



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



رقم التسجيل :

الرقم التسلسلي :

الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر
-دراسة مسحية لعينة من صحفيي مؤسسة النهار الاعلامية -

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص اتصال و لغة

اشراف :

د/ عبد الحق بن سبيع

بمساعدة :

د/العربي بوعمامة

إعداد الطالبة:

لمياء بن عمارة

اللجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
بن سبيع عبد الحق عبد الرحمن	أستاذ محاضر أ	جامعة مستغانم	مشرفا
العربي بوعمامة	أستاذ محاضر أ	جامعة مستغانم	مساعد مشرف
حمادي محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة مستغانم	رئيسا
بلوفة بلحزري	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية : 2015/2014

كلمة شكر

إن الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره، ونشكره على نعمه.

والشكر أيضا، إلى الدكتور المشرف:

بن سبيع عبد الحق الذي ساعدني بنصائحه وارشاداته في إخراج

هذا العمل إلى النور، كما أتقدم بشكري الخالص للدكتور مساعد المشرف لعربي بوعمامة ... كما

نشكر لجنة المناقشة

وكل من ساعدني من قريب أو بعيد



اهداء

إلى من أعطاني عمرهما وكل حناهما... ..

إلى من علماني الاعتماد على النفس وسر النجاح..... إلى والداي العزيزين

إلى رفيق دربي... إلى زوجي

إلى كل من أحب من الإخوان والعائلة ...

إلى كل الأصدقاء، وكل من ساعدني في إعداد هذا البحث...

إهداء خاص إلى الدكتور المشرف بن سبيع عبد الحق و مساعد المشرف الدكتور لعربي بوعمامة

لمياء



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات.....	ص أ
فهرس الجداول.....	ص ت
ملخص.....	ص ح
مقدمة عامة.....	10

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

أ-الاشكالية.....	ص 14
ب- الفرضيات.....	ص 15
ثانياً: تحديد المفاهيم	

أ-تعريف الاستخدامات.....	ص 17
ب- تعريف المدونات الالكترونية.....	ص 18
ج-تعريف المدون.....	ص 18
د-تعريف الصحافي.....	ص 18
ثالثاً: الدراسات السابقة:	

أ-الدراسات الأجنبية.....	ص 19
ب- الدراسات العربية.....	ص 21
ج- تقييم الدراسات السابقة.....	ص 24
رابعاً: المدخل النظري للدراسة	

أ-التعريف بالمدخل.....	ص 25
ب- تطور مدخل الاستخدام و الاشباكات.....	ص 26
ج- فرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباكات.....	ص 27
د-أهداف مدخل الاستخدامات و الاشباكات.....	ص 28
هـ-عناصر مدخل الاستخدامات و الاشباكات.....	ص 28
الجمهور النشيط.....	ص 28

- الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال.....ص 29
- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام.....ص 29
- اشباعات الجمهور من وسائل الاعلام ص 30
- و- الانتقادات الموجهة للمدخل.....ص 31
- ي-الرد على الانتقادات الموجهة للمدخل ص 31
- خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
- أ-مجتمع الدراسة الميدانية.....ص 32
- ب- عينة الدراسة و طريقة اختياره.....ص 32
- ج- منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات
- د- منهج الدراسة.....ص 33
- هـ -أدوات جمع البيانات.....ص 34

الفصل الثاني: شبكة الأنترنت و الصحافة الالكترونية

- أولا: شبكة الانترنت ص 38
- أ-نشأة شبكة الانترنت ص 39
- ب-الانترنت في الجزائر ص 40
- ج- الويب 2.0 و تطبيقاته.....ص 42
- ثانيا : النشر الالكتروني
- أ-ماهية النشر الالكتروني.....ص 45
- ب-أنواع النشر الالكتروني.....ص 47
- ج-صعوبات النشر الالكتروني.....ص 51
- ثالثا: الصحافة الالكترونية
- أ-ماهية الصحافة الالكترونية.....ص 52
- ب- العوامل المساعدة على ظهورها.....ص 52
- ج- سمات الصحافة الالكترونية.....ص 56

الفصل الثالث: ظاهرة التدوين الالكتروني

اولا: ماهية المدونات الالكترونية.....	ص 61
أ-تعريف المدونة الالكترونية	ص 61
ب- نشأة المدونات و انتشارها.....	ص 65
ج-انواع المدونات و خصائصها.....	ص 70
ثانيا:أهداف المدونات الالكترونية و استخدامها	
أ-أهداف المدونات الإلكترونية.....	ص 75
ب- استخدامات المدونات الالكترونية.....	ص 77
ثالثا :استخدامات المدونات و دوافع التدوين بالعالم العرب	
أ-أسباب و دوافع التدوين العربي.....	ص 80
رابعا: المدونات الالكترونية الجزائرية	
أ-واقع المدونات الجزائرية.....	ص 81
ب-خصائص و مميزات المدونات الجزائرية.....	ص 84
ج-علاقة المدونات بالصحافة بالجزائر.....	ص 86

الفصل الرابع : الاطار التطبيقي

تحليل و تفسير نتائج الدراسة الميدانية	ص 90
نتائج العامة للدراسة	ص 139
خاتمة	ص 143
قائمة المراجع	ص 145
الملاحق.....	ص 155

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبيّن توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس	90
02	يبيّن توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	90
03	يبيّن توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير متغير التخصص	91
04	يبيّن توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير متغير المنصب	91
05	يبيّن مدة استخدام الانترنت وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	92
06	يبيّن الاشكال الرقمية التي يفضلها الصحفيون وفقاً لمتغير الجنس	94
07	يبيّن الاطلاع على المتدنيات الالكترونية وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	95
08	يبيّن استخدام الانترنت كمصدر أخبار وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	96
09	يبيّن تفاعلية الصحفيين لقراءهم عبر الانترنت وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	97
10	يبيّن ملكية الصحفيين للمدونات وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	98
11	يبيّن أسباب عدم امتلاك الصحفيين للمدونات وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	99
12	يبيّن مدة استخدام الصحفيين المدونين للمدونات وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	101
13	يبيّن عدد مرات التدوين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	102
14	يبيّن عدد مرات التدوين وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	103
15	يبيّن مقدار الوقت الذي يقضيه الصحفيون المدونون في التدوين وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	105
16	يبيّن عدد مرات تحديث الصحفيين المدونين لمدوناتهم وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	106
17	يبيّن الفترات التي يفضل فيها الصحفيون المدونون التدوين وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	108
18	يبيّن الأماكن التي يفضلها الصحفيون في التدوين وفقاً لمتغير الجنس	109
19	يبيّن خدمة استضافة التدوين الأكثر استخداماً وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي	110
20	يبيّن اللغة التي يستخدمها الصحفيون المدونون في التدوين وفقاً لمتغير التخصص	112
21	يبيّن اللغة التي يستخدمها الصحفيون المدونون في التدوين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	113

114	22	يبين هل تختلف كتابات الصحفيين بين المدونة و المؤسسة وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي
115	23	يبين لماذا تختلف كتابات الصحفيين بين المدونة و المؤسسة وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي
116	24	يبين درجة قراءة الصحفيون المدونون لمدونات غيرهم وفقا لمتغير الجنس و المستوى التعليمي
117	25	يبين أكثر العناصر التي يستخدمها المدونون وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي
118	26	يبين الاسم الذي يستخدمه الصحفيون المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس و المنصب
120	27	يبين اسباب استخدام الصحفيين المدونين للاسم الحقيقي وفقا لمتغيري الجنس و المنصب
122	28	يبين اسباب استخدام الصحفيين المدونين للاسم المستعار وفقا لمتغيري الجنس و المنصب
124	29	يبين استخدام أو عدم استخدام الصحفيين للروابط في مدوناتهم وفقا لمتغير المستوى التعليمي
124	30	يبين استخدام أو عدم استخدام الصحفيين للروابط في مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي
126	31	يبين سماح أو عدم سماح الصحفيون المدونون للتعليق على مدوناتهم وفقا لمتغير الجنس و المستوى التعليمي
127	32	يبين حالات رد الصحفيين على تعاليق مدوناتهم وفق متغير الجنس و المستوى التعليمي
128	33	يبين دوافع الصحفيين في التدوين حسب متغير المنصب
130	34	يبين دوافع الصحفيين في التدوين حسب متغير المستوى التعليمي
130	35	يبين دوافع تدوين الصحفيين المدونين حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي
132	36	يبين دوافع صناعة الرأي العام حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي
134	37	يبين دوافع الاقناع حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي
135	38	يبين الدوافع الاجتماعية وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي
137	39	يبين اتجاه الصحفيين نحو التدوين وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

ملخص :

المدونات الالكترونية في الجزائر رغم تأخر ظهورها عن باقي الدول العربية ، إلا أنها لم تخرج عن هذا السياق ، و قد انطلقنا في هذه المذكرة من هذا المنطلق بهدف معرفة مدى استخدام الصحفيين الجزائريين للمدونات الالكترونية ، و ذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بمؤسسة إعلامية بالجزائر " النهار " ، و هذا بغية استجلاء دورها في العمل المهني للصحفي .

و قد تم الاعتماد على أداة الاستبانة من أجل جمع البيانات من المبحوثين ، و تم توزيع وثيقة الأسئلة إلى السمات العامة للمبحوثين ، إضافة إلى محورين : المحور الأول : حول عادات و أنماط الصحفيين المدونين في التدوين ، و المحور الثاني : حول دوافع استخدام الصحفيين للمدونات الالكترونية .

و من النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- المدونات المهنية الجزائرية ما زالت لا تجذب إليها الصحفيين ، حيث أن اغلبية الصحفيين لا يستخدمونها المدونات ، كما أن النسبة الأعلى منهم يفضلون شبكات التواصل الاجتماعي .
- أكثر من نصف الصحفيين المدونين تختلف كتاباتهم في المدونة عن ما يكتبونه داخل المؤسسة الإعلامية العاملين بها ، و هذا للنشر بعيدا عن الايديولوجية السياسية للمؤسسة ، أو ما يعرف بالخط الايديولوجي .
- النسبة الأعلى من أفراد العينة المدونين يتفاعلون مع قرائهم عبر المدونات الالكترونية ، بالسماح لهم بالتعليق على مختلف الأحداث و القضايا ، و الرد عليها .
- أكثر من نصف المستجوبين يستخدمون اسمائهم الحقيقية في المدونات الالكترونية .
- النسبة الأعلى من المستجوبين المدونين يستخدمون المدونات الالكترونية لصناعة الرأي العام و لدوافع اقناعية أخرى

Abstract:

Blogs in Algeria despite the delay in its appearance from the rest of the Arab countries, but it did not come out for this context, and may we set out in this note of this in mind in order to know the extent of the professional use of the blogs by Algerian journalists , and that by conducting a field study on a sample of journalists Foundation Algerian media "ennahar ", and this in order to elucidate its role in the professional work of the journalist.

And we were based on the survey tool to collect data from respondents, and it was close questions divided into general characteristics of respondents , in addition to two axes: the first axis: about the habits and the use patterns of journalists bloggers, and the second axis: on the motives for the use of blogs .

And from the findings of the study:

- Algerian professional codes still do not attract them journalists, since the majority of journalists do not use codes, and the highest percentage of them prefer social networks.
- More than half of bloggers are journalists writing in the blog different from what they write in the media organization

employees, and this deployment away from the political ideology of the institution, or what is known as the ideological line.

- the highest percentage of respondents bloggers interact with their readers through blogs, allowing them to comment on various events and issues, and respond to them.

- the highest percentage of respondents bloggers use blogs for the manufacture of public opinion and motivated other persuasive

مقدمة

مقدمة :

يشهد عالمنا اليوم انفجارا تكنولوجيا هائلا في عالم الاتصال و المعلومات ، هذا التطور الكبير كان في زمن غير بعيد ضربا من الخيال ، لكنه اليوم واقع ملموس جعل العالم على حد تعبير "ماكلوهان " قرية كونية" ، ومن أهم افرازات التطور التكنولوجي شبكة الإنترنت التي شهدت نموا ملحوظا في اوائل عقد التسعينيات ، و تطورت شبكة الويب العالمية و اعطت دفعة جديدة لجميع وسائل الاعلام بأشكالها كافة حيث جعلت خصائص التفاعلية و السهولة و السرعة و الانية و انعدام الرقابة من هذه الشبكة وسيلة مثلى للنشر الالكتروني ، فضلا عن الكلفة المنخفضة و سهولة التنقل عبر الحدود الجغرافية و امكانية توظيف عناصر الوسائط المتعددة في الوسيلة الجديدة كالهواتف الذكية عناصر جذابة للإنترنت¹ .

و احدثت هذه الثورة تحولات ضخمة على مستوى البحث العلمي بما وفرته من سهولة في استخدام الحاسب الالى للباحثين في العلوم و بما اتاحته من مصادر متجددة للمعلومات و برامج الادارة ، البيانات و المعلومات و تحليلها فأصبحت بذلك بمثابة مكتبة لكل باحث في أي تخصص.

و كسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات الجماهير و اصبحت منافسا قويا لوسائل الاعلام التقليدية في نشر المعلومة و التسويق لها و فرضت على وسائل الاعلام اللجوء اليها عند حصرية النشر او التصوير لمختلف فاعلي شبكات التواصل الاجتماعي.

ففي ظل هذا التطور التكنولوجي الذي سهلته كثيرا الثورة الرقمية لوسائل الاعلام و الاتصال ، استفادت و تستفيد الصحافة المكتوبة و حتى المسموعة و المرئية من هذه التطورات بصفة متفاوتة وواضحة.

و لعل من ابرز معطيات الانترنت في عالم المعلومات و الصحافة هو النشر الالكتروني ، و الذي تأتي المدونات كأحد اشكاله ، و قد كانت نشأة المدونات الالكترونية نتاج لصيرورة طبيعية لتطور تقني مشهود في عالم الاتصال منذ القرن الماضي ، إلا ان هذه التقنية لازال يقال حولها الكثير باعتبار انه الى اليوم لم ترسم بعد وجهها النهائي في مسيرة تطورها و تطرح رهانات جديدة مازالت مفتوحة على تكهنات اهل الاختصاص.

و لأنها حديثة رهاناتها لازالت كثيرة و المعلومات حولها ضئيلة ، و التجربة الاعلامية من خلال الانترنت تعتبر حديثة هي الاخرى لكونها الاكثر انتشارا مقارنة مع جميع وسائل الاعلام الاخرى.

¹ شريف درويش اللبان ، مداخلات في الاعلام البديل و النشر الالكتروني على الانترنت ، الطبعة الأولى، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص59.

و مع التطور الحاصل و زيادة التفاعلية مع المواضيع الواردة في المدونات خصوصا مع زيادة مساحة المشاركة و التبادل و القابلية للتوصيل و الشيوخ و الانتشار ، فأصبح لأغلب الصحفيين مدونات على صفحات مختلف المواقع الإلكترونية التفاعلية إلا ان الكثير من المبادئ التي تقوم عليها المدونات في مقاربتها للفضاء الاعلامي يمكن ان تشكل تحديا للمعايير المهنية التقليدية.

و في المقابل تذهب نسبة كبيرة من الصحفيين و الاعلاميين الى الاعتقاد ان ما يتم نشره على المدونات الالكترونية ليس له علاقة مباشرة بالعمل الاعلامي و الاحداث الجارية و ذلك على اقل تقدير حسب المنظور الاعلامي التقليدي، لكن الكثير يعتقدون بوجود ادراج المدونات الالكترونية ضمن المهنة الصحافية فالمدونين يمارسون العمل الصحافي بأبسط معانيه التي تتمثل في وصف او تحليل حدث ما و التعبير عن الآراء الخاصة و طرح الافكار.

كما يلجأ الكثير من الصحفيين و الاعلاميين بصفة عامة الى المدونات كوسيلة جديدة للنشر و التفاعل مع جمهورهم بحرية بعيدا عن وسائل الاعلام التقليدية التي تخضع في اغلب الاحيان لضغوط سياسية و اجتماعية و سياسات تحريرية و إدارية تسيير المؤسسات الاعلامية على اختلاف اشكالها .

أي أن الانترنت و خاصة بعد ظهور الويب 2.0 اتاحت فرص انتاج المضامين حتى للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة " منتديات الحوار و الدردشة، اليوتوب، الفايسبوك، الصفحات الشخصية و المدونات "، ففي زمن الوسائط الاعلامية التقليدية كانت النخب السياسية و الثقافية و الاعلامية تحتكر الخطابة العامة، أما اليوم و بفضل الانترنت أصبح للأفراد و الجماعات حق الكلام في هذا المجال و تتمظهر هذه الخطابات الفردية و الجماعية في أشكال عديدة منها المدونات .

و المضامين التي تنشر في المدونات الالكترونية تكون عادة متصلة بقضايا الشأن العام ، و بمسائل ذاتية و تكتب بشكل مطول أو مختصر و تكون متناثرة بالزاوية او الأسلوب الذي اختاره صاحبها و تكون تحليلية أو وضعية أو إخبارية.²

² جمال الزرن، "صحافة المواطن" المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاعلام و الاتصال ، العدد 51-52 ، ص

و بهذا اضحى الفضاء التدويني مجالاً للنقاش و التواصل و الحوار المستمر ، كما أصبح يتسم بالجرأة و يساهم في بناء اتجاهات الرأي العام إزاء مختلف القضايا ، بل أنه أضحى يمارس نوعاً من الرقابة على الاعلام التقليدي الذي يحجب المعلومات ، و يقوم بتحريف المعطيات و السكوت عن بعض الأحداث و القضايا³

و تضمنت الدراسة الدراسة الاطار المنهجي ، الاطار النظري ، و كذا الاطار التطبيقي . و بداية في الاطار المنهجي تطرقنا إلى اشكالية الدراسة و تساؤلاتها و الفرضيات ، ثم ذكر الأسباب التي دفعتنا إلى البحث في هذا الموضوع ، إلى جانب أهمية الدراسة و الأهداف التي نرجو تحقيقها تحديدهم مفاهيم الدراسة ، ثم استعرضنا الدراسات السابقة ، ثم ذكرنا المدخل النظري للدراسة ، و الاجراءات المنهجية للدراسة .

وجاء الاطار النظري بفصلين ، الفصل الأول حول شبكة الانترنت و الصحافة الالكترونية ، و الفصل الثاني حول ظاهرة التدوين الالكتروني.

و أخيراً الاطار التطبيقي ، و تضمن فصل واحد حاولنا من خلاله تحليل و تفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة للوصول إلى نتائج الدراسة .

³ إدريس لكربي، المدونات الالكترونية من التواصل إلى الضغط ، ورقة قدمت خلال أشغال مؤتمر تقنيات الاتصال و النشر الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، قسم الاعلام ، الرياض ، 15-17/03/2009.

الإطار المنهجي للدراسة

أولا: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

ثانيا: تحديد المفاهيم

ثالثا: الدراسات السابقة

رابعا: المدخل النظري للدراسة

خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولاً: إشكالية وفرضيات الدراسة:

أ- الإشكالية:

أصبحت الانترنت اليوم تعد الوسيلة الأبرز و الأهم و الأقل تكلفة من بين وسائل الاتصال الأخرى ، فهي الخيار الأفضل حتى الان للتواصل بين الأفراد ، و الجماعات في العصر الحديث ، اذ بين تقرير معهد فورستر أن مستخدمي الانترنت يستقطعون من وقت مشاهدتهم للتلفاز كي يقضوا الوقت أمام الكمبيوتر لتصفح الانترنت كل حسب ميوله ⁴.

و قد مهدت الشبكة العنكبوتية لفتح فضاءات أخرى للتعبير ، و ظهور الإعلام الالكتروني الذي أصبح له اهمية بالغة في حياتنا السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و في جميع نواحي الحياة و قد تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التقني و انتشار المعلومات بسرعة فائقة استطاعت ان تعبر القارات و تتخطى الحدود ⁵

و يعد ظهور الجيل الثاني من تطبيقات الويب 2.0 أحد أهم تطورات الاعلام الالكتروني ، خاصة بالحديث عن النشر الالكتروني " فقد تحولت النسخة الورقية إلى نسخة مصورة pdf ، و بعدها إلى نسخة إلكترونية تحقق للقارئ المزيد من المعلومات " ⁶

و تعد المدونات الالكترونية كشكل من أشكال النشر الالكتروني ، و فرضت المدونات الالكترونية نفسها على الساحة الاعلامية كمنافس قوي للصحافة التقليدية بالإضافة الى ظهور اجيال جديدة تهتم بهذا النوع من الاعلام و الذي من اهم ميزاته هو نقله للنص و الصورة معا لتوصيل رسالة متعددة الاشكال. بالإضافة لغياب مقص الرقيب على المواد الصحفية التي يتم نشرها، نظرا لان الانترنت عبارة عن عالم مفتوح انعكس بصورة كبيرة على ميدان الاعلام عموما و عالم الصحافة المكتوبة بصفة خاصة مما دفع بالكثير من الصحفيين الى الاعتقاد بوجوب ادراج المدونات الالكترونية ضمن عملهم الصحفي نظرا للميزات التي تعرف بها هذه الاخيرة،

⁴ دشن القحطاني ، المدونات الالكترونية و حرية الرأي و التعبير ، مؤتمر تقنيات الاتصال و التغير الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، 15.17 / 2009/03/ ، ص 1.

⁵ شريف درويش اللبان، م س ذ، ص 60.

⁶ شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الاتصال ، المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية ، ط2 ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005 ، ص 50.

خاصة بعد ظهور الجيل الثاني من تطبيقات الويب 2.0 أحد أهم التطورات التي أضافت للشبكة أشكالاً تواصلية جديدة من حيث أنها تحدث أثراً في الحياة العامة للمجتمعات على اختلاف الأصعدة ، وازداد من ثم حضور المدونات الالكترونية و باتت شكلاً اعلامياً يقف جنباً الى جنب وسائل الاعلام التقليدية ، و التي اصبحت لها تأثير كبير بين اوساط القراء و تجسد فكرة "ماكلوهان " "العالم قرية واحدة " جعل منا نستفسر عن طبيعة هذه التقنية الجديدة في الاعلام و نسبة حضورها في الجزائر ، عوامل توظيفها و شروط نجاحها .

لذا فإن مشكلة الدراسة تركز على جانب شريحة من المجتمع و هم الصحفيين العاملين في الصحافة المكتوبة ، و التركيز على التقنية الاعلامية الجديدة المدونات الالكترونية ، و كيف يتعاملون مع هذه التقنية ، و استخداماتهم المختلفة لها . الى جانب التركيز على رؤيتهم و تقييمهم للتدوين الالكتروني مقارنة بالصحافة المكتوبة ، التي تعودوا عليها و دأبوا على استخدامها منذ سنين طويلة بما يعكس لنا المزايا الاساسية للمدونات الالكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة المستخدمة فعلاً لتلك التقنية .

و من هنا تتبلور اشكالية الدراسة في محاولة الاجابة عن التساؤل الرئيسي :

ما مدى استخدام صحفيي مؤسسة " النهار " للمدونات الالكترونية بالجزائر ؟

التساؤلات:

1. هل يستخدم الصحفيين داخل المؤسسة المدونات الالكترونية ؟
2. ماهي عادات و أنماط الصحفيين المدونين في التدوين ؟
3. هل يستخدم الصحفي المدونات ترويجاً لمقالاته و منشوراته ؟
4. ما هي دوافع استخدام الصحفيين للمدونات الالكترونية ؟

ب- فرضيات الدراسة:

1. يملك غالبية الصحفيين بمؤسسة النهار مدونات الكترونية و يستخدمونها لتطوير أدائهم المهني .
2. تمكن المدونات الالكترونية الصحفي من نشر ما يريد على الانترنت ، بعيداً عن الايديولوجية السياسية للمؤسسة التي يكون الصحفي مقولب ضمنها .

اسباب اختيار الموضوع:

1- الاسباب الموضوعية:

من الاسباب الموضوعية التي دفعتنا الى البحث في هذا الموضوع ما يلي:

- 1- ان ظاهرة المدونات الالكترونية بحاجة ماسة للعديد من الدراسات في سبيل تأصيلها نظريا و تطبيقيا ، خصوصا بالحديث عن المدونات من الجانب المهني للصحفي في الجزائر نظرا لندرة الدراسات حولها.
- 2- تعد هذه الدراسة بحثا جديدا في ميدانها ، اذ اجريت بحوث قليلة في الجزائر مماثلة لموضوع هذه الدراسة ، لكن تطرقت الى المدونات بشكلها العام كظاهرة جديدة او كصحافة مواطن بينما يتميز بحثنا بدراسة المدونات من جانبها الاعلامي .
- 3- اعتماد العديد من الصحف و القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر على اخبار و صور الانترنت في اعداد اخبار و تقارير للنشرات الاخبارية بحكم افتقادها الاشتراك في وكالات الانباء العالمية و انظمة التبادل الاخباري العالمي .
- 4- محاولة معرفة مدى اعتماد عينة الدراسة من الصحفيين على المدونات الالكترونية في ميدان عملهم.

الاسباب الذاتية:

- 1- محاولة معرفة وزن المدونات و إدراجها ضمن العمل الاعلامي ، كوني مبتدئة في الميدان و أسعى إلى تطوير الأداء المهني الاعلامي بالجزائر.
- 2- محاولة اكتشاف كيفية تعامل الصحفيين الجزائريين مع المدونات الالكترونية من خلال تقاسم المعلومة و نشرها.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- 1- اصبح الاهتمام بوسائل الاعلام يتزايد و يأخذ ابعادا اكثر عمقا و شمولاً و أهمية و تأثيراً ، و بصفة خاصة من خلال تطور الادوات و التقنيات الاعلامية الحديثة التي زادت من فاعلية الاتصال الجماهيري.
- 2- تتمثل أهمية البحث في كونه يبحث عن مدى استخدام الصحفيين الجزائريين للمدونات الالكترونية ودورها في تطوير الاداء الاعلامي بالجزائر ، وبالأخص الوصول الى معرفة اسباب لجوء الصحفيين الى التوظيف الاعلامي للمدونات الالكترونية.

اهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

1. التحديد العلمي لماهية المدونات الالكترونية ، و الوقوف عند اهم مميزاتا و خصائصها و انواعها.
2. تسليط الضوء على واقع التدوين بالجزائر عند الصحفيين الجزائريين.
3. التركيز على استخدامات الصحفيين بمؤسسة "النهار" للمدونات ، و ابراز اهميتها بالنسبة للعمل الصحفي

4. تحديد اهمية المدونات كمصادر للمعلومة لدى الصحفيين الجزائريين.

3- يتزامن البحث مع حداثة ظهور المدونات الالكترونية كتقنية جديدة للنشر الالكتروني ، في البلدان العربية عامة و في الجزائر خاصة ، اذ ان اهم ما يميز الاعلام الالكتروني هو استخدام الوسائط المتعددة التي تتيح لكاتب المادة الصحفية التعبير عن وجهة نظره بأكثر حرية.

ثانيا: تحديد مفاهيم الدراسة:

مفاهيم الدراسة:

1- الاستخدامات:

لغة: الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من استخدم الرجل غيره ، استخدمه استخداما فهو مستخدم ، و الاخر مستخدم أي اتخذه خادما ، طلب منه أن يخدمه. و استخدم الانسان الالة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه.⁷

اصطلاحا: يبدو مفهوم الاستخدام من النظرة الأولى مفهوما واضحا و بسيط المعنى غير ذي حاجة أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني و الدلالات النظرية و التطبيقية تصطدم بمفهوم غامض و متنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي و ما هو تقني ، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين ن و تقرير، و تحليل مجموعة من السلوكيات ، و المظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال.⁸

اجرائيا : تعرف بأنها مجموعة الاسباب التي تدفع الصحفيين و الاعلاميين للتعرض للمدونات الالكترونية كتقنية جديدة للنشر الالكتروني بعيدا عن الخط التحريري الذي تفرضه أي وسيلة إعلامية .

⁷ عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط عربي -عربي ، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005، ص102.

⁸ أحمد عبدلي ، مستخدمو الأنترنت ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ،

2002-2003، ص6

2- المدونة الالكترونية:

لغة : تعرف المدونة لغويا في المعجم الوسيط : دون الديوان، أنشأه أو أجمعه، و دون الكتب ، جمعها و رتبها و هي من كلمة دون بفتح الدال و شد الواو .

اصطلاحا: "Weblog" كلمة انشقت من ادغام كلمتين Log و Web ، و قد وضع هذا المصطلح الكاتب الامريكي "جون بيرغر" في كانون الاول ديسمبر 1994، للإشارة الى المواقع التي تمكن الافراد من نشر آرائهم و يقصد. بما كذلك الموقع الالكتروني الذي يحتوي على عناصر و مواد منشورة وفق ترتيب كرونولوجي ، و يتضمن نصوصا، و صورا و افلام فيديو مرئية او مسموعة ، و يمكن لأي زائر او قارئ ان يبدي تعليقا حولها

و يطلق اسم مدونة على ذلك الموقع الالكتروني الشخصي على شبكة الانترنت الذي يسجل فيه صاحبه سيرته الذاتية و رزنامة من الأحداث و الآراء، و المزود بروابط لمصادر إلكترونية أخرى. فالمدونة إذن هي صفحة إلكترونية شخصية تعبر عن اتجاهات صاحبها نحو الموضوعات التي تهتمه و على كافة المستويات.⁹

إجرائيا: المدونة الالكترونية هي وسيلة اتصال و إعلام إلكترونية حديثة تتضمن محتويات مكتوبة مسموعة ومرئية ، تعبر عن أفكار صاحبها ، آرائه و مواقفه ، بشكل حر دون الخضوع للرقابة بكل أنواعها اتجاه الأحداث و الموضوعات الوطنية و الدولية في كافة الميادين . أي أن المدونة الإلكترونية وسيط مفتوح للنشر و بالتالي لخلق حرية المهنة الصحفية.

3- المدون:

اصطلاحا: هو المتحكم في كل ما ينشر على صفحات مدونته يمكنه بذلك مباشرة نشر تدويناته مباشرة من البريد الالكتروني الخاص به أو من بريد الكتروني اخر او حتى من هاتفه النقال¹⁰.

إجرائيا: المدون هو محرر المدونة ومالكها ، و هو المسؤول الوحيد لكل ما يدرج فيها ، و له الحق في التعبير من خلالها عن أفكاره و آرائه و مواقفه خارجا عن نطاق السياسة التحريرية التي تضبطه في أي وسيلة إعلامية

4- الصحفي:

⁹ جمال الزرن، سلطة التدوين، مجلة الشؤون العربية على النت، العدد 130، ص12.

بكسر الصاد أو فتحها هو المزاولة لمهنة الصحافة أو هو كل من اتخذ الصحافة مهنة له يمارسها على سبيل الاحتراف أو شبه الاحتراف ويشمل العمل الصحفي التحرير في الصحف وإخراجها وتصحيح موادها وإمدادها بالأخبار والتحقيقات والمقالات والصور والرسوم.¹¹

ثالثا: الدراسات السابقة:

1-دراسات أجنبية:

●دراسة(Bonnie A.Nardi et al,2003)بعنوان لماذا ندون؟¹²

أجريت هذه الدراسة في الفترة من أبريل و حتى جوان من عام 2003 و قد أجريت المقابلات مع المبحوثين للتعرف على المعلومات الديمغرافية و عاداتهم التدوينية و الأفكار المتبلورة لديهم عن التدوين ومدى استخدامهم لوسائل الإعلام و تم الحصول على المعلومات من خلال أسلوب التحليل الكمي للمضمون و الوظائف التي تقوم بها المدونات و كذلك من خلال المقابلات مع المبحوثين و أجريت هذه المقابلات مرتين على الأقل مع كل مبحوث مع متابعتهم شخصيا سواء عبر التليفون أو البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية.

و بلغت عينة الدراسة 23 مفردة منهم 16 ذكور و 7 إناث ممن تتراوح أعمارهم بين (19-20) . و تضمن الإطار الجغرافي للعينة مدينتي كاليفورنيا ، نيويورك، و تم اختيار العينة من خلال محرك البحث غوغل من خلال خدمة استضافة المدونات.

و خلص الباحث إلى النتائج التالية:

الدوافع الرئيسية الخمسة للتدوين هي : (توثيق حياة الفرد، التعليق، و عرض الآراء، التعبير عن المشاعر، التعبير و كتابة الأفكار، تشكيل المنتديات و المحافظة على المجتمع)و لكن كل هذه الدوافع متداخلة. محتوى المدونات ينبثق أساسا من الأنشطة اليومية للصحف حول التعليقات الجادة على أهم القضايا.

¹¹ محمد منير حجاب ، المعجم الاعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003 ، ص315

¹²Bonnie A.Nardi,DianeJ.Schiano,Michelle Gumbrecht : **why we blog ?**,Communication of the ACM, , December 2003 , p 41-46.

و أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الباحثين برصد هذه الظاهرة و ذلك لنموها الملحوظ و نظرا للتغيرات التي أضفتها على المجتمعات.

● دراسة (Marci McCoy AOTH, 2004) بعنوان كيف يرى الصحفيون المدونات؟¹³
قدمت هذه الدراسة بالتأثير الملحوظ الذي أحدثته المدونات خلال الفترة الأخيرة في عملية إنتاج الأخبار و ذلك نظرا لقدرتها الفائقة على كشف الحقائق التي عجزت وسائل الإعلام التقليدية على كشفها و كان لها الفضل في الخروج بقصص سياسية مهمة خلال هذه الفترة.
و أحرقت الدراسة من خلال مسح لآراء الصحفيين حول تعريف المدونات و تباينت الآراء ما بين:
أن المدونة كلمة ابتداعية سخيفة.
يستخدمها الناس للقدف.
يستخدمها الناس للسخرية من الأحداث.
يستخدمها المدونون للتخلص من أفكارهم العشوائية.
و من خلال الاستطلاع تم سؤال الصحفيين عن مواقفهم أو رفضهم لاعتبار أن المدونات لعبت دور في تحسين عملية إنتاج الأخبار.
و خلصت نتيجة الدراسة إلى :
نسبة 52 بالمائة وافقت.
نسبة 20 بالمائة رفضت.

نسبة 67 من عينة الدراسة ذكرت أن ظاهرة المدونات السياسية بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية لما لها من عيوب مثل الطابع المتسرع و انعدام المعايير الأخلاقية و الاتجاه إلى الشائعات.

● دراسة (Andy Koh et al., 2005) بعنوان أخلاقيات التدوين¹⁴ :
و ركزت الدراسة على اعتراف و إقرار وسائل الإعلام بالمدونات و كذلك الباحثين و المسؤولين الحكوميين في مختلف أنحاء العالم حيث لعبت المدونات خلال الفترة الأخيرة دور بارز في التعليق على القضايا العامة و

¹³ Marci McCoyAOTH, **How journalists see the Blog sphere?** , Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, December 2004.

¹⁴ Andy Koh, Alvin Lim, Ng Ee Soon , Benjamin H. Detender , Mark Cenit , **Ethics in Blogging** , survey IowaState Press, 2005

خاصة حرب العراق و هجمات 11 سبتمبر و كذلك مصدر ا مهما للأخبار. و مع ذلك تم نقد المدونين لأسباب تتعلق بعدم كونهم صحفيين أكاديميين مؤهلين لامتهان المهنة . و أجريت هذه الدراسة بناء على استقصاء دولي للمدونين مع التركيز على أبرز أنواع المدونات، و المبادئ و أخلاق المدونين و اعتمدت على العينة العشوائية . و أظهرت النتائج أن:

73% من المدونين ذكروا أن مدوناتهم تنتمي للطابع الشخصي في حين 27% ذكروا أنها ليست شخصية و كشفت أيضا النتائج عن اختلافات كبيرة في تعريف المدونين للمدونات الشخصية و غير الشخصية حيث كانت الشخصية هي بمثابة جريدة شخصية أو مجلة بينما المدونة غير الشخصية هي التي تركز على مواضيع محددة و محتوى موجه عادة لجمهور أوسع.

و يختلف تعريف المدونات الشخصية و غير الشخصية بناء على العوامل الديموغرافية و عادات القراءة و الموضوعات و أصحاب المدونات غير الشخصية دائما من كبار السن من الذكور مع زيادة المستوى التعليمي لمدوني المدونات غير الشخصية عن مدوني المدونات الشخصية.

و المدونات غير الشخصية تتمتع بتزايد اعداد قرائها عن المدونات الشخصية و كل المدونين يعتبرون أن الإسناد هو الأهم في العملية التدوينية و لكن لا يتحمس أي نوع من أنواع المدونين لوجود ميثاق أخلاقي للتدوين و أن جميع المدونين بخصائصهم الديموغرافية و تجاربهم و عاداتهم ومعتقداتهم يرون أنهم ليسوا بحاجة إلى قواعد للسلوك.

1-دراسات عربية:

الدراسة الأولى: دراسة " هشام عطية عبد المقصود 2009" بعنوان " : خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية و الاجتماعية في قضايا و احداث الشئون العامة في وسائل الاعلام الجديدة- دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية¹⁵:"

- استهدفت الدراسة التعرف على اجندة القضايا التي تطرحها مدونات "الوعي المصري" و "نورا يونس" للتعرف على اولويات اهتماماتهم في مجال معالجة و تقديم الشئون العامة و دلالات ذلك، و التعرف

¹⁵ هشام عطية عبد المقصود، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية و الاجتماعية في قضايا و أحداث الشئون العامة في وسائل الاعلام الجديدة : دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية ، كلية الاعلام مؤتمر الاعلام و الأسرة و تحديات العصر، 2009/04/15-17.

على اجندة القضايا الثانوية التي تتضمنها كل قضية رئيسية. و قد اعتمدت الدراسة على منهج المسح و اسلوب تحليل الخطاب، و تبنت الدراسة نظرية المجال العام Sphere Public ، و توصلت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها:

- عملت مدونتا الدراسة خارج حدود سرد اليوميات و التعليقات الشخصية في الشؤون العامة، و خارج حدود التعبير عن انشغالات ذاتية و قضايا فردية لتعبر في الحقيقة عن تشكل مجال عام حقيقي بعدد هائل من المهام تدخل ضمن حدود ما تعارفت عليه الادبيات البحثية انه مجال عام حقيقي يقوم بعدد من المهام تدخل ضمن حدود ما تعارفت عليه الادبيات البحثية انه مجال عام تشكله المدونات Blogsphere باعتبارها وسائط اعلامية جديدة، و هو مجال عام تأسس على فعاليات و خصائص شبكة الانترنت Sphere Network Public.

- اتضح طابع مدونتي الدراسة كمجال عام في عدد من القضايا و الاحداث ذات الصلة بالشؤون العامة و التي قامت بطرحها في الفترة من اكتوبر 2007 و حتى اكتوبر 2008، و قد تحققت في هذه القضايا مواصفات المجال العام من حيث كونها قضايا ذات اولوية جماهيرية، و تنوع النقاش بشأنها، و تطوير الحوار حول عناصرها، و تلقي مشاركات متنوعة من الجمهور، و تضمين روابط و مواقع تزيد من تطوير النقاش و اثراء الحالة المعرفية، فضلا عن السعي لبلورة توجه عام بشأن هذه القضايا، و محاولة الحث على القيام بإجراءات و سلوكيات في بعض الحالات مثلما هو الحال في قضية التحرش الجنسي بالنساء و قضايا العنف البدني الموجه للمحتجزين و المعتقلين في بعض اقسام الشرطة.

الدراسة الثانية : دراسة "شريف درويش اللبان" 2008 بعنوان: «أزمة حرية التعبير، الأعلام التقليدي في مواجهة التدوين»¹⁶

تناولت الدراسة في مقدمتها الاوضاع المتردية في التجربة الديمقراطية المتداعية في العالم العربي، ثم اتجهت الى ابراز الظواهر الاعلامية الايجابية في العالم العربي عامة و مصر خاصة و التي تمثل افرازات وسائل الاعلام الجديدة، و اهمها ظاهرة المدونات التي ساعدت على نمو و تطور الجماعات المتواجدة في هذه النوعية في صحافة الهواة بأساليب و طرق عديدة، و جعلت الحاجة الماسة الى مزيد من التفاعلية بين وسائل الاعلام

¹⁶ شريف درويش اللبان، أزمة حرية التعبير الاعلامي التقليدي في مواجهة التدوين، ورقة مقدمة للمؤتمر الخامس لأكاديمية أخبار اليوم : الصحافة و المستحدثات التكنولوجية في إطار التكامل و المنافسة ، 23-24/12/2008.

التقليدية و جماهيرها، ثم تأثير المدونات بوصفها اداة مهمة تسهم في تشكيل مجتمع المعلومات على اساس ديمقراطي.

و استعرضت الدراسة اهم المشكلات و العقبات التي تواجه المدونات، و جاء في مقدمتها : الملاحقة القضائية، الاحتجاب الطوعي، الاحتجاز غير القانوني للمدونين. كما وضعت الدراسة بعض الحلول التي يمكن ان تحل مشكلة المدونات، منها: التاهيل المهني، اصدار التشريعات اللازمة لتنظيم عمل المدونات، وضع ميثاق شرف للمدونين،التنظيم الذاتي. و في النهاية، قامت الدراسة بتحديد اطر العلاقة بين الاعلام التقليدي و المدونات.

الدراسة الثالثة: دراسة "حسني محمد نصر" 2007 بعنوان: "المدونات الالكترونية و دعم التعبير عن التعددية في العالم العربي"¹⁷

استهدفت الدراسة وصف و تحليل ظاهرة المدونات الالكترونية و مناخ الحرية الذي يمكن ان تشيعه المدونات الالكترونية في الواقع الإتصالي العالمي، و ارتباط تلك الحرية الفردية و الجماعية بظاهرة التعددية بوصفها ظاهرة يندر ان يخلو منها مجتمع من المجتمعات الانسانية، بما فيها المجتمعات العربية. و قد اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي و المسح الاعلامي، و ذلك لدراسة نشأة المدونات و تطورها على المستويين العالمي و العربي، و رصد واقع التدوين الالكتروني في المنطقة العربية و سماته و العوامل التي تساعد على انتشاره في السنوات الاخيرة، و ما ترسخه المدونات العربية من حريات جديدة، ادى الى فرض دورها كوسيلة اتصالية تدعم التعددية.

و توصلت الدراسة الى عدد من النتائج، اهمها:

- ان المدونات الالكترونية اصبحت ظاهرة اعلامية مهمة، سواء على المستوى الدولي او العربي و تحولت الى وسيلة اتصالية توفر ما يمكن اعتباره "صحافة بديلة " او "صحافة موازية" للصحافة المطبوعة و الالكترونية.
- اسهمت عوامل عدة في انتشار التدوين الالكتروني في المنطقة العربية، و تتمثل هذه العوامل فيما يأتي

¹⁷ حسني محمد نصر، المدونات الالكترونية و دعم التعبير و التعددية في العالم العربي، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، المجلة المصرية

لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثالث، 2007/08

- التطور المتزايد الذي شهدته المنطقة العربية على صعيد البنية المعلوماتية الاساسية Information Infrastructure التي اتاحت وصولا متزايدا للإنترنت بكلفة معقولة جعلت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة في متناول المواطن العادي و بكفاءة تماثل نظيرتها في الدول المتقدمة.
- غياب منافذ التعبير الشعبية، و اقتصار وسائل الاعلام التقليدية على التعبير عن النخب السياسية والفكرية.
- سهولة و يسر انشاء و ادارة المدونة بالمقارنة بمواقع الويب و المنتديات و المجموعات الاخبارية، و امكانية عدم الكشف عن هوية المدون التي تتيحها تقنيات المدونات.
- استخدام اللهجة العامية المنتشرة بين الشباب اي لغة الشارع في المدونات و عدم تقييد الكتابة بها باللغة الفصحى.
- وجود علاقة بين معدل نشر المدونات في المجتمعات العربية و بين الحريات المتاحة امام الاقليات المختلفة، حيث جاءت جماعات الاسلام من ابرز القوى التي مثلت لها المدونات مخرجا مناسباً للتعبير عنها.

الدراسة الرابعة: اطروحة ماجستير امينة نبیح 2009 بعنوان: "المدونات العربية الالكترونية المكتوبة بين التعبير الحر و الصحافة البديلة"¹⁸

ويتجلى هدف هذه الدراسة في معرفة مدى تأثير المدونات العربية على المدونين والمستخدمين لشبكة الانترنت من جهة، وعلى الصحافة المكتوبة بصفتها أقرب قطاع لها من جهة أخرى، خاصة وأنها خدمة تعمل على تغطية نقائص الصحافة. وكذلك محاولة التوصل إلى معرفة ما إذا كانت المدونات العربية الالكترونية صحافة بديلة حقيقة أم أنها هواية شخصية أي مجرد فضاء للتعبير الحر بأشكال متعددة. فهي دراسة تسعى إلى فتح مجال أوسع للبحث والتعمق في مثل هذه المواضيع، لتدارك النقص الملموس والمساهمة في التراكم المعرفي. و هي دراسة خاصة بالعالم العربي.

3 - تقييم الدراسات السابقة:

بعد عرضنا للدراسات السابقة سواء الاجنبية، أو العربية :

¹⁸ أمينة نبیح، المدونات الالكترونية بين التعبير الحر و الصحافة البديلة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2007-2008.

تمت الاستفادة من الدراسات في معرفة طبيعة "المدونات الإلكترونية" بشكل أكثر تفصيلاً، حيث أنها تعتبر من المجالات الحديثة إضافة إلى الاستفادة أيضاً في بلورة المشكلة البحثية و تساؤلات الدراسة بشكل أكثر تفصيلاً من خلال التعرف على المتغيرات التي كانت مستخدمة و كيف تمت صياغة التساؤلات التي تقيس تلك المتغيرات.

و منهجية تلك الدراسات و محاولة طرح اداة منهجية تختلف عما تم استخدامه في الدراسات السابقة من اجل اجراء هذا البحث، بحيث قدمت الدراسات السابقة عدديدا من الاضافات المعرفية التي تتمثل في تحديد الاستخدامات و الاشباع المتحققة من استخدام المدونات الإلكترونية حيث اتفقت الدراسات على استخدامها كمصدر للمعلومات ، و هو ما جعلنا نعتمد على هذه الدراسات في الجانب النظري .

و ما يلاحظ من خلال استعراض هذه الدراسات:

- الدراسات العربية في هذا المجال عددها محدود جدا و أغلبها تقتصر على المجتمع المصري .
- اهتمام جل الدراسات بالمدونين بصفة عامة أكثر منها بقراء المدونات.
- معظم الدراسات تعرضت للمدونات الإلكترونية على أساس صحافة مواطن و غياب الإشارة إلى المدونات المهنية التي تخص الصحفي المدون و هذا ما سنحاول التطرق إليه في بحثنا.

رابعاً: المدخل النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى مدخل " الاستخدامات و الاشباع " كإطار نظري يمكن من خلاله التعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة " للمدونات الإلكترونية و دوافع هذا الاستخدام.

أ- التعريف بالمدخل:

يعد مدخل الاستخدامات و الاشباع عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الاعلام و الجمهور بشكل مختلف ، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه ، حيث أن وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها ، بل أن استخدام الجمهور لتلك الوسائل الإعلامية لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها

وسائل الإعلام¹⁹

¹⁹ محمد بن عبد الرحمن الحضيف ، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات و الأساليب ، ط2 ، مكتبة العبيكان ، الرياض ،

و يعتمد مدخل الاستخدامات و الاشباع على فكرة مفادها أن استخدامات الأفراد لنفس الرسالة يمكن أن تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة و من ثم فإن حاجة الأفراد و توقعاتهم تعد جميعاً متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية و تأثيرات تلك الرسائل²⁰.

و يقدم نموذج الاستخدامات و الاشباع مجموعة من المفاهيم و الشواهد التي تؤكد على اسلوب الافراد امام وسائل الاعلام اكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية.

فلقد قام كل من كاتز و بلومر Blumler Katz and Elihu « » بوضع "نظرية الاستخدامات و الاشباع" بصورتها النهائية عام 1974 في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري".

و يهدف مدخل الاستخدامات و الاشباع إلى محاولة شرح وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم و تحقيق أهدافهم و من ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل .

و تعرف النظرية بأنها: " دراسة جمهور وسائل الاعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجيات فردية معينة"²¹

ب- تطور مدخل الاستخدامات و الاشباع:

خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رأي الجمهور على أنه عنصر سلبي إلى أنه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام²²

التطور الفعلي لمدخل الاشباعات كلن سنة 1944 في مقال كتبه عالمة الاجتماع harzog بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي و اشباعاته" وذلك من خلال عدة مقابلات مع مستمعات المسلسل لتصل إلى اشباعات عاطفية.

²⁰ عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط 3، الدار المصرية اللبنانية ، 2003، ص239.

²¹ مرزوق عبد الحكم العادلي ، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، دار الفجر للطباعة و النشر و التوزيع ، 2004 ، ص 109 .

²² محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، ط3، عالم الكتب، القاهرة ، 1993 ، ص223.

ثم آتت دراسة بيرلسون 1945 التي أجراها بعد توقف 8 صحف من الصدور بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك وتوصل إلى أن الصحف تلعب عدة ادوار وتقوم بعدة وظائف تجعل من الجمهور بحاجة دائمة لها منها: نقل المعلومات والأخبار، الهروب من المتاعب اليومية، تقديم التغييرات حول الشؤون العامة و معلومات حول الأوضاع المالية و الإعلانات و وأحوال الطقس.

ولاحظ كل من وولف و فسك سنة 1949 أن لكوميديا الأطفال ثلاث وظائف هي: التحول في العالم الخيالي، تقديم صورة البطل الذي لا يقهر وتقديم معلومات عن العالم الحقيقي غير أن البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة اليهود كاتز 1959 الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور وقد اعترض كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية.

لتستمر جهود كل من لازار سفيلت و شرام و ريفرز لفهم العلاقة بين المتغيرات الاجتماعية واستخدام وسائل الاتصال

ويرى دينيس ماكويل انه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته عن طريق استخداماته لوسائل الاتصال، وبهذا فقد قدم تصورا للوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع الفرد المستخدم لها، كمدخل رئيسي لدراسة العلاقة بين الوسائل الاتصالية والمتلقي.

وقد كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه اليهود كاتز و بلمر سنة 1974 احتوى الكتاب على الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع استخدام الفرد لها²³.

ج- فرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسة للنظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، وشكلت هذه الأسس، والعناصر المداخل العلمية للنظرية. ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط، على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فأضفت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقياً سلبياً بل ينظر إليه على أنه

²³ حسن عماد المكاوي، ليلى حسين السيد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 239

ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية. لذا

يرى (إليهو كاتز) (Elihu Katz) وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي كالاتي:²⁴

1- الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.

2- استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور، منها: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.

3- الجمهور هو الذي يختار الوسيلة، والمضمون الذين يشبعان حاجاته.

4- يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها، ومن ثم يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط .

د- أهداف مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

و تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات الى تحقيق ثلاثة اهداف رئيسية هي²⁵:

- معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام باعتبار للجمهور دوافع وحاجات من وراء استخدامه لها.

- الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى.

- الفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.

- معرفة الاشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيتها.

- معرفة دور المتغيرات الوسيطة ومدى تأثيرها على الوسائل و الاشباعات.

ه- عناصر مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

الجمهور النشط: لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه

هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يرد ويتعرض له ويتحكم

في اختيار الوسيلة التي تقدر المحتوى المطلوب، إذ يرى بلومر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي

²⁴ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية ، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة، 2007،ص255.

²⁵ محمد عبد الحميد، م س ذ، ص 222.

للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد فقد حدد كل من ليفي

ويندال أن نشاط الجمهور له بعدان:

أ - التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية- الانشغال- المنفعة)

ب- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الانتقاء قبل التعرض- الانتقاء أثناء التعرض- الانتقاء بعد التعرض)

2- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية. فالفرد إذا اختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية و يتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية لهذا يرى كاتز انه ما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع.

"و قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام ، مثل ارتباط التعرض بالنوع ،و العمر ، و المهنة ، و المستوى التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي"²⁶

3-دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

و بوجه عام فان معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض الى فئتين²⁷

1- دوافع نفعية: Instrumental Motives : و تستهدف التعرف على الذات ، و اكتساب

المعرفة و المعلومات و الخبرات ، و جميع اشكال التعلم بوجه عام التي تعكسها نشرات الاخبار و

البرامج التعليمية و الثقافية.

²⁶ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط3 ، الدار المصرية البنانية ، القاهرة ، 2003 ، ص 244.

²⁷ اسماعيل محمد حسن ، م س ذ ، ص 254-255

2- دوافع طقوسية: Motives Ritual: و تستهدف تمضية الوقت ، و الاسترخاء ، و الصداقة ، و

الالفة مع التسلية ، و الهروب من المشكلات ، و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل:

المسلسلات ، و الافلام ، و المنوعات ، و برامج الترفيه المختلفة.

و في هذا الصدد تبدو اهمية نظرية " الاستخدامات و الاشباعات " التي تمثل ربطا منهجيا بين الدوافع النفعية و الدوافع الطقوسية.

و من هذا المنطلق، يتضح لنا ان لهذه الدراسة في مجالي الصحافة و الاعلام اهمية خاصة

اذ انها تحتاج بشكل اكبر لدراسة القائمين بالاتصال .

و قد تم استخدام هذه النظرية لان الدراسة ترتبط بسلوك فئة معينة من الناس ، و هم الصحفيون العاملون في

مجال الصحافة المكتوبة ذلك ان المدخل الوظيفي يركز على مكانة الاعلام في حياة الناس ، و يمكن من خلاله

معرفة استخدامات الصحفيين للمدونات الالكترونية و دوافع تعرضهم لها

4- اشباعات وسائل الإعلام:

وفق مدخل الاستخدامات و الاشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع

حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباعات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادي

الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض

لوسائل الإعلام و الاشباعات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول

تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم

الاشباعات إلى نوعين رئيسيين هما:²⁸

أ- الاشباعات المطلوبة: أي الاشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها و تحقيقها من خلال

الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه

من اشباعات يتحقق.

ب- الاشباعات المحققة: أي الاشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام

وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون

الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعات حقيقية لحاجات الجمهور.

²⁸ عبد الله يوسف الجبوري، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، الجامعة الكندية العربية الحرة، 2009، ص30.

و- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات:

1. الادعاء بان الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه إذ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال.
2. عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط.
3. الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس.
4. عدم تفرقة المدخل بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور و الاشباعات التي تحقق عند التعرض للمضامين الإعلامية إذا افترضنا أن هذا الفرق يعد عنصراً موضحاً لمبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية.
5. يرى دينيس ماكويل أن بحوث الاستخدامات و الاشباعات يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط وخاصة بطغيان المواد الترفيهية و مضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي (نظرة نقدية).

ي - الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

دافع باحثو الاستخدامات و الاشباعات عن النظرية بالردود التالية :

- 1- " استطاع الباحثون في نظرية الاستخدامات و الاشباعات وضع قائمة من الحاجات و الاشباعات بما تتيح للجمهور اختيار ما يلائم حاجاته المختلفة و الإشباعات التي يسعى لتحقيقها ، و بذلك يمكن تفادي عدم قدرة الأفراد على التعبير عن دوافعهم و إشباعاتهم "29.
- 2- "كذلك يدافع باحثو الاستخدامات و الإشباعات عن النظرية بأنها ليست وظيفية بطبيعتها ، وأن مصادر التغيير في سلوك الجمهور تجاه وسائل الاعلام ، أو في تنظيم و محتوى هذه الوسائل ، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور ، و بين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى و تنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه "30.

²⁹ مرزوق عبد الحكم العادلي ، الاعلانات الصحفية ؛ دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، م.س.ذ ، ص 129.

³⁰ مرزوق عبد الحكم العادلي ، المرجع نفسه ، ص 130.

- 3- "من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في بحوث الاستخدامات و الاشباعات باختلاف المجتمعات ، نظرا لخصوصية كل مجتمع و اختلاف ظروفه النفسية و الاجتماعية و الاتصالية ، لذلك فالتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد ، الذي همها اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فإنه يجمعها طابع واحد" ³¹
- 4- " إن غموض افتراض الجمهور النشط أيضا تم التغلب عليه من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في :
- الانتقاء قبل التعرض .
 - الاهتمام أثناء التعرض.
 - زيادة المعرفة و النقاش بعد التعرض . ³²

خامسا: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

أ-مجتمع الدراسة الميدانية:

إن مجتمع البحث يشمل جميع عناصر و مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة ³³ ، و يتمثل مجتمع البحث بهاته الدراسة في الصحفيين العاملين بالمؤسسة الاعلامية الجزائرية " النهار" ، و هي مؤسسة جزائرية مستقلة، مقرها بالجزائر بالعاصمة ، لقبث كأول مؤسسة إخبارية خاصة في الجزائر لسنة 2014 و هي فترة بدأ بحثنا ، تهتم بالشأن الاخباري و السياسي و مختلف المجالات ، يبلغ عدد موظفيها إجمالا 150 مفردة أما عن سبب اختيار صحفيي مؤسسة النهار من بين كل المؤسسات الاعلامية الاخرى ، كون هذه الاخيرة و كما سبق الذكر صنفت كأول مؤسسة إخبارية بالجزائر ، حسب معهد سيقما التونسي للتخصص في سبر الاراء لمختلف المجالات السياسية و الاعلامية و الاجتماعية.

ب-عينة الدراسة و طريقة اختيارها: من المجتمع الأصلي اخترنا عينة ممثلة " فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب

³¹ مرزوق عبد الحكم العادلي ، المرجع نفسه ، ص 130.

³² مرزوق عبد الحكم العادلي ، المرجع نفسه ، ص 130.

³³ ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان

، 2009 ، ص 137.

تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت ، بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها³⁴.

و حسب ما يقتضيه بحثنا ، قمنا باختيار عينة عشوائية من الصحفيين مدونين أو غير مدونين لمعرفة نسبة الصحفيين المدونين كون الظاهرة حديثة بالجزائر ، و لا يمكننا حصر مجتمع الدراسة .
و قدر العدد النهائي لعينة الدراسة ب 90 مفردة بعد الغاء 5 استمارات و عدم استرجاع 15 استمارة أخرى بعد توزيع 110 استمارة على مجتمع الدراسة.

ج- منهج الدراسة: تندرج هذه الدراسة الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية بالجزائر ضمن البحوث الوصفية و التي تتطلب منا استخدام منهج المسح الوصفي للتعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح كل المعلومات المتعلقة بمكوناتها الأساسية و ما يسودها من علاقات داخلية و خارجية.

وقد عرفه الباحث ذوقان عبيدات " المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها... " ³⁵ مما يعني أنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث، أو بمعنى آخر هو الطريقة العلمية التي تساعد الباحث على التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك وأن أهم ما يجدر بنا الإشارة إليه هو أن العديد من الباحثين أمثال حلمي محمود فودة، عبد الرحمان صالح عبد الله، عرفوا هذا المنهج على أساس أنه المنهج الوصفي عندما قالوا أنه " وصف ظاهرة معينة وماثلة في الموقف الراهن فيقوم بتحليل

خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها" ليكون بذلك المنهج الوصفي في حقيقة الأمر منهج مسح قائم على وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها طبقا لوضعها الطبيعي".

³⁴ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2003، ص292

³⁵ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي وعلوم الإعلام والاتصال، م.س.ذ، ص 286

سابعاً: ادوات جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبانة لأنها الأداة المناسبة لمنهج الدراسة و موضوعها ، فعن طريقها يمكن جمع البيانات الخاصة بعادات و أنماط المبحوثين في التدوين . و يعرف الاستبيان أنه " أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استتارة الأفراد بطريقة منهجية و مقننة لتقدم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في اطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات " .³⁶

و تعرف على أنها : "من الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات الأولية الأساسية ومباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر فئة البحث واتجاهاتها أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفع إلى تصرفات سلوكية معينة".³⁷

والاستبيان هو من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً في منهج المسح حيث يتم استعمال الاستمارة التي هي نموذج الأسئلة التي توجه إلى الأفراد بغية الحصول على معطيات وبيانات معينة فهي نظام يتضمن مجموعة من الأسئلة والتساؤلات والاستفهامات حول موضوع الدراسة حيث أنها تسهل العمل وتيسره.

- تصميم الاستمارة :

تم تصميم استمارة الاستبيان ، حيث تكونت من محورين : المحور الأول : عادات و أنماط الصحفيين المدونين و يندرج تحته 23 سؤالاً ، و المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفيين للمدونات و يندرج تحته 8 أسئلة . و للتأكد من مصداقية الاستمارة تم عرض وثيقة الأسئلة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علوم الاعلام و الاتصال³⁸ . و تم وفق توجيهات المحكمين تعديل بعض الأسئلة ، و حذف و إثبات أخرى ، و بعد تعديل الاستمارة وإخراجها في صورتها النهائية ، تم توزيعها على أفراد العينة ، ثم تفرغها في جداول.

³⁶ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط 1 ، 2000 ، ص 353.

³⁷ أحمد بن مرسل، م س ذ ، ص 293

³⁸ قام بالتحكيم كل من :

الدكتور : بدر الدين زواقة ، تخصص إعلام و اتصال ، جامعة - باتنة

الأستاذ : رابع عمار ، تخصص إعلام و اتصال ، جامعة - وهران

بعد الانتهاء من عملية تفرغ البيانات لابد لنا من أساليب و البيات لشرح و تحليل البيانات لتفسير الظاهرة تفسيراً مفصلاً و لقد اعتمدنا على مايلي :

أ-أسلوب التحليل الكمي :

يتم من خلال أرقام و نسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية ، و جداول رقمية تدل على مؤشرات ذات علاقات ارتباطية ، تعطي حيوية و فعالية للأرقام و النسب الجامدة ، و تتيح استخلاص النتائج و مناقشتها علمياً . و من أنواع التحليل الكمي المعتمدة في الدراسة :

● التكرارات و النسب المئوية : و تتعلق بكل الجداول لمعرفة الاختلافات في درجة التوزيعات

للمتغير التابع متغير الجنس ، المستوى التعليمي ، التخصص ، المنصب .

● مقياس الدلالة الإحصائية :

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة مقياس الدلالة الاحصائية χ^2 و ذلك لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين استخدامات أفراد العينة حسب السمات العامة .

$$\chi^2 = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

ثم بعد ذلك نقوم بمقارنة χ^2 المحسوبة ب χ^2 الجدولية بالرجوع إلى الجدول الذي أعده كارل بيرسون و الذي حدد فيه توزيع القيم المختلفة عندما تكون الصدفة هي العامل الوحيد المسبب للفرق المعنوي و هذا من خلال مقارنة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة التي تقابلها في الجدول مقارنة بقيمة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة التي تقابلها في الجدول مع أخذ نسبة احتمال الصدفة المطبقة في العلوم الاجتماعية و البالغة 5% ، إذا كانت χ^2 المحسوبة أكبر من χ^2 الجدولية عند درجة الحرية المعينة و مستوى ثقة 0.05³⁹ فهذا يعني رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين الظاهرتين و العكس بالعكس.

● أسلوب التحليل الكيفي :

³⁹ أحمد بن مرسلبي ، مناهج البحث في علوم الاعلام و الاتصال ، م.س.ذ ، ص 237

قمنا بوصف و تفسير البيانات و النتائج ، كما حاولنا ربط مقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات و ذلك اخراجا له من دائرة الجداول و التكرارات الجامدة و ربطا للشق النظري بجانبه الميداني لتكامل الدراسة و تناسقها.

ثامنا: حدود الدراسة

- **الحدود المكانية :** و المقصود بها الجهة الجغرافية المعنية بالدراسة والمتمثلة في العينة التي تم اختيارها من مجموعة الصحفيين بمؤسسة النهار في الجزائر و التي ستوزع عليهم الاستبيانات.
- **الحدود الزمانية** وهي الفترة التي تم من خلالها تم جمع المعلومات والبيانات سواء النظرية أو الميدانية وتوزيع استمارات الاستبيان الخاصة بالدراسة و ينحصر الإطار الزمني لبحثنا من ماي 2014 الى ماي 2015.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: شبكة الانترنت و الصحافة الالكترونية

أولا : شبكة الانترنت

ثانيا :النشر الالكتروني

ثالثا: الصحافة الالكترونية

الفصل الثاني : ظاهرة التدوين الالكتروني

أولا :ماهية المدونات الالكترونية

ثانيا :أهداف المدونات الالكترونية و أخلاقياتها

ثالثا: استخدامات المدونات و دوافع التدوين بالعالم العربي

رابعا: المدونات الالكترونية الجزائرية

الفصل الأول: شبكة الانترنت و الصحافة الالكترونية

تمهيد:

أصبحت الانترنت من أهم اهتمامات الزبائن و المؤسسات ، و تعد من بين أهم التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، كونها تقدم الكثير من الخدمات منها أنها تعتبر مصدرا للأخبار للحصول على المعلومات خاصة في المؤسسات الاعلامية .

و لقد غير هذا التطور في شكل الاتصال ، سيما بعد اكتشاف شبكة الانترنت التي أضافت للاتصال أوجها أخرى من التفاعلية و المرونة .

و نظرا لهذا التطور ظهر ما يعرف بالصحافة الالكترونية بحيث أصبحت اليوم وسيلة مهمة من وسائل الاعلام والاتصال الحديث ، بالنظر لما تملكه من خصائص ، و أصبحت تستقطب جمهور كبيراً من مختلف الفئات والجماعات .

أولاً: شبكة الانترنت:

تعرف على أنها " شبكة حاسوبية عملاقة تتكون من شبكات أصغر ، بحيث يمكن لأي شخص متصل بالانترنت أن يتجول في هذه الشبكة و أن يحصل على جميع المعلومات فيها ، و أن يتحدث مع شخص آخر من أي مكان في العالم"⁴⁰.

و تم تعريفها حسب العالمان الأمريكيان " قلبي هاراكاوي " و " بات ماكروجر " أنها : مجموعة من الحاسبات الالية تتحدث عبر الاليات الضوئية و خطوط التلفون ووصلات الأقمار الصناعية و غيرها من الوسائل ، كما أنها مكان تستطيع فيه التحدث إلى أصدقائك و أفراد أسرتك المنتشرين حول العالم ، هي مكان تقدم فيه الأبحاث التي تحتاج إليها في رسالتك الجامعية أو أعمالك التجارية⁴¹

⁴⁰ خالد البلقظري ، عالم الانترنت من الألف إلى الياء ، مركز الاسكندرية للكتاب ، الأزاريطة ، الاسكندرية ، 2010 ، ص 6

⁴¹ علي محمد شمو ، الإتصال الدولي و التكنولوجيا الحديثة ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، الاسكندرية ، 2002 ، ص ص

و نجد الباحث محمد عبد الحميد لا يبتعد كثيرا عن هذا التعريف البنائي الوظيفي للإنترنت ، إذ يعرفها بدوره على أنها " نظام للبنية الأساسية التي توفر الرابط و تدعيم الاتصال و نقل البيانات بين الشبكات ، بينما الشبكات الأخرى أيا كان موقعها من شبكة الانترنت فإنها تنظم للمحتوى و إدارته ، و تحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى و نشره على شبكة الانترنت ⁴² .

ب- نشأة شبكة الانترنت :

نشأت الانترنت في ظل الاحتياطات الاستراتيجية التي اتخذتها القيادة العسكرية الأمريكية ممثلة بوزارة الدفاع إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي و الغربي و ذلك تحسبا من احتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة بضرية صاروخية سوفيتية مما سيؤدي بالتالي إلى شكل الشبكة الحاسوبية بكاملها و حرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الاسناد المعلوماتي ⁴³ .

و يتفق الجميع بأن تاريخ الانترنت يعود إلى 1969 ، لما تولت إدارة الدفاع الأمريكية ربط الإدارة مع متعاملين و القوات المسلحة و عدد من الجامعات في خدمة أبحاث لفائدة القوات العسكرية ، سميت هذه الشبكة "بأريا" ، و تهدف هذه الشبكة إلى التصدي لأي هجوم عسكري خارجي .

و كانت شبكة الانترنت هي الإجابة الأولية التي سعت إلى إيجادها " الأريا A.R.P.A " (Advanced research project agency) أو " وكالة مشروعات الأبحاث المتقدمة " بوزارة الدفاع الأمريكية و ذلك بتمويلها لمشروع كبير يقوم بتوصيل علماء الكمبيوتر و المهندسين الذين يعملون بالجامعة معا باستخدام أجهزة الكمبيوتر و خطوط الهاتف و كان اسم هذا المشروع هو " الأرنيت " ⁴⁴ و قد عرفت بداية السبعينيات عدة محاولات ، و تجارب ميدانية هدفت إلى رفع كفاءة شبكة الانترنت لدعم الاتصالات في المجال العسكري ، و صاحب هذه التجارب انضمام العديد من الجامعات إليها و تمثلت أولى التوسعات بانضمام جامعة لندن بإنجلترا ، و المؤسسة الملكية للردار للنرويج و سمي هذا النشاط بمشروع ربط الشبكات Interneting Project أما النظام الناتج عنه فقد سمي انترنت Internet ⁴⁵ .

⁴² محمد عبد الحميد، الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنت ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2007 ، ص14

⁴³ عبد الملك ردمان الدناني ، الوظيف الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003 ، ص 42

⁴⁴ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت - دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2007-2008 ، ص 50

⁴⁵ محمد علي الحوات ، العرب و العولمة شجون الحاضر و غموض المستقبل ، ط2 ، مكتبة مدبوني ، القاهرة ، 2004 ، ص 30

و في عام 1983 تم تقسيم الانترنت إلى شبكتين : أرنيت و ميلنت (Military network (Milnet و اقتضرت هذه الأخيرة على الشؤون العسكرية ، فيما خصصت الأرنيت للاستخدامات المدنية ، مع إمكانية الاتصال بين الشبكتين ⁴⁶ .

و في التسعينيات تم تطوير مجموعة من القواعد و النظم و الإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الانترنت ⁴⁷ ، حيث وصلت شبكة الانترنت في هذه الفترة إلى العالمية التي بإمكان الجمهور أن يشترك فيها من جميع أنحاء المعمورة ، فقد تميزت هذه المرحلة بظهور الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) الذي يرمز له ب (www) و الذي تم إنجازه في المخابر الأوروبية بالمركز الأوروبي للبحث ⁴⁸ (CERN) ب-الانترنت في الجزائر :

تعتبر الجزائر أول الدول الإفريقية التي دخلت عالم الانترنت ، حيث يعتبر مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني CERIST ، أول مركز دخل الانترنت إلى القارة ، و ذلك ابتداء من سنة 1993 و بصفة رسمية سنة 1994 ، و ذلك عن طريق كابل ربط المركز بأحد المراكز الإيطالية .

و لم يتبق احتكار هذا المجال من نصيب المركز فقط بل ظهرت استثمارات للخوادم لمؤسسة EEPAD و جيكوس GECOS ، و ذلك بعد إصدار المرسوم الوزاري رقم 265 سنة 1993 ، الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الانترنت من الدولة و سمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة ، ليصل عدد مزودي النفاذ إلى خدمة الانترنت حوالي 90 متعامل سنة 2009 .⁴⁹

و لقد قدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 ب 130 هيئة ، و ارتفع العدد إلى 800 سنة 1999 منها 100 من القطاع الجامعي ، 500 هيئة من القطاع الاقتصادي ، 50 هيئة من القطاع الطبي ، و البقية موزعة على القطاعات الأخرى ، و كان استخدام الانترنت في بادئ الأمر ضئيلا ، ثم عرف تطورا

⁴⁶ باديس لونيس ، م.س.ذ ، ص 52

⁴⁷ عبد الملك ردمان الدناني ، م.س.ذ ، ص 43

⁴⁸ الصادق رابح ، الاعلام و التكنولوجيا الحديثة ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، العين ، الامارات المتحدة ، 2004 ، ص 131

⁴⁹ وليد حمدي ، الإشهار في الصحافة الجزائرية - دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية و الصحافة الالكترونية ، مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة دالي ابراهيم - الجزائر ، كلية العلوم السياسية و الاعلام و الاتصال ، 2009-

2010 ، ص 32

سريعا بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 28/275 في 25 أوت 1998 الذي يحدد كيفية استخدام خدمات الانترنت⁵⁰.

و في عام 2001، و في محاولة منها أخذ حصة هامة من سوق الانترنت بالجزائر ، قامت وزارة البريد و المواصلات بعد انشاء مؤسسة الجزائر تيليكوم بالتعاقد مع شركتين عالميتين هما : لوسنت تكنولوجي الأمريكية Losent Technologie ، و إيريكسون Ericson السويدية لإنشاء قواعد خاصة ، ستمكن من الحصول على بث يتجاوز 30 ميغابايت /ثا⁵¹.

و تم إصدار مراسيم و قوانين لتنظيم قطاع الاتصالات في الجزائر ، و لعل أهمها إصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات و المتمثل في قانون رقم 03 و ذلك في أوت 2000.

جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد و المواصلات و فصل نشاط التنظيم عن استغلال و إدارة الشبكات ، و مع صدور هذا القانون تم إنشاء " سلطة ضبط للبريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية" ARPT و التي تعتبر سلطة مستقلة تقف حكما بين الجهات المختلفة ، و تقوم بدراسة دفتر الشروط المتعلقة بالخدمة الشاملة الخاصة بالاتصالات السلكية و اللاسلكية .

⁵⁰ باديس لوئيس ، م.س.ذ ، ص 61.

⁵¹ نفس المرجع .

1- **تعريف الويب 2.0**: هناك اختلاف كبير في تعريف الويب 2.0 حتى تيم أورلي اول من تحدث عن مصطلح الويب 2.0 قدم تعريفين مختلفين للمصطلح الاول سنة 2005، و قدم تعريفا اخر سنة 2006، و قد ظهر مصطلح ويب 2.0 لأول مرة سنة 2004 على يد تيم أورلي و دل دوجرتي ، و قد استخدمنا هذا المصطلح لوصف الاتجاهات الجديدة و قد حددا لها مجموعة من الخصائص تتلخص في التفاعلية ، التعاون، مشاركة المستخدم⁵².

و قد نشأ مصطلح الويب 2.0 خلال جلسة عصف ذهني بين مؤسسة أورلي و مؤسسة ميديا لايف العالمية ، و قول أورلي في مقاله الشهير انهما انتبها الى مفهوم الويب 2.0 نظرا للأهمية الكبيرة للإنترنت خاصة في ظل ظهور العديد من التطبيقات الحديثة التي ظهرت في هذا الوقت ، و شكلت ظاهرة غير عادية ، و كان أورلي على يقين بان مفهوم الويب 2.0 لم يكن واضحا لدى العديد من الناس⁵³.

لذا عرف أورلي الويب 2.0 سنة 2005 ، على انه خدمات ذاتية و ادارة للبيانات الحاسوبية يقوم بها مستخدم الانترنت للوصول الى محتويات الويب كاملة.

و يمثل الويب 2.0 ذلك التطور الذي طرأ على تطبيقات الانترنت من الجيل الاول الى الجيل الثاني، مثال الويكيبيديا، أي الموسوعة الحرة حيث يشترك المجتمع في إثراء محتواها ، و المواقع الالكترونية في الويب 1.0 حل محلها المدونات الالكترونية في بيئة الويب 2.0 و يقول بريدينج مارشال حول مفهوم الويب 2.0 أنه الكثير من التقنيات المنسوبة إلى الويب 2.0 موجودة منذ فترة طويلة في الويب 1.0 ، فالويب 2.0 لم يأتي بتقنيات جديدة و لكنه جاء بطرق جديدة لتقديم خدمات الانترنت، و هو الفلسفة و أسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الانترنت، و تنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات الويب 2.0 ابرزها المدونات الالكترونية blogs، و وصف المحتوى content tagging ، الشبكات الاجتماعية online social networks⁵⁴

⁵² جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية ، جامعة باجي مختار ، عناية ، 2003، ص99

⁵³ - O'Reilly, Tim , **What is web 2.0** , Desing patterns and Business Models for the next generation of software, 2005

⁵⁴ محمود عبد الستار خليفة ، الجيل الثاني من خدمات الانترنت-مدخل الى دراسة الويب 2.0 و المكتبات 2.0 ، cybrarians ، journal ، العدد 18، مارس 2009

2- تطبيقات الويب 2.0:

• التأليف الحر wiki: مصطلح wiki كلمة مأخوذة من شعب جزر هوائي الاصليين ، و هي تعني "بسرعة" ، و قد استخدمت في مجال الانترنت للتعبير عن سرعة الكتابة في الموسوعات الحرة ، و كان أول ظهور لتطبيقات التأليف الحر في 1995 حيث قام كل من وارد كومنجام ward Comingham ، و بوليوف Boleuf بإنشاء موقع ويكي و هو ، wiki wiki web ، و يعتبر الويكي مصدرا حرا الكترونيا يشارك المجتمع في صياغته ، و تعديل محتوياته ، حيث يسمح لأي مستخدم بإضافة معلومات جديدة او تعديل معلومات².

و من أهم تطبيقات الويكي :

-تطبيق الكتب الحرة wiki books

-تطبيق القواميس الحرة wikitionary

-تطبيق الأعمال الحرة wiki university

-تطبيق الوسائط المتعددة media wiki

* الشبكات الاجتماعية:

و هي مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة و تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل ، و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل التعارف و المشاركة في الأحداث و المناسبات.

1- الفايسبوك Facebook : تأسس المقع سنة 2004 من طرف "مارك زوكربيرغ" و هو طالب من جامعة هارفارد الامريكية، حيث كان الموقع في البداية عبارة عن شبكة لتعارف طلاب البكالوريوس في جامعة هارفارد الامريكية ، و تم تدريجيا فتح الشبكة للطلاب بجامعة الافي ليغ ، و في سنة 2005 توسع الموقع باتجاه طلبة الثانويات الامريكية و في 2006 الى بقية دول العالم⁵⁵.

⁵⁵ اسامة قشاشة، تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الويكي، cybrarians journal، العدد 18، مارس 2009

2-التويتير **Twitter** : هو شبكة يتم التواصل فيها بين الاعضاء و يقدم خدمة تدوين مصغر ، و التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد اقصى 140 حرف للرسالة الواحدة ، أو عن طريق ارسال نصية قصيرة sms أو برامج المحادثات الفورية او التطبيقات التي يقدمها المطورون، و تظهر التحديثات في صفحة المستخدم و يمكن للأصدقاء الاطلاع عليها⁵⁶

- وصف المحتوى **Cotent tagging** : و هو استخدام الكلمات المفتاحية في وصف الكيانات الرقمية ، و تكون عبارة عن كلمات حرة لا تخضع لأي نظام مقنن ، و تقوم فكرة تطبيقات وصف المحتوى على مشاركة المستخدم في اضافة الكلمات المفتاحية الخاصة الخاصة به الى المصادر ، حيث يمكن وصف صورة ، او ملف صوتي ، او فيديو و هذا التطبيق يحقق واحدا من اهم مبادئ الويب 2.0 و هو مبدأ المشاركة في بناء المحتوى⁵⁷
- الواي للموقع **RSS** : الواي للموقع عبارة عن تقنية تمكن المستخدم من الحصول على اخر الأخبار و المعلومات فور ورودها للموقع بشكل تلقائي ، بدلا من تصفح الموقع كاملا ، فهي تخطر للمستخدم بما يستجد من أخبار في الموقع ، و ذلك من خلال استخدام برامج يطلق عليها **RSS Reader** من أجل جمع ، و تصفح المعلومات ، و تظهر هذه المعلومات المستقاة على الديسك توب الخاص بالمستخدم ، أو أي جهاز اخر يدعم هذه الخدمة كالأجهزة ، التليفونات المحمولة ، و لا تقتصر هذه العملية على المعلومات المكتوبة فقط ، بل تعدادها أيضا إلى الملفات السمعية و المرئية التي تقرأها أجهزة mp3 و أجهزة **IPOD**⁵⁸ .

ترجع فكرة الملخص الواي للموقع إلى العالم راماناثان جوها **Ramanathan V.Guha** ، حيث فكر سنة 1995 في ابتكار طريقة لإعادة هيكلة مواقع الانترنت وواصفات محتواها ، و في مارس 1999 أنتجت أول إصدار من الملخص الواي للموقع و أطلق عليها **RSS 0.9** ، و كانت تلك الدراسات تجرى تحت مظلة شركة نيت سكيب **Netscape** .

⁵⁶ محمود عبد الستار خليفة ، الجيل الثاني من خدمات الانترنت-مدخل الى دراسة الويب 2.0 و المكتبات 2.0، م س ذ .

⁵⁷ محمود عبد الستار خليفة ، الجيل الثاني من خدمات الانترنت-مدخل الى دراسة الويب 2.0 و المكتبات 2.0 ، م.س.ذ .

⁵⁸ محمود عبد الستار خليفة ، نفس المرجع .

استكملت تطورات تقنية الملخص الوافي للموقع في شركة Userland ، و في 2002 صدرت أول إصدارة تدعم التعامل مع الملفات الصوتية ، و المرئية ، و سميت RSS 2.0 ، وفي يوليو 2003 قام مركز خدمات الانترنت و المجتمع بجامعة هافارد الأمريكية بتوحيدها كمعيار عالي ، ثم توالى إصدارات RSS⁵⁹ .

ثانيا : النشر الإلكتروني:

أ- ماهية النشر الإلكتروني:

شهد العالم تطورا كبيرا في عالم التقنية و التكنولوجيا الحديثة عموما و بصورة خاصة وسائل الإعلام والاتصال ، من خلال تلك البوادر و التحليلات لتطور ابتداء مع الستينات بظهور وسيلة النشر الإلكتروني، الذي بدأ يتنوع و يتعدد مع بداية سنوات. 2000 لذلك يعتبر النشر الإلكتروني أنه:

*هو استخدام أجهزة و أنظمة تعمل بالكمبيوتر في الابتكار والإبداع والصحف ،وتوظيف الصفحات وإنتاج و " إخراج "صفحات نموذجية كاملة و منتهية ، متوسطة أو عالية الجودة ، و هو كذلك النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد مجلات) ، و النشر المطبوع غير الدوري للكتب و الكتيبات و المطبوعات والملصقات و غيرها ، بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات و مراحل الإنتاج من جمع وتوظيف و تجهيز صفحات و ألواح معدنية و غيرها للطبع ثم الطباعة ، و في حجرة التجهيز للتوزيع في مكان واحد أو في أكثر من مكان في وقت معا⁶⁰ .

إلا أن التعريف اقتصر على العمل الفني للجريدة من حيث الإعداد " حيث أصبح الورق يغيب عن صالات التحرير و عوض القلم و الورق بالكمبيوتر كمسودة أو مقال جاهز ، ويحدد معاملته وشكله وخصائصه من خلال الشاشة.

فالصحيفة الورقية في شكلها النهائي أصبحت تصمم على هذا الجهاز لذلك أصبحت منذ هذا الوقت تبرز معالم الصحيفة الورقية في حلة حضارية لم يكتشف في ذلك الوقت عن ماهيتها

⁵⁹ محمود عبد الستار خليفة ، نفس المرجع .

⁶⁰ - Alain ,Vuillemi , L'Édition électronique, Certel , Université d'Artois, France, 2002, p02 <http://www.uottawa.ca/academic/arts/astrolabe/articles/art0026.htm>

و في التعريف الثاني للنشر الإلكتروني تمت إضافة شيء هام ،ألا و هو الوسائط الإلكترونية المساهمة في نشر المعلومة أيا كان نوعها ، من خلال الأقراص المرنة أو المضغوطة أو من خلال الشبكات الإلكترونية كالإنترنت ،وهذا من خلال التعريف التالي:

* "النشر الإلكتروني⁶¹ هو استخدام الأجهزة الإلكترونية في مختلف مجالات الإنتاج والإدارة والتوزيع ،للبينات والمعلومات وتسخيرها للمستفيدين ،وهو ما يماثل تماما النشر بالوسائل والأساليب التقليدية ، ويتم توزيعها بالوسائط الإلكترونية كالأقراص المرنة أو الأقراص المضغوطة أو من خلال الشبكات الإلكترونية . كالإنترنت " و تجدر الإشارة إلى انه يوجد أكثر من تعريف للنشر الإلكتروني:

"* إن الشيء المقصود من النشر الإلكتروني هو تلك المرحلة التي يتوصل فيها صاحب مقال أن يسجل مقاله على إحدى وسائل تجهيز الكلمات ثم يقوم ببثه إلى محرر الصحيفة الإلكترونية ،ومن ثمة يكون بإمكانه أن يعطي لها الصبغة و الصورة الإلكترونية للمشاركين في تلك الصحيفة⁶² . " إن هذا التعريف ليربطنا بواقع هام ،وهو جعل الصحافة التقليدية في صورتها المطبوعة تفتح المجال أمام نفسها لتستفيد من هذه التقنية ،لذلك هو أيضا:

*نشر المعلومات التقليدية الورقية عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسبات و برامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات و توزيعها و نشرها.

و بلغة أخرى نحن نأتي إلى تعريف الصحافة الإلكترونية في نوعها الأول و المكمل للطبعة الورقية. وإذا كان هناك من يعتقد أن النشر الإلكتروني يتخذ ثلاث أشكال، بحيث أن هذا النشر يقوم على:

*الاعتماد على الحاسب الآلي حتى تسهل عملية إنتاج المواد التقليدية.

*الاعتماد على الحاسب الآلي و نظم الاتصال لتوزيع المعلومات الكترونيا عن بعد.

*الاعتماد على وسائط تخزين الكترونية.

فالنشر الإلكتروني هو كذلك الذي يتم باستخدام نوع الدعامة الإلكترونية التي قد تكون عبر الانترنت كما قد تكون بواسطة الأقراص المضغوطة وما إلى ذلك...

⁶¹ جمال بوعجيمي ، بلقاسم بروان ، دراسة حول الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع وآفاق، دراسة حول الصحافة الإلكترونية في

الجزائر واقع وآفاق، جامعة الجزائر، آلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005 ، ص06

⁶² جمال علي الحاج احمد، الصحافة الفلسطينية الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية"الانترنت"، مذكرة للحصول على

البكالوريوس في الإعلام ، جامعة الأقصى، آلية الإعلام والفنون ، قسم صحافة ، 2003 / 2004 ، ص 25

- إن هذه المفاهيم المقدمة من قبل هؤلاء المختصين، تقودنا لأمر مهم لا يجب أن نمر عليه دون التنويه له، ألا وهو الفرق بين النشر الإلكتروني و النشر المكتبي، خصوصا عندما أتينا على ذكر حلقة الربط بينهما والمتمثلة في جهاز الحاسوب.

إن النشر الإلكتروني يحمل من الإيجابيات ما يجعله مطلب من جميع الهيئات الناشرة في مختلف مجالات الحياة، خصوصا عالم الإعلام، و الصحافة المكتوبة على وجه التحديد.

فمن الخطوات الأولى لعالم النشر الإلكتروني كانت هناك طرق للنشر المكتبي الذي عرف بدخول الكمبيوتر إلى عالم الصحيفة الورقية، و أخذ يسهل من عملية إنتاجها بدءا بعملية التحرير، مرورا بالطباعة، ووصولاً إلى النشر و التوزيع.

ونلمس التأثير من خلال النواحي الآتية⁶³ :

- أصبحت الأخبار تصل مباشرة إلى أجهزة مخصصة لاستقبالها، ومن ثم معالجتها و توزيعها الكترونيا، ويتم بوضعها على شكل قوائم خاصة بمصادر الأخبار و المناطق الجغرافية التي تغطيها والمواضيع التي تعالجها.

هذه العملية تتم بواسطة ما يطلق عليه اسم وسيط الأنباء أو الأخبار، وهو برنامج يهتم باستقبال ومعالجة وتصنيف الأخبار الواردة من وكالات الأنباء، أو من خلال نظام خاص إدارة و تحرير الأخبار.

نظام الأخبار يسمح كذلك للمحرر الاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة من مصادرها المختلفة، ويعطيه خيار الاطلاع على ما يهمله من أخبار فقط و العمل على تحريرها مباشرة على الشاشة ثم تحويلها إلى أقسام الإنتاج.

*استحداث أساليب جديدة في تصميم و إخراج الصفحات تتمحور حول استخدام برامج خاصة تسمح بالعمل مباشرة على الشاشة و الابتعاد عما هو يدوي و له علاقة بالأسلوب التقليدي في إخراج الصحف.

-التأثير على النشر الإلكتروني من خلال:

ب- أنواع النشر الإلكتروني:

*النشر الإلكتروني على الأقراص:

⁶³ عماد بشير ، الصحافة العربية في عصر الرقمي .مستقبل الثورة الرقمية ،مجلة العربي ، ط1، عدد 55 ، 2004/02، ص.28

تسمح هذه الطريقة من تجميع محتوى الجريدة ونشره على هذه الأفراس وبيعها لمن يهمله الأمر، أو استخدامها في دائرة أرشيف الجريدة. وأصبح اليوم عدد من الجرائد تلجأ إلى هذا النوع من النشر وبيعه بالطلب، فتشكل مصدر إعلامي إضافي للجريدة بعائد مالي أكبر.

*النشر الإلكتروني على الانترنت:

-أصبحت تجمع الصحافة المطبوعة و الانترنت علاقة تتجسد معالمها من خلال النقاط التالية:

1-تقريبا كل الصحف العربية و الغربية لها مواقع الكترونية و تصدر طبعات الكترونية ،و تشير مؤسسة "نيوزلينك" الأمريكية في نهاية عام 1998 إلى أن عدد الصحف التي تدير مواقع على شبكة الانترنت، قد وصل إلى 4900 جريدة منها 2000 جريدة أمريكية، بينما لم يتجاوز عدد الصحف الإلكترونية في نهاية 1994 ثمانين 80 صحيفة يومية كانت أم أسبوعية و الدورية وحتى المجلات. لذلك تقدر نسبة المواقع ماعدا الأمريكية ب43%.

2-ما يقع الآن هو الفصل بين المحتوى المنشور في عملية استقبال الصور من الوكالات ،ففي الوقت الحالي تبث كل الوكالات الدولية صورها بشكل رقمي ما يسمح

بإمكانية البحث عن الصور المطلوبة وتحميلها على الصفحات مباشرة مع الاحتفاظ بالتنوع نفسها للصورة.

-وكواقع مشهود ، كانت الولايات المتحدة الأمريكية من الدول الأوائل في العالم الذين استخدموا هذا النشر الإلكتروني إلى حدود سنة 1964 ،فاستعمل كدعامة إلكترونية في ميدان بنوك المعلومات ،ليتيم بعد ذلك تشجيع هكذا عملية في فرنسا مثلا 15 سنة بعد هذا التاريخ⁶⁴.

-إن المد التاريخي الواسع جلب معه تطورات كبيرة في سنوات متعاقبة ، لكن المد التكنولوجي استحوذ على عنصر الزمن و جعله في حالة سرعة دائمة يحاول مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في عالم الإعلام و الاتصال خاصة ،لان النشر الإلكتروني لم يبق في تعريفه البسيط ،بل غير معه عوامل كثيرة، ما يهمننا منها هو عالم الإعلام، و الإعلام المكتوب خصوصا حين تعددت أنواع و طرق النشر الإلكتروني، بتعدد نماذج ترقيم النصوص و الوثائق المنشورة ،و هو ما يصطلح عليه النشر على الخط ،اعتمادا على ما يسمى " الإنترنت " أهم وسيط إعلامي باعتباره شبكة الشبكات ، الذي بث الحيوية و ولد التفاعلية لتلك البيانات، و النصوص الجامدة ،و جعلها انسيابية، في حركة مد و جزر بين المرسل و المستقبل للعملية الاتصالية ، لان النشر

⁶⁴ Alain, Vuillemin, **Op.Cit.**p01

الإلكتروني الذي تحدثنا عنه في البداية كان النشر خارج الخط المباشر ، و يتم بواسطة دعامات ناقلة لعملية التوزيع.

من الناحية التاريخية أيضا، تشكلت في كل من فرنسا، بريطانيا الكبرى، إيطاليا و بلجيكا أولى "بنوك المعلومات، و اتخذت شكل نصي، و استخدمت" من أجل وضع قواميس لغوية جديدة وخاصة للغات الحديثة، رافقت عملية وضع "بنوك المعلومات النصية" عملية أخرى تتمثل في إيجاد أساليب مناسبة للاستشارة، مطابقة لمعالجة كل " معلومة نصية."

و ما بين سنوات 1970/1960 تشكلت و تبلورت المفاهيم الجوهرية لما يسمى حاليا "القراءة" المساعدة الحاسوب "أو" القراءة المتفاعلة ". منذ ذلك الحين، انفجر النشر الإلكتروني حسب وسائل البث المستعملة وطبائع النشر المقترحة وإجراءات " ترقيم "النصوص و الوثائق المنشورة. وإذا كان ما يسمى " النشر على الخط " يستلزم شبكات الاتصال و الانترنت، فإن النشر خارج الخط يتطلب استعمال وسائط محمولة كالأقراص المضغوطة حتى تقوم بعملية توزيع المحتوى.

* دور النشر بالهيبيرتكست:

"-الهيبيرتكست هو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الالكترونية، و هو يشكل نصا الكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص، وتعني لغويا" النص الفائق. " وفي بداية السبعينات قدمت جامعة هارفارد على لسان احد الباحثين المنتسبين إليها، يدعى " تيد نيلسون"، أهم: خاصيتين لهذا النوع من النشر⁶⁵

*1 - يمكن قراءة النص على الشاشة بطريقة غير متتابعة، فهو نص يتفرع و يرتبط بنصوص الكترونية مرتبطة بدورها بنصوص أخرى وهكذا.

*2 - يسمح الهيبيرتكست من ربطنا بملفات الصوت والصورة والأفلام المتحركة. ومنه فقد أصبح لنا أن نستعمل مضامين على جهاز الكمبيوتر بكل ديناميكية.

ج- مزايا النشر الإلكتروني :

لعل من أبرز مزايا النشر الإلكتروني وخصائصه ما يلي:

⁶⁵ حنا جريس، الهيبيرتكست عصر الكلمة الالكترونية: مستقبل الصورة الرقمية، مجلة العربي، ط

1، عدد 01، 55، 15، 2004/15، ص 128، ص 133

- 1-التفاعلية: حيث يؤثر المشاركون في عملية النشر الإلكتروني على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ، وهو ما يطلق عليه الممارسة الاتصالية والمعلوماتية المتبادلة أو التفاعلية، فمن خلال منصات النشر الإلكتروني سيظهر نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما سيجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.
- 2-اللاجمهورية: حيث يمكن توجيه النشر الإلكتروني إلى فرد أو مجموعة معينة من الأفراد.
- 3-اللاتزامنية: إذ يمكن عن طريق النشر الإلكتروني القيام بالنشاط الإتصالي في الوقت المناسب دون ارتباط بالأفراد الآخرين أو الجماعات الأخرى.
- 4-الحركية: التي تعني إمكان نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان لآخر بكل يسر وسهولة.
- 5-القابلية للتحويل: أي القدرة على نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من وسيط لآخر.
- 6-الشيوع و الإنتشار: بمعنى الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع.
- 7-العالمية أو الكونية: على أساس أن البيئة الأساسية الجديدة للنشر الإلكتروني ووسائل الاتصال والمعلومات أصبحت بيئة عالمية.
- 8- القضاء على مركزية وسائل الإعلام والاتصال، إذ ستعمل الأقمار الاصطناعية على القضاء على المركزية في نشر المعلومات والبيانات، ولن يرتبط الناس بوسائل الإعلام من خلال المسافات الجغرافية فقط ، وإنما سيرتبطون معا من خلال اهتماماتهم المشتركة.
- 9- زوال الفروق التقليدية بين وسائل نشر المعلومات المتمثلة في الصحف والكتب والمجلات، حيث أصبح مضمون أي وسيلة منها عن طريق النشر الإلكتروني متاحا ومشاعا ، في جميع الوسائل الأخرى وبأشكال وأساليب عرض وتقديم مختلفة ومتطورة.
- 10- أصبح النشر الإلكتروني والإنترنت بمنزلة مكان يعج بالناس والأفكار، تستطيع زيارته والتحول في الذي يزيل (cyber space) جنباته، مما أتاح إيجاد ما اصطلاح على تسميته بعالم الواقع الافتراضي حواجز المكان والمسافة وقيود الزمان بين مستخدميه، حيث يستطيعون التواصل فيما بينهم بصورة تكاد تكون طبيعية ، بغض النظر عن المسافات والتوقيتات التي تفصل بعضهم عن بعض.
- 11- في المجال العلمي والبحثي والجامعي فإن النشر الإلكتروني يتيح الفرصة أمام الباحثين والجامعيين إلى توجيه الجزء الأكبر من جهودهم إلى عمليات التحليل والتفسير والاستنتاج والتنبؤ والكشف عن الظواهرات

والمبتغيات الجديدة- وهو ما يمثل العمود الفقري للعملية البحثية- وذلك بدلا عما كان يحدث قبل ذلك من ضياع نسبة كبيرة من جهد الباحثين في الحصول على المعلومات ، وهو ما سوف يؤدي إلى تطوير المعرفة وتحديثها في المجالات البحثية المختلفة، وازدهار الابتكار والبحث العلمي.

12- أن النشر الإلكتروني يضمن للجامعات ومراكز الأبحاث الجودة العالية للمخرجات المطبوعة التي أصبحت ، من خلال تطور البرمجيات والطابعات ، تضاهي كفاءة منتجات المطابع المحترفة وجودتها، بشكل يصعب التفريق بينهما أحيانا.⁶⁶

ج - صعوبات النشر الإلكتروني :

-تتمثل هذه الصعوبات في:

*مشكلة حقوق الملكية الفكرية، فلقد أصبحت المعلومة المكتوبة منشورة و مستعملة دون علم صاحبها، و هي ظاهرة تزداد يوما بعد يوم، و بخاصة من ينقلون المعلومة من لغة إلى أخرى، ويقومون بنسب عمل و جهد الآخرين إلى أنفسهم.

*حاجز اللغة الذي يعيق الاستفادة من ما هو متوفر من معلومات ،حتى و إن لاحت في الأفق بعض المحاولات لكسر هذا الحاجز عن طريق تطوير برامج ترجمة فورية على الانترنت، بحيث تترجم كل صفحة الموقع من لغة إلى أخرى.

و قد قامت الشركة العالمية للإلكترونيات بتطوير مترجم فوري لا يقوم بالترجمة من اللغة الانجليزية وربما الفرنسية فحسب ،بل يقوم كذلك بتصحيح النص المترجم إملائيا و من جانب القواعد.

*الخوف من جهاز الكمبيوتر و اعتباره آلة صعبة لا يتعامل معها سوى المتخصصين،،هذا الخوف ناتج عن أن الأشخاص يعتقدون أن عليهم إتقان التعامل مع هذا الجهاز من كل جوانبه بما في ذلك البرمجة وغيرها ،وهذا التصور خاطئ، لأننا نتعامل مع الكثير من الأجهزة الالكترونية دون أن نتقن كل جوانبها.

*الحاجز الآخر أمام انتشار النشر الإلكتروني هو الفقر و عدم القدرة على شراء أجهزة الكمبيوتر و الكتب الالكترونية و غيرها ليخلق هذا الوضع هوة بين الذين يملكون و الذين لا يملكون ،تضيف إلى الفجوات الموجودة الآن و تحرم الكثير من شعوب العالم من هذه الثروة

⁶⁶محمد جاسم فليحي ، النشر الإلكتروني والطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج للنشر والتوزيع،الاردن

،2000،ص74

ففي بداية التسعينات كان الجهاز يستخدم مدة أربع سنوات حتى ينتج جهازا أسرع منه يستدعي التفكير في استبدال القديم، أما الآن فبعد شراء الجهاز . بأسابيع تنتج أجهزة ضعف سرعته تماما⁶⁷

ثالثا: الصحافة الإلكترونية :

أ- ماهية الصحافة الإلكترونية:

- جاء تعريف الصحافة الإلكترونية على يد بعض الباحثين من أهل الاختصاص ،وهي تعاريف قليلة ،ومتشابهة نظرا لكون الصحافة الإلكترونية تعرف في الغالب من خلال خصائصها العامة، والوظيفة المناطة بها ،فالصحافة الإلكترونية هي:

"* وضع الصحيفة اليومية الكبيرة"على الخط"،أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم" .

"*الصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة،والتي يعاد نسخها على الانترنت،وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان،الصوت،الصورة2 ."

"*الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير التعبير تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجلات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة ."

ب- العوامل المساعدة على ظهور الصحافة الإلكترونية :

-اجتمع عدد من العوامل فيما بينها لتمهد شيئا فشيئا لميلاد الصحافة الإلكترونية، أغلبها تقنية، وندرج فيم يلي أهمها:

*تطور تجارب " التيلكس "و" الفيديو تكس " في هيئة الإذاعة البريطانية و التجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا.

*تطور قواعد البيانات الصحفية الشبكية.

⁶⁷ سعود راشد العنزي ،كيف يستخدم العرب الانترنت . مستقبل الثورة الرقمية ،مجلة العربي ،ط1،العدد15.15/01/2004.ص ص

*استخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة مع بداية السبعينات.

*تجارب تقديم خدمات الصحفية بالهاتف مع بداية 2 1980. وميزت هذه الخدمات شبكة "كمبوسرف".
-لذلك نجد أن هناك اتجاهات متعددة في محاولة تحديد دقيق للبدائيات الحقيقية والأولى للصحافة الإلكترونية
والمعلقة بطبيعة الحال بالجانب التقني، فهناك من الباحثين من يؤكدون على أن تاريخ بداية الصحافة
الإلكترونية يعود حسب:

*التصور الأول:

يبنى أصحاب التصور الأول فكرتهم على أساس اجتماع العوامل التقنية الأولى، التي تعاملت معها الصحف
الورقية:

-سنة : 1981 قدمت كمبوسرف خدماتها الهاتفية بالاشتراك مع 11 صحيفة مشتركة في "أسوسييتد
برس"، وفي ظل هذه التجربة كانت أول صحيفة تقدم خدماتها للجمهور هي "كولومبس ديسباتش".
-سنة : 1982 توقف عمل هذه الخدمة بعد حل الشراكة.

-سنة 1985-1988- ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية، ومن أمثلة الصحف التي
تواجدت في هذا النظام صحيفة "هاملتون سبيكتا تور" الكندية.

-بداية التسعينات : شهدت نقلة في عالم المؤسسات الصحفية بترك خدمات الفيديو تكس والانتقال إلى
الخدمات الكمبيوترية الشبكية عن طريق الطلب بالهاتف بواسطة: "شبكة" كمبوسرف "و" أمريكا أو ونلاين"
و" برود غي".

-سنة : 1990 ظهور أولى النماذج التجريبية للواب في سويسرا، التي انطلقت فعليا سنة من بعد ذلك.

-ماي : 1992 لم تكن أي صحيفة على الانترنت، إلا بعض الاستثناءات مع بعض المؤسسات الإعلامية
صنعت الاستثناء حين بدأت تبحث عن مكان لها على شبكة الانترنت لكن ليس على الواب، من بينها
شبكة "أمريكا أو نلاين"، وعرفت بتسمية "شيكاجو أو نلاين" في شهر ماي من نفس السنة⁶⁸.

⁶⁸ عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع
و التحديات، جامعة الشارقة 22/24 نوفمبر/2005، ص3.

-سنة 1993 :

أ/ استضافت شبكات " كمبيوسرف " و " أمريكا أو نلاين " عددا من الصحف.

ب- /انطلاقة أول موقع للصحافة على الانترنت بكلية الصحافة و الاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، هو موقع " بالوأ لتو. "

ج -/19 جانفي 1994 موقع آخر يلحق بالأول، هو " بالو التو ويكلي "

-سنة 1994 :

خدمة الكترونية على شبكة الواب ، و كانت قد صدرت في بداية العام على " الغوفر" ، وهي Nandou .TimeS

- سنة 1995 :

أتيحت أول فرصة للصحافة الالكترونية لتقوم بتغطية إخبارية على اثر انفجارات " أو كلاهوما " في أبريل من تلك السنة ، وتم نقل ونشر الأحداث بالرسوم التوضيحية ، و صور حية مدعمة بقائمة للضحايا و موقع عن الانفجار. و تم نشر أول تقرير من طرف "الاسوستيد برس " على الانترنت، كسبق سجلته لصالحها.

-سنة 1996 :ارتفاع عدد الصحف التي تنشر على شبكة الانترنت إلى غاية 175 صحيفة أمريكية، حسب اتحاد الصحافة الأمريكي .

*التصور الثاني:

-أصحاب هذا التصور يعتقدون أن الصحافة الإلكترونية مرت بثلاث مراحل هامة ،لذلك فهم يلخصون ويختصرون مسيرة تطورها في أهم الخطوات التالية:

المرحلة الأولى:

من سنة 1982 إلى 1992 :بداية عرفت هذه المرحلة عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكس للوصول في نهاية المطاف إلى ما يعرف بالشبكات.

المرحلة الثانية:

* بداية من سنة 1993 تاريخ بدأت معه المؤسسة الإعلامية تبحث عن مواقع لها على شبكة الانترنت.

المرحلة الثالثة:

* وهي ما يميز الصحافة على الانترنت اليوم من اكتساح للسوق الاقتصادية و الإعلامية على حد سواء.

*التصور الثالث:

-هناك من يعتقد أن البدايات الحقيقية للصحافة الإلكترونية قد بدأت مع دورها الإعلامي، باعتبار أنهم يركزون على النشأة من حيث المضمون. وبالتالي فهم يرون أن هذا الدور قد ظهر في أعقاب حرب الخليج الأولى حين قام بعض متصفحى الانترنت بتقديم أدلة و براهين تؤكد تلفيق بعض الصور في أثناء هذه الحرب، لاسيما وأنه قد بدأت بعض مواقع الانترنت في لعب دور مماثل في هذه الحرب، نظرا لحالة التحكم والسرية في إعطاء البيانات و المعلومات المتعلقة بالمعارك آنذاك.

-و مع عملية التطوير في مجال الانترنت ، تطور عدد المواقع الإلكترونية التي بدأت تشكل هاجس لدى ملاك سلاسل الإعلام، ومن ثمة انتشرت مواقع لشبكات إذاعية و تلفزيونية كبرى تحتكر المعلومات.

*التصور الرابع:

-وهناك أيضا من يعتقد أنه لم تشهد الانترنت ميلاد الصحافة الإلكترونية إلا عبر المنتديات الحوارية، والمنتديات هي في الأصل برامج سهلة و بسيطة و جاهزة و لا تكلف أصحاب المواقع أي مشقة على مستوى المتابعة و المستوى المالي أيضا ، فهي برامج يمكن تحميلها من على الانترنت بدون مقابل، وفي وقت بسيط.

-و قد نجحت هذه المنتديات في تجميع أعداد من المتصفحين و المتفقيين حول قضايا معينة،غالبا هي غير قابلة للمناقشة بحرية في المجتمعات التي تضيق على حرية التعبير،ومن خلال آراء و أفكار، ووجهات نظر غير خاضعة لمقص الرقابة مثلما يحدث في المواقع الكبرى، ثم و من خلالها أيضا بدأ أصحاب الآراء الواحد يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات.

وقد التقت الشركات الكبرى مثل موقع "ياهو" إلى هذه السلسلة التي بدأت تشكل احتكار على الانترنت ، فأنشأت ما يسمى " بالمجموعات البريدية "التي تلت تكوين المنتديات و التي تعتبر هي الخطوة الثانية في ميلاد و نشأة الصحافة الإلكترونية.

هذه المجموعات يصل عددها في بعض الأحيان إلى نصف مليون مشترك في المجموعة الواحدة، و هو ما جعل البعض يفكر في كتابة مقالات و أفكار و توزيعها على المنتسبين لمجموعة ما،و العمل على توفير موقع المجموعة على الانترنت،ليقرأ الرسائل الأولى ،و من هنا بدأت المجموعات البريدية في تشكيل صفحات و

أرشيف ضخم يضم مقالات و كتابات للمجموعة التي تكون مثار اهتمام المجموعات الأخرى والقراء الآخرين.⁶⁹

ما حتم ضرورة التفكير جدياً في الانتقال من هذا الطور إلى طور آخر أكثر تقدماً ، و هو طور تشكيل مواقع مستقلة بذاتها تضم كتابات المجموعات ، فكانت بدايات الصحافة الإلكترونية ، حيث بدأ البعض في تشكيل صحف تضم الآراء و المقالات و الموضوعات البسيطة و المعلومات التي يراها مسيري هذه المواقع الهامة .

التصور الخامس:

-أصحاب هذا التصور لم يأتوا بالشيء الجديد سوى أنهم يؤكدون على دور الغرب في ظهور الصحافة الإلكترونية ، ويرجعون لهم الفضل في ذلك، ويشنون عليه فهم يعتبرونهم من مهدوا لكل شيء ، وهذه المرة جاء تمهيدهم على الشكل التالي:

تاريخ الصحافة الإلكترونية بدأ في السبعينات، بظهور خدمة تلتكست "سنة 1972 نتيجة لذلك التعاون الذي نجم عنه نظامين خاصين للمؤسستين "BBC و IBA جمع بين المؤسسة الأولى باسم " سيفاكس " والثانية "أوراكل" بالترتيب. لتعرف سنة 1979 ظهور خدمة ثانية بتفاعلية أكثر ،عرفت بـ "BTA " " بخدمة "فيديوتكست "مقدمة من طرف " بريتش تلفون أوثيرتي .

ج- سمات الصحافة الإلكترونية :

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها عادة بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتهم قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستغلون فيها القدرات الجديدة التي تضيفها لهم الوسيلة الإعلامية الجديدة.

حدث هذا عندما ظهر التلفزيون، فقد كانت أخباره في البداية تقليداً لأخبار الراديو الذي كان الوسيلة الإعلامية السابقة له، ولم يكن هناك فرق بين أن تستمع إلى الأخبار في الراديو أو التلفزيون سوى في أنك ترى المذيع وهو يقرأ، وبعد فترة بدأ رواد العمل التلفزيوني تدريجياً في الالتفات إلى أهمية تفعيل وتطوير إمكانات الفريدة والمميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام، فبدأ استخدام الصورة على نطاق واسع لتوصيل المعلومة ونقل المشاهد إلى جو الحدث، وتم تطوير تحرير الخبر ليناسب الكتابة للصورة المتحركة.

⁶⁹ احمد عبد الهادي، الصحافة الإلكترونية الواقع والتحديات، ندوة صحفية القاهرة 2005 ، متاحة على : - http://www.ijnet

article/newarticle.arg-trms-htm. تاريخ الاطلاع : 2015/03/09

نفس الأمر حدث مع الصحافة الإلكترونية ولا سيما في العالم العربي، فقد كانت بواكيرها الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية، وتحرر بنفس صياغتها، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور.

و "مع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية فأصبح:

- لها دورية صدور مختلفة في الأغلب عن الصحف الورقية .
- طورت جمهورها الخاص الذي يحمل بالضرورة أجندة مختلفة.
- طورت سياستها التحريرية تبعاً لتغير الجمهور وطبيعته وعاداته.
- طورت تقنياتها الخاصة مستفيدة من إمكانيات الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي تجمع بين مميزات

الصحيفة والراديو والكتاب والتلفزيون المحلي والفضائيات.⁷⁰

وصارت الصحافة الإلكترونية بذلك تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل، وأضافت إلى ذلك كله ميزة "التفاعلية" التي تجعل القارئ شريكاً إيجابياً في العملية الإعلامية إذ يمكنه دائماً أن يعلق مباشرة على ما يقرأ "ليتحول الإعلام بحق إلى إعلام ذي اتجاهين (فالصحفي يعلم القارئ بالمعلومة وهو يعلمه برأيه)⁷¹، كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الشهيرة تجربة جديدة تتيح للقارئ أن " يعيد تحرير الخبر على طريقته وينشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني ليقرأ الجمهور ذات الخبر بأكثر من صيغة."⁷²

ويوضح الدكتور عباس مصطفى ميزات الصحافة العربية في شبكة الانترنت بأنها " حتى العام 2000 كانت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحافة الإلكترونية وأنها في الحقيقة تمثل بداية مشروع في أطواره الأولى **To go online** ، كما أن ذهنية النشر الورقي مازالت هي السائدة في معظم هذه الصحف وأن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كاربونية للصحيفة الورقية ، وتفتقر معظم الصحف الإلكترونية العربية الى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها ارشيف للمواد التي سبق نشرها."⁷³

⁷⁰ عثمان ابراهيم السلوم ، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت ، دار عالم الكتب ، الرياض 2002، ص 21

⁷¹ سعيد حداد، الأنترنت صحافة القرن القادم ، المجلة العربية ، العدد 267، أوت 1999، ص 64.

⁷² السيد بجيت محمد ، استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثامن ، القاهرة،

ص 89

⁷³ عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت، م.س.ذ ، ص 5.

ورغم العمر القصير للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية إلا أن هذا العمر القصير شهد الكثير من الدراسات العلمية والملاحظات التي أبرزت سمات متعددة مرتبطة بهذا النوع من الصحافة ، ويقول الدكتور محمود علم الدين " إن الصحافة الإلكترونية تمتلك مجموعة من المميزات يأتي في مقدمتها التغطية الخبرية للأحداث، وإجراء المقابلات مع الشخصيات ذات الصلة بها. بجانب التغطية الآنية للأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث، وهناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية مثل سرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار والمنتديات " ⁷⁴.

و يمكن إيجاز سمات الصحافة الإلكترونية بالآتي :

1/ النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت ، مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أن الصحف الإلكترونية باتت " تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الاخبار في مواعيد ثابتة ، فيما يجري نشر بعض الاخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث 24 . ⁷⁵،

2/ قدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم ، بل وبشكل فوري ، ورخيص التكاليف ، وذلك عبر الانترنت ، وبذلك فأن صحفاً ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات ارسال ، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. و "لإن ارسال عبر الانترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن امكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية ، فأن البعض بات يتساءل بجدية عما إذا كان يصح اطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات الكترونية . ⁷⁶"

⁷⁴ محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة ، السحاب للنشر و التوزيع ، 2005، ص 158.

⁷⁵ اسامة محمود شريف ، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية ، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب - عمان - تشرين اول عام، 2000، ص69.

⁷⁶ اسامة محمود شريف ، المرجع نفسه ، ص 72

3/ التكاليف المالية البث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية ، فهي لا تحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق

ومستلزمات الطباعة ، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق ، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال
77» .

4/ "لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الاعلانات ، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بأعلان الياطرة هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف"78 .
"وكشف المختصون المشاركون في مؤتمر (أيفرا الشرق الأوسط) الثاني للنشر الصحفي الذي استضافته مؤسسة الإمارات للإعلام في أبوظبي ، أن حصة الصحف من الإعلانات على مستوى العالم أكثر بأربعة أضعاف حصة التلفزيون والانترنت."79

5/ توفر تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على احصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية ، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن اعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر .

6/ منحت تقنيات الصحافة الإلكترونية عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام ، وخصوصاً بالنسبة للصحافة ،وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية. ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الإلكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه ، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات الصحيفة الإلكترونية.

77 محمد عارف ، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية - ابو ظبي - 1997 ، ص13

78 كارول لينش، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية ، عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة - منهج تطبيقي ، ترجمة : د. عبد الستار جواد - السنة 2001 ، ص45

79 نجاح العلي، الصحافة الإلكترونية.النشأة و المفهوم ، صحيفة الأتحاد ، الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ،العدد 11469 29 نوفمبر 2006 .

7/ توفر الصحافة الالكترونية فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة ، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين ، في فترة معينة.

8/ فرضت الصحافة الالكترونية واقعاً مهنيّاً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وامكانياتهم وشروط عملهم ، فقد اصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للإنترنت وللصحافة الالكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب ، وأن يضع في اعتباره ايضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني الى الاخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها .

ويعتبر محمود سامي عطا الله ان الصحافة الإلكترونية وسيلة من وسائل الإعلام فهي وسيلة نشر كالصحافة المطبوعة، والعلاقة بينهما هي علاقة " تكامل وليست صراع ، فتاريخ ظهور الوسائل الإعلامية المختلفة لا يشهد بظهور وسيلة تلغي الأخرى أو تقضي عليها ولكن توجد منافسة في أحيان أو تكامل في أحيان أخرى وتحاول كل وسيلة تطوير نفسها فتستطيع القول أن الصحافة الإلكترونية والورقية لا تطرد إحداهما الأخرى، ولكن يبقى المنافس الوحيد للصحافة الإلكترونية هو التلفزيون بمواده المختلفة."⁸⁰

80 - حسين شفيق ، الاعلام الالكتروني، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، 50 شارع الشيخ ربحاني عابدين ، القاهرة ، 2005،

الفصل الثاني : ظاهرة التدوين الالكتروني

تمهيد :

تعتبر ظاهرة التدوين وإنشاء المدونات ثورة في ميدان الكتابة و النشر على الانترنت و اختلفت الآراء حولها بين ومؤيد ومتحفظ حول انتشار استعمال الترجمة العربية (مدونة) مقابل (Blog). ويمكن وصف المدونة على إنها صفحة رقمية تسمح لصاحبها بالتعبير عن مواقفه و حالته بحرية تامة من خلال سلسلة من الكتابات و نشر المقالات و تتميز بكون اي مقالة في المدونة تبرز على الصفحة الاولى لفترة معينة ثم تحل محلها المواضيع الجديدة، ويمكن استرجاع المعلومات القديمة بالدخول على الأرشيف.

و قد انتشرت المدونات الإلكترونية بشكل ملحوظ على شبكة الإنترنت، وأتخذ التدوين الإلكتروني خطاً مميزاً له بين المواقع الإلكترونية، ويقول الدكتور هشام عطية عبد المقصود: "وفي هذا السياق يرى الباحثون أن المدونات أعادت تنشيط المجال السياسي ودعم مشاركة المواطنين، نتيجة كونها تنمو بمعدلات مؤثرة وتتيح قدرات تفاعلية عبر الروابط والنصوص الفائقة والإحالات لمختلف المصادر. و للتعرف على ظاهرة التدوين الالكتروني و على المفاهيم المرتبطة بها ، أدرجنا هذا الفصل و الذي سنتطرق من خلاله إلى الفضاء التدويني المهني بالجزائر.

أولاً: ماهية المدونات الالكترونية:

أ- تعريف المدونة الالكترونية:

1- المعنى اللغوي:

أصلها في المعجم من الفعل دون بفتح الدال و شد الواو، كانت في العصور القديمة تنسب إلى الديوان و هو الدفتر الذي يكتب فيه أسماء الجيش و أهل العطاء ، تعبر كلمة دون في سياق جملة ما عن جمع و ترتيب⁸¹

و المدونات جمع مدونة ، تعرفها موسوعة ويكيبيديا بالتعريب الأكثر قبولاً لكلمة Blog

الانجليزية، التي هي نحت من كلمتين log web اي الشبكة و السجل ،حذفت we و ضمت log لتصبح blog⁸². و إن كان يمكن تعريب blog بالسجل أو المكتوب أي المدونة هي التعريب الأكثر قبولاً

⁸¹ جمال الزرن، المدونات الالكترونية و سلطة التدوين، م س ذ.

⁸² الموسوعة الحرة ويكيبيديا ، مدونة، تاريخ الاثاحة 29-12-2007، متاحة على <http://ar: wikipedia.org>

و انتشارا. و منها blogging وهو عملية إنشاء المدونة و النشر فيها ، أما المدونون bloggers فهم الأشخاص الذين يكتبون المدونات ، و مجال blogosphere هو العالم المترابط من المدونات المتاحة على الانترنت التي يمكن الوصول إليها من خلال كشافات المدونات blog indexe. و يطلق على المداخلة ، المدخل أو الاسهام الواحد فيها تدوينة و هو ما يقابل post بالانجليزية⁸³.
أما بالنسبة للغة الفرنسية فيطلق على المدونة carnet web أي مفكر الويب أو web journal أي صفحة الويب⁸⁴. و يعتبر المدون الأمريكي جون بار غربي أول من صاغ مصطلح web log سنة 1997. أما الاختصار blog فقد ورد من خلال بيتر ميرولز الذي استخدم هذا المصطلح في ماي 1999.⁸⁵

2- التعريف التقني للمدونة:

إن شعبية المدونة الالكترونية ترجع بالدرجة الأولى إلى صفة التقنية التي تتميز بها. فالمدونة قبل أي شيء الية للنشر الالكتروني على الانترنت ، تتسم بأسلوب سهل يعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا النوع من النشر ، و تسمح لأي مستخدم أن ينشر ما يريد بسهولة و أكثر من أي تقنية أخرى⁸⁶.
فالمدونات هي تطبيق من تطبيقات الانترنت تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى *CMS ، و هو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليه مدخلات مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا Décronologique تصاحبها الية الأرشفة المدخلات القديمة ، يكون لكل منها عنوان URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره، يمكن للقارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

و عليه يمكن تعريف المدونات من الناحية الوظيفية أنها عبارة عن مواقع إلكترونية يملكها و يديرها أشخاص أو جماعات يقومون بنشر يومياتهم و أفكارهم على هذه المواقع ، و يتم هذا باستخدام تقنية النص العادي أو

⁸³ عبد الرحمن فراح، المدونات الالكترونية ، Marwa Adam1 ، تاريخ الاتاحة : 2007/02/02 متاحة على www.marwaadam1.blogspot.com/2007/02/blogs.blogs.html تاريخ الاطلاع :

2015/01/10

⁸⁴ جمال الزرن، المدونات الالكترونية و سلطة التدوين، م س ذ .

⁸⁵ محمد سيد محمد ، وسائل الاعلام من المنادى إلى الانترنت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2009، ص270.

⁸⁶ Benoit Desavoye, **les blogs nouveau media pour tout le monde**, M21 Edition ,2005,p18.

النص الفائق الذي يمكن أن يتضمن إشارات إلى روابط و مواقع إلكترونية أخرى كما يمكن إضافة الصور و الملفات الصوتية. و تتم إضافة الموضوعات مع توالي الأيام بحيث تتحول إلى أرشيف خاص بالمدون كما يمكن لأي متصفح شبكة الانترنت قراءتها ، التعقيب و التعليق عليها⁸⁷.

3-التعريف الدلالي للمدونة:

قدمت عدة تعريفات دلالية للمدونة الالكترونية و من أبرزها نذكر:

- تعريف عبد الله ولد خاطري بأنها عبارة عن مواقع الكترونية شخصية، يمكن توظيفها و استغلالها في كتابة الآراء و الكتابات الشخصية أو الصور التي يتم تسجيلها ووضعها في المدونة أو توظيفها في نشر الأخبار و الأحداث الهامة التي يتابعها و يرصدها و اعتبر التدوين اعلاما بديلا استحدث بتطور وسائل الاتصال و كذا أدوات الرقابة⁸⁸.

- و هناك من اعتبر المدونات انظمة اجتماعية منظمة ذاتيا تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة و التعلم عبر تبادل الأفكار و المعلومات، بالاضافة لحل المشكلات الجماعية.

- و من وجهة نظر علم اجتماع الانترنت ، ينظر الى التدوين باعتباره وسيلة النشر العامة التي أدت إلى ازدهار دور العنكبوتية باعتبارها أسلوبا للتعبير و التواصل أكثر من أي وقت مضى .⁸⁹

و في تبسيط لفكرة المدونات، يقول Francis Pisani : " المدونات هي يوميات شخصية على شبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الكمبيوتر و إرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، و هي تمزج بين المعلومات و الآراء و تكون متصلة بمصدر أصيل أو بفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة

أما عباس مصطفى صادق فقد اعتبر المدونات blogs واحدة من أهم تطبيقات الاعلام الجديد و أكد أنها: " موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة يوميات الكترونية فردية تعبر عن صاحبها و تركز على موضوع

⁸⁷ جمادى الآخرة، أخبار الأدب ، العدد 5228، من 18 إلى 24 جويلية 2005.

⁸⁸ عبد الله ولد خاطري ، المدونات الالكترونية العربية : دراسة تحليلية ، منشورة على الانترنت في 3 جويلية 2007 ، متاحة على :

<http://storage.canalblog.com/15/04/87839/10278014.doc> تاريخ الاطلاع : 2014/10/12

⁸⁹ هديل الحفيظ، المدونات في السعودية-دورها و تطورها في التعددية الاعلامية و حرية التعبير، المملكة العربية السعودية، متاحة على

<http://hdeed.ws/pic/oman/opning.JPG> تاريخ الاطلاع : 2014/12/05.

معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية، و يمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية و هي تنشر بالنصوص و الصور و الفيديو و الصوتيات و تحمل وصلات مدونات أخرى أو وسائط أخرى متعلقة بالمقالة⁹⁰.

يرى Nikhil Moro ان المدونات تعتبر مصدرا متجددا للأراء و التعليقات و التحليلات السياسية ووسيلة لتمكين الأصوات الجديدة - سواء من المدونين أو السياسيين- من التحكم في مرور المعلومات و تداولها. كما تستمد المدونات القضايا السياسية التي تناولها من التوجهات السائدة لدى الرأي العام و في وسائل الاعلام التقليدية ، و القضايا التي تشغل الأفراد سواء على المستوى المحلي أو الاقليمي أو الدولي كما تتحدى المدونات المعلومات المضللة التي تقدمها بعض وسائل الاعلام التقليدية التي تعبر عن توجهات السلطات الحاكمة⁹¹

4-هيكلية المدونات الالكترونية:

تنوع المدونات في طبيعتها و نوعية المواضيع المتخصصة فيها، كما تنوع من الناحية التقنية ، لكنها في العموم تتشارك في بضعة أشياء تشكل أقسام أو هيكلية مدونة:

الصفحة الأولى: تظهر اخر مواضيع المدونة مرتبة زمنيا من الأحدث غلى الأقدم، عنوان معبر عن الموضوع ، رابط ثابت لكل موضوع ينقل إلى صفحة مستقلة لنص التدوينة مع التعليقات الملحقة بها، تاريخ نشر الموضوع. صفحة الموضوع: صفحة مستقلة لكل موضوع، تظهر كامل نص التدوينة ، مع بيانات إضافية ، و حقول نصية لاضافة التعليقات ، مع الاطلاع على التعليقات السابقة ، و التدوينات يمكن أن تكون مواضيع قصيرة حول اي شيء ، اراء حول احداث معينة، صورة مميزة ، مقاطع فيديو... الخ الأرشيف: الصفحة الأولى للمدونة تظهر دائما عددا محدودا فقط من المواضيع، وليس كل ما ينشر في المدونة، من هنا نتبع أهمية صفحة الأرشيف، فهي تظهر كامل محتوى المدونة حسب تصنيف الموضوعات أو حسب تاريخ النشر ، مما يسهل الوصول الدائم لما سبق نشره في المدونة. السيرة الذاتية: صفحة مهمة جدا و ان كان المدونون لا يهتمون بها كفاية و هي صفحة تقدم في العادة تعريفًا موجزا عن المدون، شخصياته،اهتماماته و اهدافه من المدونة.

⁹⁰ عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، 2008 ، ص 196.

⁹¹ Nikhil Moro, M.A, **Freedom of Expression and the information society** , A legal Analysis toward A libertarian framework for libel , Dissertation , Ohio State University , 2006, Available at : <http://scholar.google.com> consulté le : 18/08/2014

التعليقات مثل RSS: و هي مجموعة من المعايير توفر طريقة سهلة للقراءة لتتبع جديد المدونات ، عبر برنامج خارجي دون الحاجة لزيارة كل المدونات أكثر من مرة يوميا. كما يمكن ان تحتوي المدونة على روابط لمدونات صديقة او مواقع اخرى يفضلها المدون و يراها مهمة.

و فيما يخص التصميم العام للمدونة، يختلف باختلاف المنصات التدوينية ، و من بين المواقع التي تضم مدونات جزائرية نجد موقع مكتوب، موقع بلوغ سبوت و ورد بريس و ذلك للمرونة التقنية التي تتميز بها.

ب - نشأة المدونات الالكترونية و انتشارها:

1- نشأة المدونات الالكترونية:

بالرغم من أن أول مدونة على شبكة الانترنت تعود إلى تاريخ 07 أكتوبر 1997 و هي منسوبة إلى دافيد وينر، مبرمج أحد البرامج الالكترونية الأكثر شيوعا و مطوره تحت اسم "مانيللا" ، و بالرغم من أن مصطلح blog تم صكه عام 1997. إلا أن ظاهرة المدونات لم تنتشر على شبكة الانترنت إلا بعد عام 1999 حيث بدأت خدمات الاستضافة في السماح للمستخدمين بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة و سهلة نسبيا.

و كانت الحرب على العراق سنة 2003 سببا من أسباب ذبوع صيت المدونات ظاهرة عامة بانضمام العديدين من المستخدمين من الانترنت إلى صفوف المدونين و قرائها و تطور الأمر ، إلى أن أصبح عام 2005 هو عام المدونات⁹².

و من ناحية أخرى ظهرت مدونات يكتبها عراقيون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام الرئيس الراحل الشهيد صدام حسين و أثناء الاجتياح الأمريكي ، اكتسبت بعض هذه المدونات شهرة واسعة و عد قراؤها بالملايين ، و طبع أحدها و هو أين رائد؟ Where is Raed ، و ظهرت العديد من المدونات الخليجية مثل مدونة الساخر أبو شمس التي عبرت عن النظرة الخليجية لحرب العراق ، و في عام 2004 أصبحت المدونة ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي شبكة الانترنت إلى صفوف المدونين و قرائها ، كما تناولتها الدوريات الصحفية .

⁹² فيصل فايز أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، م.س.ذ ، ص 153

و أصبحت المدونة نوعاً من أنواع الابداع الأدبي المتعارف عليه و تنظم له دور النشر و الصحف - في إصداراتها الرقمية - المسابقات لاختيار أفضلها ، من حيث الأسلوب ، و التصميم ، و اختيار الموضوعات مثل المسابقة التي نظمتها صحيفة جارديان البريطانية⁹³ .

2 -مراحل نشأة المدونات:

في قراءة تاريخية لنشأة المدونات، يمكن القول أنها ظاهرة تطورت عبر ثلاثة مراحل حسب دراسة قدمها الباحث "جمال الزرن" لمجلة الشؤون العربية على النت و هاته المراحل هي كالآتي:

المرحلة الأولى: حيث انطلقت المدونات في منتصف تسعينيات القرن ، مع المدون الأمريكي "جورج بار غري" عام 1994 مع موقع "دراجهريورت". وهو من كان وراء نشر فضيحة "مونيكا لفن سكي" السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق "بيلكلنتون" سنة 1994م⁹⁴ .

و قد اثارت تعليقات كبيرة و مؤثرة بعد نشر هذه الفضيحة في اوساط المجتمع الامريكي في سائر انحاء العالم المرحلة الثانية: و هي مرحلة الميلاد الحقيقي للمدونات خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون في التدوين وبدأت المدونات تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها بعد هجوم شنه عليه المدونون، إثر تصريحات أطلقها Trent lott على التأثير، كما ظهر أن الغزو على العراق سنة 2003 كان سبباً آخر في انتشار المدونات، في حين أطلق عليها البعض اسم "مدونات الحرب العنصرية". ومنذ ذلك الحين انتشر التدوين وأصبح وسيلة اتصال شعبية ومؤثرة، فقد ظهرت مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها "آنستا بوندت". أما عام 2003 فقد أصبحت فيه المدونات وسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية. ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال "هوارد دين". وغطتها مجالات شهيرة كمجلة "فوربس" في مقالات لها. كما كان استخدام معهد "آدم سميث" البريطاني لهذه الوسيلة دوره في تأصيلها⁹⁵ .

المرحلة الثالثة: هي مرحلة كسب الثقة و الانتشار و قد بدأت في النصف الثاني من العام 2004م، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجاراً كبيراً ابتداءً من سنة 2005م. فقد بدأت تظهر مجموعة جديدة

⁹³ فيصل فايز أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، م.س.ذ ، ص154

⁹⁴ عبد الرحمن فراج ، المدونات الالكترونية في المكتبات ، قسم المكتبات و المعلومات ، جامعة الامام محمد بن سعود ، 2006 ،

منشورة على : <http://informatics.gov.sa./magazine> تاريخ الاطلاع : 2015/02/18

⁹⁵ عبد الرحمن فراج ، المدونات الالكترونية في المكتبات ، م.س.ذ.

مميزة على شبكة الإنترنت، تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة و البوابات و المواقع الشخصية. بها وصلات مشتركة استطاعت أن تفرض نفسها، لتتكاثر بسرعة ملفتة، ليصل عددها في نوفمبر من سنة 2000م إلى 1.2 مليون مدونة، حسب إحصائيات الموقع الخاص بالمدونات. وقد استنتج هذا المحرك أن نسبة نمو هذه المواقع تفوق بكثير بقية أصناف مواقع الانترنت، وتشير إحصائيات 2006م إلى وجود أكثر من 50 مليون مدونة في العالم⁹⁶.

وقد أشارت دراسات السوق -وفقاً لموقع Zdnet الألماني- "أن عدد هذه المدونات الشخصية التي يتم إنشاؤها يتزايد بشكل سريع حول العالم، حيث تشير آخر إحصائية أن هناك الآن ما يقرب من 27 مليون مدونة شخصية حول العالم.

2- عوامل نشأة المدونات الالكترونية:

● عولمة الإعلام: وهذا بتراجع مقولة الاتصال الجماهيري والتي كانت مقدمة للصناعات الإعلامية، غدت مقولة الاتصال الجماهيري -رغم نبهها- مقولة في القهر والتضليل واغتصاب العقول، أما الصناعات الثقافية فهي الاحتكار والتنميط الذي تفرضه الشركات المتعددة الجنسيات التي تستهدف الربح. فنجد بذلك شركة واحدة تملك عدة مؤسسات إعلامية، وهذا ما يحدث مع الانترنت. فقد أصبح المستعمل منا لا يفرق بين البرامج المتشابهة والسبب هو تشابه سياسات التحرير، ففي سنة 1999 كانت توجد 50 شركة تتقاسم 60% من قطاع الانترنت أما في سنة 2001 فقد أصبحت 14 شركة فقط. مثل هذا التمرکز وهذه القطبية، تفقد المؤسسة الإعلامية والاتصالية على حد السواء القدرة على توفير مادة إعلامية متنوعة، وذلك بسبب غياب التعددية في الملكية، ويعتقد صاحب مدونة "جحا كوم" أن المدونة اختراع رائع، يستطيع الفرد من خلالها أن يتفاعل من دون وسيط مع الأحداث ومع الآخرين، وبذلك ستكون المدونة أداة التواصل الإنساني الحر الذي سيكون تدريجياً وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، التي صودر معظمها من قبل القوى السياسية الشمولية وقوات التحالف بكل أنواعها⁹⁷.

⁹⁶ جمال الزرن ، سلطة التدوين ، م.س.ذ

⁹⁷ رحيمة عيساني ، مدخل إلى الإعلام و الاتصال- المفاهيم الاساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية ،

مطبوعات الكتاب و الحكمة ، باتنة ، الجزائر ، 2007 ، ص ص 220-221

● نقص الثقة في وسائل الاعلام الثقيلة: يعتبر فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة حتمية لظاهرة عوامة الإعلام و بروز أقطاب إعلامية دولية كبرى تديرها شركات عملاقة، تحكمها رهانات مالية وسياسية و في الأصل تعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفوي وواع عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الانترنت والإعلام الالكتروني. واستطاعت المدونات أن تنافس المعلومة الرسمية التقليدية التي تبثها الصحف والإذاعات والمحطات الفضائية، فالكتابة والنشر بالاعتماد على المدونة أسهل على المستوى السيكولوجي من الأشكال الأخرى من التعبير (الصحيفة، الإذاعة....). بحكم أن الكاتب لا يخشى من الأحكام المسبقة، خاصة عندما يكون الهدف هو التواصل مع الأخر. فالمدون هيثم الصباح يعتبر المدونة الوسيلة الأسهل والأسرع للتواصل، بين نبض الشارع والإعلان والساسة. فمنذ عصور لم تتح للبشرية وسيلة بهذه السهولة تمكن أي شخص من إبداء الرأي ونقل الأحداث كما يراها هو، بدون أي تأثير خارجي وبدون خضوعها لمقص الرقيب، وبالتالي فالمدونة هي صحافة المواطن بكل ما لكلمة صحافة من مغزى وأهداف⁹⁸.

لقد أصبح المواطن لا يثق في الإعلام عامة وفي الصحافة خاصة، فهي تسوق للحملات الانتخابية وتسعى للريح على حساب المصلحة العامة، وأمام حالة الشك والنقد للصحافة التقليدية، تريد صحافة المدونات أن تخرج المسئول وأن تنشر ما لا تنشره الصحافة الكلاسيكية، التي تخضع لرهانات وأجندة البورصة والتكتلات. لان المدونات لا تحتاج لتكلفة مالية، ولا مصلحة ذاتية لها، ولا مناصب تسعى للدفاع عنها ولا رأس مال لها تخشى عالية أن ينهار في سوق الأسهم. إنها ببساطة صحافة الفرد الذي يتحدث بوصفه مواطنا لم يجد من يسمع مشاكله، ويعرضها على وسائل الإعلام التقليدية: تلفزيون، إذاعة، صحافة ورقية⁹⁹.

● تطور الحس لدى الشباب: تنتشر ظاهرة التدوين في أوساط الشباب والتي كانت الفئة الدافعة لشيوع هذا الشكل من التواصل من داخل شبكة الانترنت، بل تكاد تكون ممارسة التدوين حكرا عليه، وقد يكون وراء هذا الانحراط العفوي في فعل التدوين صلة بفقد الشباب الثقة في وسائل الإعلام

⁹⁸ جمال الزرن ، سلطة التدوين ، م.س.ذ.

⁹⁹ جمال الزرن ، نفس المرجع.

التقليدية. ويمكن القول أن ظاهرة المدونات ساهمت في تحديد وتشكيل ديمغرافيا الانترنت، وخاصة الإجابة على ذلك السؤال القديم المحير: من هي الشريحة الأكثر حضورا في شبكة الانترنت كفضاء افتراض يصعب تقييمه ومتابعة؟

لقد أظهرت المدونات الالكترونية على شبكة الانترنت فئة الشباب، وهي تكتب ما يدور في حياتها اليومية من مواقف و آراء و قصص تريد أن يشاركها الناس تفاصيلها. و المدونة تعبير جديد عن ديمقراطية الكتابة، التي كانت و لازالت إلى الآن حكرا على كهول و أصحاب الشهادات العليا بوصفها نشاطا نخبويا، كما أنها أصبحت علامة على ديمقراطية الكتابة بعد أن تحققت ديمقراطية القراءة و خاصة في الغرب، فالشعوب الغربية قياسا لشعوب العالم الثالث شعوبا تقرأ، و بديهي أن تؤدي سلوكيات القراءة إلى سلوكيات جديدة في الكتابة ما إن وفرت الانترنت الفرصة لذلك، فشباب المدونات و من خلال انخراطهم في هذا الشكل من التعبير عن قضايا الشأن العام و الخاص يريدون إيصال رسالة تقول : عفوا لا نملك بديلا للتعبير عن رأينا إلا المدونات فهي الحل الأول و الأخير المتاح¹⁰⁰.

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

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

¹⁰⁰ الصادق رابع ، التفاعلية في الصحف العربية على النت ، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة

مقارنة بجهات و مواقع إعلامية أخرى. وقد قدم بعضها تأريخا يوميا للحرب ووقائعها بالاعتماد على معلومات من شهود عيان و يوميات لأشخاص عايشوا الأحداث.

كما برز الامتياز للمدونات أيضا خلال كارثة¹⁰¹ "تسونامي" في جنوب شرق آسيا، حيث سبق كتاب المدونات أطوار هذه الكارثة، وغطوا بالتفصيل وبالصور الدمار الذي خلفته، حتى أن العديد من القنوات التلفزيونية قامت بنقل تفاصيل الحدث عن هذه المدونات. كما نجحت هذه المدونات في حث وتحفيز الناس على التبرع، حتى أن هذا الحماس والمنافسة دفع الحكومة البريطانية إلى الرفع من قيمة تبرعاتها على ما كانت الدولة تعتزم تقديمه، نفس السبق حققته المدونات خلال إعصار "كاترينا" المدمر الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية. هكذا أصبحت المدونات وبشكل ملفت إبداعا وتحسيدا إنسانيا غير مسبوق، عن كيف يمكن توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة كأداة يمكنها أن تساعد الرأي العام وبشكل فعال، و مثير في التعبير عن مشاعره حول الحرب والكوارث وعدة قضايا إنسانية.

بكل تلك الأسباب المباشرة وغير المباشرة أصبحت صفحات المدونة أقرب إلى الجريدة أو الصحيفة الالكترونية، أو إلى ما يمكن أن نطلق عليه بيوميات "أون لاين"، فهي عبارة عن ظاهرة جديدة تساهم في تحديد هوية الانترنت. إنها ظاهرة تشبه شكلا من أشكال النميمة أو الإشاعة الصحيحة، إذ يهيمن كل ما هو سري ومكبوت، ومنفلت وحميمي ومناهض للإجماع العام و مهمش على ما ينشر في المدونات. للمدونة تأثير أيضا على مستعملها ويعود ذلك خاصة إلى ما يتميز به الانترنت من سرعة وتحررية في الاستجابة إلى ما ينتظره الجمهور وبشكل مختلف عن وسائل الاتصال التقليدية¹⁰².

ج - أنواع المدونات الالكترونية وخصائصها:

1- أنواع المدونات الالكترونية:¹⁰³

¹⁰¹ الصادق رابح ، نفس المرجع.

¹⁰² جمال الزرن، دراسة بعنوان سلطة التدوين، مرجع سابق.

¹⁰³Fischter ,D , **blogging basic** , 2005, <http://wiki calssroom 20.com> ,posé le : 12/01/2010, consulté le :25/11/2014

المدونات لا تقف عند نوع معين، بل لها أشكال وأنواع و صيغ مختلفة و عديدة. فمن ناحية المضمون نجد فيها الاقتصادية و الإخبارية و الرياضية و الدينية و الترفيهية و السياسية و المحلية و التقنية. و نجد أن أشهر نوعين منهم هما السياسية و الرياضية و تأتي في المرتبة الثالثة التقنية.

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على الروابط الشعبية link blogs :

تعتبر المدونات الالكترونية التي تحتوي على الموصلات الشعبية (web Link blogs) أول أنواع المدونات الالكترونية التي تم نشرها على شبكة الانترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الالكترونية (weblogs)، و يحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من على العديد من الروابط لموقع الانترنت، التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط .

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (On diary blogs)

تناول هذه المدونات الحياة اليومية مالمكها: ماذا فعل و ماذا دار في ذلك اليوم، و لا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على الروابط لمواقع الالكترونية الأخرى.

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقالات (Article blogs)

يمكن أن تحتوي هذا النوع من المدونات على العرض و التعليقات للأخبار و الأحداث و التقارير. وهي عادة ما تكشف على قدر أقل من الحياة اليومية لكاتبها من المدونات الالكترونية التي تحتوي على مذكرات.

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على الصور (Photo blogs)¹⁰⁴

يحتوي هذا النوع من المدونات على الصور ، مثل “صورة اليوم” وغيرها .

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع البث الإذاعي: (Podcasts blogs)

يمكن اعتبار مقاطع البث الإذاعي (Podcasts) على أنها برنامج إذاعية قصيرة مسجلة بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها علما بأن المصطلح (Podcasts) مأخوذ من أجهزة IPOD، و هي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة MP3 ، التي بإمكانها تشغيل ملفات Podcasts.

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع البث المرئي (Vidiocasts Blogs)

¹⁰⁴ ERETCHID, Oliver, **Weblogs – un nouveau paradigme pour les systèmes d’information et la diffusion de connaissances ? applications et cas d’usage en contexte de veille et d’intelligence économique**, Colloque ISKO, France ,2005.

مقاطع البث المرئي (Vidiocasts)، هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الالكترونية و هي مماثلة ل مقاطع البث الإذاعي (Podcasts)، غير أنها تعد بواسطة الفيديو.

- المدونات الالكترونية المنوعة: تعتبر المدونات الالكترونية مزيجا من أنواع المدونات المذكورة أعلاه.
 - المدونات الالكترونية الجماعية: يتم بكتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص¹⁰⁵.
- وهناك تقسيم اخر للمدونات و يشمل:¹⁰⁶

- المدونة الصحفية : يكون وراءها صحفيون أو أناس عاديون يكتبون بطريقة صحفية ينقلون الاحداث اليومية او يعلقون على قضايا أو يقدمون أفكارا و اقتراحات في شكل صحفي أقرب لكتابة عمود أو مقال.

- المدونة الشخصية: حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة ، أو شعرا خاصا به او رسومات، فتصبح المدونة كمعرض شخصي.

- مدونة الخبرات السابقة: بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته وتجاربه في المدونة الخاصة به .

- المدونة الاجتماعية: يتناول المدون المواضيع الاجتماعية، و يكتب قصصا من وحي المجتمع الذي يعيشه.

أما¹⁰⁷ Marjoline Provost حدد أنواع المدونات كما هو مأخوذ من دليل المدونات على الموقع :

www.over-blog.com إلى :

- المفكرة الشخصية على الخط .
- مدونة الصور .
- مدونة السفر .
- المدونة السياسية .

¹⁰⁵ امينة نبيح ، م س ذ ، ص 121-122.

¹⁰⁶ مصطفى دالع، مدونة الصحفي مصطفى دالع ، تاريخ الاثاحة 2010/06/26 متاحة على

www.dalaam.maktoobblog.com تاريخ الاطلاع : 2014/07/24

¹⁰⁷ Marjoline Provost Aurélien Beaux, Seminaire de communication , **l'étude sur les blogs** ,Bordeaux , Aquitaine ,France , posé le :01/05/2005 , Disponible sur le <file://E:/etudesur les blogs .htm>, consulté le : 12/02/2015

- مدونة الوقائع.
- مدونة الصحافة.
- مدونة CV .
- مدونة الاتصال الداخلي للمؤسسة .
- مدونة الاتصال الخارجي للمؤسسة .

2- شبكات المدونات الالكترونية.¹⁰⁸

كما ذكرنا آنفا أن المدونات بدأت كسجلات فردية ذات اهتمامات شخصية بالأساس ، ثم حين أضحى تأثيرها واضحا على المجتمع بدأت الشركات الكبرى كوسائل الإعلام تلتفت إليها باعتبارها وسيلة إعلانية - مباشرة و غير مباشرة - سيكون لها تأثيرها النافذ على القدرات الشرائية، و هو ما سيدفع الشركات إلى توظيف مدونين مخضرمين لديها، وإنشاء مدوناتها الخاصة و بعضها اكتفى بشراء حملات إعلانية على المدونات.

فالاهتمام المتزايد للشركات بالمدونات كوسيط إعلاني سيدفع بعض المدونين إلى تأسيس تجمعات من المدونات سمي بشبكة المدونات Blog network لأجل تحقيق أكبر عائد مالي ممكن من الإعلانات. فشبكة المدونات هي مجموعة من المدونات متصلة ببعضها تتخصص كل واحدة في الموضوع محدد من ثمة يمكن تشبيه شبكة المدونات بمجلة متعددة الأبواب و الأقسام يشرف عليها طاقم تحرير متفرع. مصدر الدخل الأساسي لهذه الشبكات هو الإعلانات، إلا أن بعض الشبكات الخاصة التابعة لمؤسسات معينة مهتمة بالربح المعنوي أكثر من المادي.

ويمكن تصنيف شبكات المدونات إلى أربع تصنيفات:

- شبكة مدونات ربحية تابعة لشركات تجارية رسمية:

تتميز هذه الشبكات بتعدد المدونات و بوفرة من الكتاب المتعاونين، إضافة إلى فريق تحرير مركزي يشرف على كل المدونات هذه الشبكات تدفع مقابلا ماديا لكل كاتب مشارك عن أي تدوينة يضيفها إلى مدونات الشبكة، و مصدر دخل هذه الشبكات هو الإعلانات المباشرة المتمثلة في وضع نصوص دعائية واضحة و

¹⁰⁸ أمينة نبيح، م س ذ، ص 123.

صور، أو إعلانات غير مباشرة تتمثل في مراجعات و تحليل لمتوجات شركات معينة بمقابل مادي عن كل مقال تدفعه الشركة المعينة .

● شبكة ربحية يشرف عليها شخص واحد شخص:

يقوم بإنشاء أكثر من مدونة متخصصة و يشرف عليها و حده، و مصدر الدخل يمكن أن ينحصر في الإعلانات وقد يضاف إليه التبرعات.

● شبكة المدونات تابعة لمؤسسات إعلامية:

مؤخرا عمدت كثير من المؤسسات الإعلامية إلى إنشاء مدونات خاصة، بما يشرف عليها محرروها الصحفيون أو مدونون أو محترفون مثل time و الbbc و هي قد تكون ربحية و قد لا تكون .
الصف الرابع لا يمكن اعتباره كثيرا شبكة المدونات قدر ما هو مجمع مدونات يقوم بعض أفراد بإعداد موقع يجمعون فيه مدونات متعددة ذات مستوى محدد، لأجل تمكين القراء من الوصول إلى هذه المدونات بطريقة سهلة.

أشهر هذه المجمعات شبكة rules والتي رغم حداثتها استطاعت جمع أكثر من 200 مدونة حققت سمعة طيبة وسط المدونين.

3- خصائص المدونات الالكترونية:

تتميز المدونات الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي ساهمت في انتشار هذه الظاهرة الاعلامية الجديدة و تبنيتها من طرف العديد من مستخدمي الانترنت و من بين هذه المميزات نذكر¹⁰⁹:

➤ الصحفي المواطن: كانت المدونة في بداية ظهورها عبارة عن صحيفة لكنها تتميز بالذاتية و الصاقها

بالخصوصية ، لكن مع تبلور و شيوع الوسائط المتعددة تحول اهتمام المدونة الى نقل الوقائع و بروز

البعد الاعلامي الصحفي في مخرجاتها و هو ما ادلى إلى بروز المدونات الاخبارية.

➤ نهاية احتكار صناعة الخبر: و تتمظهر التمثلات الاجتماعية للتدوين و بشكل واضح في هيئة

صدامية بين كل من شبكة الانترنت و افرازاتها مثل المدونات. و لدى الصحفيين انفسهم وعي بان

هذا الصنف الجديد من الاعلام يحدث ثورة على التقاليد الاعلامية .فمن خلال المدونات و خاصة

¹⁰⁹ جمال الزرن، صحافة المواطن-المتلقي عندما يصبح مراسلا،الجملة التونسية لعلوم الاعلام و الاتصال، العدد51-52، 2009،

مدونات الصحفيين المشاركين نستشعر اتجاهها تحريرا ينقد بشكل علني رؤيتهم السلبية للصحافة التقليدية.

➤ التقنية في خدمة حرية التعبير: ساهمت البساطة التقنية في تأسيس و تحيين المدونات في تحويل هذا الصنف الجديد من الاتصال إلى وسيلة إعلام جماهيرية، إذ يمكن لصاحب المدونة أن ينشر الاخبار و ان يعرض مسائل في مدونته و أن يتلقى ردود القراء و اضافات الزوار و بصفة حينية. لقد تزامن ظهور التدوين و تطوره كوسيط مع بروز حركة دعاة المصادر المفتوحة على شبكة الانترنت و التشارك في المعرفة و المعلومة من قبل الجميع. و قد استغلت هذه الحركة التحررية الافتراضية البساطة و الاضافة التقنية التي جاءت بها المدونات فهي تتيح للمساهمين في شبكة الانترنت فرصة نشر ارائهم و عرض مصادر معلوماتهم بشكل سريع و مجاني.

ثانيا: اهداف المدونات الالكترونية و استخداماتها :

أ- اهداف المدونات الالكترونية¹¹⁰ :

استخدمت أساليب التدوين المختلفة من العصور الحجرية بداية من الرسم على جدران الكهوف وانتهاء بالنشر على الانترنت كوسيلة فاعلة للتعبير عن الذات. و ظاهرة المدونات الرقمية ما هي إلا امتداد طبيعي لكل انواع المدونات الشخصية الورقية منها و غير الورقية. ان انتشار التدوين والمدونات في الجزائر و العالم العربي كان له عدة اهداف نجملها في الآتي:

1. معظم أصحاب المدونات يتخفون بأسماء مستعارة وهذا مؤشر يدل على الشعور بالخوف من المجتمع بقدر أكبر من الخوف من سلطة القانون. لان التخفي بالأسماء المستعارة لا يمنع السلطات من الوصول إلى صاحب المدونة وكشف الامرلان التعبير بصراحة عن الرأي يعد مشكلة اجتماعية يبدو إنها أصبحت متأصلة الجذور في المجتمعات العربية.
2. معظم المدونات أصحابها من الشباب (18-38) سنة وهذا مؤشر اجتماعي على النضج بالتعبير عن الذات، كهدف اصلي لشخصية في المجتمع

¹¹⁰ ايلاف ، التدوين العربي في مهب الريح ، المغرب العربي ، العدد 2513، 2008/03/31، منشورة على :

<http://www.elaphGuys/04/04/2009>. تاريخ الاطلاع : 2014/05/10

3. تخفي أصحاب المدونات من الإناث خلف صور الفنانات خاصة الصور التي يطغى عليها جانب الإغراء من الناحية الاجتماعية يكشف هذا الجانب عن مدى الرغبة في الثورة على العادات والتقاليد في المجتمعات العربية المحافظة او الرغبة في إثارة غرائز الشباب على اعتبار ان الصورة تشكل عنصر جذب لتحقيق التواصل. وهي من ناحية أخرى تعد مؤشر على الخوف والتردد بالظهور مما يدل على ان التدوين يتم بشكل سري وغير معلن حتى للمقربين من العائلة والأصدقاء.
4. معظم المدونات العربية تخصص مساحة كبيرة للقضايا السياسية و الدين و الجنس هذه المسائل الثلاث الاولى تعد من المحرمات في مجتمعاتنا العربية لذا فان التدوين فيها في الغالب يعكس اما شعور بالحرمات او الاضطهاد.
5. من المدونات العربية تتميز صور للرايات و الاعلام الوطنية و رموز البلدان تعبيرا عن الانتماء للوطن و تعبيرا عن حبه كهدف اسمى من المدون لوطنه
6. يحرص معظم المدونون على الترويج لمدوناتهم أكثر من اهتمامهم بالمحتوى الموضوعي، إذ يتم استخدام عناوين وعبارات جاذبة او صور لا ترتبط بموضوع او اتجاهات المدون. نتيجة رغبة في تحقيق عدد اكبر من الزوار نتيجة الشعور بالعزلة الاجتماعية والرغبة في الظهور و هو هدف اخر من اهداف المدونات.
7. مما يؤسف له ان التناقضات المجتمعية والاختلافات الدينية والمذهبية داخل المجتمع قد وجدت طريقها إلى المدونات العربية إذ يحرص بعض المدونين على الإعلان عن نفسه من خلا الرموز الدينية او يخوض في مجالات الاختلافات المذهبية والعقائدية او العرقية . وبالتالي أصبحت المدونات مرآة الواقع بكل تناقضاته. ¹¹¹
8. تختلف المدونات العربية في اتجاهاتها الموضوعية باختلاف البلد إذ غلب على مدونات جمهورية مصر النقد اللاذع للوضع باستخدام الأسلوب النقدي الساخر، وهي طبيعة اجتماعية ينفرد بها المصريون ، إذ ان النكتة لدي المصريين تندرج دائما تحت مفهوم شر البلية ما يضحك.
9. مدونات المغرب العربي عموما تناقش قضايا حقوق الإنسان وهذه المسألة حاضرة في تدوينات الكثير من أصحاب المدونات، ولعل القرب من المجتمع الغربي الهم البعض منهم أهمية هذا الموضوع.

¹¹¹ أمينة نبیح، م.س.ذ، ص 129.

10. مدونات الخليج العربي وبشكل خاص المدونات السعودية تناقش في الغالب قضايا المرأة وهو أمر طبيعي اذا ما علمنا ان المدونين في معظمهم من العنصر النسوي. ولعل المرأة في الخليج تعاني اجتماعيا بحكم العادات والتقاليد التي تفرض على المرأة الكثير من القيود في حياتها الاجتماعية وبفوارق نسبية محدودة بين بلد وآخر.

ب- استخدامات المدونات الالكترونية:

1- سهولة النشر الإلكتروني و حرية التعبير: تعد صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية أحد أهم أسباب اللجوء للتدوين، فالمدونات تعتبر عند المدونين إعلانا عن نهاية صحافة الطباعة والنشر بمفهومها الكلاسيكي الورقي، الذي مازالت تحكمها قوانين المطبوعات ذات الروح الرقابية كما هو الحال في جل الدول العربية. ومن هنا تظهر أهمية المدونة كالمسيلة الأسرع والأسهل والأكثر أمنا لنشر المواضيع، خصوصا تلك التي تمنع من النشر في الوسائل التقليدية بسبب العادات والتقاليد، أو بسبب القوانين والأنظمة التي تمنع نشر كل ما لا يعجبها، في الممارسات الخاطئة المتوارثة أو المكتسبة، فمع المدونات لا وجود للرقيب الحكومي و لا حاجة للتصريح والإذن المسبق. و اتاحت حرية النشر في المدونات الفرصة للتعبير عن مختلف القضايا ، و الحديث عن كل ما هو ممنوع مثال ذلك المغرب عندما تحدثت المدونات المغربية على الرشاوي التي تقدم لرجال الدرك في المغرب ، و حقيقة اعدام الرئيس صدام حسين و غيرها من المدونات¹¹².

2- فضاء لقضايا الشأن العام: تكاد تكون المدونات عبارة عن صورة سوسيولوجية حية، تعكس الواقع الدولي والعربي في كل بلد، فهي فضاء رافض ومناهض يتجه إليه المهمشون سياسيا، وهي ليست بالضرورة فضاء اتصاليا يقبل ثقافة الإجماع. فهي تأخذ من قضايا الشأن العام مجالا، ومن تفاصيل الحياة اليومية ملاذا لها. ولقد ساعدت المدونات في إظهار مسألة الشأن العام في العالم الافتراضي، لارتباطها بالحركات السياسية الداعمة للديمقراطية في العالم العربي، من أجل توفير سقف أعلى من التفاعل الاجتماعي و السياسي على شبكة الانترنت. وخاصة الدعوة إلى الشفافية و الديمقراطية الشعبية و التداول على السلطة و محاربة الفساد و الإقصاء. وبذلك خلقت المدونات أسلوبا جديدا في التفاعل مع الشأن العام و ممارسة العمل السياسي، وهي

¹¹² الصادق رابح ، التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، المؤتمر الدولي -الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 07-09/04/2009.

طريقة تعتمد على ما توفره شبكة الانترنت عامة، و المدونات خاصة من رقابة و نقد لأداء السلطة التنفيذية و الحكومة. فشعارها لا إدارة للصالح العام بعيدا عن مبدأ الديمقراطية و حرية التعبير.

3- وسيلة للحصول على المعلومات : مكنت الشبكة الأفراد من إضافة المعلومات التي تتعلق بجانب معين من جوانب الحياة و المشاركة في مواردها مع ملايين البشر ، و توزيعها من خلال الانترنت متجاوزا قيود الزمان و المكان ، و كانت المدونات أحد تطبيقات الانترنت التي خلفت غيرها من الخدمات السابقة التي كانت تفتقد للاتصال ، و التواصل و الحرية في ابداء الرأي ، و انية المعلومة ، متجاوزة كل الحدود الزمنية و المكانية ، و الرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا ، أو دينيا ، أو اجتماعيا في بلد ما¹¹³.

و يمكن للمدونة أن تكون مصدرا من مصادر المعلومات بصورة عامة ، و الرقمية بصورة خاصة إذ يقول أحد المدونين " المدونات الالكترونية في مجملها مكتبة ذات عولمة عصرية ، تصلح لتكون مرجعا مهما ، و مصدرا واسعا للباحثين عن المعرفة ، و المعلومات الثقافية العامة أو المحددة باختصاص معين أو اتجاه معين ، كما جذبت المدونات الالكترونية إليها الانتباه سواء على المستوى الأكاديمي أو الشعبي ذلك كونها وافدا إعلاميا جديدا لمجتمع الاعلام و المعلومات"¹¹⁴

4- فضاء للتنفيس و إظهار القيم الفردية: إن طبيعة الكبت و العنف و القهر الاجتماعي و السياسي و الثقافي الذي يعيشه الشباب العربي على وجه الخصوص، والفراغ القيمي الذي يعانون منه مع وجود استثناءات، مكن التدوين من إظهار عدة قيم، كونها تسجيل للسلوك اليومي الفردي و ما يحمله من حقائق مؤلمة و أحزان و خيبات و أفراح و انتصارات ذاتية، و تعتبر المدونات العربية منهل خصب لآبهايات غير مألوفة في المجتمعات العربية، منها ما هو سياسي و اجتماعي و ثقافي و عرفي و غيرها من المواضيع. بالإضافة إلى كون الإنترنت فضاء للتواصل و الأخبار و التجارة و العلوم و غيرها من المعارف و الخدمات ، وهي في نفس الوقت فضاء اتصالي لدعم حرية الفرد و ذاتيته، وبذلك فقد أصبح بإمكان الفرد أن يتحول إلى مؤسسة اتصالية مستقلة عن المؤسسات التقليدية الرسمية المتعارف عليها (صحافة، تلفزيون، إذاعة)¹¹⁵.

¹¹³ شيماء اسماعيل عباس ، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية كمصدر جديد للمعلومات - دراسة تحليلية ، رسالة

ماجستير كلية الاداب ، قسم المكتبات و الوثائق ، و تقنيات المعلومات ، جامعة القاهرة ، 2007 ، ص 13.

¹¹⁴ شيماء اسماعيل عباس ، م.س.ذ، ص 13.

¹¹⁵ الصادق رابع، التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، م.س.ذ .

فالمدونات الالكترونية تمثل احدى صور التعبير عن الذات اذ يمكنك أن تجد خصوصيتك ، و ما تريد قوله بالضبط بعيدا عن الوصاية المجتمعية ، أو رقابة رسمية ، فتعد فضاء للفضضة.

5-التواصل مع الاخرين و تكوين مجتمعات افتراضية: وفرت المدونات الالكترونية بما تتميز به من سمات و خصائص إمكانات هائلة للتواصل، و تبادل الأفكار، و الآراء و المعلومات حول عدد من القضايا بين مختلف الأشخاص، و في مناطق متعددة من العالم، بعدما أسهمت في تكسير الحدود الجغرافية و الاجتماعية و السياسية بين الدول.

فالإمكانيات التي تتيحها المدونات أمام مرتديها على مستوى إدراج تعليقاتهم على الاخبار و المقالات ، و الدراسات ، و الابداع ، هي مدخل يعزز التواصل و الحوار

فالمدونات بتمكنها لزوارها من نشر تعليقاتها مباشرة تحت الإدراج "التدوينه"، تحول الفضاء إلى مساحة للتبادل و التحوار ، و التفاعل ، حيث يقوم أصحابها بتضمين إدراجاتهم، معلومة ، أو رأيا حول مسألة ما تثير اهتمامات المتابعين الذين يثرونها من خلال مجموع التعليقات التي ترتبط بها، و الحاصل أن هذا التبادل يمكن أن يتوسع و يأخذ شكل تفاعل بين المدونين أنفسهم حيث يعلقون على ادراجات بعضهم البعض عن التعليقات التي كتبوها موظفين الية الروابط التعقيبية track back لاعلام بعضهم البعض عن التعليقات التي كتبوها في ادراجاتهم الأصلية، و ذلك من خلال وضع رابط يحيل إلى مدوناتهم ن و بهذه الطريقة فان المدونين غالبا ما ينجحون في تشكيل جماعات تساهم بتعليقاتها في إثراء مدوناتهم، و بناء علاقات تفاعلية مع مدونين

116
اخرين

6-وسيلة تعليمية: تعد المدونات من خدمات الانترنت الحديثة التي تستغل في التعليم فهي مفيدة للطلبة، لانها لا تسمح لهم بالعمل بها في أي وقت و مكان، مادام الفرد يمتلك جهاز حاسوب و يتوفر لديه الاتصال بشبكة الانترنت، فهي تتميز بكونها سهلة الاستخدام .

و تعد المدونات من أدوات الاتصال المميزة للطلاب لمكاسبها التعليمية:

➤ تعطي للطلاب الدافعية العالية على المشاركة، خاصة للذين يشعرون بالخجل من المشاركة في الغرف

الصفية.

➤ تشجع الطلبة على اكتساب و مشاطرة الخيرات و فتح النقاش.

➤ توفر للطلبة فرصة كبيرة للتدرب على مهارات القراءة و الكتابة.

➤ تسهل عملية الارشاد و التوجيه بين المعلم و الطالب.¹¹⁷

أما المؤسسات سواء الحكومية أو الخاصة أو الأهلية فيمكنها أن تستفيد من المدونات بعدة طرق، فيمكن للمؤسسة أن تتواصل مع زبائنهم مباشرة فتسمع آرائهم ومقترحاتهم وانتقاداتهم، وتبني بذلك جسور الثقة بينها وبين عملائها، كذلك يمكنها أن تقدم دعماً فنياً للزبائن مباشرة عبر المدونة، ويمكنها أن تسوق منتجاتها بأسلوب غير رسمي وبعيداً عن مبالغات رجال التسويق.

ثالثاً: دوافع التدوين بالعالم العربي:

- أسباب و دوافع التدوين العربي¹¹⁸:

من خلال مراجعة الكثير من المدونات الالكترونية العربية، توصلنا إلى تكوين فكرة عامة عن أهم دوافع وأسباب انتشار هذه الظاهرة. فدوافع التدوين بالمنطقة العربية تتنوع بتنوع ظروف البلدان العربية والمتغيرات الديمغرافية كالسن والنوع والمرتبة الاجتماعية والمهنة، كما لاحظنا أنها تتنوع حسب ما هو سياسي أو اجتماعي أو ثقافي أو فني، على سبيل المثال: هناك مدونات دافعها النقد والتعليق على الأحداث، و دوافع ذاتية كمشاعر الحب، والمذكرات الشخصية. وعليه، إذا ما حاولنا تصنيف الأسباب الكامنة وراء المدونات الالكترونية العربية وهذا حسب دراسة للباحث "جمال الزرن"¹¹⁹ تم نشرها في مجلة الشؤون العربية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

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

¹¹⁷ Anne Bartlett-Brag , **blogging to learn**, university of technology,sydney,Australia,2005.

¹¹⁸ Anne Bartlett-Brag, **op-at** .

¹¹⁹ جمال الزرن، دراسة بعنوان سلطة التدوين، م.س.ذ .

2- عجز الإعلام التقليدي عن تحقيق ما تصبو إليه هذه الفئة في الدول العربية، ومن خلال ما توفره شبكة الانترنت من مرونة، فإن هؤلاء المواطنين (المدونون الإلكترونيون) قادرون على تجاوز عقبة الإجراءات الحكومية الصارمة التي تمارس لتقييد حرية التعبير عموماً وحرية الصحافة بصفة خاصة. وعليه، فإن المدونات الإلكترونية العربية تميل إلى التعبير عن المسكوت عنه وتنشغل بما يدور في هوامش المجتمعات العربية، وخاصة تلك القضايا التي لا يسمح بالتعبير عنها في الفضاء العمومي ولا تتناقلها وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي لا تصل إلى الرأي العام. فهي تحاول إظهار الواقع على حقيقته بلغة يطغى في الغالب عليها الطابع النقدي والجرأة.

3 - اعتماد الحكومات العربية على خطاب سياسي مغلق تحت بشعار الدفاع عن حرية الرأي و التعبير سرعان ما تلجأ إلى فرض القيود على حرية الصحافة والتعبير، بحجة مراعاة التقاليد و الآداب العامة و القيم الدينية و الحفاظ على أمن الدولة.

وفي نفس الاتجاه يعتقد البعض " أن المدونات الإلكترونية العربية هي الطفرة التحررية الإعلامية العربية الثانية بعد طفرة الفضائيات والمنتديات المفتوحة، التي ساهمت بشكل فعال في تحريك سقف الحرية في أداء الإعلام العربي، وإخراجه شيئاً فشيئاً من جبروت وتقاليد الإعلام الحكومي المقلب."

رابعاً: المدونات الإلكترونية الجزائرية:

أ- واقع المدونات في الجزائر:

ينبغي الإشارة إلى قلة المؤلفات التي تتناول التدوين في الجزائر حيث يقل بحسب علمنا بالبحوث و الدراسات المنشورة التي تعالج هذه الوسيلة الإلكترونية. و انطلاقاً من هذا يمكن لنا ان نبدأ التاريخ للتدوين في الجزائر منذ منتصف الألفية الجديدة، حيث و بحسب دراسات قدمت ترشح السيدة ليندة سحنين المشرفة العامة على منصة " دي زاد بلوغ" ، ظهور مدونات الجزائرية الى سنة 2006 ، موضحة بأن ظهور لأول موقع للمدونات الجزائرية بدا مع الموقع الذي تشرف عليه سنة 2006 ، عن طريق مجموعة من الشباب و قد تبلورت هذه الفكرة مع وزير البريد و الاتصال الاسبق بوجمعة هيشور في 26 جانفي 2006، الذي شجع المدونين و خصص يوماً وطنياً لهم و رغم هذا فقد وجدنا بعض المدونات التي نشأت ينة 2005 مثل مدونة "كمال

قرور" المعنونة ب: "أفكار ضد الرصاص" و لكنت يبقى عددها قليلا ، و لهذا نعتبر سنة 2006 هي السنة الفعلية لنشأة المدونات الالكترونية¹²⁰.

و كانت حملة مدونة للجميع التي أطلقها في بداية سنة 2006 مجموعة من الشباب انضوا تحت لواء " الحركة التكنولوجية " لنشر ثقافة التدوين الالكتروني في الجزائر، الذي كان متأخرا في انطلاقة عن بعض بلدان العالم العربي التي عرف بعضها نشاط التدوين في الجزائر، الذي كان متأخرا في انطلاقة عن بعض بلدان العالم العربي التي عرف بعضها نشاط التدوين عام 2004، و ان كان بعض المدونين يقولون ان التدوين في الجزائر لم يتأخر كثيرا عن غيره من الدول العربية الاخرى، مثلما أشار المدون عبد السلام بارودي صاحب مدونة " بلاد تلمسان"، لكنه بالمقابل يسجل فشل المدونات الجزائرية في مواكبة تسارع و تأثير و نقل التدوين ، لدرجة انه لم ينجح في استقطاب متصفح الشبكة العنكبوتية لان مستعملي هذه الشبكة في الجزائر كانت لهم اهتمامات اخرى غير التعامل مع الاحداث السياسية و الاجتماعية.

و مهما بلغت المدة الزمنية لهذا التأخر ، فانه واقع ملموس يقر به كثير من المدونين الجزائريين ، و لهذا لا يمكن القفز عليه و تجاهله.

و عن أسباب هذا التأخر يشير المدون و الصحفي علاوة حجي ، صاحب مدونة "اونلاين" إلى مسألتين الأولى، تتعلق بعدم التضييق على الحريات و حرية التعبير بشكل خاص، فالنسبة له ، كلما كان التضييق أكثر على الحريات، يكثر البحث عن هوامش أخرى للتعبير، و من هذه الهوامش المدونات، فالتضييق على الحريات و الاعلام العربي يستدعي اللجوء إلى المدونات، التي تعرف هامشا كبيرا من حرية الاعلام، و في الجزائر لم يكن التضييق على حرية التعبير و على الاعلام بالشكل الذي عرفته الدول العربية الأخرى.

و المسألة الثانية ، هي أن الجزائر لا تتوفر على مجتمع مدني و جمعيات حقوقية نشطة بكثافة و استمرار تسمح بحراك اجتماعي يساعد على التدوين، بينما في مصر مثل معظم المدونون حقوقيون ناشطون في المجال السياسي، و هذا قليل جدا في الجزائر.

و ينبغي الاشارة، ان التدوين في الجزائر عرف بداياته الأولى نتيجة حدثين هامين في العالم العربي:

¹²⁰ موقع مجلة التدوين العربي ، "المدونات الجزائرية فضاء للحريات للمرة الأولى في تاريخ مذكرات النخرج"، زهرة عياش ، نقلا عن اسماعيل قاسمي ، "جريدة منبر القراء" ، 2009/01/15. متاحة على: <http://www.arabicos.blogspot.com> تاريخ

الاطلاع : 2014/12/13

أولهما، الحرب الاسرائيلية على لبنان في 2006، و ثانيهما حادثة اعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين سنة 2007.

و كذلك عن أسباب تأخر التدوين في الجزائر، يقول المدون حمود عصام إن الأمر يتعلق بعدم إدراك الرأي العام بعد لأهمية التدوين، محملا الإعلام التقليدي جانبا من مسؤولية ذلك، ومتهما إياه بأنه يخشى هذا النوع من الإعلام أو صحافة المواطن.. أنا أدون منذ 2005 ولم أجد صحيفة جزائرية تحدثت عن المدونات أو حاولت إيجاد مكان لها، ويضع المتحدث ذلك في سياق عدم الاهتمام بالنشر الالكتروني بصورة عامة، مواقع الجرائد الجزائرية لا تعد سوى نسخة الكترونية للجريدة الأم ولا تحاول إيجاد نسخة وإدارة تحرير جديدة لها، بدل الاكتفاء بإعادة ما هو مطبوع أصلا¹²¹.

ويتطرق حمود عصام، إلى سبب آخر يتعلق بالجو الأمني العام، حيث انه لم يتعرض للمتابعة القضائية سوى مدون واحد، هو عبد السلام بارودي، على خلفية موضوع نشره بمدونته تلمسان ليست للبيع تحت عنوان السيستاني يظهر بتلمسان، بعد أن رفع، أحد المسؤولين المحليين دعوى قضائية ضده بتهمة القذف، ورغم أن جهات كثيرة تنبأت بأن ذلك سيكون الحلقة الأولى لمسلسل طويل من المتاعب التي ستواجه المدونين الجزائريين، إلا أن القضية انتهت بتبرئة المدون المذكور، دون أن تتكرر حالات مماثلة لحد الآن. وإن كان البعض يعتقد أن عدم تعرض المدونين الجزائريين إلى مضايقات ومتابعات قضائية ضدهم، عكس ما يحدث في كثير من الدول العربية حيث زج بعشرات المدونين في السجون وحجبت مئات المدونات، يعود إلى توفر هامش مقبول من حرية التعبير مقارنة بتلك الدول . وقد جاءت هذه الشهادات قبل نهاية سنة 2008 حيث كان التدوين في الجزائر مايزال يراوح مريعه الأول، مثلما يرى المدون الصحفي علاوة حاجي و هذا بالمقارنة مع الدور الذي كان يؤديه المدونون في العالم و بالاحص في بعض الدول العربية كمصر و المغرب على سبيل

المثال، و رغم توزع المدونات الجزائرية عبر المواقع العربية و العالمية ، إلا أنها لم تنجح في لفت الانتباه إليها و حتى بداية سنة 2009 ، كان الوضع في الجزائر مازال لم يتطور كثيرا حيث يلخص المدون يحي أوهيبة، رئيس النادي الجزائري للتدوين الذي تأسس في نوفمبر 2007 ذلك الواقع بقوله " بعض المدونات الجزائرية مازالت تحمل أفكارا و انطباعات شخصية و رسدا ليوميات أصحابها ، يسجلون فيها أجندتهم طيلة اليوم و

¹²¹ علاوة حاجي، كثير من المدونات... قليل من المدونين في الجزائر ، الخبر الأسبوعي ، العدد 500 ، من 3 إلى 27 أكتوبر

ملاحظاتهم حول حياتهم اليومية و تجربتهم الشخصية ، و لكن رغم جنوح المدونات الجزائرية نحو الجانب الانطباعي إلا أن هذا لم يمنع من وجود بعض التجارب المتميزة التي فرضت نفسها على الساحة العربية¹²². و مع انتشار الشبكات الاجتماعية على الانترنت و في مقدمتها الموقع الاجتماعي الفايسبوك و التويتر الذي يسمح بنشر معلومات و أفكار قي 140 حرفا فقط و في مدة اقل من الموقع الأول ، عرفت المدونات الالكترونية نوعا من الانتعاش او بالأحرى مرحلة انتقالية نظرا لاستفادة المدونين الجزائريين منها في التعريف بمدوناتهم و أيضا التعرف على مدونات أخرى و بالتالي التواصل فيما بينهم ، فنجد لكل مدون صفحته على الفايسبوك باسم مدونته إضافة إلى صفحته الشخصية يدرج فيها تدويناته الجديدة و التي يمكن لكل مستخدم اخر نشرها بمجرد النقر على شارك.

ب- خصائص و مميزات المدونات الجزائرية:

تأخذ المدونات في الجزائر الكثير من مميزات و خصائص المدونات في العالم العربي، فهي لا تختلف من حيث المميزات و الخصائص عن المدونات العربية و من بين هذه المميزات ما يلي:

➤ ازدواجية اللغة: يتميز فضاء التدوين في الجزائر بازدواجية لغوية مثل فضاءات التدوين في دول المغرب العربي ن التي تعرف تنوعا من حيث اللغة حيث تظهر المدونات المكتوبة باللغة العربية و المدونات المكتوبة باللغة الفرنسية، في حين لا يوجد من المدونات المكتوبة باللغة الانجليزية سوى القليل، فالمشهد الثقافي في الجزائر المتميز بازدواجية لغوية تمثلها اللغتان العربية و الفرنسية انعكس على فضاء التدوين، و يصف المدون المغربي سعيد بن حبلي فضاء التدوين في الجزائر بأنه " منقسم على نفسه بين مجتمعين افتراضيين متباينين تماما مثل حالة المغرب نتيجة ازدواجية المشهد الثقافي مما ينتج مدونات عربية و أخرى فرانكفونية و بينهما جدار برلين"¹²³.

➤ قلة العنصر النسوي: مجتمع التدوين في الجزائر رجالي حيث يسجل حضور محتشم للمرأة في هذا الفضاء و هي الملاحظة التي يسجلها المدون الصحفي علاوة الحاجي الذي يقول إن التدوين في الجزائر يتميز بقلة العنصر النسوي، و في نفس السياق تشير المدونة أمينة عمروش صاحبة مدونة"

¹²² زهرة عياش ، "المدونات الجزائرية فضاء للحريات " ، م.س.ذ.

¹²³ سعيد بن حبلي ، مدونات الجزائر..شتات ، انطواء، انقسام و احتشام، مقال لمدون مغربي صدر بتاريخ 2009/09/02 متاح على موقع التدوين العربي <http://www.arabicos.blogspot.com>: تاريخ الاطلاع: 2014/08/06.

شجون" الأدبية أن ط العنصر النسوي حاضر في التدوين الجزائري رغم قلته، و المدونات الجزائريات

يلجأن إلى استعمال أسماء مستعارة نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري¹²⁴

فالتدوين العربي عموما يتميز بطغيان العنصر الرجالي و قلة العنصر النسوي حيث تبين دراسة أجرتها جامعة هارفارد حول التدوين العربي أن أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل السوري بنبة 13 بالمائة من المدونين و التكتل السوري يشمل سوريا و لبنان و الأردن و فلسطين¹²⁵ و على عكس الدول الغربية، تشير الإحصائيات في فرنسا مثلا، إلى أن النساء يمثلن 54 بالمائة من المدونين ، كما أن أغلب المدونين في المجال الأدبي نساء يستخدمن المدونات للكتابة الأدبية الصرفة أو للنقد الأدبي.¹²⁶

➤ عدم وجود الفهارس و الدلائل: لا تتوفر المدونات الجزائرية على فهارس و دلائل واضحة المعالم من أجل إعطاء معلومات و تفاصيل عنها ، أو حتى تسهيل عملية البحث عنها ، و تحديث طبيعتها. و هذه من أهم المشاكل و الصعوبات التي تعترض طريق أي باحث و أي كاتب في موضوع. و في هذا السياق يذكر المدون المغربي سعيد بن حبلي أنه وجد صعوبة كبيرة في تناول موضوع المدونات الجزائرية عندما أراد الكتابة عنها و يقول : " اعترضتني صعوبة في العثور على مجمع أو فهرس إلكتروني أو دليل خاص بالمدونات الجزائرية".¹²⁷

➤ التعدد و التخصص: كثير من المدونين الجزائريين لهم أكثر من مدونة واحدة، مثل المدون الخير شوار الذي له في كل موقع تقريبا مدونة، و هي مدونات متنوعة من خاصة إلى أدبية، ففي الموقع "إيلاف" مثلا له مدونة تحت تسمية "المدونة" و هي مدونة عامة ، و في موقع "مكتوب" له مدونة باسم "اليوم الأدبي" ، و المدون كمال قرولر له في موقع "مكتوب" مدونة باسم "أفكار ضد الرصاص" ، و في موقع "بلوغ سبوت" له مدونة بنفس التسمية أي " أفكار ضد الرصاص" ، كما أن بعض الأساتذة

¹²⁴ وائل العلواني، دراسة حول التدوين العربي بجامعة هارفارد الأمريكية ، اجريت الدراسة من 2006 الى 2009 حول التدوين العربي و شملت 4000 مدونة عربية متاحة على مدونة توفيق التلمساني : <http://toufik2081967.maktoobblog.com>.

¹²⁵ الصاق الحمامي، ورقة بعنوان "عالمهن المنكشف.. المدونات النسائية العربية"، كتاب المرأة العربية و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، نشر مركز المرأة العربية للتدريب و البحوث "كوثر" و صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة "اليونيفيم" و بدعم من برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية "الأجفند"، نوفمبر 2007 .

¹²⁶ ندوة حول التدوين في الجزائر، "مدونون يتحاشون السياسة" و "مدونات يبحثن عن مدونات" ، العدد 497، 2010/09/21، ص ص: 21-20.

¹²⁷ سعيد بن حبلي، م.س.ذ.

لهم أكثر من مدونة أو بالأحرى مجموعة مدونات مثل الدكتور فني عاشور الشاعر و الأستاذ بقسم الإعلام و الاتصال في كلية العلوم السياسية و الإعلام الذي يعتزم اطلاق مجموعة مدونات أخرى متخصصة ، كل واحدة تهتم بمجال

➤ الابتعاد عن الاثارة و عدم المغامرة: لاحظنا أن المدونات الجزائرية لا تستعمل الإثارة في نقل الأخبار و رصد الاحداث التي تقع في البلاد، رغم أنها تحاول أن تتناول كل ما يتحرك داخل الوطن ، و رغم هذا فإن هذه المدونات لم تستطع أن تزيد عن ما كتبه الصحافة المكتوبة الخاصة إلى درجة جعلت المدونون يكررون ماورد فيها . و لا يغامر المدونون الجزائريون بالتطرق إلى بعض المواضيع الحساسة مثلما تفعله المدونات المصرية أو المغربية ، فهذا يقل كثيرا في المدونات الجزائرية التي لا تضخم الأحداث ، مثلا كالاتجاجات التي عرفتها منطقة عين صالح حول الغاز الصخري سنة 2015.

ج-علاقة المدونات بالصحافة في الجزائر:

تنطلق من النظرة القائلة بأن التدوين الالكتروني هو نوع من الصحافة من ناحية التحرير و الصياغة و ليس فقط من ناحية نقل الأخبار و المعلومات و نشرها، حيث يرى الأستاذ بول غراوويس ، " أن المدونين على العموم لا يعملون شيئا يشبه قريبا الروبورتاج " ، أو بما يتلاءم من حيث الشكل مع التعليقات و الافتتاحيات . مثلما يرى الأستاذ غيلوردان. و نعتمد على الرؤية التي تصف علاقة الصحافة بعالم المدونات بالمتقاربة، مثلما يرى نصر الدين العياضي الذي " يؤكد أن الفرق الوحيد بين أشكال الكتابة التي سادت في الصحافة الورقية و المدونات الشخصية هي أن الأولى كانت أكثر رسمية و التزاما، و توحى أكثر بموضوعيتها ، لكن رغم غياب الخصائص فإن البعض يعتقد أن المدونات هي النوع الصحفي الأكثر تقدما في العمل الصحفي، إذ تستوعب عناصر افتتاحية و المقال و الاخبار و التحقيقات و الخدمات المختلفة¹²⁸

و في هذا الشق يأخذ الصحفي و المدون الخير شوار الجوانب التي تميز التدوين عن الصحافة و منها التفاعلية، حيث يقول صاحب المدونة " اليوم الأدبي " أن أي نص ينشر في المدونة هو مفتوح للنقاش، و هذه الميزة غير متوفرة في الصحافة الكلاسيكية، أي الصحافة المكتوبة كما أن هناك تفاعل مباشر بين المدون و الجمهور

¹²⁸ أستاذان أمريكيان مهتمان بحركة التدوين في العالم و قد صدرت لهما مقالات في هذا المجال كما أنهما يلقيان محاضرات حول التدوين

في العالم ، انظر مقال : le monde : Francis Pisani nternet saisi par la folie des « weblogs » : le monde : diplomatique , Aout 2003

أما المدون عمار طوبال ، فيطرح الجانب المتعلق بالمنافسة بينهما، و يقول إن " العلاقة بين الصحافة الكلاسيكية و التدوين تتجه نحو خلق تكامل بين الطرفين، رغم أن المدونات لاتزال بعيدة على منافسة الصحافة الكلاسيكية لهذا تعمل الصحف على جلب الأقلام التدوينية المتميزة و ضمها لطواقم تحريرها في المشرق العربي ، و في المغرب أيضا توجد تجارب كثيرة للصحفيين قدموا لمهنة الصحافة من عالم التدوين الالكتروني.¹²⁹

و يصل المدون عمار طوبال إلى وصف العلاقة بين الصحافة و التدوين في الجزائر بالقطيعة ، ففي ندوة حول واقع التدوين في الجزائر نظمت في المسرح الوطني بالجزائر العاصمة في أكتوبر 2010، قال أن "مشكلة التدوين في الجزائر تكمن في القطيعة الموجودة بين الاعلام و التدوين .فالتدوين لم يفرض نفسه بشكل كافي ليتواجد في الساحة الاعلامية الجزائرية و المدون الجزائري يكتب بهدوء و لا يتطرق إلى مواضيع مثيرة خاصة السياسة منها"¹³⁰ و بنوع من التشاؤم يتأسف المدون الصحفي عبد السلام بارودي و يرى أن " علاقة الصحافة بالتدوين و المدونات لا حدث".

و في تطرقه للعلاقة بين الصحافة و التدوين في الجزائر ، يقول المدون و الصحفي علاوة حاجي : " إلى وقت قريب كانت العلاقة تتميز ب " قطيعة حقيقية " ، حيث أن المدون الجزائري و المدونات الجزائرية شبه غائبة في الصحافة التقليدية الجزائرية .

اما بالنسبة للدكتور صادق رابح فإن التدوين في الجزائر لا يعتبر بأي شكل من الأشكال منافسا للصحافة ، ذلك انها تفتقد إلى الكثير من مما صنع مجد الصحافة المعاصرة ، مثل التفاعلية و إشراك القارئ في صناعة المضامين .و يوجه الصادق رابح انتقادات شديدة للصحافة من خلال أنها مازالت تتكى على رؤية فلسفية لا ترى في القارئ إلا متلقيا ساكنا و سلبيًا .

و يصل الصادق رابح إلى تكريس فكرة مفادها أن " الصحافة الجزائرية عموما مازالت لم تستوعب بعد الفضاء الرقمي بكل تعقيداته و غناه، أما استبعادها بشكل واع أو غير واع للتدوين و كل أشكال التعبير المواطني فذلك مرده إلى وعي زائف بأن التدوين يهدد سلطتها، و بالتالي أبويتها التي مارستها على القارئ . مع أن

⁹⁷ موقع التدوين العربي، " المدونات الجزائرية فضاء للحريات " ، نقلا عن علاوة حاجي ، مقال كتبه في جريدة الخبر ، 31 /10/ 2009 .

¹³⁰ عبد القادر سعيد ، المدونات... الثورة الاعلامية الجديدة ، موقع الشهاب ، <http://www.chihab.net/> تاريخ

فعل التدوين مازال نخبويا مقتصرًا على بعض الفئات الاجتماعية ، كما أنه فعل اجتماعي حميمي يتسم بحدوثه و مهادنته.

و الصحافة الجزائرية لا تتعامل عموما مع المدونين و لا تهتم كثيرا بالمدونات عكس الصحافة في الدول العربية الأخرى ، و هناك تجاهل اتجاه المدونات و المدونين حيث أنها لا تعطي أهمية للمقالات التي تتطرق إلى عالم التدوين ، و هذا ما نريد التطرق إليه من خلال بحثنا الذي يهدف إلى معرفة مدى استخدام الصحفيين للمدونات الالكترونية و مدى إعطائها أهمية و إدراجها ضمن العمل الصحفي .

الفصل الرابع : الاطار التطبيقي

تحليل و تفسير نتائج الدراسة الميدانية

النتائج العامة للدراسة

تحليل و تفسير نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: السمات العامة للعينة

جدول 1: يبين السمات العامة لأفراد العينة

النسبة	التكرار	الفئات	
46,7	42	ذكر	الجنس
53,3	48	أنثى	
100,0	90	المجموع	

من خلال بيانات متغير النوع الظاهرة في هذا الجدول ، يتضح لنا أن فئة الذكور تشكل الغالبية بنسبة 46.7% من إجمالي أفراد العينة ن فيما تقدر نسبة الاناث ب 53.3% من إجمالي أفراد العينة .

جدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الفئات	
82,2	74	جامعي	المستوى التعليمي
17,8	16	دراسات عليا	
100,0	90	المجموع	

من خلال بيانات المستوى التعليمي للصحفيين ، فنجد أن 82.2 % مستواهم جامعي في حين يشكل مستوى الدراسات العليا 17.8 % من إجمالي الباحثين.

جدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

النسبة	التكرار	الفئات	
70,0	63	علوم الاعلام و الاتصال	التخصص
5,6	5	ادب عربي	
6,7	6	لغات أجنبية	
8,9	8	حقوق	
8,9	8	أخرى	
100,0	90	المجموع	

تظهر البيانات في الجدول أعلاه تخصص أفراد العينة حيث يشكل 70% من الباحثين تخصص إعلام و اتصال، تليها نسبة 5.6% تخصص أدب عربي ، أما بالنسبة لتخصص لغات أجنبية فبلغت نسبة 6.7% ، و حقوق بنسبة 8.9 % ، و تخصصات أخرى ب 8.9 %.

جدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب

النسبة	التكرار	الفئات	
6	6,7	رئيس تحرير	المنصب
5	5,6	رئيس قسم	
65	72,2	صحفي دائم	

5	5,6	صحفي مؤقت	
8	8,9	صحفي متعاون	
1	1,1	مراسل	
90	100,0	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المنصب الذي يتولاه الصحفي داخل المؤسسة، و توضح البيانات الواردة بأن نسبة 72.2 % من المبحوثين هم صحفيون دائمون، تليها نسبة 6.7 % تمثل رؤساء التحرير ، تليها نسبة 8.9 % تمثل الصحفيون المتعاونون ، أما رؤساء الأقسام فيشكلون نسبة 5.6 % ، و النسبة ذاتها بالنسبة للصحفيين المؤقتين أي 5.6 %، و أخيرا نسبة 1.1 % من إجمالي المبحوثين تمثل المراسلين

المحور الأول: أنماط و عادات الصحفيين المدونين :

جدول رقم 5 : يبين مدة استخدام الانترنت حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي :

المجموع الكلي	إناث						ذكور						من سنة الى سنوات	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
24.	2	22.	1	14.	1	24.	1	26.	1	62.	5	18.	6	من سنة
44	2	92	1	28		39	0	19	1	5		19		الى 5 سنوات
31.	2	27.	1	14.	1	29.	1	35.	1	0	0	45.	1	من 5
11	8	08	3	28		27	2	71	5			45	5	الى 10
44.	4	50	2	71.	5	45.	1	38.	1	37.	4	36.	1	أكثر من
44	0		4	43		24	9	09	6	5		36	2	10سنوات

100	9	100	4	100	7	100	4	100	4	10	8	100	3	ت
	0		8				1		2	0			3	المجموع
														كا ² المحسوبة:
														12.61
														درجة الحرية :
														6
														كا ² الجدولية :
														12.592

يتضح لنا من خلال الجدول 5 أن 44.44 % من أفراد العينة يستخدمون الانترنت من 10 سنوات فأكثر ، تليها نسبة 31.11 % يستخدمونها من 5 إلى 10 سنوات ، ثم 24.44 % من سنة إلى 5 سنوات.

و قد سجلت أكبر نسبة من 10 سنوات فأكثر ذلك أن الفترة الأخيرة عرفت اهتماما ملحوظا بشبكة الانترنت و محاولة إتاحتها للجميع ، ناهيك على أن العينة المقصودة هنا هي الصحفيين و من الطبيعي أن يكونوا ممن لديهم مدة و هم يستخدمون الانترنت خاصة فيما يتعلق بطبيعة عملهم .

و نلاحظ من الجدول أعلاه أن 45.45 من الذكور الذين هم من مستوى تدرج يستخدمون الانترنت من 5 إلى 10 سنوات مقارنة ب 37.17 % من الذكور الذين هم من مستوى ما بعد التدرج و يستخدمونها منذ نفس الفترة ، و 38.09 % منهم يستخدمونها من 10 سنوات فأكثر ، و 26.19 يستخدمونها من سنة إلى 5 سنوات ، و نسبة 36.36 % من الذكور مستوى تدرج يستخدمونها منذ أكثر من 10 سنوات و 18.19 % يستخدمونها من سنة إلى 5 سنوات.

في حين نجد أن 45.24 % من الإناث اللواتي هن من مستوى تدرج يستخدمنها أكثر من 10 سنوات مقارنة ب 71.43 % من اللواتي هن من مستوى ما بعد تدرج ويستخدمنها منذ نفس الفترة ، و نسبة 14.28 % يستخدمن الأنترنت من سنة إلى 5 سنوات و نفس النسبة بالنسبة للواتي يستخدمنها من سنة إلى 5 سنوات ، و 29.27 % من الإناث اللواتي هن من مستوى تدرج يستخدمن الأنترنت من 5 سنوات إلى 10 سنوات ، و 24.39 % يستخدمنها من سنة إلى 5 سنوات.

كما توضح لنا نتائج الجدول أن 38.09 % من الذكور يستخدمون الانترنت من 10 سنوات فأكثر ، مقارنة ب 50 % من الإناث يستخدمنها منذ نفس الفترة ، و 27.08 % يستخدمنها من 5 إلى 10 سنوات ، و 22.92 % من سنة إلى 5 سنوات، بينما 35.71 % من ذكور العينة يستخدمونها من 26.19 من سنة إلى 5 سنوات .

و تشير النتائج إلى وجود فروق صغيرة في مدة استخدام الانترنت بين الذكور و الإناث سواء ا في مستوى تدرج أو مستوى ما بعد التدرج ، و بالتالي تأثير متغير الجنس على مدة استخدام الانترنت و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 12.61 و هي أصغر من كا² الجدولية المقدره ب 12.592 عند درجة حرية 6 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدة استخدام الانترنت .

جدول رقم 6: يبين الاشكال الرقمية التي يفضل استخدامها الصحفيون وفق متغير الجنس

الجنس		ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الاشكال الرقمية		ت	%	ت	%	ت	%
محركات بحث		30	71.42	39	81.25	49	54.44
مواقع إلكترونية		7	16.66	6	12.5	13	14.44
منتديات إلكترونية		5	11.90	3	6.25	8	8.88
المجموع		42	100	48	100	90	100
كا 9.61		درجة الحرية 2		كا الجدولية 5.991			

من خلال بيانات الجدول اعلاه الخاص بالأشكال الرقمية التي يفضلها الصحفيون كل من الذكور و الإناث ، نجد أن 71.42 % من الذكور يفضلون محركات البحث مقارنة ب 81.25 % من الإناث اللواتي يفضلن كذلك محركات البحث ، تليهم 12.5 % من الاناث ممن يستخدمن المواقع الإلكترونية 6.25 % ، في حين 16.66 % من الذكور يستخدمون المواقع الإلكترونية ، و نسبة 16.66 % من الذكور يفضلون المواقع الإلكترونية ، و 11.90 % يفضلون المنتديات الإلكترونية .

و تفضل أكبر نسبة من أفراد العينة محركات البحث ، لتمييزها بسهولة عملية البحث عن مختلف المواضيع و سرعتها بالنسبة لهم كصحفيين.

و عموما ، و كما توضحه لنا نتائج الجدول 54.44 % يفضلون استخدام محركات بحث ، تليها نسبة 14.44 % من أفراد العينة يستخدمون المواقع الإلكترونية ، ثم 8.88 % يستخدمون المنتديات الإلكترونية.

و تشير النتائج إلى وجود فروق في تفضيل الأشكال الرقمية بين الذكور و الإناث سواء ا في مستوى تدرج أو مستوى ما بعد التدرج ، و بالتالي تأثير متغير الجنس على نسبة تفضيل الأشكال الرقمية و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 9.61 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 5.991 عند درجة حرية 2 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تفضيل الاشكال الرقمية.

جدول رقم 7 :يبين الاطلاع على المنتديات الالكترونية حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						الاطلا ع على المنتديات الالكترونية	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
80,	7	81.	3	10	7	78.	3	78.	3	88.	8	75.	2	نعم
0	2	25	9	0		04	2	57	3	88		75	5	
20,	1	18.	9	0,	0	21.	9	21.	9	11.	1	24.	8	لا
0	8	75		0		95		42		11		24		
10	9	100	4	10	7	100	4	100	4	100	9	100	3	المجموع
0	0		8	0			1		2				3	
كا ² المحسوبة: 2.66 درجة الحرية : 1 كا ² الجدولية : 3.841														

يوضح الجدول أعلاه ان نسبة 80% من المبحوثين يطلعون على المنتديات الإللكترونية ، في حين أكد 20% منهم أنهم لا يطلعون عليها . كما أوضحت بيانات الجدول أن 78.04% من الذكور يطلعون على المنتديات الالكترونية مقارنة ب 81.25% بالنسبة للإناث اللواتي يطلعن عليها ، و 18.75% لا يطلعن عليها ، بينما تبلغ نسبة 21.42% عند غير المطلعين من الذكور على المنتديات .

ة المستوى التعليمي فإن 75.75 % من الذكور مستوى تدرج يطلعون على المنتديات الالكترونية و 24.24 % لا يطلعون على المنتديات الالكترونية ، في مقابل نجد نسبة 78.04 % من الإناث مستوى تعليمي تدرج يطلعون على المنتديات الالكترونية ، و 21.95 % منهم لا يطلعون عليها. كما أننا نجد 88.88 % ذكور مستوى ما بعد التدرج يطلعون على المنتديات الالكترونية مقابل 11.11 % ليسوا كذلك ، فيما أظهرت البيانات أن 7 % مستوى ما بعد التدرج يطلعون على المنتديات الالكترونية ، و 0 % لا يطلعون عليها .

و تشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغيري الجنس و المستوى التعليمي على نسبة اطلاع أفراد العينة على المنتديات الالكترونية و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 2.66 و هي أصغر من كا² الجدولية المقدره ب 3.841 عند درجة حرية 1 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس و المستوى التعليمي في نسبة الاطلاع على المنتديات. جدول رقم 8 : يبين استخدام الانترنت كمصدر أخبار وفقاً لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						استخدام الانترنت	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	ت
88,9	80	70,4	43	71,5	52	92,3	38	88,09	77	88,8	81	87,2	29	نعم
11,1	10	10,41	57	28,2	21	7,3	31	11,90	52	11,11	11	12,4	43	لا
100	90	100	48	100	77	100	41	100	42	100	99	100	33	المجموع
0	0						1		2				3	ع
كا ² المحسوبة: 0,49 درجة الحرية : 1 كا ² الجدولية : 3.841														

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتبين أن أعلى نسبة من الباحثين 88.9 % أجابوا بأنهم يستخدمون الانترنت كمصدر أخبار ، و نسبة 11.1 % أجابوا بأنهم لا يستخدمون الانترنت كمصدر للأخبار.

و أوضح الجدول أن 88.9 % من الذكور يستخدمون الانترنت كمصدر أخبار ، و نسبة 11.90 لا يستخدمونها ، مقارنة ب 70.83 % من الإناث يستخدمون الانترنت كمصدر أخبار في حين 10.41 % منهن لا يستخدمنها.

و تستخدم أكبر نسبة من المبحوثين الانترنت كمصدر أخبار ، لسبب سهولة الوصول إليها ، و لخصوصية الشبكة العنكبوتية في السرعة في نقل الأخبار و المستجدات .

أما من ناحية المستوى التعليمي فتمثل نسبة 87.87 % من الذكور مستوى تدرج يستخدمون الانترنت كمصدر أخبار ، و 12.12 % منهم لا يستخدمونها ، في حين نجد نسبة 92.68 % إناث مستوى تدرج يستخدمون الانترنت كمصدر اخبار ، و 7.31 % منهن لا يستخدمنها .

و نجد 88.88 % ذكور مستوى ما بعد التدرج يستخدمون الانترنت كمصدر للأخبار ، و 11.9 % منهم لا يستخدمونها. فيما اظهرت البيانات أن 71.43 % من الإناث مستوى ما بعد التدرج يستخدمون الانترنت كمصدر للأخبار ، و 28.57 % لا يستخدمونها.

و تشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغيري الجنس و المستوى التعليمي على نسبة استخدام المبحوثين للانترنت كمصدر للأخبار و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 0.49 و هي أصغر من كا² الجدولية المقدرة ب 3.841 عند درجة حرية 1 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس و المستوى التعليمي في نسبة استخدام الانترنت كمصدر للأخبار.

جدول رقم 9 : يبين تفاعلية الصحفيين مع قرائهم عبر الانترنت وفقا لمتغيري الجنس و المستوى

المجموع الكلي		التعليمي						مشاركة القراء						
		إناث			ذكور									
		المجموع		ما بعد التدرج	تدرج		المجموع		ما بعد التدرج	تدرج				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
54.	4	52.	2	42.	3	53.	2	57.	24	77.	7	51.	1	نعم
44	9	08	5	86		66	2	14		78		15	7	
45.	4	47.	2	57.	4	46.	1	42.	18	22.	2	45.	1	لا

55	1	91	3	14		34	9	85		22		45	5
----	---	----	---	----	--	----	---	----	--	----	--	----	---

ما نستنتجه من هذه الملاحظات انه ليس هناك فروق كبيرة بين الذكور و الإناث حيث نلاحظ بأن كليهما يتفاعلون مع القراء عبر الانترنت ، غير أننا نلمس بأن الذكور أكثر تفاعلا بنسبة طفيفة مقارنة بالاناث وربما هذا راجع أن الذكور ربما أكثر تفرغا للانترنت في الأوقات ما بعد العمل على عكس الإناث و هذا ما يدفعهم إلى تصفح الانترنت و التفرغ للتفاعل مع قرائهم حول مختلف المواضيع .

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 5.591 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 1.26 عند درجة حرية 2 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 10 : يبين ملكية الصحفيين للمدونات وفقا لمتغيري الجنس المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور								
	المجموع		ما بعد		تدرج		المجموع		ما بعد		تدرج				
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
31.2	2	31	15	28.2	2	31.7	1	30.9	1	70	7	18.7	6	نعم	
11.8	8	.2		57		1	3	5	3			5			
68.88	6	68	33	71.4	5	68.2	2	71.4	3	30	3	81.2	2	لا	
	2	.7		42		9	8	2	0			5	6		
10	9	10	48	100	7	100	4	100	4	100	1	100	3	المجموع	
0	0	0					1		2		0		2		
كاس ² الجدولية : 7,815														درجة الحرية : 3	كاس ² المحسوبة: 8

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتبين أن أعلى نسبة من المبحوثين لأجابوا أنهم لا يمتلكون مدونات الكترونية بنسبة 68.88 % ، أما بالنسبة للذين يمتلكون مدونات فكما هو موضح في البيانات يمثلون نسبة 31.11 % من مجموع أفراد العينة .

و يبين الجدول أن 71.42 % من الذكور الصحفيين لا يملكون مدونات الكترونية مقارنة ب 68.75 % من الاناث لا يملكون كذلك مدونات الكترونية ، و 31.25 % منهن يملكنها ، في حين تمثل نسبة 30.95 % من الذكور يملكون مدونات الكترونية .

أما فيما يخص المستوى التعليمي فإن 81. % من الذكور الذين هم في مستوى تدرج لا يملكون مدونات ، و 18.75 % من هم يملكونها ، مقارنة ب 68.26 % من الاناث اللواتي هن في مستوى تدرج لا يملكن مدونات الكترونية ، و 31.71 % منهن يملكنها .

و نجد أن 70 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يملكون مدونات الكترونية ، و 30 % منهم لا يملكونها ، في حين 71.42 % من الاناث مستوى ما بعد التدرج لا يملكن مدونات الكترونية ، و 28.57 % يملكن مدونات .

و تشير هذه النتائج إلى أن أغلبية الصحفيين بالمؤسسة الاعلامية الجزائرية " النهار " لا يملكون مدونات الكترونية ، وهناك فارق صغير بين الاناث و الذكور الذين يمتلكونها ، و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 8 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 7.815 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس و المستوى التعليمي .

جدول رقم 11: يبين أسباب عدم امتلاك الصحفيين للمدونات وفق متغيري الجنس و المستوى

التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
75.80	47	71.87	23	40	2	98.61	2	80	24	10	6	75	18	لنفضيل مواقع التواصل الاجتماعي
19.35	12	18.75	65	20	1	27.77	5	20	6	0.00	0	25	6	لافتقار ثقافة التدوين في الجزائر
4.83	3	9.37	3	40	2	5.55	1	0.00	0	0.00	0	0.00	0	لعدم أهميتها في

														مجال الإعلام
100	6	100	3	10	5	100	1	10	3	10	6	10	2	المجموع
	2		2	0			8	0	0	0		0	4	
كاف الجدولية : 7.815				درجة الحرية : 3				كاف المحسوبة: 8						

من خلال فحص الجدول أعلاه يتبين لنا:

75.80% من الذين لا يملكون مدونات الكترونية يفضلون شبكات التواصل الاجتماعي و جاء هذا حسب ردهم ، تليها نسبة 19.35 % كذلك لا يملكون مدونات الكترونية و كانت إجابة الباحثين أن الجزائر تفتقر لثقافة التدوين الالكتروني و المدونات و لهذا السبب لا يملكونها ، ثم سجلنا نسبة 4.83 % من الذين لا يمتلكون المدونات و الذين على حسبهم ليس للمدونات أهمية في مجال الاعلام.

و تمثل نسبة 80 % من الذكور من إجمالي أفراد العينة لا يدونون بسبب تفضيلهم لشبكات التواصل الاجتماعي ، و 20 % منهم يرون بأن الجزائر تفتقد لثقافة التدوين ، أما 71.87 % من الاناث يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي أفضل ، تليها نسبة 18.75% منهن يرون بأن الجزائر تفتقر لثقافة التدوين ، و 9.37 % يرجعون ذلك إلى عدم أهمية المدونات في مجال الاعلام.

و من ناحية المستوى التعليمي أظهرت بيانات الجدول النتائج التالية :

أن نسبة 75 % من الذكور مستوى تدرج لا يملكون مدونات لتفضيلهم لشبكات التواصل الاجتماعي ، و 25 % منهم يرون بأن السبب في عدم امتلاكهم للمدونات راجع لافتقار الجزائر لثقافة التدوين ، مقارنة ب 98.66 % من الاناث مستوى تدرج لا يملكن مدونات لتفضيلهن لشبكات التواصل الاجتماعي ، و 27.77 % منهن لا يملكنها نظرا لافتقار الجزائر لثقافة التدوين ، ثم نسبة 5.55 % لا يملكن مدونات لعدم اهميتها في مجال الاعلام.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي ما بعد التدرج فتمثل نسبة 10 % من الذكور الغير مدونين لتفضيلهم لشبكات التواصل الاجتماعي، و 0% بالنسبة للسبيين الاخرين مقارنة بالاناث حيث تشكل نسبة 40 % منهن فئة المفضلات لشبكات التواصل الاجتماعي ، و 20 % بالنسبة للواتي يرجحن أن الجزائر تفتقر لثقافة التدوين ، و 40 % منهن يرون بان المدونات ليست لها أهمية في مجال الاعلام .

و تشير هذه النتائج إلى أن أغلبية الصحفيين بالمؤسسة الإعلامية الجزائرية " النهار " لا يملكون مدونات الكترونية ، وهناك فارق صغير بين الاناث و الذكور الذين يمتلكونها ، و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 8 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 7.815 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05 و بالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس و المستوى التعليمي.

جدول رقم 12 : يبين مدة استخدام الصحفيين المدونين للمدونات وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	المجموع		ما بعد التدرج		بلا تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
35.7	1	46.6	7	50	1	46.1	6	23.0	3	14.2	1	33.3	2	منذ سنة من سنة-3 سنوا ت اكثر من سنوا ت المجموع ع
1	0	6		5		5		8		9		3		
53.5	1	46.6	7	50	1	46.1	6	61.5	8	71.4	5	50	3	
7	5	6		5		5		4		2				
10.7	3	6.66	1	0	0	7.69	1	15.3	2	14.2	1	16.6	1	
1								8		9		7		
100	2	100	1	10	5	100	1	100	1	100	7	100	6	
	8		5	0			3		3					
كا ² المحسوبة : 5.14: درجة الحرية 6 : كا ² الجدولية : 12,592														

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام الصحفيين المدونون للمدونات الالكترونية ، و تشير النتائج إلى أن 53.57 % من المدونون يستخدمون المدونات من سنة إلى 3 سنوات ، و 35.71 % من المبحوثين يستخدمون المدونات منذ سنة ، ثم 10.71 % من المدونين يستخدمونها منذ أكثر من 3 سنوات .
و تأتي أكبر نسبة في مدة التدوين بالنسبة للصحفيين من سنة إلى ثلاث سنوات ، كون ظاهرة التدوين الالكتروني بالجزائر ظاهرة جديدة و بدأ انتشارها منذ زمن قريب.

و يلاحظ أن 23.08 % من الذكور الصحفيين المدونين يستخدمون المدونات الالكترونية منذ سنة ، مقارنة ب 46.66 % من الاناث اللواتي يستخدمن المدونات منذ سنة ، و تليها نفس النسبة بالنسبة لمستخدميها من سنة إلى 3 سنوات ، و 6.66 % من الاناث يستخدمن المدونات منذ أكثر من 3 سنوات ، بينما 61.54 % من الذكور يستخدمون المدونات منذ سنة الى 3 سنوات ، و 15.38 % يستخدمونها منذ أكثر من 3 سنوات .

وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي ، فإن 33.33 % من الذكور مستوى تدرج يستخدمون المدونات منذ سنة ، مقارنة بالاناث مستوى تدرج ب 46.15 % يستخدمنها منذ سنة ، و نفس النسبة بالنسبة للواتي يستخدمنها منذ سنة إلى 3 سنوات ، و 7.69 % يستخدمنها منذ أكثر من 3 سنوات ، بينما 50 % من ذكور العينة يستخدمونها منذ سنة الى 3 سنوات ، و 16.67 % يستخدمونها منذ أكثر من 3 سنوات . كما تبين النتائج أن 71.42 % من الذكور من مستوى ما بعد التدرج يستخدمونها منذ سنة إلى 3 سنوات مقارنة ب 50 % من الاناث من مستوى ما بعد التدرج يستخدمنها منذ سنة إلى 3 سنوات ، و ذات النسبة بالنسبة لمستخدميها منذ سنة ، بينما 14.29 % من الذكور يستخدمونها منذ سنة ، و ذات المدة بالنسبة لمستخدميها منذ أكثر من 3 سنوات.

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 12.592 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 5.14 عند درجة حرية 6 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 13 : يبين عدد مرات التدوين وفقا لمتغير المستوى التعليمي

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		المستوى التعليمي عدد مرات التدوين
%	ت	%	ت	%	ت	

53.57	15	44.44	4	57.89	11	مرة واحدة في الأسبوع
35.71	10	33.33	3	36.84	7	مرتان في الأسبوع
7.14	2	11.11	1	5.26	1	ثلاث مرات في الأسبوع
3.57	1	11.11	1	0.0	0	أربع مرات فأكثر في الأسبوع
100	28	100	9	100	19	المجموع
كا ² الجدولية : 9.488			درجة الحرية : 4			كا ² : 9.66

تبين نتائج هذا الجدول أن 53.57% من المدونين يدونون مرة واحدة في الأسبوع ، تليها نسبة 35.71 % منهم يدونون مرتان في الأسبوع ، و 3.75 % يدونون أربع مرات فأكثر. و فيما يتعلق بالمستوى التعليمي فنجد أن 57.89 % من المدونين مستوى تدرج يدونون مرة واحدة في الأسبوع ، مقارنة ب 44.44 % من المدونين مستوى ما بعد التدرج يدونون مرة واحدة في الأسبوع ، و 33.33 % منهم يدونون مرتان في الأسبوع ، و 11.11 % ثلاث مرات في الأسبوع ، و نفس النسبة بالنسبة للذين يدونون أربع مرات فأكثر ، في حين 36.84 % من المدونين مستوى تدرج يدونون مرتان في الأسبوع ، و 5.26 % منهم يدونون ثلاث مرات في الأسبوع .

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي على عدد مرات التدوين و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 9.66 و هي أكبر بقليل من كا² الجدولية المقدره ب 9.488 عند درجة حرية 4 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم 14 : يبين عدد مرات التدوين وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
53.57	15	53.33	8	0	0	61.11	8	53.85	7	66.66	4	42.86	3	مرة واحدة في

الاسبوع														
35.71	10	33.33	5	50	1	30.77	4	38.46	5	33.34	2	42.86	3	مرتان في الاسبوع
7.14	2	13.34	2	50	1	7.69	1	0	0	0	0	0	0	ثلاث مرات في الاسبوع
3.57	1	0	0	0	0	0	0	7.69	1	0	0	14.29	1	اربع مرات في الاسبوع فاكثر
100	28	100	15	100	2	100	13	100	13	100	6	100	7	المجموع
كا ² المحسوبة: 9.15														
درجة الحرية														
9 : كا ² الجدولية : 16,919														

يتضح من خلال الجدول أن أكثر من نصف العينة يدونون مرة واحدة في الأسبوع تقدر بنسبة 53.57 % ، تليها نسبة 33.33 % يدونون مرتين في الأسبوع ، و 7.14 % من الصحفيين المدونون يدونون 3 مرات في الأسبوع و 3.57 % يدونون أربع مرات في الأسبوع .

و حسب البيانات الموضحة من خلال الجدول أعلاه يتضح أن 53.85 % من إجمالي الذكور يدونون مرة واحدة في الأسبوع مقارنة ب 53.33 % من مجموع الاناث اللواتي يدون مرة واحدة في الأسبوع ، و 33.33 % منهن يدون مرتان في الأسبوع ، ثم 13.34 % من الاناث يدون 3 مرات في الأسبوع ، بينما تمثل نسبة 38.46 % من الذكور يدونون مرتان في الأسبوع ، و 7.69 % منهم يدونون أربع مرات في الأسبوع .

و يلاحظ أن 42.86 % من الذكور مستوى بلا تدرج يدونون مرة واحدة في الأسبوع ، و نفس النسبة بالنسبة للذكور الذين يدونون مرتان في الأسبوع ، و 14.29 % يدونون أربع مرات في الأسبوع . بينما تمثل نصف عينة الاناث من مستوى بلا تدرج عدد المدونين مرة واحدة في الأسبوع أي 50 % ، و النصف الاخر من عينة الاناث أي 50 % يدونون 3 مرات في الأسبوع .

في حين نجد أن 66.66 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يدونون مرة واحدة في الأسبوع مقارنة ب 61.53 % من الاناث من مستوى ما بعد التدرج يدونون مرة واحدة في الأسبوع ، و 30.77 % يدونون مرتان في الأسبوع ، و 7.69 % منهن يدونون 3 مرات في الأسبوع ، في حين 33.34 % من الذكور يدونون مرتان في الأسبوع .

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي فيما يتعلق بعدد مرات التدوين ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 16.919 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 9.15 عند درجة حرية 9 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 15 : مقدار الوقت الذي يقضيه الصحفيون المدونون في التدوين حسب متغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
25	7	26.6	4	0	0	30.7	4	23.0	3	42.8	3	0	3	اقل من ساعة
		7				7		7		6				
50	1	66.6	1	10	2	61.5	8	30.7	4	0	0	66.6	4	من ساعة الى ساعتين
	4	7	0	0		3		6				6		
25	7	6.67	1	0	0	7.69	2	46.1	6	57.1	4	33.3	1	من ساعتين الى ثلاث ساعات
								5		4		3		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكثر من ثلاث ساعات
10	2	100	1	10	2	100	1	100	1	100	7	100	7	المجموع
	8		5	0			3		3					ع
كاس ² المحسوبة: 13.48 درجة الحرية : 6 كاس ² الجدولية : 12.592														

تبين البيانات الواردة في هذا الجدول أن :

50 % من المبحوثين يقضون من الوقت في التدوين من ساعة الى ساعتين ، تليها نسبة 25% يقضون أقل من ساعة في التدوين ، و نفس النسبة يقضون من ساعتين الى ثلاث ساعات .

و جاءت أكبر نسبة من ساعة إلى ساعتين كون أن عملية التدوين لا تحتاج الى وقت كبير ، اذ غالبا ما تتميز المدونات بالاختصار، و الصحفي بحكم طبيعة عمله يميل إلى التخصص في الموضوع الذي يكتبه و لا يخرج عن نطاقه و بالتالي لا يحتاج إلى وقت كبير .

و يلاحظ أن 46.15 % من الذكور يقضون من الوقت في التدوين من ساعتين إلى ثلاث ساعات ، تليها نسبة 30.76 % من الذكور يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين ، و 23.07 % يقضون من الوقت في التدوين أقل من ساعة ، مقارنة ب 66.67 % من الاناث يقضين من الوقت من ساعتين الى ثلاث ساعات ، تليها نسبة 26.67 % من الاناث يقضين من الوقت في التدوين أقل من ساعة، ثم 6.67 % منهن يقضين من ساعتين إلى ثلاث ساعات في التدوين .

اما من ناحية المستوى التعليمي نجد 66.66% نسبة الذكور مستوى تدرج يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين ، و 33.33 % منهم يقضون من الوقت من ساعتين إلى ثلاث ساعات ، مقارنة ب 61.53 % من الاناث مستوى تدرج يقضين الوقت من ساعة الى ساعتين ، تليها نسبة 30.77 % يقضين من الوقت أقل من ساعة ، و 7.69 % يقضون من الوقت من ساعتين الى ثلاث ساعات .

و تمثل نسبة 57.14 % الذكور مستوى ما بعد التدرج الذين يقضون من الوقت من ساعة إلى ساعتين مقارنة ب 100 % من الاناث مستوى ما بعد التدرج يقضين من الوقت من ساعة الى ساعتين .

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغيري الجنس و المستوى التعليمي على مقدار وقت التدوين و هذا ما تؤكده نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 13.48 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 12.592 عند درجة حرية 6 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس و المستوى التعليمي .

جدول رقم 16 : يبين عدد مرات تحديث الصحفيين المدونين لمدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس و

المستوى التعليمي

المجموع	إناث	ذكور	
---------	------	------	--

الكلي		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
42.8	1	33.3	5	5	1	30.7	4	53.8	7	83.3	5	33.3	2	مرة في الاسبوع	
6	2	3		0		7		5		3		3			
42.8	1	46.6	7	5	1	46.1	6	71.4	5	16.6	1	66.6	4	مرتين في الاسبوع	
5	2	7		0		5		3		7		7			
7.14	2	13.3	2	0	0	15.3	2	0	0	0	0	0	0	ثلاث مرات في الاسبوع	
		3				8									
0	0	0	0	0	0	0	0	7.69	1	0	0	0	0	اربع مرات في الاسبوع	
3.57	1	0	0	0	0	7.69	1	0	0	0	0	0	0	يوميا	
100	2	100	1		2	100	1	100	1	100	6	100	6	المجموع	
	8		5				3		3						
كا ² الجدولية : 24,996				درجة الحرية : 15				كا ² المحسوبة: 3,25							

الجدول أعلاه حول عدد مرات تحديث الصحفيين المدونين لمدوناتهم و توضح لنا البيانات الظاهرة أن 42.86 % من المدونين يحدثون مدوناتهم مرة في الاسبوع ، تليها نسبة 42.85 % يدونون مرتين في الاسبوع ، و 7.14 % من المدونين يحدثون مدوناتهم 3 مرات في الاسبوع ، ثم 3.75 % يحدثون مدوناتهم يوميا.

و يحدث أغلب المدونون مدوناتهم مرة في الاسبوع ، هذا يفسر عدم تفرغ الصحفي من جهة ، و من جانب اخر الصحفي يهتم أكثر بالتدوين و محتواه .

تظهر الأرقام الواردة أن 71.43 % من الذكور يحدثون مدوناتهم مرتين في الاسبوع ، مقارنة ب 46.67 % من الإناث يحدثون مدوناتهم مرتين في الاسبوع ، تليها 33.33 % منهن يحدثن مدوناتهم مرة في الاسبوع ،

و 13.33 % من الاناث يحدثن مدوناتهن ثلاث مرات في الاسبوع ، بينما تمثل نسبة 53.85 % الذكور الذين يحدثون مدوناتهم مرة في الاسبوع ، و 7.69 % منهم يحدثون مدوناتهم أربع مرات في الاسبوع . كما تبين نتائج هذا الجدول أن 66.66 % من الذكور من مستوى بلا تدرج يحدثون مدوناتهم مرتين في الاسبوع ، مقارنة ب 46.67 % من الاناث مستوى بلا تدرج يحدثنها بنفس المدة و 30.77 % مرة في الاسبوع ، و 15.38 % ثلاث مرات في الاسبوع ، و 7.69 % منهن يحدثنها يوميا ، بينما 33.33 % من ذكور العينة يحدثونها مرة في الاسبوع .

في حين نجد 83.33 % من الذكور مستوى مابعد التدرج يحدثونها مرة في الاسبوع ، مقارنة ب 50 % من الاناث مستوى مابعد التدرج يحدثنها مرة في الاسبوع ، و 50 % منهن يحدثنها مرتين في الاسبوع ، بينما 16.67 % من فئة الذكور مستوى مابعد التدرج يحدثونها مرتين في الاسبوع .

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي في تحديث المدونات ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 24.996 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 3.25 عند درجة حرية 15 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 17: يبين الفترات التي يفضل فيها الصحفيون المدونون التدوين وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						صباح ا	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
25	7	20	3	50	1	15.3	2	30.7	4	28.5	2	33.3	2	
						8		7		7		3		
32.1	9	33.	5	0.0	0	38.4	5	30.7	4	14.2	1	50	3	مساء
4		33				6		7		9				
42.8	1	46.	7	50	1	46.1	6	38.4	5	57.1	4	16.6	1	ليلا
5	2	66				5		6		4		6		
100	2	10	1	100	2	100	1	100	1	100	7	100	6	المجموع

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	الاماكن المفضلة
35.71	10	33.33	5	38.46	5	في مقهى الانترنت
53.57	15	60	9	46.15	6	في المنزل
10.71	3	6.66	1	15.38	2	في العمل
100	28	100	15	100	13	المجموع
كا الجدولية 7.815		3		درجة الحرية		كا 0.79

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أكثر من نصف أفراد العينة يجذبون التدوين في المنزل بنسبة 53.57 % ، تليها نسبة 35.71 % يجذبون التدوين من مقهى الانترنت ، ثم 10.71 % من مكان العمل . حيث نجد 46.15 % من الذكور يفضلون التدوين في المنزل مقارنة ب 60 % من الاناث يفضلن كذلك التدوين في المنزل ، و 33.33 % منهن يفضلن مقهى الانترنت ، و 6.66 % مكان العمل ، بينما نجد 38.46 % من الذكور يفضلون مقهى الانترنت ، و 15.38 % بمكان العمل .

و يمكن تفسير هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته الانترنت في الجزائر في الاونة الاخيرة ، و هذا ما يفسره لنا نتائج الجدول السابق فميول المستخدمين للتدوين ليلا يدل على وجود الانترنت في المنزل خاصة فيما يتعلق بالاناث اللواتي يمثلن أعلى نسبة استخدام للمدونات بالمنزل ، مما يعني عن استعمالها خارجا . وتفضيل أكبر نسبة التدوين في المنزل لأن المدون يجد نفسه أكثر راحة و يختار الوقت الذي يناسبه . و تشير نتائج كا² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي في مكان التدوين ، حيث أن قيمة كا² الجدولية 7.815 كانت أكبر من كا² المحسوبة 0.79 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05 .

جدول رقم 19 : يبين خدمة استضافة التدوين الأكثر استخداما وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع	إناث	ذكور
---------	------	------

الكلي		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
39.28	1	26.66	4	0	0	30.76	4	53.85	7	57.14	4	50	3	تدوين	
10.71	3	13.33	2	0	0	15.38	2	7.69	1	0	0	16.66	1	جيران	
7.14	2	6.66	1	0	0	7.69	1	7.69	1	0	0	16.66	1	مكتوب	
7.14	2	13.33	2	0	0	15.38	2	0	0	0	0	0	0	Blogg er	
21.43	6	13.33	2	50	1	7.69	1	30.76	4	42.86	3	16.66	1	Word press	
7.14	2	13.33	2	50	1	7.69	1	0	0	0	0	0	0	Blog dz	
7.14	2	13.33	2	0	0	15.38	2	0	0	0	0	0	0	أخرى	
100	2	100	1	10	2	100	1	100	1	100	7	100	6	المجموع	
	8		5	0			3		3						
				كا ² الجدولية : 28.869				درجة الحرية : 18				كا ² المحسوبة 20.78			

يتضح من خلال البيانات أعلاه أن نسبة 39.28% من أفراد العينة يستخدمون استضافة تدوين ، تليها 21.34% يستخدمون استضافة word press و 10.71% يستخدمون استضافة جيران ، و 7.14% يستخدمون استضافة مكتوب ، ونفس النسبة لكل من استضافة blogger و blog dz و أخرى .

و تستخدم أكبر نسبة استضافة تدوين انهما من الاستضافات الأكثر انتشارا و الأكثر شهرة بالجزائر .

و نلاحظ أن نسبة 50% من الذكور مستوى تدرج يستخدمون استضافة تدوين مقارنة ب 30.76% من الاناث مستوى تدرج يستخدمن استضافة تدوين ، تليها 15.38% نسبة استخدامهن لاستضافة جيران ، و 7.69% يستخدمن استضافة مكتوب ، و 15.38% يستخدمن استضافة blogger ، و 7.69% يستخدمن استضافة word press ، و نسبة 7.69% استضافة blog dz ، ثم 15.38% يستخدمن أخرى ، بينما 16.66% من الذكور يستخدمون استضافة جيران ، و 16.66% يستخدمون استضافة مكتوب ، و 16.66% يستخدمون استضافة word press .

كما نلاحظ أن نسبة 57.14% من الذكور مستوى ما بعد التدرج يستخدمون استضافة تدوين ، مقارنة ب 50% من الاناث مستوى دراسات عليا يستخدمن استضافة blogger ، و 50% منهم استضافة word press ، بينما يمثل 42.86% من الذكور نسبة المستخدمين لاستضافة word press .

و تشير نتائج كا² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي في خدمة استضافة التدوين ، حيث أن قيمة كا² الجدولية 28.869 كانت أكبر من كا² المحسوبة 20.78 عند درجة حرية 18 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 20 : يبين اللغة التي يستخدمها الصحفيون المدونون في التدوين وفقا لمتغير التخصص

المجموع الكلي	التخصص العلمي										لغة التدوين		
	أخرى		حقوق		لغات أجنبية		أدب عربي		إعلام و اتصال				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
71.42	20	66.67	2	75	3	0.0	0	100	1	73.68	14	لغة عربية	
25	7	33.33	1	25	1	100	1	0	0	21.05	4	لغة فرنسية	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	لغةجليزية	
3.57	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5.26	1	أخرى	
100	28	100	3	100	4	100	1	100	1	100	19	المجموع	
12.592		كا ² الجدولية :		6				درجة الحرية		4.6		كا ² المحسوبة :	

حسب النتائج التي تشير إليها البيانات الواردة في الجدول اعلاه :

71.42% من أفراد العينة يدونون باللغة العربية ، تليها نسبة 25 % منهم يدونون باللغة الفرنسية ، و 3.75 % أجابوا أنهم يدونون بلغة أخرى .

حيث نجد 73.68 % من تخصص إعلام و اتصال يدونون باللغة العربية ، في مقابل 100 % من تخصص أدب عربي يدونون باللغة العربية ، و 75 % تخصص حقوق يدونون بنفس اللغة ، تليها نسبة تخصصات أخرى كذلك يدونون باللغة العربية بنسبة 66.67 %.

في حين يدون الصحفيون من تخصصات أخرى باللغة الفرنسية بنسبة 33.33 %، تليها نسبة 25 % تمثل الصحفيين من تخصص حقوق يدونون باللغة الفرنسية ، و 21.4 % من تخصص اعلام و اتصال يدونون بنفس اللغة .

أما فيما يخص المدونون بلغات أخرى فسجلت نسبة 5.26 % تخص الصحفيين من تخصص اعلام و اتصال.

و تأتي أكبر نسبة تدوين باللغة العربية و بنسبة مقاربة لها بالفرنسية لان هاتين اللغتين هما الاكثر اتقانا و تداولا في الجزائر.

و تشير نتائج كاي² أنه لا توجد فروق واضحة في لغة التدوين و التخصص ، حيث أن قيمة كاي² الجدولية 12.592 كانت أكبر من كاي² المحسوبة 4.6 عند درجة 6 حرية و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 21 : يبين اللغة التي يستخدمها الصحفيون المدونون في التدوين وفقا لمتغير المستوى

التعليمي

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		المستوى التعليمي لغة التدوين
%	ت	%	ت	%	ت	
75	21	88.88	8	68.42	13	لغة عربية
21.42	6	11.11	1	26.31	5	لغة فرنسية
0.0	0	0.0	0	0.0	0	لغة إنجليزية
3.57	1	0.0	0	5.26	1	أخرى
100	28	100	9	100	19	

كأ2 الجدولية: 7.815

درجة الحرية : 3

كأ: 7.93²

يظهر لنا الجدول أعلاه أن 75 % من أفراد العينة يدونون باللغة العربية ، تليها نسبة 21.42 % يدونون باللغة الفرنسية ، و 3.57 % أجابو أنهم يدونون بلغات أخرى.

أما من ناحية المستوى التعليمي فنجد أن 68.42 % من المبحوثين مستوى تدرج يدونون باللغة العربية مقارنة ب 88.88 % منهم مستوى ما بعد التدرج يدونون بنفس اللغة ، و 11.11 % يدونون باللغة الفرنسية ، بينما 26.31 % من أفراد العينة مستوى تدرج يدونون باللغة الفرنسية ، و 5.26 % منهم يدونون بلغات أخرى.

أكبر نسبة تدوين باللغة العربية و بنسبة مقارنة لها بالفرنسية لان هاتين اللغتين هما الاكثر اتقاناً و تداولاً في الجزائر.

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي على اللغة التي يدون بها الصحفيين و هذا ما تؤكده نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 7.93 و هي أكبر بقليل من كا² الجدولية المقدره ب 7.81 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم 22 : يبين هل تختلف كتابة الصحفيين بين المدونة و المؤسسة وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		
%	ت	%	ت	%	ت	
67.85	19	55.55	5	73.68	14	نعم
32.14	9	44.44	4	26.31	5	لا
100	28	100	9	100	19	المجموع
كأ2 الجدولية: 5.991		درجة الحرية : 2		9.89		كأ: 2

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن 67.85 % من الصحفيين تختلف كتاباتهم عن الصحيفة ن و 32.14 % منهم لا تختلف كتاباتهم.

و أغلبية الصحفيين تختلف كتاباتهم عن ما يكتبونه في الصحيفة للتدوين بحرية و في الاغلب للنشر بعيدا عن الخط الايديولوجي .

من ناحية المستوى التعليمي ، نجد أن 73.68 % من الصحفيين مستوى تدرج تختلف كتاباتهم في المدونة عن كتاباتهم في الصحيفة مقارنة ب 55.55 % من الصحفيين مستوى ما بعد التدرج تختلف كتاباتهم عن ما يكتبونه في الصحيفة ، و 44.44 % منهم لا تختلف كتاباتهم ، في حين 26.31 % من المبحوثين لا تختلف كتاباتهم في المدونات عن مثيلاتها في الصحيفة.

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي كتابة الصحفيين في المدونات و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 9.89 و هي أكبر بقليل من كا² الجدولية المقدره ب 5.991 عند درجة حرية 2 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول 23 : يبين لماذا تختلف كتابات الصحفي بين المؤسسة و المدونة وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		
%	ت	%	ت	%	ت	
32.14	9	22.22	2	36.84	7	لتطوير كتاباتك الاعلامية
57.14	16	55.55	5	57.89	11	لتنشر بعيدا عن ايديولوجية المؤسسة العامل بها
10.71	3	22.22	2	5.26	1	لتضاعف من عدد متبعي منشوراتك
100	28	100	9	100	19	المجموع
5.991		كا ² الجدولية: 2		درجة الحرية : 2		كا: 9.89

الجدول أعلاه يوضح أن 57.14 % من الصحفيين تختلف كتاباتهم عن الصحيفة لينشروا بعيدا عن ايديولوجية المؤسسة العامل بها ، تليها نسبة 32.14 % منهم تختلف كتاباتهم لتطوير كتاباتهم الاعلامية ، و 10.71 % ليضاعفوا من عدد متبعي منشوراتهم.

أتى هذا الجدول ليؤكد لنا نتائج الجدول السابق حيث أن أكبر نسبة من الصحفيين تختلف كتاباتهم بين الصحيفة و الجريدة للنشر بعيدا عن الايديولوجية السياسية للمؤسسة الاعلامية .

و من ناحية المستوى التعليمي ، نجد أن 57.89 % من الصحفيين مستوى تدرج تختلف كتاباتهم لينشروا بعيدا عن ايديولوجية المؤسسة الاعلامية العاملين بها ، مقارنة ب 55.55 % منهم مستوى ما بعد التدرج تختلف كتاباتهم لنفس السبب ، و 22.22 % منهم تختلف كتاباتهم لتطوير كتاباتهم الاعلامية ، و نفس النسبة ليضاعفوا من عدد متبعي منشوراتهم ، و 36.84 % من الصحفيين لتطوير كتاباتهم الاعلامية ، 5.26 % تختلف كتاباتهم ليضاعفوا من عدد متبعي منشوراتهم.

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي كتابة الصحفيين في المدونات و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 9.89 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 5.991 عند درجة حرية 2 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم 24 : يبين درجة قراءة الصحفيون المدونون لمدونات غيرهم وفقا لمتغير الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						دائما	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
32.1	9	40	6	10	2	30.7	4	12.5	3	33.3	2	16.6	1	دائما
4				0		7				3		7		
21.4	6	26.6	4	0.	0	30.7	4	8.33	2	0	0	33.3	2	غالا
3		6		0		7						3		با
46.4	1	33.3	5	0.	0	38.4	5	61.5	8	83.3	5	50	3	أحيا
2	3	3		0		6		3		3				نا
0.0	0	0.0	0	0.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبدا
				0										

المجموع	6	100	6	100	1	100	1	100	1	100	2	100	2	100	8	
ع					3				3							
كا ² المحسوبة	14.08:		درجة الحرية		6		كا ² الجدولية :		12.592							

يبين الجدول أعلاه أن 46.42 % من الباحثين يقرؤون أحيانا مدونات غيرهم ، و 32.41 % منهم يقرؤونها دائما ، و 21.43 % يقرؤونها غالبا .

و يرجع سبب قراءة الصحفيين لمدونات غيرهم أحيانا فقط لعدم تفرغهم لذلك .

و نجد 61.35 % من الذكور يقرؤون مدونات غيرهم أحيانا ، مقارنة ب 33.33 % من الاناث يقرؤونها أحيانا ، و 40 % منهن يقرأنها دائما ، و 26.66 % غالبا ، بينما الذكور فنسبة 12.5 % منهم يقرأونها دائما ، و 8.33 % من الذكور يقرأونها دائما .

و توضح البيانات أن 50 % من الذكور مستوى تدرج يقرؤون المدونات أحيانا، مقارنة ب 38.46 % من الاناث مستوى ب تدرج ، و 33.77 % منهن يقرأنها دائما ، و نفس النسبة يقرأنها غالبا ، بينما 33.33 % من الذكور يقرؤونها غالبا ، و 16.67 % منهم يقرؤونها دائما.

في حين نجد 83.33 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يقرؤون مدونات غيرهم أحيانا ، و 33.33 % منهم يقرؤونها دائما ، مقارنة ب 100 % من الاناث يقرأنها دائما .

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي و الجنس على درجة قراءة الصحفيين المدونين لمدونات غيرهم و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 14.08 و هي أكبر بقليل من كا² الجدولية المقدره ب 12.592 عند درجة حرية 6 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم 25 : يبين أكثر العناصر التي يستخدمها المدونون وفقا لمتغيري الجنس و المستوى

التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت

78.5	2	86.6	1	10	2	84.6	1	69.2	9	71.4	5	66.6	4	نصو ص
7	2	7	3	0		1	1	3		3		6		
21.4	6	13.3	2	0.	0	15.3	2	30.7	4	28.5	2	33.3	2	مقاطع فيديو
3		3		0		8		6		7		3		
100	2	100	1	10	2	55.4	1	100	1	100	7	100	6	المجموع
	8		5	0			3		3					
7,815 : كا ² الجدولية : 3 : درجة الحرية 1.56: كا ² المحسوبة														

بفحص نتائج الجدول يبين لنا : أن 78.57 % من أفراد العينة يستخدمون النصوص في مدوناتهم ، و 21.43 % يستخدمون مقاطع فيديو .

و يلاحظ أن 62.23 % من الذكور يستخدمون النصوص ، مقارنة ب 86.67 % من الاناث يستخدمون النصوص ، و 13.33 % يستخدمون مقاطع فيديو ، بينما تمثل نسبة 33.33 % الذكور الذين يستخدمون مقاطع الفيديو .

في حين نجد 66.66 % من الذكور مستوى بلا تدرج يستخدمون النصوص ، مقارنة ب 84.61 % من الاناث مستوى بلا تدرج يستخدمون النصوص ، و 15.38 % يستخدمون مقاطع الفيديو ، بينما 33.33 % من الذكور يستخدمون مقاطع الفيديو .

أما أفراد العينة من مستوى ما بعد التدرج فيشكل الذكور نسبة 71.43 % من الذين يستخدمون النصوص مقارنة ب 86.67 % من الاناث يستخدمون النصوص ، و 13.33 % منهم يستخدمون مقاطع الفيديو ، بينما الذكور 28.57 % منهم يستخدمون مقاطع الفيديو .

و تستخدم أكبر نسبة النصوص لان الكتابة اسهل و الكل يتقنها مقارنة بالفيديو . و تشير نتائج كا² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور و الاناث و المستوى التعليمي في أكثر العناصر المستخدمة ، حيث أن قيمة كا²الجدولية 7.815 كانت أكبر من كا²المحسوبة 1.56 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 26 : الاسم الذي استخدمه الصحفيون المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس و المنصب

المجموع ع الكل ي	إناث														ذكور														
	المجموع		مراسل		صح في متعاون		صح في مؤقت		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير		المجموع		م راسل		صح في متعاون		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير				
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
64.28	18	69	0	0	51	0	0	78	0	0	0	0	69	0	0	0	0	11	66	31	66	31	11	11	الا س م ال ق ي				
35.71	10	40	1	1	51	1	1	23	7	0	0	0	34	0	0	0	0	22	22	66	26	0	0	0	الا س م ال ت ار				
100	20	15	1	1	12	1	1	11	1	0	0	0	11	3	0	0	0	11	9	13	10	30	11	11	ال ج م ع				
كا الجدولية : 14.067														درجة الحرية : 7														كا المحسوبة : 10.51	

من خلال الجدول التالي يتضح لنا أن 64.28 % من المبحوثين يستخدمون اسما حقيقيا في التدوين ، في حين 35.71 % منهم يستخدمون اسما مستعارا .
و تستخدم أكبر نسبة من الصحفيين المدونين الاسم الحقيقي في التدوين كون أن الفضاء التدويني بالنسبة للصحفيين المدونين هو مجال لمناقشة مختلف القضايا في أغلب الحالات ، و هنا أي الصحفي من صالحه أن يظهر إسمه في المدونة فهذا يزيد من شهرته .

و يلاحظ أن 69.23 % من الذكور يستخدمون اسمهم الحقيقي في التدوين مقارنة ب 60 % من الإناث يستخدمن اسمهن الحقيقي ، و 40 % منهن يستخدمن أسماء مستعارة ، بينما 30.76 % من الذكور يستخدمون أسماء مستعارة في التدوين .

تمثل نسبة 100 % من الذكور بلا تدرج منصب رئيس تحرير داخل المؤسسة الإعلامية يستخدمون اسما حقيقيا ، و فئة رؤساء الأقسام 33.33 % منهم يستخدمون اسما حقيقيا و 66.66 % منهم يستخدمون اسما مستعارا ، و 66.66 % من الصحفيين الدائمين يستخدمون اسما حقيقيا في التدوين و 22.22 % منهم يستخدمون الاسم المستعار ، و الصحفيين المؤقتين 10 % منهم يستخدمون اسمهم الحقيقي في التدوين ، مقارنة ب الإناث 72.72 % من الصحفيات منصب صحفيات دائمات يستخدمن اسما حقيقيا في التدوين و 27.27 % منهن يستخدمن اسما مستعارا ، و 100 % من الإناث منصب صحفي مؤقت يستخدمون اسما مستعارا ، و 50 % منهن منصب صحفي متعاون يستخدمن اسما حقيقيا في التدوين و 50 % منهن يستخدمن اسما مستعارا ، و 100 % من الإناث منصب مراسل يستخدمن اسما مستعارا.

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق في استخدام الصحفي للاسم الحقيقي أو الاسم المستعار وفق متغيري الجنس و المنصب ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 14.067 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 10.51 عند درجة حرية 7 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 27 : يبين اسباب استخدام الصحفيين المدونين للاسم الحقيقي وفقا لمتغيري الجنس و المنصب

المجموع الكلي	إناث														ذكور														
	المجموع		مراسل		صحفي متعاون		صحفي مؤقت		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير		المجموع		م راسل		صح في متعاون		صح في مؤقت		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
68	71.42	50	00	11	11	11	11	63	00	00	00	63	00	00	00	00	00	00	00	62	51	00	00	60	00	00	00	00	00

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس و المنصب على استخدام الصحفي للاسم الحقيقي، و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 13.23 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 11.07 عند درجة حرية 5 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس و المنصب .

جدول رقم 28 : يبين اسباب استخدام الصحفيين المدونين للاسم المستعار وفقا لمتغيري الجنس و

المنصب

المجموع الكلي	إناث														ذكور													
	المجموع		مراسل		صح في متعاون		صح في مؤقت		صح في دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير		المجموع		م راسل		صح في متعاون		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
6666	8	75	00	11	11	11	11	13	00	00	00	63	00	00	00	00	00	00	00	00	62	51	00	00	00	00		
6666		142	.	00	00	00	00	00	.	.	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	60	00	00	00	00	00		
3333	4	22	00	00	00	00	00	00	12	00	00	42	00	00	00	00	00	00	00	31	51	00	00	00	00	00		
3333		857	.	00	00	00	00	00	00	.	00	00	00	00	00	00	00	00	00	333	00	00	00	00	00	00		

1	12	1	7	1	0	1	1	1	1	1	3	1	2	1	0	1	5	1	0	1	0	1	3	1	2	1	0	0
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
كا المحسوبة: 13.23 درجة الحرية : 5 كا الجدولية : 11.07																												

يتضح من خلال الجدول أن 66.66% من المبحوثين يستخدمون اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد ، و 33.33% منهم يستخدمون اسما مستعارا لانهم لا يريدون أن يتعرف عليهم أحد .

و يلاحظ أن 60% من الذكور يدونون باسم مستعار للكتابة بدون تقييد و 40% منهم يدونون باسم مستعار كي لا يتعرف عليهم أحد مقارنة بالاناث نجد 71.24% منهن يستخدمن اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد ، و 28.57% منهن يستخدمنه كي لا يتعرف عليهن أحد .

أما من ناحية المنصب فنجد أن 50% من الذكور منصب رئيس قسم يستخدمون اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد ، و 50% منهم يستخدمونه كي لا يتعرف عليهم أحد ، مقارنة ب 100% من الاناث من نفس المنصب يستخدمن اسما مستعارا كي لا يتعرف عليهن أحد.

و تمثل نسبة 66.66% من الذكور منصب صحفي دائم يستخدمون اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد و 33.33% من الذكور يستخدمون اسما مستعارا كي لا يتعرف عليهم احدا ، مقارنة ب 100% بالاناث من منصب صحفي دائم يستخدمون اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد ، و 100% منهم من منصب صحفي مؤقت يستخدمون اسما مستعارا للكتابة بدون تقييد ، و 100% منهن منصب صحفي متعاون يستخدمن الاسم المستعار لنفس السبب .

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس و المنصب على استخدام الصحفي للاسم المستعار ، و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 13.23 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدره ب 11.07 عند درجة حرية 5 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس و المنصب

جدول رقم 29 : يبين استخدام أو عدم استخدام الصحفيين للروابط في مدوناتهم وفقاً لمتغير المستوى التعليمي :

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		
%	ت	%	ت	%	ت	
78.57	22	66.66	6	84.21	16	نعم
21.42	6	33.33	3	15.78	3	لا
100	28	100	9	100	19	المجموع
كا ² الجدولية : 5.99		درجة الحرية : 2		7.40		كا ² المحسوبة:

من خلال بيانات الجدول يتضح لنا أن 78.57 % من الصحفيين يستخدمون الروابط في مدوناتهم ، و 21.42 % لا يستخدمونها.

أما من ناحية المستوى التعليمي فنجد أن 84.21 % من أفراد العينة مستوى تدرج يستخدمون الروابط في مدوناتهم ، مقارنة ب 66.66 % من الباحثين مستوى ما بعد التدرج يستخدمونها ، و 33.33 % منهم لا يستخدمونها ، بينما 15.78 % من الباحثين مستوى تدرج لا يستخدمونها.

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي على استخدام الصحفيين للروابط في مدوناتهم و هذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب 7.40 و هي أكبر من كا² الجدولية المقدر ب 5.995 عند درجة حرية 2 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

و تستخدم أكبر نسبة الروابط في مدوناتها لان الروابط سهلة الاستحداث في المدونة و تدعم المدونة بخدماها. جدول رقم 30: يبين استخدام أو عدم استخدام الصحفيين للروابط في مدوناتهم وفقاً لمتغير الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث			ذكور		
	المجموع	بعد	ما بعد	المجموع	بعد	ما بعد
			تدرج			تدرج

		التدرج				التدرج								
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
78.5	2	86.6	1	10	2	84.6	1	69.2	9	57.1	4	83.3	5	نعم
7	2	7	3	0		2	1	3		4		3		
21.4	6	13.3	2	0	0	15.3	2	30.7	4	42.8	3	16.6	1	لا
3		3				8		7		6		7		
100	2	100	1	10	2	100	1	100	1	100	7	100	6	المجموع
	8		5	0			3		3					وع
7,815 : كاً الجدولية				3 : درجة الحرية				1.75				كاً المحسوبة:		

توضح لنا بيانات الجدول الآتي أن 78.57% من المبحوثين أجابوا أنهم يستخدمون الروابط في مدوناتهم، في حين أكد 21.43% أنهم لا يستخدمون الروابط في مدوناتهم.

كما أوضح الجدول أن 69.23% من الذكور يستخدمون الروابط مقارنة بـ 86.67% من الإناث يستخدمونه كذلك، و 13.33% لا يستخدمونها، بينما تبلغ النسبة 30.77% عند الذكور .

أما من ناحية المستوى العلمي فإن 83.33% من الذكور مستوى تدرج يستخدمون الروابط في مدوناتهم و 16.67% لا يستخدمون الروابط ، و في المقابل 84.62% من الإناث مستوى تدرج يستخدمن الروابط في التدوين و 15.38% لا يستخدمونها .

كما أننا نجد 57.14% من الذكور مستوى ما بعد التدرج يستخدمون الروابط ، و 42.86% منهم لا يستخدمونها ، فيما صرحت 100% من الصحفيات مستوى ما بعد التدرج أنهن يستخدمن الروابط.

و تستخدم أكبر نسبة الروابط في مدوناتها لان الروابط سهلة الاستحداث في المدونة و تدعم المدونة بخدمات تفعلها .

و تشير نتائج كاً² أنه لا توجد فروق في استخدام الصحفي للروابط وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاً² الجدولية 7.815 كانت أكبر من كاً² المحسوبة 1.75 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 31 : يبين سماح أو عدم سماح الصحفيون المدونون للتعليق على مدوناتهم وفقا لمتغير الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
92.8	26	93.3	14	100	2	92.3	12	92.3	12	85.7	6	100	6	نعم
5		3				0		0		1				
7.14	2	6.66	1	0.0	0	7.69	1	7.69	1	14.2	1	0.0	0	لا
										8				
100	28	100	15	100	2	100	13	100	13	100	7	100	6	المجموع
كا ² الجدولية : 7.815						درجة الحرية 3						كا ² المحسوبة : 1.15		

يوضح الجدول أعلاه 92.85% من المدونين يسمحون بالتعليق على مدوناتهم ، و 7.14 % منهم لا يسمحون بذلك.

و أكبر نسبة يسمحون بالتعليق لان الصحفيين يريدون التفاعل مع غيرهم و معرفة آرائهم فيما يعرضونه على مدوناتهم .

حيث نجد 92.30 % من المبحوثين الذكور يسمحون بالتعليق على مدوناتهم ، و 7.69 % منهم لا يسمحون بالتعليق ، و في المقابل نجد ، 93.33 % من الاناث يسمحن بالتعليق على مدوناتهم ، و 6.66 % لا يسمحن بالتعليق .

اما من ناحية المستوى التعليمي فنجد ، 100% من الذكور مستوى تدرج مقارنة ب 93.30 % من الاناث مستوى تدرج يسمحن بالتعليق على المدونات ، و 6.66 % منهن لا يسمحن بالتعليق .

كما نجد 85.71 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يسمحون بالتعليق على مدوناتهم ، و 14.28 % لا يسمحون بذلك ، و في المقابل نجد أن 100% من الاناث مستوى ما بعد التدرج يسمحن بالتعليق على مدوناتهم.

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق في السماح أو عدم السماح بالتعليقات وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 7.815 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 1.15 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 32 : يبين حالات رد الصحفيين على تعاليق مدوناتهم وفق متغير الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور								
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج				
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
67.8	1	66.6	1	50	1	64.2	9	66.6	8	10	5	42.8	3	حسب الظروف	
5	9	6	0			8		6		0		6			
32.1	9	33.3	5	50	1	28.5	4	33.3	4	0.0	0	57.1	4	حسب أهمية التعليق	
4		3				7		3				4			
0.0	0	0	0	0.0	0	7.14	1	0.0	0	0.0	0	0	0	لا ترد	
100	2	100	1	10	2	100	1	100	1	10	5	100	7	المجموع	
	8		5	0			4		2	0				ع	
كاس ² المحسوبة: 4.73														درجة الحرية : 3	كاس ² الجدولية : 7.815

الجدول الظاهر أعلاه يبين حالات الرد على التعاليق :

68.85% من أفراد العينة يردون على التعاليق حسب الظروف ، و 32.14% منهم يردون عليها حسب أهمية التعليق.

كما نجد أن 66.66% من الذكور يردون على التعاليق حسب الظروف ، و 33.33% يردون حسب أهمية التعليق ، و في المقابل نجد نفس النسب لكلتا الحالتين .

و فيما يتعلق بالمستوى التعليمي ، 42.86 % من الذكور مستوى تدرج يردون على التعاليق حسب الظروف ، و 57.14 % يردون حسب التعاليق ، مقارنة ب 64.28 % من الاناث مستوى تدرج يردون على التعاليق حسب الظروف ، و 28.57 % منهن يردن حسب أهمية التعاليق .
و بالنسبة للذكور مستوى ما بعد التدرج فنجد 100% منهم يردون على التعاليق حسب الظروف ، مقارنة بالناث من نفس المستوى فنجد أن 50% منهن يردن على التعاليق حسب الظروف ، و 50 % حسب أهمية التعاليق .
و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق في حالات الرد على التعاليق وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 7.815 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 4.73 عند درجة حرية 3 و مستوى ثقة 0.05.

المحور الثاني : دوافع استخدامات الصحفيين المدونين للمدونات الالكترونية
جدول رقم 33 : يبين دوافع الصحفيين المدونين في التدوين وفق متغير المنصب

المجموع الكلي	المنصب														دوافع التدوين
	مراسل		صحفي متعاون		صحفي مؤقت		صحفي دائم		رئيس قسم		رئيس تحرير		رئيس		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	
35.71	10	0	0	0.0	0	0.0	0	50	9	33.3	1	0.0	0	صناعة الرأي العام	
35.71	10	0	0	33.3	1	50	1	33.3	6	66.6	2	0.0	0	الاقناع	
3.57	0	0	0	0.0	0	0.0	0	5.55	1	0.0	0	0.0	0	الدعاية	
3.57	1	0	0	0.0	0	0	0	5.55	1	0.0	0	0.0	0	الاشهار	

						0									
21.4	6	.0	0	66.6	2	5	1	5.55	1	0.0	0	10	2	لأغراض	
2				6		0						0		اجتماعية	
100	2	0	0	100	3	1	2	100	1	100	3	10	2	المجموع	
	8					0			8			0			
<p>ك² المحسوبة: 25 درجة الحرية : ك² الجدولية : 37,652</p>															

يمثل الجدول التالي دوافع المدونين في التدوين :

حيث نجد 35.71% من المبحوثين يدونون بدوافع صناعة الرأي العام ، و نفس النسبة بالنسبة للاقتناع ، تليها نسبة 21.42% يدونون لأغراض اجتماعية ، و 3.75% يدونون للدعاية و الاشهار .
توضح لنا البيانات أن 66.66% من الصحفيين منصب رئيس قسم يدونون بدوافع اقناعية ، و 33.33% منهم يدونون لصناعة الراي العام وغير مهتمين بالدوافع الدعائية و الاشهارية ، أما الصحفيين من منصب صحفي دائم فنجد 50% منهم يدونون لصناعة الراي العام و 33.33% يدونون لدوافع اقناعية و 5.55% منهم يدونون لأغراض دعائية ، و 5.55% يدونون لأغراض اجتماعية .
مقارنة ب 50% من الصحفيين مؤقتين يدونون لدوافع اقناعية ، و 50% منهم لأغراض اجتماعية ، بينما 33.33% من الصحفيين من منصب صحفي متعاون يدونون لدوافع اقناعية .
و تشير نتائج ك² أنه لا توجد فروق في دوافع الاجتماعية وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة ك² الجدولية 15.507 كانت أكبر من ك² المحسوبة 1 عند درجة حرية 8 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 34 : يبين دوافع الصحفيين المدونين في التدوين وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج	
%	ت	%	ت	%	ت

35.71	10	30	3	38.88	7	لصناعة الراي العام
35.71	10	10	1	50	9	لدوافع اقناعية
3.75	1	10	1	0	0	لدوافع دعائية
3.57	1	10	1	0	0	لدوافع إشهارية
21.42	6	40	4	11.11	2	لدوافع اجتماعية
100	28	100	10	100	18	المجموع
كا ² الجدولية : 24.996		درجة الحرية : 15			كا ² المحسوبة: 12.40	

الجدول الذي بين أيدينا يوضح أن 35.71% من افراد العينة يدونون لصناعة الراي العام ، و النسبة ذاتها بالنسبة للذين يدونون لدوافع اقناعية ،تليها نسبة 21.42 % يدونون لدوافع اجتماعية ، و 3.75 % منهم يدونون لدوافع دعائية و لدوافع اشهارية .

و فيما يخص المستوى التعليمي نجد أن 50% من الصحفيين مستوى تدرج يدونون لدوافع اقناعية ، مقارنة ب 40 % من الصحفيين مستوى ما بعد التدرج يدونون لدوافع اجتماعية ، و 30 % يدونون لصناعة الراي العام ، و 10 % منهم يدونون لدوافع اقناعية ، و نفس النسبة بالنسبة للدوافع الدعائية و الاشهارية ، في حين 38.88 % من الصحفيين مستوى تدرج يدونون لصناعة الراي العام ، و 11.11 % يدونون لدوافع اجتماعية.

و تشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المستوى التعليمي على دوافع الصحفيين في التدوين و هذا ما تؤكده نتائج اختبار الكا² حيث أن كا² المحسوبة 12.40 قدرت ب و هي أكبر بقليل من كا² الجدولية المقدره ب 24.996 عند درجة حرية 15 و مستوى ثقة 0.05 ، و بالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم 35 : يبين دوافع الصحفيين المدونين في التدوين وفق متغيري الجنس والمستوى

التعليمي

المجموع الكلي		إناث						ذكور							
		المجموع		دراسات عليا		جامعي		المجموع		دراسات عليا		جامعي			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
35.71	10	40	6	33.33	1	41.66	5	30.76	4	25	2	33.33	2	لصناعة الرأي العام	
39.28	11	40	6	0.0	0	50	6	38.46	5	25	2	50	3	للاقناع	
3.75	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	7.69	1	12.5	1	0.0	0	للدعاية	
3.75	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	7.69	1	12.5	1	0.0	0	للإشهار	
17.85	5	20	3	66.66	2	8.33	1	15.38	2	12.5	1	16.66	1	لأغراض اجتماعية	
100	28	100	15	100	3	100	12	100	13	100	8	100	6	المجموع	
		كا ² الجدولية : 24,996						درجة الحرية : 15						كا ² المحسوبة: 12.40	

يوضح الجدول أعلاه أن 39.71 % من أفراد العينة يدونون لدوافع اقناعية ، تليها نسبة 35.71 % يدونون لصناعة الرأي العام ، و 3.75 % لدوافع دعائية ، و نفس النسبة بالنسبة للذين يدون لدوافع اشهارية .

كما يوضح أن 38.48 % يدونون لدوافع اقناعية مقارنة ب 40 % من الاناث يدونون لدوافع اقناعية ، و نفس النسبة بالنسبة للاناث اللواتي يدونن لصناعة الرأي العام و 20 % منهن لأغراض اجتماعية ، بينما نجد 30.70 % من الذكور يدونون لصناعة الرأي العام ، و 7.69 % منهم يدونون لدوافع دعائية و نفس النسبة للذين يدونون بدوافع اشهارية.

و فيما يتعلق بالمستوى التعليمي ، 50 % من الذكور مستوى بلا تدرج يدونون بدوافع اقناعية ، تليها نسبة 33.33 % منهم يدونون لصناعة الرأي العام و 16.60 % لأغراض اجتماعية ، و في المقابل ، 50 % من الاناث مستوى بلا تدرج يدونن لدوافع اقناعية ، و 41.66 % منهن يدونن لصناعة الرأي العام ، و 8.3 % لأغراض اجتماعية .

و تشكل نسبة 25 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يدونون لصناعة الرأي العام ، و نفس النسبة بالنسبة للذكور الذين يدونون لدوافع اقناعية ، و 12.5 % لدوافع دعائية ، 12.5 % لدوافع اشهارية و 12.5 % لأغراض اجتماعية.

أما الاناث مستوى ما بعد التدرج فتشكل نسبة 33.33 % اللواتي يدونن لصناعة الرأي العام ، و 66.66 % منهن لأغراض اجتماعية.

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق في استخدام الصحفي للروابط وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 24.996 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 12.40 عند درجة حرية 15 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 36 : يبين دوافع صناعة الرأي العام وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						التدوين لصناعة الرأي العام	
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
42.8	1	40	6	50	1	38.4	5	46.1	6	10	2	36.3	4	لتغطية الأخبار
5	2					6		5		0		6		
7.14	2	3.33	2	50	1	7.69	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	لنشر مقالات
25	7	3.33	2	0.0	0	15.3	2	38.4	5	0.0	0	45.4	5	لتحليل قضايا إعلامية
				0		8		6		0		5		
25	7	33.3	5	0.0	0	38.4	5	15.3	2	0.0	0	18.1	2	للتعبير

		3		0		6		8		0		8	عن ارائك و مواقفك السياسية بحرية
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	لتقدم معلوما ت لا تقدمها وسائل الإعلام
100	28	100	15	100	20	100	13	100	13	100	20	100	المجموع
كا ² المحسوبة: 12.48 درجة الحرية: 9 كا ² الجدولية: 16.919													

يتضح من خلال هذا الجدول الذي يفصل في دوافع التدوين لصناعة الراي العام أن 42.85 % من أفراد العينة يدونون لتغطية الأخبار ، تليها نسبة 25 % منهم يدونون لتحليل قضايا إعلامية ، و نفس النسبة بالنسبة للذين يدونون للتعبير عن ارائهم و مواقفهم السياسية .

و نلاحظ أن 46.15 % من الذكور يدونون لتغطية الأخبار ، تليها نسبة 38.46 % يدونون لتحليل قضايا إعلامية و 15.38 % يدونون للتعبير عن ارائهم و مواقفهم السياسية بحرية ، و في المقابل نجد 40 % من الاناث يدونن لتغطية الأخبار ، و 3.33 % منهن لنشر مقالات ، و نفس النسبة بالنسبة للواتي يدونن لتحليل القضايا ، و للتعبير عن ارائهن و مواقفن بحرية.

و من ناحية المستوى التعليمي نجد أن 45.45 % من الذكور مستوى تدرج يدونون لتحليل القضايا الاعلامية ، تليها نسبة 36.36 % منهم يدونون لتغطية الاخبار ، و 18.18 % يدونون للتعبير عن ارائهم و التعبير عن مواقفهم السياسية بحرية ، و في المقابل نجد ، 38.46 % من الاناث يدونن لتغطية الاخبار ، و

نفس النسبة بالنسبة للوآقي يدونن للتعبير عن آرائهن و مواقفهن بآرية ، و 15.38 % منهن يدونن لتحليل القضايا الاعلامية .

نسبة 100 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يدونون لتغطية الأخبار ، مقارنة ب 50 % من الإناث مستوى ما بعد التدرج يدونون لتغطية الأخبار ، و 50 % منهن يدونون لنشر مقالاتهن . و تشير نتائج كآ² أنه لا توجد فروق في دوافع صناعة الرأي العام وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كآ² الجدولية 16.919 كانت أكبر من كآ² المحسوبة 12.48 عند درجة حرية 9 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 37 : يبين دوافع الاقناع وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

التدوين لدوافع اقناعية	إناث						ذكور							
	المجموع الكلي		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
للتأثير في المواقف	20	2	16.66	1	0.0	0	16.66	1	25	1	0.0	0	33.33	1
لتغير مواقف اتجاه حدث معين	80	8	83.33	5	0.0	0	83.33	5	75	3	100	1	66.66	2
السعي لتحقيق مكاسب	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

														شخصية
100	10	100	6	0.0	0	100	6	100	4	100	1	100	3	المجموع
كا ² المحسوبة 1.07 درجة الحرية 9 كا ² الجدولية : 16.919														

الجدول أعلاه يفصل في الأغراض الاقناعية للتدوين حيث نجد أن 80 % من الباحثين يدونون لتغيير مواقف اتجاه أحداث مختلفة ، و 20 % منهم يدونون للتأثير في المواقف .
كما نجد أن 75 % من الذكور يدونون لتغيير مواقف اتجاه حدث معين ، مقارنة ب 83 % من الاناث يدونن لتغيير مواقف اتجاه حدث معين ، و 25 % من الذكور يدونون للتأثير في المواقف .
و من ناحية المستوى التعليمي ، نجد أن 66.66 % من الذكور مستوى تدرج يدونون للتأثير في المواقف ، مقارنة ب 83.33 % من الاناث نفس المستوى يدونن لتغيير مواقف اتجاه حدث معين ، و 16.66 % منهن يدونن للتأثير في المواقف ، و 33.33 % من الذكور يدونون لنفس السبب .
كما نجد 100 % من الذكور مستوى ما بعد التدرج يدونون لتغيير مواقف اتجاه حدث معين ، مقارنة ب انعدام وجود اناث من هذا المستوى في الدوافع الاقناعية
و تشير نتائج كا² أنه لا توجد فروق في الدوافع الاقناعية وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كا² الجدولية 16.919 كانت أكبر من كا² المحسوبة 1.07 عند درجة حرية 9 و مستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 38 : يبين دوافع التدوين لاغراض اجتماعية وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						التدوين لأغراض اجتماعية
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%

0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	للمكانة الاجتماعية
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	للتواصل مع الآخرين
50	2	66.6	2	10	1	50	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	لخلق صداقات جديدة
50	2	33.3	1	0.0	0	50	1	10	1	10	1	0.0	0	لنقد الظواهر الاجتماعية
0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	للتعاون مع الغير
10	4	100	3	10	1	10	2	10	1	10	1	10	0	المجموع
0				0		0		0		0		0		
ك ² المحسوبة: 0.63 درجة الحرية : 8 ك ² الجدولية : 15.507														

الجدول أعلاه يظهر لنا الاغراض الاجتماعية في التدوين حيث نجد أن 50 % من المبحوثين يدونون لخلق صداقات جديدة ، و 50 % منهم يدونون لنقد الظواهر الاجتماعية .
توضح البيانات أن 100 % من الذكور يدونون لنقد الظواهر الاجتماعية ، مقارنة ب 66.66 % من الاناث يدونون لخلق صداقات جديدة ، 33.33 % منهن لنقد الظواهر الاجتماعية .

ومن ناحية المستوى التعليمي نجد أن 100 من الذكور مستوى بلا تدرج يدونون لنقد الظواهر الاجتماعية ، مقارنة ب 50 % من الاناث من هذا المستوى يدونون لنقد الظواهر الاجتماعية ، و 50 % منهم لخلق صداقات جديدة ، و في المقابل نجد 100 % من الاناث مستوى ما بعد التدرج يدونون لنقد الظواهر الاجتماعية 3.

و تشير نتائج ك² أنه لا توجد فروق في دوافع الاجتماعية وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة ك² الجدولية 15.507 كانت أكبر من ك² المحسوبة 1 عند درجة حرية 8 و مستوى ثقة 0.05.

جدول 39 : يبين اتجاه الصحفيين المدونين نحو المدونات وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي

المجموع الكلي	إناث						ذكور						
	المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		المجموع		ما بعد التدرج		تدرج		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
85.7	2	93.3	1	10	1	66.6	2	76.9	1	87.	7	60	3
1	4	3	4	0	2	6		2	0	5			
14.2	4	6.66	1	0.	0	33.3	1	23.0	3	12.	1	40	2
8				0		3		7		5			
0.0	0	0.0	0	0.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.	0
				0								0	
100	2	100	1	10	1	100	3	100	1	100	8	10	5
	8		5	0	2				3			0	
ك ² المحسوبة: 2.6 درجة الحرية : 6 ك ² الجدولية :													

يتضح من خلال الجدول أن 85.17% من أفراد العينة يريدون أن يزيدوا من التدوين ، و 14.28% يريدون أن ينقصوا من التدوين ، و لا أحد يريد أن يكف عن التدوين .
و يلاحظ أن 76.92% من الذكور يريدون زيادة التدوين ، مقارنة ب 93.33% من الاناث يردن زيارة التدوين ، و 6.66% منهم يرن الانقاص من التدوين ، و 23.07% من الذكور يريدون إنقاص التدوين .
أما بالنسبة للمستوى التعليمي ، فنجد أن 60% من الذكور مستوى تدرج يريدون أن يزيدوا من التدوين ، مقارنة ب 66.66% من الاناث مستوى تدرج يزدن من التدوين ، و 33.33% منهم يرن الانقاص من التدوين ، و نسبة 40% من الذكور مستوى تدرج يريدون الانقاص من التدوين .
في حين نجد 87.5% من الذكور مستوى ما بعد التدرج يريدون زيادة التدوين ، مقارنة 100% من الاناث نفس المستوى يزدن الزيادة من التدوين ، و 12.5% هي نسبة الذكور مابعد التدرج الذين يريدون الانقاص من التدوين .

و تشير نتائج كاس² أنه لا توجد فروق في اتجاهات الصحفيين نحو التدوين مستقبلا وفق متغيري الجنس و المستوى التعليمي ، حيث أن قيمة كاس² الجدولية 12.592 كانت أكبر من كاس² المحسوبة 2.6 عند درجة حرية 6 و مستوى ثقة 0.05.

النتائج العامة للدراسة :

لقد خلصت نتائج الدراسة إلى مايلي :

بالنسبة لأنماط و عادات استخدام العينة للمدونات الالكترونية :

- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة لا يستخدمون مدونات الكترونية و ذلك بنسبة 68.88 % من إجمالي العينة حيث توصلنا إلى أن 31.11 % فقط هم من يستخدمون المدونات الالكترونية .
- كشفت الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة بنسبة 53.57 % بدأو التدوين منذ سنة إلى ثلاث سنوات .
- أوضحت الدراسة أن 50 % من أفراد العينة يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين .
- توصلت الدراسة إلى أن 42.86 % من أفراد العينة يدونون ليلا ، و يفضل أغلبية المبحوثين التدوين في المنزل بنسبة 53.57 % .
- بينت نتائج الدراسة أن 46.42 % من المبحوثين يقرؤون أحيانا مدونات غيرهم .
- توصلت الدراسة إلى أن 64.28 % من أفراد العينة يستخدمون إسما حقيقيا في التدوين ، في حين 35.71 % منهم يستخدمون إسما مستعارا .
- أكثر من نصف أفراد العينة بنسبة 78.57 % يستخدمون الروابط في مدوناتهم ، في حين 21.43 % منهم لا يستخدمونها .
- و أوضحت النتائج أن 92.85 % من المبحوثين يسمحون بالتعليق على مدوناتهم ، في حين 7.14 % منهم لا يسمحون بذلك .
- توصلت النتائج إلى أن 68.85 % من أفراد العينة يردون على التعليقات بحسب الظروف ، و 32.14 % منهم يردون حسب أهمية التعليق .
- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يميلون إلى استخدام استضافة التدوين "تدوين " بنسبة قدرت ب 39.82 % ، و 78.57 % من المبحوثين يستخدمون النصوص كعنصر في التدوين .

- أما بالنسبة لدوافع استخدامات المدونات الالكترونية فكشفت الدراسة عن :
- تشير النتائج إلى أن ترتيب الدوافع حسب المنصب جاء كالآتي :
- جاءت دوافع صناعة الرأي العام في المرتبة الأولى بنسبة 35.71 % .
 - جاءت الدوافع الإقناعية بنفس المرتبة أي بنسبة 35.71 %.
 - تليهما الدوافع الاجتماعية بنسبة 21.42 %.
 - و في المرتبة الأخيرة نجد كل من الدوافع الدعائية و الاشهارية بنفس النسبة بنسبة تمثل 3.75 %.
 - و جاء ترتيب الدوافع بالنسبة للجنس و المستوى التعليمي كالآتي :
 - جاءت الدوافع الإقناعية في المرتبة الأولى بنسبة 39.71 % .
 - جاءت دوافع صناعة الرأي العام في المرتبة الثانية بنسبة 35.71 %.
 - تليها نسبة 3.75 % بالنسبة للدوافع الاشهارية و نفس النسبة بالنسبة للدوافع الدعائية.
 - توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بدوافع صناعة الرأي العام أن 42.85 % من أفراد العينة يدونون لتغطية الأخبار ، و 25 % منهم يدونون لتحليل قضايا إعلامية و نفس النسبة بالنسبة للذين يدونون للتعبير عن آرائهم و مواقفهم السياسية بحرية.
 - توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالدوافع الإقناعية أن 80 % من أفراد العينة يدونون لتغيير المواقف اتجاه أحداث مختلفة ، و 20 % منهم يدونون للتأثير في المواقف .
 - كشفت نتائج الدراسة فيما يخص الدوافع الاجتماعية للتدوين أن 50 % من أفراد العينة يدونون لخلق صداقات جديدة ، و 50 % منهم لنقد الظواهر الاجتماعية .
 - كشفت الدراسة أن 85.17 % يريدون أن يزدوا من التدوين ، و 14.28 % يريدون أن ينقصوا من التدوين ، و لا أحد يريد أن يكف عن التدوين .
- النتائج في ضوء الفرضيات :** لقد لوحظ من خلال النتائج بالنسبة بالفرضية الأولى ، أن أغلبية الصحفيين لا يستخدمون المدونات الالكترونية في عملهم ، حيث أظهرت البيانات أن نسبة 31.11 % من المبحوثين يستخدمونها في حين 68.66 % منهم لا يستخدمونها . أما بالنسبة للفرضية الثانية و التي كان نصها " تمكن المدونات الالكترونية الصحفي من نشر ما يريد على

الانترنت ،بعيدا عن الايديولوجية السياسية للمؤسسة التي يكون الصحفي مقولب ضمنها " ،
أظهرت النتائج أن المدونات تمكن الصحفي بالنشر بعيدا عن الخط الايديولوجي للجريدة حيث أن
67.85 % من الصحفيين تختلف كتاباتهم عن المؤسسة العاملين بها ، و أكثر من نصف
المبحوثين بنسبة 57.14 % تختلف كتاباتهم للنشر بعيدا عن الايديولوجية السياسية للمؤسسة .

خاتمة

خاتمة :

قمنا في هذه الدراسة بتسليط الضوء على الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية بالجزائر ، و تمثلت عينة البحث في صحفيي مؤسسة " النهار " الاعلامية ، و لذلك ركزنا في الفصل الأول على شبكة الانترنت و الصحافة الالكترونية ، حيث تطرقنا إلى نشوء و تطور شبكة الانترنت ، ثم دخول الانترنت إلى الجزائر ، كما تعرضنا للنشر الالكتروني كون المدونات هي إحدى مظاهره ، بالإضافة إلى الصحافة الالكترونية .

و لأن دراستنا تتخذ من المدونات جوهرها لها ، تطرقنا إلى ظاهرة التدوين الالكتروني ، هذه الظاهرة الاعلامية الجديدة التي اقتصرت بحرية التعبير ، و لذلك قمنا بتعريف المدونات الالكترونية ، أهدافها و أخلاقياتها ، و كذا استخدامها ، كما تطرقنا اسباب و دوافع التدوين بالعالم العربي.

و مادام موضوعنا يتركز حول الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر ، فقد حاولنا من خلال دراستنا التعرف على وضعية التدوين الالكتروني في الجزائر ، و خصائص المدونات الجزائرية و مميزاتها ، كما عرضنا علاقة التدوين بالصحافة في الجزائر كون بحثنا يتعلق بفضة الصحفيين .

و لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء مدى استخدام الصحفيين بمؤسسة النهار الاعلامية للمدونات الالكترونية ، حيث توصلنا إلى أن ففة قليلة من المبحوثين يستخدمون المدونات كتقنية جديدة في الاعلام ، حيث وجدنا غالبيتهم يتجهون لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها " الفاييسبوك " و " التويتر " ، التي يجدونها أكثر تفاعلية مع جماهيرهم .

فتوصلنا من خلال هذا البحث إلى أن المدونات الالكترونية لم تنجح إلى حد كبير في استقطاب الصحفيين المهتمين بها .

و كشفت الدراسة أيضا أن الصحفيين المدونين تختلف كتاباتهم عن ما يكتبونه داخل المؤسسة الاعلامية و هذا للنشر بعيدا عن الخط الايديولوجي للمؤسسة الاعلامية ، مما يسمح لهم بنشر أفكارهم و ارائهم بكل حرية.

و تبين من خلال هذه الدراسة أن استخدام الصحفي للمدونات يؤثر على التفاعل بين الصحفي و جمهوره ، من حيث السماح بالمشاركات و الرد على التعليقات ، فهذا يطور علاقة الصحفي بجمهوره من خلال تبادل الاراء حول مختلف القضايا.

و عليه يتخذ الصحفيون بمؤسسة النهار من المدونات الالكترونية فضاءا للتعبير بحرية نحو مختلف القضايا المطروحة ، و التي يتعذر التطرق إليها إما لحساسيتها أو لغياب الفضاء التعبيري داخل المؤسسة و بالتالي المساهمة في تكوين مساحات للتواصل و النقاش مع جمهورهم و ابداء الراي و الراي الاخر حول مختلف القضايا ، أي المساهمة في تشكيل الاراء و بناء الرأي العام .

و رغم قلة المدونات الالكترونية المهنية في الجزائر مقارنة بعدد مستخدمي الانترنت و الذي يمكن أن تزداد مستقبلا ، إلا أنها تستطيع أن تساهم في تشكيل الرأي العام في الجزائر و يمكن أن تكون مستقبلا أداة لقياس الرأي العام الجزائري ، و أكثر أداة تربط بين الصحفي و المواطن ، فكما تبين من خلال دراستنا أن الصحفيين يتجهون لزيادة التدوين مستقبلا .

قائمة المراجع :

الكتب :

1. أبو عيشة فيصل فايز ، الإعلام الإلكتروني ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2009.
2. البلقطني خالد ، عالم الانترنت من الألف إلى الياء ، مركز الاسكندرية للكتاب ، الأزاريطة ، الاسكندرية ، 2010
3. الجبوري عبد الله يوسف ، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور ، الجامعة الكندية العربية الحرة، 2009
4. الدناني عبد الملك ردمان ، الوظيف الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003
5. الحوات محمد علي ، العرب و العولمة شجون الحاضر و غموض المستقبل ، ط2 ، مكتبة مدبوني ، القاهرة ، 2004
6. اللبان شريف درويش ، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية ، ط2 ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005.
7. اللبان شريف درويش ، مداخلات في الاعلام البديل و النشر الالكتروني على الانترنت ، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2011
8. السلوم عثمان ابراهيم ، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت ، دار عالم الكتب ، الرياض، 2002.
9. العيفة جمال ، الثقافة الجماهيرية ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، 2003.

10. الحضيف محمد بن عبد الرحمان ، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات و الأساليب ، ط2 ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 1998
11. بن مرسللي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2003
12. جاسم فلحي محمد ، النشر الالكتروني الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2000.
13. حسن اسماعيل محمد ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ،الدار العالمية للنشر و التوزيع، 2003.
14. ليتش كارول ، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية ، عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة - منهج تطبيقي ، ترجمة : د. عبد الستار جواد ، 2001
15. مكاوي حسن عماد ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 1993.
16. سيد محمد محمد ، وسائل الاعلام من المنادى إلى الانترنت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2009
17. عبد الحكم العادلي مرزوق ، الإعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، دار الفجر للطباعة و النشر و التوزيع ، 2004
18. عبد الحميد محمد ، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1993
19. عبد الحميد محمد ، الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنت ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2007
20. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط1 ، 2000
21. عليان ربحي مصطفى و عثمان محمد غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009

22. عيساني رحيمة ، مدخل إلى الإعلام و الاتصال: المفاهيم الاساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية ، مطبوعات الكتاب و الحكمة ، باتنة ، الجزائر ، 2007
23. علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة ، السحاب للنشر و التوزيع ، 2005
24. صادق عباس مصطفى ، الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، 200
25. رابع الصادق ، الاعلام و التكنولوجيا الحديثة ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، العين ، الامارات المتحدة ، 2004
26. شمو علي محمد ، الإتصال الدولي و التكنولوجيا الحديثة ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، الاسكندرية ، 2002
27. شفيق حسين ، الاعلام الالكتروني، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، 50 شارع الشيخ ريجاني عابدين ، القاهرة ، 2005،
28. Anne Bartlett-Brag, **blogging to learn** , university of technology,Sydney,Australia,2005.
29. Benoit Desavoie,DUCAMP ,Christophe , **les blogs nouveau media pour tout le monde** ,M2, Edition ,PARIS,2005
30. Bonnie A .Nardi ,DianeJ .Schiano ,Michelle Gumbrecht , **why we blog ?**,Communication of the ACM, 77(12):41-46,December,2003
31. ERETCHID, Oliver, **Weblogs – un nouveau paradigme pour les systèmes d’information et la diffusion de connaissances ? applications et cas d’usage en contexte de**

veille et d'intelligence économique, Colloque ISKO, France
,2005.

الرسائل الجامعية :

1. اسماعيل عباس شيماء ، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية كمصدر جديد للمعلومات : دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير كلية الآداب ، قسم المكتبات و الوثائق ، و تقنيات المعلومات ، جامعة القاهرة ، 2007
2. بوعجيمي جمال ، بلقاسم بروان ، دراسة حول الصحافة الإلكترونية في الجزائر : واقع و آفاق، جامعة الجزائر ،آلية العلوم السياسية و الإعلام ،قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005
3. لونيس باديس ، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت : دراسة في الاستخدامات و الاشاعات ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري -قسنطينة ، 2008/2007 ،
4. نبيح أمينة ، المدونات الالكترونية بين التعبير الحر و الصحافة البديلة ،مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2008-2007.
5. عبدلي أحمد ، مستخدمو الأنترنت ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ، 2003-2002،
6. علي الحاج احمد جمال ،الصحافة الفلسطينية الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية الانترنت، مذكرة للحصول على البكالوريوس في الإعلام ،جامعة الأقصى ،آلية الإعلام والفنون، قسم صحافة، 2004 / 2003

المجلات و الدوريات :

1. الزرن جمال ، صحافة المواطن :المتلقي عندما يصبح مرسلا ،المجلة التونسية لعلوم الاعلام و الاتصال، العدد51-52، 2009،

2. الزرن جمال ، سلطة التدوين، مجلة الشؤون العربية على النت، العدد 130.
3. الحمامي لصاق ،ورقة بعنوان "عالمهن المنكشف ..المدونات النسائية العربية"، كتاب المرأة العربية و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، نشر مركز المرأة العربية للتدريب و البحوث "كوثر" و صندوق الأمم المتحدة الانمائي للمرأة "اليونيفيم" و بدعم من برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية "الأجفند"، نوفمبر 2007
4. العلي نجاح ، الصحافة الالكترونية. النشأة و المفهوم ، صحيفة الاتحاد ، الإمارات العربية المتحدة ، أبوظبي،العدد 11469 29 نوفمبر 2006
5. بشير عماد ، الصحافة العربية في عصر الرقمي .مستقبل الثورة الرقمية ،مجلة العربي ، ط1، عدد 55، 2004/02/،
6. بجيت محمد السيد ، استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثامن ، القاهرة
7. جريس حنا ،الهيبرتكست عصر الكلمة الالكترونية: مستقبل الثورة الرقمية، مجلة العربي ، ط1، عدد1، 2004/15،55.01
8. حاجي علاوة ، كثير من المدونات ...قليل من المدونين في الجزائر ، الخبر الاسبوعي ، العدد 500، من 27 اكتوبر الى 3 اكتوبر 2008
9. حداد سعيد ،الأنترنت صحافة القرن القادم ، المجلة العربية ، العدد 267، أوت 1999،
10. نصر حسني محمد ، المدونات الالكترونية و دعم التعبير و التعددية في العالم العربي، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثالث، 2007/08
11. عارف محمد ، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام العربية ،مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية - ابو ظبي - 1997
12. عبد الستار خليفة محمود ، الجيل الثاني من خدمات الانترنت-مدخل الى دراسة الويب 2.0 و المكتبات 2.0 ، cybrarians journal ، العدد 18،مارس 2009

13. قشاشة اسامة ، تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الوكيز، cybrarians journal ، العدد 18، مارس 2009
14. راشد العنزي سعود ، كيف يستخدم العرب الإنترنت . مستقبل الثورة الرقمية ، مجلة العربي ، ط1، العدد 15. 2004/01/55.
15. جمادى الاخرة ، أخبار الأدب ، العدد 5228 ، من 18 إلى 24 جويلية 2005.
16. Andy Koh, Alvin Lim, **NgEeSoon Ethics in Blogging survey**, IowaState Press, 2005
17. Francis Pisani internet saisi par la folle des « weblogs » : le monde diplomatique , Aout 2003
18. Marci McCoyAOTH, **How journalists see the Blog sphere?**, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, 2004
19. O'Reilly, Tim ,What is web 2.0 , Desing patterns and Business Models for the next generation of software, 2005
20. Pavlik, John V. et al , **The Future of Online Journalism** , Bonanza or Black Hole ? ,Columbia journalism Review ,juillet 1997.
21. Shedden David , **New Media Timeline**,(1969-2004).Poynter Institute ,December 2004.

الندوات و الملتقيات

32. اللبان شريف درويش ، أزمة حرية التعبير الاعلامي التقليدي في مواجهة التدوين ، ورقة مقدمة للمؤتمر الخامس لأكاديمية أخبار اليوم : الصحافة و المستحدثات التكنولوجية في إطار التكامل و المنافسة ، 2008/12/24-23

33. اسامة محمود شريف ، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية ، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب - عمان - تشرين اول عام، 2000 ،
34. . الصادق رابح ، التفاعلية في الصحف العربية على النت ، المؤتمر الدولي للاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين 07-09/04/
35. القحطاني دشن ، المدونات الالكترونية و حرية الرأي و التعبير ، مؤتمر تقنيات الاتصال و التغيير الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، 15.17 / 2009/03/
36. لكربي إدريس ، المدونات الالكترونية من التواصل إلى الضغط ، ورقة قدمت خلال أشغال مؤتمر تقنيات الاتصال و النشر الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، قسم الاعلام ، الرياض ، 15-2009/03/17.
37. ندوة حول التدوين في الجزائر، مدنون يتحاشون السياسة" و "مدونات يبحثن عن مدونات" ، العدد 497، 2010/09/21.
38. عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع و التحديات، جامعة الشارقة 22 / 24 نوفمبر/ 2005
39. عبد الهادي احمد ، الصحافة الإلكترونية الواقع و التحديات، ندوة صحفية القاهرة 2005 ، متاحة على : <http://www.ijnet-article/newarticle.arg-trms-htm>.
40. عطية عبد المقصود هشام ، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية و الاجتماعية في قضايا و أحداث الشؤون العامة في وسائل الاعلام الجديدة : دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية ، كلية الاعلام مؤتمر الاعلام و الأسرة و تحديات العصر، 17-15/04/2009.

القواميس و المعاجم :

1. نور الدين عصام ، معجم نور الدين الوسيط عربي -عربي ، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005، ص102
2. منير حجاب محمد ، المعجم الاعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003

مواقع الانترنت

1. ايلاف ، التدوين العربي في مهب الريح ، المغرب العربي ، العدد 2513 ، 2008/03/31 ، منشورة على : <http://www.elaphGuys/04/04/2009> تاريخ الاطلاع : 2014/05/10
2. الخفيض هديل ، المدونات في السعودية-دورها و تطورها في التعددية الاعلامية و حرية التعبير ، المملكة العربية السعودية، متاحة على <http://hdeel.ws/pic/oman/opning.JPG> تاريخ الاطلاع : 2014/12/05
3. العلواني وائل ، التدوين العربي بجامعة هارفارد الأمريكية، 2009، متاحة على مدونة توفيق التلمساني :<http://toufik2081967.maktoobblog.com>
4. بن حبلي سعيد ، مدونات الجزائر..شتات ، انطواء، انقسام و احتشام، بتاريخ 2009/09/02 متاح على موقع التدوين العربي <http://www.arabicos.blogspot.com> تاريخ الاطلاع : 2014/08/06
5. دالع مصطفى ، مدونة الصحفي مصطفى دالع ، تاريخ الاطلاع 2010/06/26 متاحة على [www.http://dalaam.maktoobblog.com](http://dalaam.maktoobblog.com) تاريخ الاطلاع : 2014/07/24
6. ولد خاطري عبد الله ، المدونات الالكترونية العربية : دراسة تحليلية ، منشورة على الانترنت في 3 جويلية 2007 ، متاحة على : <http://storage.canalblog.com/15/04/87839/10278014.doc> تاريخ الاطلاع : 2014/10/12
7. موقع التدوين العربي، " المدونات الجزائرية فضاء للحريات " ، نقلا عن علاوة حاجي ، مقال كتبه في جريدة الخبر ، 31 /10/ 2009 .
8. موقع التدوين العربي، "المدونات الجزائرية فضاء للحريات للمرة الأولى في تاريخ مذكرات التخرج"، زهرة عياش ، نقلا عن اسماعيل قاسمي ، " جريدة منبر القراء " ، 2009/01/15. متاحة على : <http://www.arabicos.blogspot.com> تاريخ الاطلاع : 2014/12/13
9. عبد القادر سعيد ، المدونات ...الثورة الاعلامية الجديدة ، موقع الشهاب ، <http://www.chihab.net/> تاريخ الاطلاع : 2015/01/11

10. فراج عبد الرحمن ، المدونات الالكترونية في المكتبات ، قسم المكتبات و المعلومات ،
جامعة الامام محمد بن سعود ، 2006 ، منشورة على :
تاريخ الاطلاع : 2015/02/18 <http://informatics.gov.sa./magazine>
11. Alain ,Vuillemi , L’Edition électronique, Certel ,Université
d’Artois,France,2002,p02[http://www.uottawa.ca/academic/arts/astr
olabe/articles/art0026.htm](http://www.uottawa.ca/academic/arts/astr
olabe/articles/art0026.htm)
12. Fischter ,D , blogging basic , 2005, <http://wiki calssroom 20.com> ,
12/01/2010 consulté le : 25/11/2014
13. Marjoline Provost Aurélien Beaux, Seminaire de communication ,
l’étude sur les blogs ,Bordeaux , Aquitaine ,France , posé
le :01/05/2005 , Disponible sur le <file:///E:/etudesur les blogs .htm>
consulté le : 12/02/2015
14. Nikhil Moro, M.A.Freedom of Expression and the information
society , A legal Analysis toward A libertarian framework for libel ,
Dissertation , Ohio State University , 2006, Available at :
<http://scholar.google.com> consulté le : 18/08/2014

الملاحق

جامعة عبد س-مستغانم-

كلية العربي و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

في اطار إنجاز بحث تحت عنوان "الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر دراسة مسحية على عينة من صحفيي مؤسسة النهار" لنيل شهادة الماجستير، يرجى من سيادتكم التكرم بالإجابة و بكل نزاهة و موضوعية على الأسئلة التي بين أيديكم، مع التأكيد على أن إجاباتكم ستستغل لأغراض علمية فقط. شكرا جزيلا على تعاونكم.

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام العبارة

إعداد:

بإشراف :

لمياء بن عمارة.

د. لعربي بوعمامة

● البيانات الشخصية:

● الجنس: ذكر أنثى

● المستوى التعليمي: تدرج مابعد التدرج

● التخصص العلمي: إعلام و اتصال أدب عربي لغات أجنبية حقوق أخرى

- ما هو المنصب الذي تتولاه في الصحيفة؟ رئيس تحرير رئيس قسم صحفي دائم
- صحفي مؤقت صحفي متعاون مراسل
- المحور الأول: عادات و أنماط الصحفيين المدونين:
- منذ متى و انت تستخدم الانترنت؟ سنة من سنة الى 5 سنوات أكثر من 5 سنوات
- أكثر من 10 سنة
- ما أنواع الاشكال الرقمية التي تستعملها؟ محركات بحث مواقع الكترونية منتديات الكترونية
- هل تطلع على المنتديات الالكترونية؟ نعم لا
- اذا لا لماذا؟
- هل سبق وأن استخدمت الانترنت كمصدر للأخبار؟ نعم لا
- هل سبق و أن شاركت قراءك في حوار عبر الانترنت؟ نعم لا
- ما الوقت الذي تقضيه في استخدام الانترنت يوميا: ساعة ساعتين أربع ساعات فأكثر
- هل تملك مدونة الكترونية: نعم لا
- اذا لا لماذا؟
- منذ متى و انت تملك مدونة الكترونية : سنة من سنة الى 3 سنوات اكثر من 3 سنوات
- هل ما تكتبه في المدونة يختلف عما تكتبه في الصحيفة؟ نعم لا
- هل تختلف كتاباتك ل: لتطوير كتاباتك الاعلامية لتنشر بعيدا عن ايدولوجية الجريدة العامل بها
- لتزيد من عدد المتابعين لمقالاتك
- هل تدون عادة : مرة واحدة في الاسبوع مرتان في الاسبوع ثلاث مرات في الاسبوع أربع مرات فأكثر في الاسبوع
- ما مقدار الوقت الذي تقضيه في التدوين : أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين من ساعتين الى ثلاث ساعات
- عادة أين تدون: في مقهى الانترنت في المنزل في العمل
- هل تحدث مدونتك: مرة في الاسبوع مرتين في الاسبوع ثلاث مرات في الاسبوع
- أربع مرات في الاسبوع أكثر من أربع مرات في الاسبوع يوميا

- ما هي الفترات المفضلة لديك للتدوين: صباحا □ مساء □ ليلا □
- ما هي خدمة استضافة التدوين التي تدون فيها: تدوين □ مكتوب □ مدونتي □ Blogger □ Word press □ Blog dz □ اخرى □
- بأي لغة تدون: لغة عربية □ لغة فرنسية □ لغة انجليزية □ امازيغية او اخرى □
- هل تقرأ مدونات غيرك؟ دائما □ غالبا □ أحيانا □ نادرا □ أبدا □
- أي من العناصر تستخدمها في التدوين؟ نصوص □ مقاطع فيديو □
- ما الاسم الذي تستخدمه في التدوين: اسمك الحقيقي □ اسم مستعار □
- إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي فهل هذا لي : تشعر بفخر بظهور اسمك □ مقتنع بما تكتب □
- إذا كنت تستخدم اسم مستعار فهل هذا لي : لتكتب بدون تقيد □ لا تريد أن يتعرف عليك أحد □
- هل تستخدم الروابط في مدونتك: نعم □ لا □
- هل تسمح بالتعليق على مدونتك: نعم □ لا □
- إذا كان الجواب نعم هل ترد على التعليقات: حسب الظروف □ حسب أهمية التعليق □ لا ترد □
- المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفيين المدونين للمدونات :
- أنت تدون بدوافع: صناعة الرأي العام □ الاقتناع □ الدعاية □ الاشهار □ الاستفادة من الاجناس الصحفية في الاعلام الجديد □ لأغراض اجتماعية □
- أنت تدون للصناعة الإعلامية التالية: لتغطية الاخبار □ لنشر مقالات □ لتحليل قضايا إعلامية □ إجراء حوارات مع شخصيات □ للتعبير عن ارائك و مواقفك السياسية بحرية □ لتقديم معلومات لا تقدمها وسائل الاعلام □ للتعليق على مختلف الأحداث الواقعة □
- أنت تدون للأغراض الاقناعية التالية: للتأثير في المواقف □ لتغيير مواقف أو سلوكيات اتجاه حدث معين □ السعي لتحقيق مكاسب شخصية □
- أنت تدون للأغراض دعائية التالية: لنشر مقالاتك للتأثير في عقول و عواطف الأفراد □ للفت الأنظار □ للتعبير الشخصي عن الذات □
- أنت تدون لأغراض الإشهارية التالية: لجذب الانتباه لما تنشره □ لإثارة الاهتمام لما تنشره □ لتحقيق استجابة لما تنشره □

- انت تدون للأغراض الاجتماعية التالية: للمكانة الاجتماعية □ التواصل مع الآخرين □ لخلق صداقات جديدة □ لنقد الظواهر الاجتماعية □ للتعاون مع الغير □
- هل تنوي مستقبلا: أن تزيد من التدوين □ أن تنقص من التدوين □ أن تكف عن التدوين □ لماذا.....

