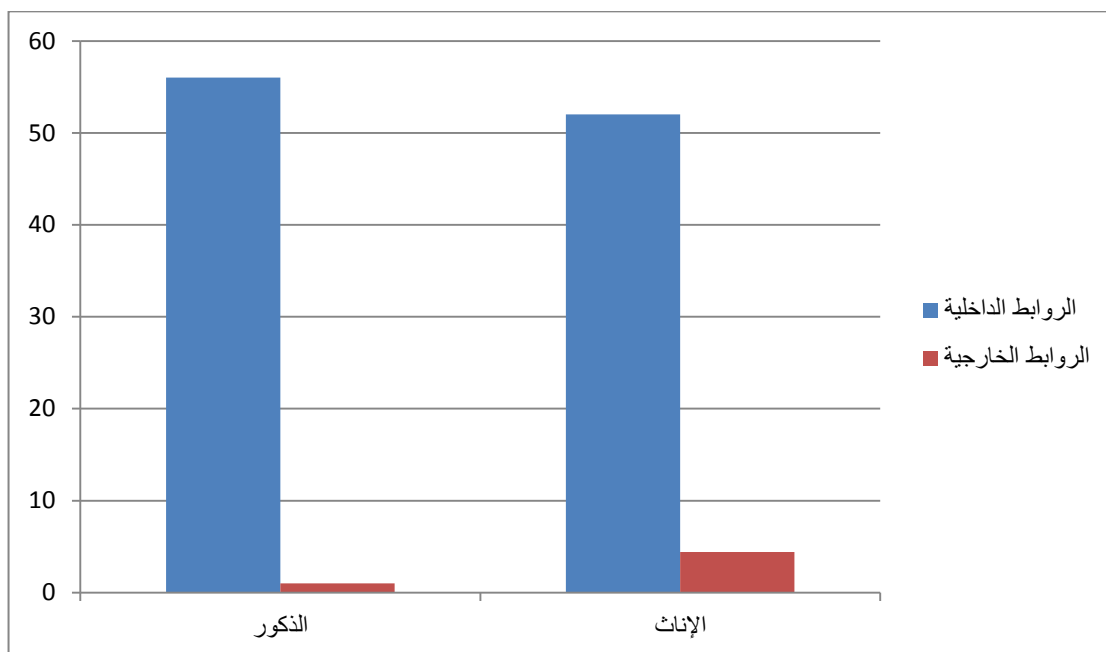
شكل رقم 10 للروابط الفائقة

11- علاقة الجنس الروابط بطبيعة

1-11 التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بطبيعة الروابط الفائقة

المجموع	الروابط الفائقة						الجنس
	الروابط الداخلية			الروابط الخارجية			
57	0	0	1	0	0	56	الذكور
52	0	0	0	1	0	52	إناث
109	0	0	0	0	1	108	المجموع

الجدول رقم 11: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير الروابط الفائقة



شكل بياني رقم 11 لعلاقة الروابط الفائقة بالجنس

12- علاقة الاحتراف بطبيعة الروابط

1-12 التحليل الكمي لعلاقة متغير الاحتراف بطبيعة الروابط الفائقة

المجموع	الروابط الفائقة						الإحتراف
	الروابط الداخلية			الروابط الخارجية			
57	0	0	1	0	0	56	الذكور
52	0	0	0	0	0	52	إناث
109	0	0	0	0	1	108	المجموع

الجدول رقم 12 : علاقة متغير الروابط الفائقة بالإحترافية

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

مما يظهر في الجدول أعلاه أن استخدام الروابط الفائقة نادر جدا إن لم نقل معدوم مقارنة بباقي الخصائص المستخدمة إذ لم تظهر إلا مرة واحدة بنسبة 100% حيث تظهر بقية الخصائص بنسب وتكرارات متفاوتة وهو ما لم يظهر في هذه الخصائص.

من خلال الجدول نستنتج ان أغلب المدونين ذكور وإناث لا يولون أي لخاصية الروابط الفائقة التي تستخدم في الإدراجات حيث لم تستخدم عند الذكور إلا في إدراج واحد وهذا لا يمثل إلا 0.91% وهذ نسبة ضئيلة إذا قارناها مع نسب الخصائص السابقة لدى المدونون.

من خلال البيانات الكمية التي لدينا في الجدول نستنتج أن المحترفون لم يستخدموا أي روابط داخلية وبيدوا ذلك واضحا من خلال المعطيات في الأعلى كما هو الحال أيضا لدى الهواة إذ لم يستخدموا أي رابط داخلي إلا أن الروابط الخارجية استعملت لمرة واحدة لدى المهنيين وهو ما يمثل 1.57% من مجموع إدراجات المحترفين التي تمثل هي بدورها 52.29% من المجموع الكلي للإدراجات.

نتائج الدراسة

أولا فيما يتعلق بطبيعة الوسائط في مدونات الهاف بوست

- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المدونين يستخدمون النصوص بصفة أكبر من باقي الخصائص التكنولوجية الأخرى حيث لم تظهر إلا بنسبة **36.84%** من مجموع الإدراجات حيث ظهرت الصور بنسبة **17%** مرة **80.95%** من أصل مجموع الوسائط في حين ظهرت خاصية الفيديو 4مرات وهو ما يمثل **19.04%** من مجموع الوسائط المتعددة بالمقابل استحوذت النصوص على النسبة الأكبر من الإدراجات حيث بلغت **88%** إدراج من دون باقي الوسائط الأخرى وهو ما يمثل **80%** من الإدراجات الكلية للوسائط.

- بالنسبة للذكور:

بينت الدراسة أن استخدموا هذه الخاصية بنسبة **100%** حيث استخدموا الصور مع النصوص بنسبة **80%** من هذه الصور واستخدموا الفيديو بنسبة **20%** وهو ما يعني استحوذهم على الاستخدام الكلي لهذه الخاصية.

- بالنسبة للإناث:

بينت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون لهذه الخصائص نهائيا بأي شكل من الأشكال حيث يكتفون فقط باستخدام النصوص المكتوبة في إدراجاتهم.

- بالنسبة للمحترفين

أظهرت الدراسة أنهم يستخدمون هذه الوسائط لكن ليس بشكل كبير إذ أظهرت النسب أن **40%** من المدونات التي يديرها مهنيون تستخدم خاصية الوسائط وهو ما يمثل **19.26%** من المجموع العام للمدونات.

- بالنسبة للهواة

بينت الدراسة أن الهواة لا يتعرضون أبدا لخاصية الوسائط لمتعددة أبدا وهو ما أثر على النسبة العامة لهذه الخاصية وقد يكون ذلك عائدا إلى انعدام الخبرة في هذا المجال.

ثانيا: فيما يتعلق بطبيعة التعليقات

اظهرت النتائج المتعلقة بطبيعة التعليقات أن نسبة الإدراجات التي علق بلغت **69.72%** من مجموع الإدراجات في حين أن نسبة الإدراجات التي لم يعلق عليها بلغت **30.72%** من الإدراجات في هافينغتون بوست.

بالنسبة للذكور:

فقط بلغت نسبة الإدراجات التي علق عند الذكور في مدونات هافينغتون بوست **42.20%** من مجموع الإدراجات في حين الإدراجات التي لم يعلق عليها بلغت نسبتها **10.09%**

بالنسبة للإناث:

بينت الدراسة أن **28.44%** من مجموع التعليقات على الإدراجات في مدونة هافينغتون بوست مقابل **19.26%** من الإدراجات لم يعلق عليها وهو ما يظهر انخفاض عند الإناث مقارنة بالذكور.

بالنسبة للمهنيين:

توصلت الدراسة أن أصحاب المدونات المحترفون البالغ عددهم خمس وهو ما يقدر ب **41.66%** من مجتمع البحث مثلت إدراجاتهم التي علق عليها **42.20%** من مجموع الإدراجات بينما مثلت إدراجاتهم التي لم يعلق عليها **10.09%**.

بالنسبة للهواة:

اوضحت الدراسة أن **28.44%** إدراجات الهواة علق عليها من قبل زوار مدونات هافينغتون بوست مقابل **21.26%** لم يعلق عليها من قبل هؤلاء الزوار وهو ما يظهر أن المحترفون يجذبون القارئ أكثر من الهواة.

ثالثا: فيما يتعلق بطبيعة التوسيمات

– كشفت الدراسة أن **10.09%** فقط من مجموع الإدراجات موسمة وما يمثل **11** إدراج مقابل **89.90%** من مجموع الإدراجات الكلية وهو ما يقدر ب **98** إدراج غير موسم.

بالنسبة للذكور:

– توضح الدراسة أن الذكور لديهم إدراجات موسمة بنسبة **10.09%** مقابل **42.20%** غير موسمة

بالنسبة للإناث:

توصلت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون لأي إدراجات موسمة وهو ما يمثل نسبة **0%** في حين أن كل إدراجاتهم غير موسمة وهو مانسبته **47.70%** من جميع الإدراجات في مدونات هافينغتون بوست.

بالنسبة للمحترفين:

أظهرت الدراسة أن **10.09%** من مجموع الإدراجات الكلي للمحترفين بينما **41.28%** من إدراجاتهم غير موسمة.

بالنسبة للهواة:

كشفت الدراسة أن لا يستخدمون خاصية أبدا في إدراجاتهم وهو ما يمثل نسبة **0%** مقابل **47.70%** من إدراجاتهم غير موسمة وهو ما يعني أن جميع إدراجاتهم غير موسمة.

رابعا: فيما يتعلق بطبيعة الروابط الفائقة أو التشعبية

بينت الدراسة أن كل المدونات لا يتعرضون للروابط الفائقة الداخلية ولا بأي نسبة إذ تبلغ نسبة تعرضهم لها **0%** مقابل تعرضهم للروابط الخارجية بنسبة **0.91%** من الإدراجات الكلية وهو ما يعني ندرة في التعرض لهذه للخاصية.

بالنسبة للذكور:

توصلت الدراسة أن تعرض الذكور للروابط الفائقة الداخلية معدوم وأنهم لا يتعرضون لها بأي شكل من الأشكال مقابل تعرضهم للروابط الفائقة بنسبة **0.91%** من الإدراجات الكلية وهذه نسب ضئيلة مقارنة مع باقي الخصائص.

بالنسبة للإناث:

كشفت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون للروابط الفائقة الداخلية ونسبة **0%** في إدراجاتهم كما أن الروابط الفائقة الخارجية غير مستخدمة أيضا وهو ما يمثل **0%** وهذا ما يظهر أن الإناث لا يتعرضون لهذا الخاصية أبدا.

بالنسبة للمحترفين:

أظهرت الدراسة أن المحترفون لا يستخدمون الروابط الفائقة الداخلية غير مستخدمة بأي نسبة مقابل استخدامهم للروابط الفائقة الخارجية بنسبة **0.91%** من مجموع إدراجاتهم.

بالنسبة للهواة:

أظهرت الدراسة أن المدونين الهواة لم يتعرضوا في أي من إدراجاتهم لخاصية الروابط الفائقة الداخلية بأي نسبة من النسب وهي نفس نسبة تعرضهم للروابط الفائقة الخارجية في أي من إدراجاتهم.

الخاتمة

تعتبر المدونات إحدى أهم تطبيقات الإعلام الجديد، وأحد أهم مصادر المعلومات في الآونة الأخيرة مما يستوجب الاهتمام بها كونها واحدة من أهم الرهانات المستقبلية على الصعيد الإعلامي كما أن انتشارها على الانترنت يساعد على توفير فرص أكبر أمام الباحثين عن الخبر الصحفي والرأي الحر وكل ما يحدث من مستجدات بوجهة نظر محايدة ، وغير متأثرة بأي ضغوط سواء سياسية أو اجتماعية ولا تخشى من الرقابة الحكومية التي تفرض على الإعلام التقليدي، ومن جهة أخرى فقد أصبحت المدونات تحدث أثرا كبيرا في الحياة العامة للمجتمعات وذلك على عدة أصعدة سياسية اجتماعية ثقافية إعلامية كما أصبحت وسيلة فعالة في المجال الاقتصادي بالنسبة للشركات والمؤسسات وذلك من خلال الترويج والإعلان عن منتجاتها وخدماتها شأن باقي وسائل الإعلام الأخرى.

كما جعلت المستخدم يعيش فضاء رقميا كبير ورحبا ميسرا ومساعد له بقوة في الاتصال والاندماج مع المحيطين به، سواء في مجتمعه المحلي ومساعد له أيضا بقوة في الاطلاع على ما يشاء من المصادر الحرة والمفتوحة، كما أنها استطاعت أن تخلق نوعا جديدا من التفاعلية غير موجود في وسائل الإعلام الأخرى إذ تسمح لقراءها بالتعليق على ما يطرحه المدون من رؤى وأفكار وموضوعات كما أن لديها إمكانية التعليق على الأحداث.

وتتملك شبكة الانترنت بوجه عام والمدونات بوجه خاص القوة والفاعلية الكافية التي تؤهلها لتكون وسيلة فاعلة ومؤثرة في نشر وتدعيم ثقافة المواطنة على كافة المستويات وذلك من خلال قدرتها الفريدة والغير مسبوقه على نشر المعلومات وتقديمها وتبادلها وفتح آفاق واسعة للمناقشة والتعبير الحر. وكل ذلك يتأتى من خلال صياغة موثيق وقوانين تحدد ضوابط وأخلاقيات استخدام الانترنت تقوم على أساس احترام حقوق الإنسان ومبادئ المواطنة الرقمية، وتعمل على إيجاد بيئة تكفل حماية حرية التعبير عن الرأي على الشبكة، والحق في طلب المعلومات وتلقيها وتداولها عبر الشبكة دون قيود تعسفية، وأن تتخذ الحكومات التدابير اللازمة لتسيير سبل الانتفاع بوسائل الاتصال الإلكترونية أمام مواطنيها بتكلفة في متناولهم جميعا دون أي تمييز، مما يكفل هذه الحقوق ويساهم في دعمها وترسيخها وحمايتها من أي انتهاك أو محاولة للتفويض.

الملخص

تعد المدونات أحد أهم التطبيقات الحديثة لشبكة الانترنت والتي أصبح الإقبال عليها كبير سواء من قبل الإعلاميين أو الهواة على حد سواء وذلك لما تمتلكه من خصائص إعلامية إذ تعتبر بديلا إعلاميا مميزا وهذا ما جعل الدراسة تسعى إلى الكشف عن تأثير الخصائص التكنولوجية للتدوين على البنية التحريرية للإدراجات في المدونات العربية في منصة هافينغتون بوست وما نسبة استخدام المدونون لهذه الخصائص في المدونات العربية من قبل المدونين العرب وذلك عن طريق التساؤلات التالية:

- هل تستخدم المدونات الإعلامية العربية خاصية الوسائط المتعددة؟

- هل تستخدم هذه المدونات في إدراجها خاصية الروابط الفائقة؟

- هل يتفاعل المدونون مع قراء إدراجاتهم على مستوى التعليق؟

- هل تستخدم المدونات الإعلامية العربية خاصية توسيم المحتويات

وبما أن الدراسة تهدف إلى معرفة تأثير تلك الخصائص وذلك عن وصف هذا التأثير الذي تحدثه هذه البنية التحريرية وبذلك تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على أداة تحليل المضمون وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المدونين يستخدمون النصوص بصفة أكبر من باقي الخصائص التكنولوجية الأخرى حيث لم تظهر إلا بنسبة **36.84%** من مجموع الإدراجات حيث ظهرت الصور بنسبة **17%** مرة **80.95%** من أصل مجموع الوسائط في حين ظهرت خاصية الفيديو 4مرات وهو ما يمثل **19.04%** من مجموع الوسائط المتعددة بالمقابل استحوذت النصوص على النسبة الأكبر من الإدراجات حيث بلغت **88%** إدراج من دون باقي الوسائط الأخرى وهو ما يمثل **80%** من الإدراجات الكلية للوسائط.

بينت الدراسة أن استخدموا هذه الخاصية بنسبة **100%** حيث استخدموا الصور مع النصوص بنسبة **80%** من هذه الصور واستخدموا الفيديو بنسبة **20%** وهو ما يعني استحوذهم على الاستخدام الكلي لهذا الخاصية.

بينت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون لهذه الخصائص نهائيا بأي شكل من الأشكال حيث يكتفون فقط باستخدام النصوص المكتوبة في إدراجاتهم.

أظهرت الدراسة أنهم يستخدمون هذه الوسائط لكن ليس بشكل كبير إذ أظهرت النسب أن 40% من المدونات التي يديرها مهنيون تستخدم خاصية الوسائط وهو ما يمثل 19.26% من المجموع العام للمدونات.

بينت الدراسة أن الهواة لا يتعرضون أبدا لخاصية الوسائط متعددة أبدا وهو ما أثر على النسبة العامة لهذه الخاصية وقد يكون ذلك عائدا إلى انعدام الخبرة في هذا المجال.

أظهرت النتائج المتعلقة بطبيعة التعليقات أن نسبة الإدراجات التي علق بلغت 69.72% من مجموع الإدراجات في حين أن نسبة الإدراجات التي لم يعلق عليها بلغت 30.72% من الإدراجات في هافينغتون بوست.

فقط بلغت نسبة الإدراجات التي علق عند الذكور في مدونات هافينغتون بوست 42.20% من مجموع الإدراجات في حين الإدراجات التي لم يعلق عليها بلغت نسبتها 10.09%

بينت الدراسة أن 28.44% من مجموع التعليقات على الإدراجات في مدونة هافينغتون بوست مقابل 19.26% من الإدراجات لم يعلق عليها وهو ما يظهر انخفاض عند الإناث مقارنة بالذكور.

توصلت الدراسة أن أصحاب المدونات المحترفون البالغ عددهم خمس وهو ما يقدر ب 41.66% من مجتمع البحث مثلت إدراجاتهم التي علق عليها 42.20% من مجموع الإدراجات بينما مثلت إدراجاتهم التي لم يعلق عليها 10.09%.

أوضحت الدراسة أن 28.44% إدراجات الهواة علق عليها من قبل زوار مدونات هافينغتون بوست مقابل 21.26% لم يعلق عليها من قبل هؤلاء الزوار وهو ما يظهر أن المحترفون يجذبون القارئ أكثر من الهواة.

- كشفت الدراسة أن 10.09% فقط من مجموع الإدراجات موسمة وما يمثل 11 إدراج مقابل 89.90% من مجموع الإدراجات الكلية وهو ما يقدر ب 98 إدراج غير موسم.

- توضح الدراسة أن الذكور لديهم إدرجات موسمة بنسبة **10.09%** مقابل **42.20%** غير موسمة
توصلت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون لأي إدرجات موسمة وهو ما يمثل نسبة **0%** في حين أن كل
إدرجاتهم غير موسمة وهو مانسبته **47.70%** من جميع الإدرجات في مدونات هافينغتون بوست.
أظهرت الدراسة أن **10.09%** من مجموع الإدرجات الكلي للمحترفين بينما **41.28%** من
إدرجاتهم غير موسمة.

كشفت الدراسة أن لا يستخدمون خاصية أبدا في إدرجاتهم وهو ما يمثل نسبة **0%** مقابل
47.70% من إدرجاتهم غير موسمة وهو ما يعني أن جميع إدرجاتهم غير موسمة.

بينت الدراسة أن كل المدونات لا يتعرضون للروابط الفائقة الداخلية ولا بأي نسبة إذ تبلغ نسبة
تعرضهم لها **0%** مقابل تعرضهم للروابط الخارجية بنسبة **0.91%** من الإدرجات الكلية وهو ما يعني
ندرة في التعرض لهذه للخاصية.

توصلت الدراسة أن تعرض الذكور للروابط الفائقة الداخلية معدوم وأنهم لا يتعرضون لها بأي شكل
من الأشكال مقابل تعرضهم للروابط الفائقة بنسبة **0.91%** من الإدرجات الكلية وهذه نسب ضئيلة
مقارنة مع باقي الخصائص.

كشفت الدراسة أن الإناث لا يتعرضون للروابط الفائقة الداخلية وبنسبة **0%** في إدرجاتهم كما أن
الروابط الفائقة الخارجية غير مستخدمة أيضا وهو ما يمثل **0%** وهذا ما يظهر أن الإناث لا يتعرضون
لهذا الخاصية أبدا.

أظهرت الدراسة أن المحترفون لا يستخدمون الروابط الفائقة الداخلية غير مستخدمة بأي نسبة مقابل
استخدامهم للروابط الفائقة الخارجية بنسبة **0.91%** من مجموع إدرجاتهم.

أظهرت الدراسة أن المدونين الهواة لم يتعرضوا في أي من إدرجاتهم لخاصية الروابط الفائقة الداخلية
بأي نسبة من النسب وهي نفس نسبة تعرضهم للروابط الفائقة الخارجية في أي من إدرجاتهم.

abstract

The blogs one of the most modern applications of the Internet and demand for them significantly became either by the media or amateur alike , the spectrum because of its media properties , as considered as an alternative media distinctive This is what makes the study seeks to detect the effect of the technological characteristics of the codification of the editorial structure of the inserts in Arab blogs at the Huffington Post platform and what percentage of bloggers use for these properties in Arab blogs by Arab bloggers , the spectrum for Tarif following questions :

- Do you use blogs Arab media multimedia property ?
- Are these codes are used in Adrajatha hyperlinks property ?
- Are bloggers interact with readers Adrajathm at the level of a comment?
- Do you use blogs Arab media labeling content property

As the study aims to determine the effect of those characteristics , the spectrum to describe this effect is caused by this editorial structure and thus this study belong to descriptive studies have relied on content analysis tool has reached the following conclusions :

The study found that most bloggers use texts as larger than the rest of the other technological features which did not appear by only 36.84% of the total listings, where images appeared by 17 times 80.95% of the total media while video property 4 times appeared which represents 19.04% of the total multimedia contrast acquired texts on the bulk of the listings, reaching 88 without the inclusion of the rest of the other media which represents 80% of the total listings for the media.

The study showed that they used 100% of this property where he used the images with texts by 80% of these images and videos used by 20% which means the taking over of the total use Lhz property

The study showed that females are not exposed to these characteristics permanently in any way as satisfied only by using scripts written in Adrajathm .

The study showed that they are using these media , but not dramatically as percentages showed that 40% of blogs run by professionals using media property which represents 19.26 % of the total blogs .

The study showed that the amateur is never exposed to the property for multi-media, which never affected the overall proportion of such property may be the piece back to the lack of experience in this field.

Results concerning the nature of the comments showed that listings commented that amounted to 69.72% of the total listings, while the percentage of listings that did not comment on them amounted to 30.72% of the listings in the Huffington Post ratio.

Amounted to only listings that hung in males in the Huffington Post blogs 42.20% of the total listings, while listings that have not commented on the percentage increase of 10.09% The study showed that 28.44% of the total listings in the comments on the blog Huffington Post compared to 19.26% of the listings did not comment on them, which shows decrease in females compared to males.

The study found that bloggers professional 's five , which is estimated at 41.66 % of the research community represented by

Adrajathm commented upon by 42.20 % of the total listings , while represented Adrajathm that have not commented on 10.09 % .

The study showed that 28.44 % Inserts gap commented upon by visitors Huffington Post blogs vs. 21.26 % has not commented upon by these visitors a Maazar that professionals attract the reader more than amateurs.

The study revealed that only 10.09 % of the total listings season and represents 11 inclusion versus 89.90 % of the total listings college , which is estimated at 98 is the inclusion of season.

The study shows that males have tipped his season by 10.09% compared to 42.20% of season

The study found that females are not exposed to any Inserts season which represents a ratio of 0% while all Adrajathm season is a gain of 47.70% of all listings in the codes of the Huffington Post.

The study showed that 10.09% of the total listings kidney PRO, while 41.28% of the non-Adrajathm season.

The study revealed that do not use never feature in Adrajathm which represents a ratio of 0% compared to 47.70% of the non-Adrajathm season, which means that all non-Adrajathm season.

The study showed that all blogs are not exposed to high internal links or any proportion of their exposure as a percentage of 0% against the exposure of foreign bonds by 0.91% of the total listings, which means a dearth of exposure to these for the property.

The study found that boys exposed to high internal links non-existent and that they are not exposed to them in any way against

the high exposure of the links 0.91% of the total listings, and these ratios miniscule compared with the rest of the properties.

The study revealed that females are not exposed to high internal links and 0% in Adrajathm also hyperlinks Foreign unused also representing 0% and this shows that females are not exposed Lhz property never .

The study showed that the professionals do not use hyperlinks interior is not used in any proportion for using external high-links 0.91% of the total Adrajathm .

The study showed that amateur bloggers have not been exposed to any of the property Adrajathm internal hyperlinks in any proportion of the ratios , the same proportion of their exposure to foreign bonds outstanding in any of Adrajathm .

الفهرس

خطة البحث

مقدمة

الإشكالية

التساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

- الأسباب الموضوعية

- الأسباب الذاتية

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة وأدواته

أداة البحث

- تحليل المضمون:

مجتمع البحث

عينة الدراسة

تحديد مصطلحات الدراسة

أ - الخصائص التكنولوجية

ب - البنية التحريرية

الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول: المدونات الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المدونات

✓ التطور التاريخي للمدونات

✓ عوامل انتشار المدونات في العالم

المبحث الثاني: خصائص وأنواع المدونات الإلكترونية

هيكلية المدونات

المكونات الأساسية للمدونات

أدوات ونظم بناء المدونات

برامج المدونات الإلكترونية:

محركات بحث المدونات

أنواع المدونات:

أنواع المدونات حسب الهدف

المبحث الثاني: استخدامات المدونات

ح - استخدام المدونات في مجال المكتبات

ز - وسيلة للحصول على المعلومات

و - استخدام المدونات في المؤسسات الاقتصادية

هـ - المدونات كبديل إعلامي

ج - النشر الإلكتروني وحرية التعبير

أ - المدونات فضاء للتنفيس

الفصل الثاني: المدونات الإعلامية

المبحث الأول: السمات الإعلامية للمدونات

سمات المضمون

المدونون:

سمات الجمهور

المبحث الثاني: تصنيف المدونات الإعلامية

مدونات المواطنين: المدونات التي يستخدمها المواطنون

مدونات الجمهور: المدونات الإعلامية الملحقمة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية

مدونة الإعلاميين الملحقمة بالمؤسسات الإعلامية

المبحث الثالث: أخلاقيات التدوين

الإطار التطبيقي

الفصل الأول: طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لطبيعة الوسائط

الفصل الثاني: التعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للتعليقات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الثالث: توسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي لتوسيم المحتويات في مدونات هافينغتون بوست

الفصل الرابع: الروابط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الأول: التحليل الكمي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

المبحث الثاني: التحليل الكيفي للروابط في مدونات هافينغتون بوست

فهرسة الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
56	الجدول رقم 1: التحليل الكمي لطبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست	01
56	الجدول رقم 2: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير طبيعة الوسائط في مدونات هافينغتون بوست	02
57	الجدول رقم 3: التحليل الكمي لعلاقة متغير الاحتراف بمتغير الوسائط في مدونات هافينغتون بوست	03
57	الجدول رقم 4: التحليل الكمي لطبيعة التعليقات في مدونات هافينغتون بوست	04
58	الجدول رقم 5: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير التعليق	05
58	الجدول رقم 6: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير الإحتراف	06
59	الجدول رقم 7: التحليل الكمي لطبيعة الوسوم في مدونات هافينغتون بوست	07
58	الجدول رقم 8: التحليل الكمي لعلاقة متغير الجنس بمتغير التوسيم	08
60	شكل بياني رقم (8) للإدراجات الموسمة وغير الموسمة لدى الجنسين	09
60	الجدول رقم 9: التحليل الكمي لعلاقة التوسيم الجنس بمتغير الإحتراف	10
61	الجدول رقم 10: التحليل الكمي لطبيعة الروابط في مدونات هافينغتون بوست	11

62	الجدول رقم 11: التحليل الكمي علاقة متغير الجنس بمتغير الروابط الفائقة	12
----	--	----

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- د. إنتصار إبراهيم عبد الرزاق: د. صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، (ط، 2011، 1، الدار الجامعية للطباعة والنشر)
- 2- محمد عبد الحميد: الإعلام البديل، (ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2009)
- 3- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (ط، 1، عمان: دار الشروق، 2008)
- 4- عبد الرزاق محمد الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية
- 5- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، (ط. 1. 2014. دار أسامة للنشر والتوزيع)،
- 6- عصام منصور: المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات،
- 7- سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، (ط، 1 لبنان، جداول للنشر والتوزيع)،
- 8- د، ياسين خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، (ط، 1 2014 دار البداية، للنشر والتوزيع)

ثانياً: الرسائل الجامعية

- 9- سوهيلة بضيف: المدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2010
- 10- نبيح أمنة: المدونات الإلكترونية المكتوبة بين الصحافة الحرة والصحافة البديلة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، السنة الجامعية، 2007-2008
- ثانياً: المجلات والمؤتمرات
- 12- د. حسني محمد نصر: المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، يوليو- سبتمبر، 2007

11- الصادق رابح: المدونات الإلكترونية بحث في حدود الوصل والفصل، أبحاث مؤتمر
الإعلام الجديد في البحرين 2009