

التمثيلات السوسيو-إعلامية للمدونات والتدوين الإلكتروني لدى

الصحفيين الجزائريين

دراسة في مقاربات الاستخدام الورقي

Socio-Journalistic representations of blogs and digital interactions in the Algerian journalists' thoughts

A paper used approach study

أ. فلة قيوم⁽¹⁾ * أ.د. كريم بلقاسي⁽²⁾

⁽¹⁾ شبوط سلطان إبراهيم، جامعة الجزائر 3، الجزائر، -guidoum.fella@univ-alger3.dz

⁽²⁾ شبوط سلطان إبراهيم، جامعة الجزائر 3، الجزائر، -belkaci.karim@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2022/07/11؛ تاريخ القبول: 2022/09/29؛ تاريخ النشر: 2022/12/31

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تفسير وتوصيف طبيعة التمثيلات السوسيو-إعلامية للمدونات الإلكترونية كمعطى رقمي جديد فرضته طبيعة التقارب الإعلامي بين التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال *NTIC* وحقل الدراسات الإعلامية والاتصالية، وذلك طبقا لمقاربات الاستخدام الحديثة التي أولت أهمية لإعادة الطرح الورقي " للصحافة المكتوبة " بأشكالها الرقمية، في توظيف جديد للمدونات وأنواعها كمشهد يعبر عن تحاقل الوسيط بالمضمون والمستخدم، في إطار الطرح الجديد للإعلام البديل، ومنه إلقاء الضوء على طبيعة التصور الاجتماعي لهذه الوسائط الميديايتيكية لدى الصحفيين الجزائريين.

الكلمات المفتاحية: التمثيلات؛ المدونات الإلكترونية؛ مقاربات الاستخدام؛ الصحافة الإلكترونية؛ الإعلام البديل؛ التدوين الإلكتروني؛ الصحفيين الجزائريين.

Abstract:

This research paper aims to explain and describe the nature of socio-media representations of bloggers as a new digital factor imposed by the nature of the media convergence between the modern technologies of information and communication NTIC and the field of media and communication studies, according to the modern usage approaches that attached importance to the re-subtraction of the "written press" in its digital forms, In a new employment of blogs and their types as a scene that expresses the mediator's interference with the content and user, within the framework of the new proposal for alternative media, and from it shedding light on the nature of the social perception of these media as medium among Algerian journalists.

Key words: Representations; electronic blogs; usage approaches; electronic journalism; alternative media; electronic blogging; Algerian journalists.

المقدمة:

عرفت وسائل الإعلام والاتصال مؤخرا بفضل الثورة الرقمية، نقلة نوعية ساهمت وبشكل واضح في ظهور أنماط إعلامية جديدة تتميز المجتمعات الرقمية الإلكترونية، في استخدام واضح من قبل القنوات الإعلامية القديمة أو ما يسمى بالإعلام التقليدي، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي بحيث يعتبر التدوين الإلكتروني أحد أهم أنواعها، وهي الصحافة التي تهدف إلى تفعيل دور المدون في كافة الميادين وإشراكه أساساً في العملية السياسية، وذلك من خلال استخدامه لشبكة الأنترنت وتوظيفها على أساس بعدها الإعلامي كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي، من خلال توفير هذه الشبكة تقنيات متعددة وواسعة بتكاليف قليلة بإمكانها استقبال العديد من المضامين صورةً، صوتاً ونصاً من وسائل ووسائط متعددة، كل هذا سمح بدمقرطة الممارسة الإعلامية.

ومنه طرحت علاقة الإعلام التقليدي بالوسائط الحديثة ومنه نطرح الإشكالية

البحثية الآتية:

كيف يتمثل الصحفيين الجزائريين استخدامات للتدوين الإلكتروني في بعده

السوسيو-إعلامي؟

ومنه طرح التساؤلات الآتية:

- 1- ما هو الطرح الجديد لمقاربات الاستخدام في الفضاءات الافتراضية البديلة؟
- 2- لماذا استخدمت الصحف الورقية في شكلها الإلكتروني وسيط التدوين عن بقية أنواع صحافة المواطن
- 3- هل يحمل التدوين الإلكتروني أهمية إعلامية في رصد المتغير السوسيوولوجي؟
واعتبارا لأهمية موضوع البحث ارتأينا طرح الافتراضين الآتين:
- هناك تطور جديد لتوجه المقاربات والبراديغمات النانوغرافية إلى الفضاءات الرقمية الإعلامية عبر التدوين الإلكتروني لتأطير المضمون الإعلامي.
- يعبر التمثل السوسيو إعلامي عن أهمية شبانية لدى المستخدمين الجامعيين أكثر منه في التمثل السياسي.

ومعالجة هذه الإشكالية وتساؤلاتها وفرضياتها سنقسم البحث إلى المحاور الآتية:

- 1- البعد المفاهيمي للمدونات والتدوين /bogs /bogging، الأنواع والاستخدام.
- 2- دراسة التمثيلات من حقلها الاجتماعي إلى الإعلامي.
- 3- من الإعلام البديل إلى مقاربات الاحتواء الإعلامي "صحافة مواقع التعليق".
- 4- التمثيلات السوسيو-إعلامية للمدونات والتدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين.

منهج البحث، أدواته وعينة الدراسة:

منهج الدراسة: من بين القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي تحديد المنهج الذي يعرف بأنه الوعي بالموضوع من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات المتبعة من أجل اكتماله وتباينه وهو بذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جمع المعلومات المتعلقة بالبحث⁽¹⁾.

والدراسة التي نقوم بها هي دراسة وصفية تحليلية، المراد من خلالها فهم العمل الإعلامي في قناة الشروق والتطورات الحاصلة في مجال الاعلام والاتصال، وظهور عدة

(1) عقيق حسين عقيق: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة دبولي، مصر، 1999، ص120.

مفاهيم جديدة في بيئة إعلامية متجددة.

أداة الدراسة: يعتبر الاستبيان من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في المنهج الوصفي التحليلي، كذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين ويعتمد الاستبيان على استمارة الاستبيان في جمع المعلومات.

الاستمارة هي أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات⁽¹⁾.

عينة الدراسة:

العينة في البحث العلمي هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما، وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالة المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالألاف والملايين حيث يتعذر إجراء دراسة عن طريق الحصر الشامل⁽²⁾.

العينة هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء لأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له⁽³⁾.

موضوع بحثنا يتعلق بالتمثلات السوسيو-إعلامية للمدونات والتدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين في قناة الشروق الجزائرية بدراسة في مقاربات الاستخدام الورقي.

اختر الباحثان قناة الشروق. منذ سنة 2005 أطلقت مؤسسة الشروق للإعلام والنشر واحدا من أوائل المواقع الإخبارية في الجزائر والعالم العربي، من أجل توفير تغطية آنية ومستمرة للأحداث على مدار الساعة بالعربية والانجليزية والفرنسية.

(1) محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، عالم الكتب، مصر، 1993، ص18.

(2) محمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2003، ص170.

(3) محمد الحسن الإحسان: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار الطليعة للطبع والنشر، لبنان، 1982، ص112.

يعد موقع صحيفة الشروق في شبكة الإنترنت – الشروق أون لاين - الذي أنشأ في عام 2005 أكثر تطورا من بقية مواقع الصحف الأخرى، تحديث الموقع على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الإلكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتيوب وغوغل بلاس)

ثم برزت الحاجة في تطوير الموقع ليتحول إلى بوابة إلكترونية قائمة بذاتها، فرضها الطلب المتزايد على مختلف خدمات الموقع من طرف الزوار، وهو الأمر الذي أدى بإدارة الموقع إلى ترقيته إلى بوابة إلكترونية أنشأت مجموعة جديدة من المواقع المتخصصة بالتدريج (الشروق الرياضي – جواهر الشروق – أسواق الشروق – قنوات الشروق ...)، خصوصا وأن هذا التطور قد واكب التحول الذي طرأ على مؤسسة الشروق التي تحولت إلى مجمع إعلامي خصوصا مع إطلاق قناة الشروق⁽¹⁾. موقع الشروق اليومي:

www.echoroukonline.com

1- البعد المفاهيمي للمدونات والتدوين الإلكتروني **blogs/blogging**، الأنواع
والاستخدام :

1-1 ماهية التدوين الإلكتروني:

بدأت المدونات على شكل يوميات منذ عام 1996 حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصية، وفي عام 1999 وما بعده انتشرت المدونات واشتهرت بصورة واسعة. وتطورت آليات التدوين وإنشاء المدونات بظهور خدمات التدوين التي تستضيف المدونات مثل (Dreamhost) وظهور برمجيات إنشاء المدونات مثل ELive (Journal, Word Press)، وهذه التطورات أصبح باستطاعة المدونين استخدام آليات البحث التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات.

وبعد بداية بطيئة، انتشر التدوين على الأنترنت بسرعة كبيرة، فمثلاً أنّ الموقع الذي أنشئ عام 1996 وصل عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينة في عام 1996، إلا أنّها وصلت إلى

(1) <http://www.echoroukonline.com/definition.html>, 2022/06/14 يوم

عشرين مليون تدوينة في عام 2005.

ففي سنة 2001 أصبحت المدونات ظاهرة وازدادت أهمية مجتمع التدوين بسرعة وبدأت مدارس الصحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية، بإجراء البحوث والدراسات في التدوين وفنونه وتقنياته، وملاحظة الفرق بين الصحافة والمدونات.

في عام 2002، أصبحت المدونات وسيلة معتمدة لنشر الأخبار ومصدراً للأخبار يستخدمها الساسة ومرشحو الانتخابات للتعبير عن الآراء حول قضايا عديدة ذات مساس بحياة الناس. وفي 2003، انتشرت المواقع الشخصية التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية وآرائهم في مختلف الموضوعات، وأحياناً في موضوع متخصص واحد⁽¹⁾.

2-1 المفهوم اللغوي للمدونة:

المدونة أو (WebLog) تعني اصطلاحاً " سجلات الشبكة "، وتعريفها دفتر يوميات إلكتروني، وقد تمّ الاتفاق عربياً على " مدونة "، كتعريب لـ (Weblog، أو Blog)، وكلمة " تدوين " هي تعريب لـ " Blogging"⁽²⁾، فالمدونات (Weblogs) التي بدأت في تسعينات القرن الماضي كهواية أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد وعمل الصحفيين، وسلطة إعلامية تؤثر على صناعات القرار. بالعودة إلى اللغة العربية يوجد إجماع على أنّ الترجمة العربية " للبلوغر" هي المدونة، ويفضل البعض الآخر كتابتها على النحو الآتي: بلوجر عوض بلوغر أو بلوقر، ويذهب موقع "أراب بلوغر" إلى ترجمة (Blogger) بكلمة (مدونة)، وجمعها مدونات أي (Bloggers). وتبدو الترجمة موفقة ومقبولة وأصبح عليها إجماع ويستعملها أكثر من موقع، فهي على الأقل تقلص من الحضور المكثف للمصطلحات الغربية في منجد ثورة المعلومات والانترنت. بالنسبة للغة الفرنسية توجد عديد الاستعمالات إذ يطلق على المدونة (Carnet Web)، أي مفكرة الويب أو (Journal Web) أي صحيفة الويب، كما يطلق عليها أيضاً مصطلح (Blogger). وتتألف كلمة البلوغرز (Bloggers) الإنجليزية الأصل من جزأين، الأول يمثل

(1) زكي حسين الوردني: صحافة المدونات الإلكترونية على الانترنت، الباحث الإعلامي، العدد 3، العراق، جوان 2008، ص11.

(2) جمال الزرن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، تونس، صيف 2007، ص163.

الحرف (B) وهو اختصار لكلمة (بيوغرافي، Biography)، التي تعني سيرة، أما الثاني فهو مصطلح (لوغ، Log)، وتفيد دلالاته سجلاً أو جدولاً أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل، وفي صيغة الجمع بالإنجليزية، تصبح (Bloggers، بلوغرز)، ويوجد من يعتبرها مدونة كونية (Blogsphere) أي تجمع بين الذاتية والكونية.

ويعتقد بعض الأخصائيين أنّ التدوين انطلق مع تأسيس (Justin Hall) سنة 1994 لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، وإن كانت التسمية (WebLog) لم تظهر إلا سنة 1997⁽¹⁾.

كما يمكن اعتبار سنة 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين وبدأ التدوين الإلكتروني تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها على التأثير.

أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجاراً كبيراً ابتداءً من سنة 2005.

3-1 التعريف الدلالي للمدونة:

هي شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية الجماعية منها والفردية.

كما تكون عادة التدوينات بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة والتي تكون غالباً من صنع المدون نفسه. على المستوى التقني تعتبر المدونات مواقع على شبكة الأنترنت تتميز بسهولة إعدادها وصيانتها، كما توجد قوالب جاهزة لإطلاق المدونة يقدمها موفرو خدمة التدوين. تطورت مواضيع المدونات وفرضت نفسها كنمط جديد من الصحافة والنشر الإلكتروني، ولعلّ قوتها الأساسية تبدو في أنّها تمثل صوت "رجل الشارع" دون أي تلوينات إيديولوجية أو رقابة مؤسسية. وتعتبر التدوينات الإلكترونية وسيطاً مفتوحاً لنشر آراء مختلف الاتجاهات، كما أنّها بأنيتها وسرعة مقربتها للأحداث تكاد تسحب البساط من تحت الصحافة التقليدية، خاصة في

(1) نفس المرجع السابق، ص 164.

الدول التي يكون فيها هامش حرية التعبير متواضعًا، وذلك بسبب الاحتكار شبه الكلي للإعلام من طرف السلطة⁽¹⁾.

4-1 مفهوم الاستخدام:

يطرح التأثير مشاكل في ميدان بحوث الإعلام نظرا لصعوبة قياس طبيعته ودرجته وتحديد مصدره بالضبط فالتأثير الذي يفهم على العموم، كتنغير يحدث على مستوى السلوكيات والمواقف والعادات والأفكار والآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام، أما مصطلح الأثر الذي استعمله البروفيسور السعيد بومعيزة في رسالة الدكتوراه فيعرفه كالآتي:

هي تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئًا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي⁽²⁾.

يشير مفهوم الاستخدام حسب (proulx) إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية.

إن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فزيائياً (مادياً) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا، وعلى صعيد آخر، فإنّ الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر وفي صيغة عادات اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يوميات المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خصوصية وتميز "جوزيان جوى، josiane jõe" بين مفهوم الاستخدام والممارسة. حيث ترى أن مفهوم الاستخدام مفهوم ضيق، يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منظم للتقنية، في

(1) جمال الزرن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، تونس، صيف 2007، ص166.

(2) السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام والسلوكيات لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال- جامعة الجزائر، غير منشورة، 2006، ص176.

حين أنّ الممارسة هي أكثر صياغة، ولا تغطي استعمال التقنيات فقط بل تغطي أيضا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم وتمثلاتهم التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأداة⁽¹⁾.

ومن أشهر هذه المواقع، موقع ماي سبايس (my space) الذي أسسه كل من "Brad Greenspan" و"Chris DeWolfe"، "Josh Berman"، "Tom Anderson" سنة 2003م، وفي 2005م قامت مؤسسة روبرت ميردوخ (News Corporation) بشراء الموقع بمبلغ 580 مليون دولار. وقد صُنّف الموقع في المرتبة السابعة عالميا سنة 2008م، كما احتل المرتبة الأولى من بين عشر مواقع في العالم عام 2007م. واشتهر كذلك موقع موقع "فايسبوك، Facebook". وقد اشتهرت كذلك مواقع أخرى مثل "تويتر"، و"لينكد إن"⁽²⁾.

ارتبط ظهور التدوين الإلكتروني بظهور مواقع التواصل الاجتماعي وظهور الجيل الثاني من الويب "web 2.0" الذي أحدث بحق ثورة عالم الأنترنت وشكل ما أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي، حيث بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات ووصل عددها إلى 37 موقعا بنهاية عام 2006، مثل "classmates.com" عام 1995⁽³⁾ التي أسسها "رانوي كوندردز" واتسمت بطابع تعليمي من الحضانة إلى الجامعة⁽⁴⁾.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين العام 1999 و2001م وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2000م.⁽⁵⁾

(1) نفس المرجع السابق، ص176.

(2) ابراهيم بعزیز: دور "صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث دراسة حالة قناة الجزيرة"، 2012م، ساعة الاطلاع 19:40، يوم الاطلاع، 2018/02/24 ((http://brahimsearch.unblog.fr)) ص8.

(3) حمزة السيد خليل حمزة: استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والاشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، مصر، 2012، ص131.

(4) علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص58.

(5) حمزة السيد خليل حمزة خليل: مرجع سبق ذكره، ص133.

خاصة وأنّ هذه المرحلة كانت تتسم بتنافس من قبل التوأّم الرقبي الآخر وهو المدونات التي من خلال جهود كل من "تيم بيرنرز لي" و"جون برغر" في تخصيص هذا الموقع بألية التدوين والنصوص الفائقة⁽¹⁾.

فمع بداية 2005م ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من غوغل وهو موقع my space الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ في الانتشار الموازي معه⁽²⁾.

2 - دراسة التمثلات من حقلها الاجتماعي إلى الإعلامي

1-2 مفهوم التمثلات:

في معرض الحديث عن التمثلات والاستخدامات، يندرج مفهوم التمثلات في إطار التصورات المقابلة فيما يتصل المفهوم الثاني بالممارسات المابعدية في الواقع، والتي تتم دراسته دراسة ميدانية. ففي مجال التكنولوجيات وتأثيراتها مثلا هيمنت التمثلات والتصورات في مرحلة أولى نظراً لغياب تراكم معرفي ميداني حول الاستخدامات الحقيقية لهذه التقنيات، وبالرغم من ذلك فإنّ الجدل حول التمثلات يبقى ضرورياً لأنه هو الذي يطرح الإشكالات الكبرى ويعيد صياغتها على ضوء التطورات التقنية وعلى ضوء تضارب الخطابات والحجج والتصورات⁽³⁾.

لغة:

"التمثّل" في اللّغة هو التّشبيه بصورة أو بكتابة أو بغيرهما. فيقال "مثّل تمثيلاً" الشّيء لفلان، بمعنى صوّره له بالكتابة ونحوها حتّى كأنّه ينظر إليه، ومثّل تمثيلاً وتمثالاً الشّيء بالشّيء أي شابهه وجعله مثله. و"تمثّل" الشّيء له بمعنى تصوّر له⁽⁴⁾.

ويرتبط مفهوم التمثلات الاجتماعية حسب "سارج موسكو فيسي، Serge Moscovici"

(1) فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص146.

(2) حمزة السيد حمزة خليل: مرجع سبق ذكره، ص134.

(3) شوقي العلوي: رهانات الأنترنت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2006، ص26.

(4) لويس معلوف: المنجد الأبجدي، دار المشرق، الطبعة الثامنة، بيروت، 1986، ص903.

على المجال التفاعلي بين الفردي والاجتماعي، وهي كأول مقارنة في علم النفس الاجتماعي وجّهت العديد من الأعمال وفتحت المجال على طرق ونظريات جديدة، مثل نظرية المبادئ الأساسية "لدونيس جودلي، Denis Jodelet" ونظرية النواة المركزية لجون "كلود أبريك، Jean Claude Abric". فمفهوم التمثيلات الاجتماعية يلقي اهتمامًا معرفيًا متناميًا في العديد من جامعات العالم، وفي تخصصات متعددة بغض النظر عن نوعية المقاربات المستخدمة في البحوث⁽¹⁾.

كما يُعتبر "إيميل دوركايم، E. Durkheim" من أشهر الباحثين الذين اهتموا بعمق بهذا المفهوم، وذلك في حدود سنة 1898م، عندما حاول أن يجعل من التمثيلات الاجتماعية موضوعا لعلم النفس الاجتماعي في دراسته حول الديانات والأساطير، محاولا فهم مدى تأثير الإنتاج الفكري والثقافي للجماعات على الواقع الاجتماعي،⁽²⁾.

و يرى "نصر الدين العياضي" بأنه ينطلق أغلب البنائين من المسلمة التي تنصّ على أنّ كل شيء هو "تمثّل"، وكل تمثّل هو بناء، ويرون أنّ الطّابع البنائي للواقع والعالم هو الشّروط الأساسي للمعرفة، ويؤكدون في ذلك أنّ العرق⁽³⁾.

2-2 من الإعلام البديل إلى مقاربات الاحتواء الاعلامي " صحافة مواقع التعليق"

يعتبر موضوع الإعلام البديل موضوعًا فكريًا في سياق نظريات الاتصال.

ففي مرحلة الإعلام المطبوع، كانت استجابة الجمهور، أو ردود أفعالهم، لا تتسم بالتزامن، لأنهم يتلقون الرّسالة الإعلامية في أوقات مختلفة، على الأقلّ يمتد النطاق الزمني لتلك الاستجابات إلى نحو 24 ساعة هي مرحلة صدور الصحيفة اليومية، الوسيلة الإعلامية الأسرع في تلك المرحلة. في حالات أخرى، يلعب الإعلام دورًا كبيرًا في

(1) حلومة شريف: تمثيلات اجتماعية وسياقات ثقافية، إنسانيات المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، منشورات جامعة وهران، أبريل سبتمبر 2015.

(2) محمد مسلم: مقدمة في علم النفس الاجتماعي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007، ص 83.

(3) نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 15، السداسي الأول 2013، الجزائر، ص 73.

إشباع حاجات موجودة بالفعل لدى الجمهور، لكنه ليس إشباعًا حقيقيًا بل متوهّمًا، ويمكن تسميته بـ "الإشباع البديل".

بتخصص بعض الصحفيين والمذيعين والمقالات والبرامج، في توجيه انتقادات حادة، وأحيانًا يفتح المجال قليلا لبعض المعارضين للتعبير عن غضبهم، وعندما يتابع الجمهور ذلك تتراجع حدة غضبه تلقائيًا دون الكتلة الحرجة. بذلك يكون على وسائل الإعلام أن تتحرك بحذر داخل الأطر المرجعية لكل فئة جماهيرية، وهذه ورطة كبرى، لأنّ أغلب وسائل الإعلام تحمل بالأساس رؤية تغييرية تجاه المجتمع سعيًا لتحقيق مصالح من يملكون تلك الوسائل أو يتحكمون فيها.

طورت وسائل الإعلام أساليب متنوعة للالتفاف على المعايير الثقافية والاجتماعية بما يكفل لها تنفيذ رؤيتها التغييرية دون أن توقع التلقين في أزمة التناقض، ومن هذه الأساليب⁽¹⁾.

ومن أجل فهم أعمق لهذه الظاهرة فإنّ العديد من المهتمين بالاتصال يعتقد أن الإعلام البديل موضوعا يؤطر ضمن الارتدادات الفكرية لـ "إيديولوجيا الاتصال وآلياتها" كما يؤكد على ذلك كل من "فيليب بروتون"، و"ميشال ماتلار" بل أنّه يبدو في تعارض تام مع ما تبشر به هذه الإيديولوجيا. وبعيدًا عن النظرة القيمية إزاء هذا الصنف من الإعلام حر يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية والاعتراف بها بحثيا وتأطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية، ويعتبر الإعلام البديل انعكاسًا مضادًا للإعلام السائد⁽²⁾. علينا أن لا نتجاهل أنّ المدونات تعتمد في غالبيتها على المعلومة والخبر المؤسس القادم من وسائل الإعلام التقليدية والذي قامت بغربلته لتعيد المدونات صياغته لنشره والتعليق عليه لإبداء الرأي. إنّ وجود صيرورة جديدة في ممارسة مهنة الصحافة قائمة على قاعدة قلب النموذج التقليدي "غربل ثم إنشر"، أي ترتيب الأخبار والقيام بعملية الانتقاء والفصل بين "الرأي والخبر" والاعتماد على نموذج جديد اسمه "أنشر ثم غربل" وهو الشعار الذي تمارسه وترفعه المدونات وصحافة المواطن.

(1) أحمد فهمي: هندسة الجمهور كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات، الطبعة الأولى، مركز البيانات للبحوث والدراسات، الرياض، 2015، ص 137.

(2) جمال الرزن: صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، تونس، 2009.

وهنا يبرز دور صحافة المواطن في تفعيل دور النقد الذاتي داخل مهنة الصحافة وتوسيعه وهو أمر لا يستهان به وذلك حتى يوفر الصحفي المواطن لتهجه نوعاً من المشروعات والاعتراف داخل الجسم الصحفي التقليدي الذي يعتبر أنّ الصحفي هو إنسان فوق الخطأ والنقد والعقاب⁽¹⁾.

تعد المدونات أدوات مهمة في تشكيل مجتمع معلومات قائم على الديمقراطية، ومن مواطن قوة المدونات وضعفها في الوقت نفسه هو عدم وجود رقابة عليها، وعدم وجود وسيط بين المدونين والجمهور، وعدم خضوع المدونات للتحكم، مما يطرح تحفظات سياسية وأخلاقية حول مضمونها. وتبدو المدونات وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية، لقد أصبحت المدونة أشبه ما تكون بصفحة الرأي المتجددة، حتى غدت فكرة المدونات أقرب إلى كونها فرصة للتعبير عن الرأي، ففي المدونات يتكلم الناس بحرية ويتناولون موضوعات مهمة، وكلّما اتسعت الدائرة زاد التأثير.

وتلعب المدونات أيضاً دوراً كبيراً في كسر الحاجز النفسي وحاجز الخوف لدى المواطنين من التعبير عن الرأي، مع إمكانية التخفي عبر الأنترنت من خلال الظهور باسم مستعار. وتحقق المدونات أيضاً لامركزية العمل السياسي، ومفهوم العالمية والتواصل والتفاعل الإنساني من خلال إلغاء حواجز الزمن، وتخطي حدود المكان، إضافة إلى إلغاء اللوائح والقوانين، إذ لم يعد هناك ضوابط ولا متحكم فيها يكتبه الإنسان سوى ضميره وأخلاقه وأمانته.

إنّ عالم المدونات يقدم هذا المستوى الرفيع من التعبير التلقائي الذي ينقل تفاصيل الحياة اليومية، بقدر هائل من الشفافية والنقاء، تتقاطع فيه الهموم الشخصية⁽²⁾. إنّ الملفت للانتباه في السنوات الأخيرة الماضية بروز ظاهرة استخدام أجهزة الموبايل في تصوير أحداث مهمة منعت أغلب وسائل الإعلام من تغطية ما يجري إلا أنّ عدة أحداث مهمة منعت أغلب وسائل الإعلام من تغطية ما يجري وعدداً من المواطنين استطاعوا وعبر

(1) جمال الرزن: صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-

52، تونس، 2009.

(2) شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، الطبعة الأولى، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص29.

هواتفهم الجواله من تصوير ما حدث، وتم إرساله إلى شبكات الأخبار هذا ما أصبح يطلق عليه بظاهرة الصحفي المواطن. إننا اليوم أمام عالم فيه كم كبير ومتنوع من مصادر الأخبار تعجز أية جهة كانت دولة أو مؤسسة كبيرها وصغيرها أن تحجب جانب الحقيقة كاملة أو جزءا مهما منها من أن يصل إلى العالم فالتكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة من الهواتف النقالة والكاميرات الرقمية الصغيرة والانترنت وغيرها. فقد أسقطوا جميع الحواجز في إيصال ما هو مهم من أحداث إلى المتلقين في جميع أنحاء العالم، إنه عالم كبير جغرافيا إلا أنه أصبح صغيرا أمام تقدم تكنولوجيا الاتصال⁽¹⁾.

يرى الباحث ألفن توفلر: أنّ البنية الأساسية الإلكترونية سوف تتميز بست سمات تمثل مفاتيح المستقبل وهي:

- 1- التفاعلية، interactivity
- 2- قابلية التحرك أو الحركة، mobility
- 3- قابلية التحويل، convertibility
- 4- التوصيلية، connectivity
- 5- الشيعو والانتشار، Popularity and spread
- 6- التدويل، globalization⁽²⁾

إنّ هذه العلاقة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي أي على القراءة والتأويل (عبر المشاهدة والاستماع والقراءة) بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من العمليات (النسخ والطباعة وإرسال المقال لصديق وإعادة نشره على الشبكات الاجتماعية والتعليق عليه وتصنيفه والنصح به لجمهور المواقع...) إنّ الاستخدام بهذا المعنى يختلف عن التلقي⁽³⁾.

(1) عبد الرزاق محمد الدليعي: التحرير الصحفي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012، ص64.

(2) بشير العلاق: نظريات الاتصال، مدخل متكامل، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص60.

(3) الصادق الحمادي: تجديد الإعلام، مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، نشر في المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، الصادرة عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، نوفمبر 2009، ص3، متاح على موقع: البوابة العربية لعلوم الإعلام

لقد تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مسار يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة نذكرها فيما يلي:

• **المرحلة الأولى:** ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيون هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما جاهزين تماما للدفع بالأخبار في التوالى والحظة.

• **المرحلة الثانية:** جهة الاتصال، وفيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس، فمثلا وجد صحفيون وغير صحفيين، أيضًا يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية، أو أحزاب أو هواة أو مدونين، مما يتطلبها جميعا من وسائل الإعلام أن يتوافر لديها نوع من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل.

• **المرحلة الثالثة:** وسيلة الاتصال، نسخة ورقية مطبوعة لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أو قناة معلومات صحفية تبيعها المحتوى بمقابل مادي، وكل الأموال نحن أمام وسائل متنوعة مثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنوع مصادر الدخل.

• **المرحلة الرابعة:** الجمهور المتلقي، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تبيء الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية على جمهور يتفاعل بإيجابية.

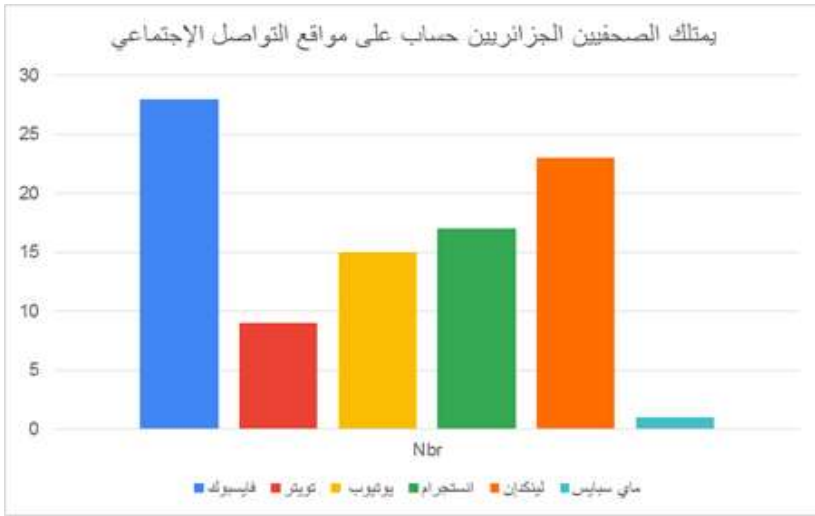
أيضا تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية، من جمهور يقرأ فقط إلى جمهور يقرأ، يسمع، يرى، يبحث ويتفاعل، بل مشاركا من خلال

ما يبديه من تعليقات وآراء، ويمارس عليها أيضًا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الآخر، بل وأحيانًا يصبح صانعًا للأخبار⁽¹⁾.

3 التمثلات السوسيو-إعلامية للمدونات والتدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين:

قمنا بتوزيع استمارة إلكترونية على عدد من الصحفيين الجزائريين في التلفزيون الجزائري، وقناة النهار بطريقة عشوائية فتحصلنا على النتائج التالية:

1-3 تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي:



نلاحظ من خلال النتائج التالية أنّ نسبة 90.3% أغلبية المبحوثين يمتلكون أكثر من حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، أما المرتبة الثانية فقد احتلها لينكدان بنسبة 80.6% ثم الأنستغرام بنسبة 51.6% يوتيوب بنسبة 48.4% والتويتر بنسبة 32.3%.

إلا أنّ الفيسبوك احتل المرتبة الأولى من حيث الامتلاك ويعتبر من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. والاستمتاع بمشاركة الصور ومقاطع

(1) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: نفس المرجع السابق، ص 26.

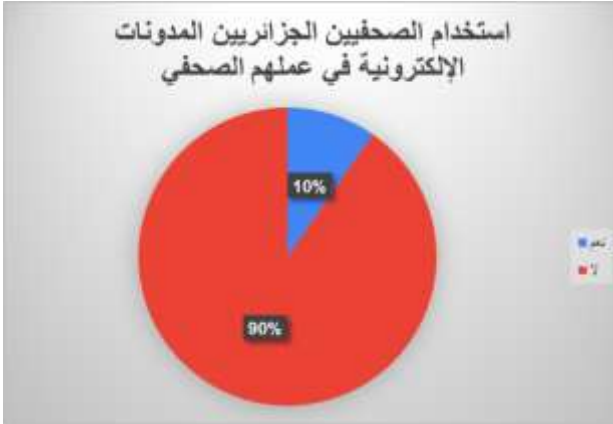
الفيديو. أما لينكد ان هو موقع يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، ستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية.

أما الأنستغرام خدمة شبكة اجتماعية أمريكية ولمشاركة الصور والفيديوهات.

أما اليوتيوب هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك مع أصدقائك وأفراد عائلتك والعالم بأسره.

تويتر موقع من مواقع التواصل اجتماعي يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو/وإعجاب المغردين الآخرين، بحد أقصى يبلغ 280 حرفاً للرسالة الواحدة.

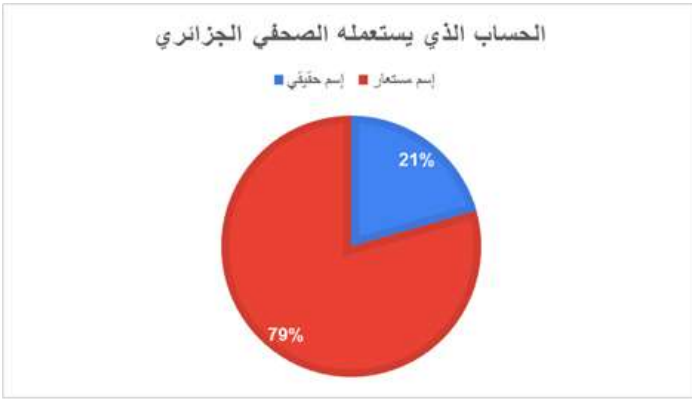
2-3 استخدام الصحفيين الجزائريين للمدونات الإلكترونية في عملهم الصحفي:



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه بأنّ 90% من المبحوثين أجابوا بنعم، أما 10% من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يستخدمون المدونات الإلكترونية في عملهم الصحفي. فقد بدأ تأثير المدونات منذ العام 2005 وازداد مع بدء الحراك السياسي، وبداية ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والإصلاح، قبل انطلاق ما يُعرف بالثورات العربية. واستطاعوا المدونون تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية كانت أقل ما يقال عنها (طابوهات). فالمدونات الإلكترونية فتحت المجال للتعبير الحر عن الرأي دون أية قيود ولا جهد ولا مال.

إنّ المدونات الالكترونية تمكن الصحفيين من نشر ما يريدون على الأنترنت، بعيداً عن التوجه السياسي للمؤسسة التي يكون الصحفي ضمنها وبالتالي توفير فرص كبيرة أمام من يبحث عن الخبر الصحفي أو الرأي الحر. باعتباره وسيلة للتعبير عن الرأي. ومن جانب آخر، يُنظر إلى المدونات بوصفها أحد أساليب المشابكة الاجتماعية التي يمكن أن تدفع أصحابها التماشي مع إدارة المحتوى لأجل تلبية احتياجاتهم الخاصة بتطوير مجتمع افتراضي.

3-3 امتلاك الصحفيين الجزائريين حسابًا باسم مستعار أم باسم حقيقي:



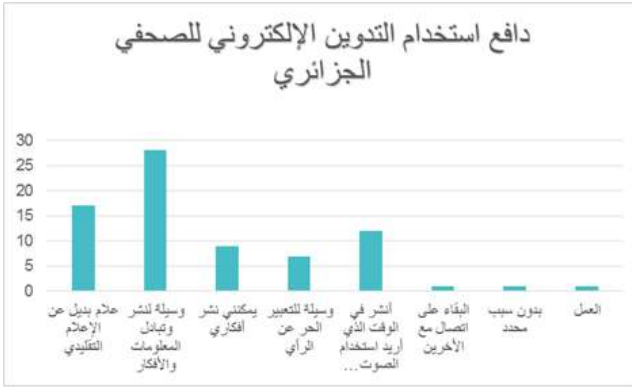
من خلال النتائج الميينة في الرسم البياني أعلاه أنّ 79% من المبحوثين يملكون حسابا باسم مستعار، عبر منصات التواصل الاجتماعي، يستخدم أغلبية المستخدمين شبكات وبرامج ومواقع التواصل الاجتماعي أسماء مستعارة يخفون وراءها أسماءهم وشخصياتهم الحقيقية. يستخدم الكثير من مستخدمي شبكات وبرامج ومواقع التواصل الاجتماعي أسماء مستعارة يخفون وراءها أسماءهم وشخصياتهم الحقيقية. لبعض هؤلاء مبرراتهم الواقعية في حين يخفي آخرون أنفسهم دون أي أسباب فيما يخفي البعض اسمه وشخصيته الحقيقية من أجل الظهور بشخصية أخرى يريد الظهور بها تكون أكثر جاذبية.

ربما من أجل إخفاء هوياتهم الحقيقية للهروب من الضغوطات التي تمارسها عليهم المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها، وتخوفهم من عواقب التعبير عن الرأي. للهروب من هذا الضغط والخوف من المؤسسة التي يعمل بها. والتخفي وراء الأسماء المستعارة دوافع متباينة، تصنف إلى دوافع مبررة ومنها الخوف من الظهور العلني أمام

المجتمع أو المؤسسة أو هروب من الملاحقة هذه المظاهر أكثر انتشاراً في المجتمعات التي تتسم بضيق الحرية الاجتماعية للفرد. لذلك يلجأ إلى التواصل عبر مختلف المواقع الإلكترونية باسم مستعار لإيجاد الحرية المطلقة التي يمنحها هذا الاسم الوهبي لصاحبه فيدلي بأرائه الجريئة وينشر نصوصه كما يشاء من دون خوف.

ومن خلال إجابة بعض المبحوثين " لاختياره لاسم مستعار السبب يرجع إلى: أنّ الاسم المستعار أفضل بكثير من الاسم الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الصحفي الذي يعمل في مؤسسة حتى لا يتعرض إلى مشاكل وضغوطات وفي نفس الوقت يمكن له أن يعبر عن كل ما يجول بنفسه بدون أي قلق وبالاسم هذا حتى إذا اردت تقديم نصيحة ستسمع منك باسمك المستعار لا الحقيقي لأنّ الكثير لا يتقبل منا ذلك، أو التصريح برأيك الخاص حول موضوع من للمواضيع، فالاسم المستعار له فوائد عديدة من نواحي متعددة لذلك أفضله عن استخدام الاسم الحقيقي..."

4-3 دافع استخدام الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني:



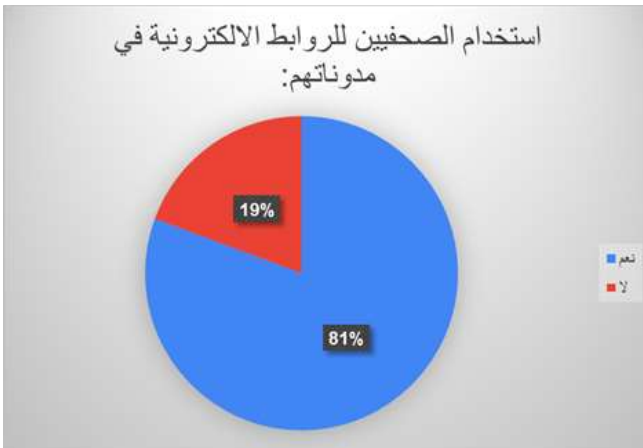
نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن نسبة 90.3% من المبحوثين يقولون أنّ دافعهم لاستخدام التدوين الإلكتروني هو أنه وسيلة لنشر وتبادل المعلومات والأفكار، تليها نسبة 54.8% إعلام بديل عن الإعلام التقليدي. ثم نسبة 38.7% بأنه ينشر في الوقت الذي تليها بأنه وسيلة للتعبير عن الرأي بنسبة 22.6% فهو وسيلة لنشر وتبادل المعلومات والأفكار بأقل تكلفة وأقل جهد، دون مراعاة التوجهات الأيديولوجية التي تفرضها المؤسسة الإعلامية على الصحفيين التابعين لها، فلا يتمكن الصحفي من نشر

أفكاره، إبداء رأيه التكلّم بموضوعية في قضية من القضايا.

فعدم وجود حرية الرأي والتعبير تجعل الصحفيين الجزائريين يستخدمون التدوين الإلكتروني خوفاً من المؤسسة التي يعمل بها هؤلاء الصحفيين، لا يوجد شخص يتكلم بصراحة إلا وعرض للعقوبة أو الطرد.

إنّ التدوين مواقع التواصل الاجتماعي أثّر في صناعة الخبر، فقد تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى أحد أهم مصادر المعلومات الأولية لوسائل الإعلام، باعتبار أنّ العديد من المؤسسات الإعلامية والصحفيين يتابعون هذه المواقع وما يُنشر فيها من معلومات وأفكار.

5-3 استخدام الصحفيين للروابط الإلكترونية في مدوناتهم:

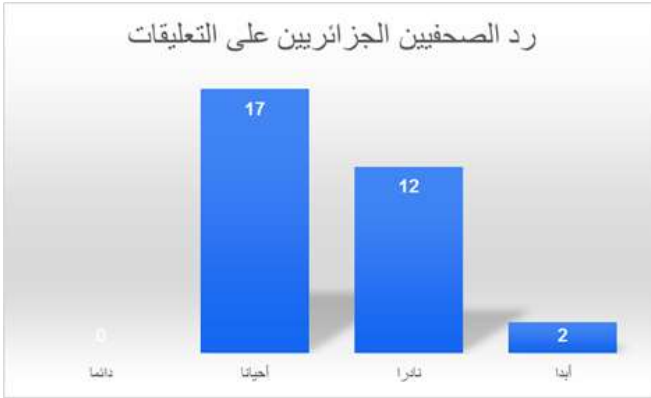


يستخدم الصحفيين الجزائريين للروابط الإلكترونية في مدوناتهم بنسبة 81% بنعم، أما نسبة 19% من الصحفيين الجزائريين لا يستخدمون الروابط الإلكترونية في مدوناتهم. تستخدم أكبر نسبة الروابط في مدوناتهم لأنّ الروابط سهلة الاستحداث في المدونة وتدعم المدونة والمدون بخدماها، بالربط المباشر إلى المنصة الإلكترونية أو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي أو خدمة البيانات...إلخ. بهدف إتاحة المعلومات بأكبر قدر ممكن، يسمح الربط المباشر بكافة الصفحات التي تمت استضافتها على هذا الموقع الإلكتروني يسمح بتحميل أيّة صفحة داخل أطر منفصلة على موقع إلكتروني آخر.

ولو سهلت الروابط الإلكترونية للوصول إلى مصادر جمع المعلومات، وتزويد

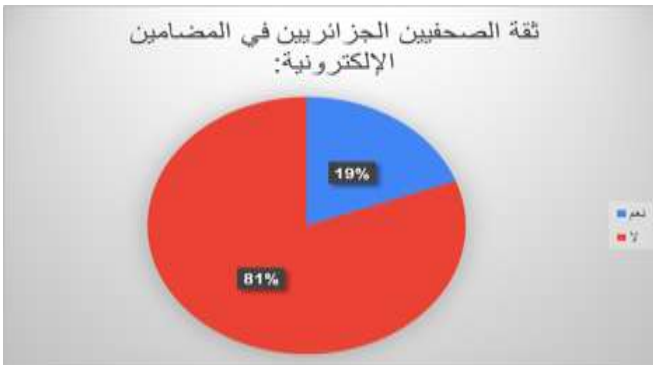
الصحفي بها، إلا أن الأمر يستدعي دراسة كمية المعلومات التي يستقطبها من المجتمع الافتراضي الجديد، وإعادة التفكير في فلسفة الإعلام وممارساته المهنية، وأخلاقياته.

6-3 رد الصحفيين الجزائريين على التعليقات:



أجاب 54.8% من الصحفيين بأنهم أحيانا ما يردون على التعليقات، أما 38.7% من عينة الدراسة أجابوا بأنهم نادرا ما يردون على التعليقات، أما 6.5% لا يردون على التعليقات. التعليق على فكرة أو رأي، أو موقف أو حادثة أو موضوع، فالتعليق هو الرد على فكرة الآخر بتأييدها أو بمعارضتها، مع تدعيم ذلك بالحجج والبراهين والأدلة المناسبة. توفر كل منصة من منصات التواصل الاجتماعي أدوات مختلفة، تتيح لك التعليق على المواد التي تنشرها أو تشاهدها. إلا أنّ الصحفيين الجزائريين يردون على التعليقات بحسب الظروف وحسب أهمية التعليق.

7-3 ثقة الصحفيين الجزائريين في المضامين الإلكترونية:



من خلال الرسم البياني أعلاه نلاحظ أنّ 81% من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يثقون في المضامين الإعلامية الإلكترونية. فقط 19% منهم من يثق بتلك المضامين.

فمتابعة المضامين الإلكترونية يجعلهم يستفيدون منها خاصة في مجال عملهم كصحفيين، بحيث تعتبر مورد مهم للمعلومات. خاصة أنّ المدوّنة موقع إلكتروني يجمع عدد من التدوينات وهي بمثابة مفكرة أو ساحة طرح آراء شخصية

هذه الآلية للنشر على الويب تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة. إلا أنّ الصحفيين هم من أكبر المستفيدين من التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال، من خلق جيل جديد من الصحفيين ينقلون الأخبار لحظة بلحظة، تمامًا كما فرضت المواقع الإعلامية نوعًا من الكتابة المختصرة والسريعة، الشيء الذي أثر في العمق التحليلي للمضامين الإعلامية. ومع تطور المدونات خلال السنوات الأخيرة، وزيادة عدد المنشورات الإلكترونية التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ، حيث تحوّلت إلى مُنتج إعلامي لرؤية بعض المدوّنين الذين يبحثون عن فضاء افتراضي يُعبّرون فيه عن توجهاتهم.

خاتمة:

ما يمكن القول في خلاصة هذا البحث للتمثلات السوسيو-إعلامية للتدوين الإلكتروني والمدونات وتطبيقه لدى الصحفيين الجزائريين باعتبار أنهم من أهم الشرائح استخدم للمستحدثات التكنولوجية وغيرها من الاعتبارات. فمن خلال الدراسة الميدانية توصلنا إلى عدة نتائج يكمن تلخيصها فيما يلي هو أنّ الصحفيون الجزائريون يستخدمون التدوين بدافع صناعة الأخبار، والوصول إلى المعلومة في وقتها بأقل تكلفة وجهد، وأكثر مصداقية. كما دافع الصحفيون الجزائريون من خلال التدوين الإلكتروني لتغطية الأخبار، وتحليل قضايا إعلامية للتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية بحرية.

ويدون الصحفي الجزائري لتغيير المواقف اتجاه أحداث مختلفة، وللتأثير في المواقف. فالتدوين الإلكتروني مكن الصحفي من نشر ما يريد على الأنترنت بعيدًا عن الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية، فكتاباتهم تختلف عن الكتابة في المؤسسة العاملين بها. واقترن كذلك التدوين الإلكتروني بحرية التعبير، الكثير من الصحفيين يستخدمون المدونات كتقنية جديدة في الإعلام، فغالبيتهم يتجهون لمواقع التواصل الاجتماعي التي يجدها أكثر تفاعلية مع المتابعين، بالمشاركات والزّد على التعاليق، فهذا

يطور علاقة الصحفي بجمهوره من خلال تبادل الآراء حول مختلف القضايا. يخلق تفاعل بين الصحفي والطرف الآخر من النقاش.

أما قلة المدونات الإلكترونية المهنية لدى الصحفيين الجزائريين مقارنة بعدد مستخدمي الانترنت فهي أداة تربط بين الصحفي والمواطن، فكما تبين من خلال هذه الدراسة أنّ الصحفيين يتجهون للتدوين الإلكتروني قد تكون مستقبلا أداة لزيادة التدوين مستقبلا.

فالمؤسسات الإعلامية تحاول أن تتلاءم مع الوضع الجديد وتتلاءم مع المنافسة الإعلامية وتتلاءم مع عادات استهلاك وسائل الإعلام الجديدة من خلال استخدام أحدث التقنيات التكنولوجية ومشاركة الشخص العادي في صناعة محتوى الوسيلة الإعلامية من خلال إرسال فيديوهات صور.

فالتدوين الإلكتروني في بعده السوسيو إعلامي هو الأمر الذي وفر للصحفيين فرصة الحصول على الأخبار العاجلة والآنية، ومنحهم امكانية نقل وقائع الأحداث التي تحصل في الأماكن التي لا يتواجدون فيها أو يصعب الوصول إليها. فاستخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر من طرف الصحفيين لا يخطط له وأن أكثر أسباب استخدامهم لها هو البحث عن الأخبار بدون الاعتماد على الوسائل التقليدية في جمع الأخبار.

المراجع

- 1- السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام والسلوكيات لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال- جامعة الجزائر، غير منشورة، 2006.
- 2- ابراهيم بعزیز: دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث دراسة حالة قناة الجزيرة، 2012م، ساعة الاطلاع 19:40، 2018/02/24 ((http://brahimsearch.unblog.fr)).
- 3- أحمد فهبي: هندسة الجمهور كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات، الطبعة الأولى، مركز البيانات للبحوث والدراسات، الرياض، 2015.
- 4- الصادق الحمامي: تجديد الإعلام، مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، الصادرة عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، نوفمبر

- 2009، متاح على موقع: البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال
www.arabmedistudies.net، اطلع عليه : يوم 20/05/2018.
- 5- بشير العلاق: نظريات الاتصال، مدخل متكامل، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 6- جمال الرزن: صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، تونس، 2009.
- 7- جمال الرزن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، تونس، صيف 2007.
- 8- حلومة شريف: تمثلات اجتماعية وسياقات ثقافية، إنسانيات المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، منشورات جامعة وهران، أبريل سبتمبر 2015.
- 9- حمزة السيد خليل حمزة: استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، مصر، 2012.
- 10- شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، الطبعة الأولى، دار العالم العربي، القاهرة، 2011.
- 11- شوقي العلوي: رهانات الأنترنت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2006.
- 12- عقيق حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة دبولي، مصر، 1999.
- 13- عبد الرزاق محمد الدليبي: التحرير الصحفي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012.
- 14- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 15- فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 16- لويس معلوف: المنجد الأبجدي، دار المشرق، الطبعة الثامنة، بيروت، 1986.
- 17- محمد الحسن الإحسان: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار الطليعة للطبع والنشر، لبنان، 1982.

- 18- محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، عالم الكتب، مصر، 1993.
- 19- محمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2003.
- 20- محمد مسلم: مقدمة في علم النفس الاجتماعي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2007.
- 21- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 22- نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 15، السداسي الأول 2013، الجزائر.
- 23- زكي حسين الوردى: صحافة المدونات الإلكترونية على الأنترنت، الباحث الإعلامي، العدد الثالث، العراق، جوان 2008.