

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة منتوري - قسنطينة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
رقم التسجيل / .....  
الرقم التسلسلي / .....

# التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات

-دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال  
تخصص صحافة (مكتوبة وسمعية بصرية)

إشراف الأستاذ:  
أ.د/ فضيل دليو

إعداد الطالبة:  
ز عيم نجود

## أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة منتوري - قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د حسين خريف
مشرفا ومقررا	جامعة منتوري - قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. فضيل دليو
عضوا	جامعة منتوري - قسنطينة	أستاذ محاضر	د. الطاهر أجعيم
عضوا	جامعة منتوري - قسنطينة	أستاذ محاضر	د. صالح بن نوار

تاريخ المناقشة: 2012/01/29

السنة الجامعية 2011 - 2012

# رِعاى

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا، ولا باليأس إذا

فشلنا

وذكرنا دائماً أن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح

اللهم إذا أعطيتنا نجاحاً، فلا تأخذ تواضعنا

وإذا أعطيتنا تواضعاً، فلا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا.

يا رب إذا أسأنا للناس فامنحنا شجاعة الاعتذار

وإذا أساء الناس إلينا فامنحنا شجاعة العفو

أمين يا رب العالمين

# شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه أجمعين.. أما بعد:  
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من اصطنع إليكم معروفا فجازوه فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له، حتى تعلموا أنكم قد شكرتم، فإن الشاكر يحب الشاكرين". رواه الطبراني .

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل للأستاذ الفاضل "فضيل دليو" على توجيهاته الدقيقة وإرشاداته القيّمة، وأتمنى له المداومة في خدمة البحث العلمي.  
كما أتوجّه بالشكر الجزيل إلى أسرة قسم الإعلام والاتصال بقسنطينة خاصة الأستاذ الكريم **ادريس بولكعيبات** والأستاذة **حسين خريف**، **صالح بنوار**، **طاهر جغيم**، الأستاذة **ماشطي** والأستاذة **بوزانة**.  
ولا يفوتني أن أشكر كثيرا المدونين الجزائريين على دعمهم وتعاونهم وأخصّ بالذكر "إيمان بخوش" و"هلال طرابلسي"  
وأتوجه بشكري الخالص إلى كل من قدّم لي يد المساعدة لإتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - ب	مقدمة.....
	<b>الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة:</b>
04	1.1 إشكالية الدراسة.....
05	2.1 فرضيات الدراسة.....
05	3.1 أسباب اختيار الموضوع.....
06	4.1 أهداف الموضوع.....
06	5.1 أهمية الموضوع.....
06	6.1 تحديد مفاهيم الدراسة.....
11	7.1 الدراسات السابقة.....
26	8.1 الإطار النظري للدراسة.....
	<b>الفصل الثاني: التدوين الإلكتروني:</b>
41	1.2 المدونات الإلكترونية: الماهية والتقنية.....
41	1.1.2 تعريف المدونات الإلكترونية.....
44	2.1.2 المصطلحات المتعلقة بالمدونات.....
45	3.1.2 الفرق بين المدونات والمننديات والمواقع الإلكترونية.....
45	4.1.2 خصائص المدونات.....
47	5.1.2 أنواع المدونات.....
52	6.1.2 هيكلية المدونات وطرق بنائها وإدارتها.....
57	7.1.2 محركات البحث عن المدونات.....
59	2.2 دوافع، استخدامات وأخلاقيات التدوين.....
59	1.2.2 دوافع التدوين الإلكتروني.....
63	2.2.2 استخدامات التدوين الإلكتروني.....
75	3.2.2 الإشكاليات الأخلاقية للتدوين الإلكتروني.....
76	3.2 لمحة عامة عن التدوين الإلكتروني في العالم.....
76	1.3.2 نشأة وتطور التدوين الإلكتروني.....
82	2.3.2 نماذج عن التدوين الإلكتروني في العالم الغربي.....

87.....	3.3.2 التدوين الالكتروني العربي.....
95.....	4.3.2 التدوين الالكتروني في الجزائر.....
<b>الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية</b>	
102 .....	<b>1.3 الإجراءات المنهجية للدراسة.....</b>
102 .....	1.1.3 مجالات الدراسة.....
102 .....	2.1.3 مجتمع الدراسة والعينة المختارة.....
104 .....	3.1.3 منهج الدراسة.....
104 .....	4.1.3 أدوات جمع البيانات.....
107 .....	<b>2.3 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية .....</b>
107 .....	1.2.3 تحليل البيانات و تفسيرها.....
167 .....	2.2.3 نتائج الدراسة الميدانية.....
182 .....	<b>خاتمة .....</b>
185.....	<b>قائمة المراجع.....</b>

الملاحق

الملخص باللغة العربية

الملخص باللغة الفرنسية

الملخص باللغة الانجليزية

فهرس الأشكال والجداول

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
53	نموذج يوضح مكونات التدوينة	1
81	تزايد عدد المدونات من مارس 2003 إلى مارس 2007	2
الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
55	مقارنة بين أهم منصات التدوين العربية والأجنبية	1
83	أهم البرامج ومواقع استضافة المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية	2
107	الجنس	3
109	السن	4
110	المستوى التعليمي	5
111	المهنة	6
112	مكان الإقامة	7
113	مكان الاتصال بالانترنت	8
115	مدى سرعة الاتصال بالانترنت	9
116	تقييم مهارات استخدام الانترنت	10
116	تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الالكتروني	11
118	دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين	12
122	مدى تحقيق الهدف من التدوين الالكتروني	13
123	تأثيرات التدوين الالكتروني	14
126	بداية ممارسة التدوين	15
127	طريقة التعرف على المدونات	16
129	الانتظام في التدوين لدى المدونين الجزائريين	17
131	معدل الانتظام في التدوين	18
132	أسباب عدم الانتظام في التدوين	19
133	الوقت المستغرق في كتابة تدوينة	20
134	نية التدوين مستقبلا	21
135	عدد المدونات التي يمتلكها المدونون الجزائريون	22
136	المواضيع التي يتناولها المدونون الجزائريون	23
137	خدمة الاستضافة المعتمدة	24
139	تقييم خدمة الاستضافة المستعملة	25
140	المشاركة في مدونة جماعية	26

141	تقديم المدون لنفسه على مدونته	27
142	أسباب تقديم المدون لنفسه باسمه الكامل	28
143	أسباب تقديم المدون لنفسه باسمه الشخصي	29
144	أسباب تقديم المدون لنفسه باسم مستعار	30
144	الصورة التعريفية على المدونة	31
145	نشر الخصوصيات على المدونة	32
146	اللغات المستخدمة في التدوين	33
147	مصادر التدوين لدى المدونين الجزائريين	34
149	التدرب على التدوين	35
150	نوع التدريب المعتمد	36
150	الجمهور المستهدف من التدوين	37
152	متابعة إحصائيات المرور على المدونة من طرف الزوار	38
153	السماح بالتعليقات على المدونة	39
153	توظيف بعض الأدوات على المدونة	40
155	كيفية التواصل مع زوار المدونة	41
156	الطرق المستعملة لزيادة تعرض الزوار للمدونة	42
157	الاعتماد على المدونة كمصدر للمعلومات	43
158	الاطلاع على مدونات الآخرين	44
159	التعليق على مدونات الآخرين	45
160	أساس اختيار المدونات المتصفحة	46
160	وجود صعوبات في ممارسة التدوين	47
161	نوع الصعوبات التي يواجهها المدونون الجزائريون	48
162	تحديات التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين	49
165	آفاق التدوين في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين	50
166	مقترحات المدونين الجزائريين لتطوير التدوين الإلكتروني في الجزائر	51

## مقدمة:

يعدّ مفهوم الجمهور من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتطور، ويطرح السؤال نفسه عما إذا كانت البحوث العلمية هي التي تساهم في تطور هذا المفهوم أم أن مسار البحوث هو الذي يتغيّر نتيجة تغير مفهوم الجمهور. فالنظريات الأولى المهمة بمجال الإعلام والاتصال كانت ترى أن الجمهور سلبي وغير فاعل ويتأثر بالرسائل الإعلامية على انفراد وأن المؤسسات الإعلامية تصل إلى أهدافها بكل سهولة لأن سلوك الجمهور ما هو إلا منعكس شرطي للمنبّه الإعلامي. لكن سرعان ما اضطرت هذه النظريات، كنظرية الطلقة السحرية، إلى التخلي عن أفكارها تجاه الجمهور بعد سلسلة الأبحاث العلمية التي أثبتت فشل افتراضاتها وبالمقابل ظهرت افتراضات أخرى تعتقد أنّ الخصائص الشخصية والعوامل الاجتماعية تلعب دورا مهماً ومؤثراً على سلوك الجمهور الاتصالي.

تغيّرت، إذن، النظرة للجمهور في الدراسات العلمية من مستقبل للتنبيهات إلى صاحب أجندة خاصة يختار على أساسها المضامين الإعلامية التي تناسب احتياجاته وتلبي رغباته وتحقق له إشباعات معينة. وظل هذا النوع من الدراسات مسيطراً على البحوث الإعلامية إلى يومنا هذا فأصبح الاعتقاد بسلبية المتلقي شيئاً من الماضي وبات من المؤكد أن جمهور الوسائل الإعلامية إيجابي وفعال من خلال قدرته على الاختيار بين ما تعرضه هذه الوسائل ورفض أو قبول ما يناسبه.

ومع حدوث الثورة الخامسة من ثورات الاتصال وظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة التي منحت الجمهور مزيداً من الفاعلية والتفاعلية مع الرسائل الاتصالية والإعلامية، صار مفهوم الجمهور على موعد آخر مع التغيير. فثورة الأقمار الصناعية والهاتف والانترنت جعلت من الفرد لا يكتفي فقط بالاختيار بين الرسائل المعروضة عليه بل أصبح قادراً على صنع رسالته ليتحول من متلقٍ إلى قائم بالاتصال أو مرسل.

وبمجيء الجيل الثاني للانترنت وعلى رأسه المدونات، أصبح للمواطن الفرد القدرة على أن يكون إعلامياً بمجرد إنشائه لمدوّنته الخاصة التي يصدّمها ما يشاء من معلومات وأفكار وآراء وأصبحت له الفرصة في أن يتفاعل مع كتاباته الآلاف بل الملايين من البشر ممن يتصلون عبر الشبكة العنكبوتية ويخاطبهم بما يشاء من يوميات شخصية وحياة خاصة أو شؤون عامة وإعلامية إلى مواضيع علمية متخصصة أو هوايات مسلّية كالطبخ والسياحة وغيرها...



إنّ هذه الوسائل الجديدة التي تتطور بسرعة فائقة، جعلت البحوث العلمية والمجتمعات البشرية أمام تحدٍ جديد يفرض عليها إعادة النظر في مفاهيمها القديمة للعملية الاتصالية ومحاولة فهم واستيعاب مميزات هذه الوسائل وتأثيراتها على مستوى الفرد والمجتمع. فالمدونات، مثلاً، استطاعت وفي مدة زمنية قصيرة أن تحدث ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشعبي، وأن تثير جدلاً مستمراً بين المعنيين بها من سياسيين وإعلاميين وأكاديميين وحتى من طرف المستخدم الفرد للانترنت، لما عرفته من إقبال عليها وما أنتجه استخدامها من آثار على مسار المعلومة ونوعها وسرعة انتشارها وصانعيها، قادتها لتحدث ثورة حقيقية في مجال الإعلام وتعطي صورة جديدة للاتصال الإنساني عبر الانترنت.

ومن هنا، وفي ضوء قلة الدراسات الجزائرية، حول هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي تلقي بظلالها على المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات المعاصرة، جاءت الضرورة لدراسة ظاهرة المدونات من خلال رصد خصائصها الاتصالية واستخداماتها المتعددة وتجلياتها وواقعها في الجزائر بالاعتماد على استكشاف مجتمع المدونين الجزائريين ومعرفة دوافعهم لاستخدام هذه الوسيلة وعاداتهم وأنماطهم في التدوين وكذا وجهات نظرهم حول تطور هذه الظاهرة ونموها في الجزائر.

ولإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة من خلال طرح إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة وفروضها، أسباب اختيار الموضوع وأهدافه وأهميته، فضلاً عن تحديد أهم المفاهيم المتعلقة به وتطرقنا إلى الدراسات السابقة التي تناولته في الدول الغربية والعربية وفي الجزائر. كما عرضنا الإطار المعرفي والنظري المعتمد في هذه الدراسة والمتمثل في نظرية الاستخدامات والأشباع ونموذج انتشار وتبني المبتكرات.

الفصل الثاني: عمدنا إلى تقسيمه إلى ثلاثة عناصر رئيسية: العنصر الأول عرضنا فيه ماهية المدونات، خصائصها، أنواعها، وأسلوب إنشائها وإدارتها. في العنصر الموالي عرضنا على الدوافع التي تجعل المدونين يقبلون على التدوين والاستخدامات المختلفة لهذه الأداة في مجالات متعددة كما تناولنا موضوع أخلاقيات التدوين. وفي العنصر الثالث والأخير في هذا الفصل تطرقنا إلى تطور المدونات منذ البدايات، قبل وبعد الانترنت كما عرضنا نماذج مختلفة من بلدان شتى عاشت التجربة التدوينية بدء

بالولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في هذا المجال ونهاية بالجزائر وهي التجربة الأكثر أهمية بالنسبة لموضوع بحثنا.

الفصل الثالث: جاء هذا الفصل في جزأين: الأول عرضنا فيه الإجراءات المنهجية المتبعة في البحث من خلال تحديد مجالات الدراسة وشرح العينة المختارة وكذا المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات. والجزء الثاني منه تطرقنا فيه لعرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية، نتائجها العامة والنتائج المتحصل عليها في ضوء الفرضيات المطروحة.

# الفصل الاول

# تحليل موضوع الدراسة

- 1.1 إشكالية الدراسة
- 2.1 فرضيات الدراسة
- 3.1 أسباب اختيار الموضوع
- 4.1 أهداف الموضوع
- 5.1 أهمية الموضوع
- 6.1 تحديد مفاهيم الدراسة
- 7.1 الدراسات السابقة
- 8.1 الإطار النظري للدراسة

**1.1 إشكالية الدراسة:**

ظهرت شبكة الانترنت أول ما ظهرت كوسيلة لنقل المعلومات العسكرية الاستخباراتية، وبعد فترة وجيزة من استخدامها جماهيريا باتت وسيلة إعلامية قوية وأداة فعالة للتواصل البشري العالمي لتجعل من الكرة الأرضية قرية كونية كما تنبأ بها مارشال ماكلوهان.

وفي كنف الانترنت ظهرت العديد من الخدمات التي نافست وبقوة وسائل الاتصال التقليدي الشخصي منه والجماهيري، على اعتبار أن الانترنت وسيط متعدد، يوفّر التواصل الفردي والجماهيري، السمعي والبصري والمكتوب في آن ومكان واحد. وعرف هذا الوسيط لغاية الآن تطورا مذهلا جعله ينقسم إلى جيلين: الجيل الأول وهو بداية الانترنت ويقدم خدمات مثل البريد الإلكتروني، مواقع الويب، المنتديات الحوارية والمجموعات الإخبارية. الخ ويراها البعض بمثابة موقع واحد لعدد كبير من المستخدمين والجيل الثاني هو الذي تغطي عليه صفة المشاركة في خدماته، بحيث يتيح للمستخدمين فرصة المشاركة والتبادل بصفة غير مسبوقه ومن خدماته: المدونات، الويكي، الشبكات الاجتماعية، مواقع مشاركة الفيديو،... الخ. وإذا كان البريد الإلكتروني يعتبر ثورة الجيل الأول من الانترنت فإنّ المدونات تصنّف على أنّها ثورة الجيل الثاني في هذا العالم الافتراضي. والمدونات الالكترونية هي تطبيق من تطبيقات الانترنت، يضمّنه أصحابه يومياتهم سواء تعلّق الأمر بروتينيّات حياتية أو أحداث يشهدونها أو آراء يحملونها وذلك بطريقة التسلسل الزمني، مصحوبة بألية لأرشفة المدخلات القديمة.

وعلى الرغم من أن هذه المدونات قد ظهرت مع أواخر القرن العشرين متمثلة في مذكرات شخصية تنشر إلكترونيا بدل الصيغة الورقية لها، إلا أنّها سرعان ما اتخذت أبعادا أوسع في ظل سهولة التعامل معها تقنيا وتأثير بعض الأحداث العالمية على انتشارها كأحداث الحادي عشر من سبتمبر أين تحوّلت بالفعل إلى ظاهرة حقيقية تناولتها الدراسات الغربية واهتم بها الأفراد بسبب الدور الذي لعبته آنذاك في الوصول إلى معلومات تحجبها وسائل الإعلام التقليدية فتقوم بنشرها. وكان ذلك شأنها في كل حدث دولي

مهم كحرب العراق والانتخابات الأمريكية والأوربية ليزداد عدد المدونات الالكترونية في العالم الغربي أين تكاثر بشكل فطري ثم اتسع نطاقها ليشمل مناطق أخرى من العالم.

على الصعيد العربي، اجتاحت ثورة المدونات الفضاء الافتراضي العربي وشهدت إقبالا من المستخدمين العرب للانترنت والذين، وبعكس العالم الغربي، يفتقرون إلى حرية الرأي والتعبير في فضائهم الواقعي مما جعل الأمر يبدو وكأنه مرحلة جديدة في تاريخ حرية التعبير وممارسة الديمقراطية الإعلامية في هذه المنطقة من العالم. وعلى الرغم من أن المدونات لم تظهر مبكرا في العالم العربي إلا أنها شهدت تطورا كبيرا من حيث عدد مستخدميها وتنوع مواضيعها وأشكالها كما تميّزت بتفاوت واختلاف تأثيراتها وقوتها من قطر عربي إلى آخر ومن حدث أو مناسبة إلى أخرى..

أما التجربة الجزائرية في هذا المجال فهي تتلاقى مع نظيراتها العربية من حيث تأخر ظهورها وكذا سرعة انتشارها في أوساط مستخدمي الانترنت الجزائريين غير أنها قد تختلف بعض الشيء من حيث مساحة الحرية ونقص الرقابة على هذا الوسيط الإعلامي والتوصلي الجديد وكذا من حيث اهتمامات مدوّنيها ودوافع التدوين لديهم فضلا عن قلة الاهتمام بها من قبل الإعلام التقليدي "إن لم نقل إهمالها"، ومن قبل المتخصصين أيضا في علوم الإعلام والاتصال حيث تندر بل تكاد تتعدم الدراسات المهمة بهذه الظاهرة وواقعها في الجزائر على الرغم من أهميتها وبروز تأثيراتها على الساحة العالمية والعربية...حتى أن هناك من يعتبرها ثورة في حد ذاتها.

غير أن الانتشار الكبير للمدونات الجزائرية سواء على مواقع الاستضافة الجزائرية، العربية أو الأجنبية لم يمنع أحد المتتبعين لمسارها والسباقين في خوض غمارها (الأستاذ الخير شوار) من أن يعلّق على وضعيتها الحالية قائلا مدونات الجزائر..كثير من المدونات، قليل من المدونين" في إشارة إلى كثرة إنشاء المدونات وقلة تحديثها ومتابعتها من طرف أصحابها مما يؤدي إلى نقص فاعليتها وتأثيرها وهو ما يوحي بوجود بعض التحديات والعراقيل التي تقف في وجه تطور هذه الظاهرة في الجزائر.

وانطلاقاً من كل هذه الحثيات، وغيرها، المحيطة بموضوع التدوين الإلكتروني في الجزائر، اخترنا من

خلال دراستنا هته الإجابة على التساؤل الرئيس المركّب الآتي:

ما واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر؟ وما هي التحديات التي يواجهها؟

### 2.1 فرضيات الدراسة:

تتطلق هذه الدراسة من الفرضيات الآتية:

1- يتمّ المدوّنون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور، ذوي مستوى

تعليمي عالٍ ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت ومعظمهم يقطنون بالعاصمة.

2- يعتبر دافعا الترفيه والنشر الإلكتروني أهم دافعين (وعلى التوالي) لدى المدوّنين الجزائريين.

3- يتمّ المدوّنون الجزائريون بخصائص عامة: من حيث عادات التدوين: المدوّنون الجزائريون بدؤوا

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

متنوعة، ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدوّن باللغة العربية ولم يتلقى تدريباً حول التدوين، ومن

حيث تفاعلهم مع جمهورهم: يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

4- توجد عوائق تقنية واجتماعية تعيق تطوّر التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدوّنين

الجزائريين.

### 3.1 أسباب اختيار الموضوع:

(1) الأسباب الذاتية:

-الاهتمام الشخصي بعالم الانترنت بشكل عام وعالم المدونات والمدوّنين بشكل خاص.

- ملاحظة قلة الإطلاع على ماهية ظاهرة المدونات بين أوساط الجزائريين على الرغم من الاهتمام

الكبير بها عالمياً وعربياً.

- فضول لمعرفة ماذا يمكن أن تحقق المدونات كظاهرة اتصالية جديدة في المجتمع الجزائري والرغبة في دراسة شكل جديد من أشكال التواصل الإنساني الالكتروني.

## (2) الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات العربية المباشرة، والجزائرية على وجه التحديد، حول موضوع الدراسة (المدونات).  
- حداثة الموضوع لجدة الظاهرة التي تعد حديثة على مستوى المجتمع الجزائري وحتى العالمي، وإن تفاوتت البدايات.

### 4.1 أهداف الموضوع:

- التعرف على كيفية تشكل الظاهرة وتجلياتها في الجزائر.  
- الكشف عن الخصائص الديموغرافية للمدونين الجزائريين.  
- التعرف على دوافع الجزائريين لممارسة التدوين واهتماماتهم المتعلقة بهذه الوسيلة.  
- الكشف عن عادات وأنماط استخدام المدونين الجزائريين لهذه الوسيلة الجديدة.  
- الكشف عن التحديات التي تواجه هذه الوسيلة الجديدة في انتشارها بالجزائر من وجهة نظر مستخدميها أي المدونين و عرض المقترحات التي يمكن تقديمها من طرفهم لتطوير الظاهرة وتفعيلها.

### 5.1 أهمية الموضوع:

تتجلى أهمية موضوع المدونات في اعتباره جزءاً من الإعلام الجديد الذي أحدث تأثيراً كبيراً في الفضاء الإعلامي والاتصالي للأفراد والجماعات والمجتمعات والجزائر ليست بمنأى عن ذلك، ومعرفة الفئات المستفيدة من هذا الفضاء الجديد وكيفية توظيفه في عملية التواصل الإنساني وآثاره المختلفة تعد خطوة مهمة للتعامل مع هذا الوافد الجديد. فالمدونات، كما هو معروف، باتت أداة اتصالية وإعلامية تستقطب الملايين من البشر وأصبح لها صوت وأثر في العديد من المجالات السياسية، الاقتصادية، الإعلامية... الخ. وعليه فإن التطرق لهذا الموضوع وبحث واقعه وتحدياته في الجزائر يعد أمراً ضرورياً وملحاً.

6.1 تحديد مفاهيم الدراسة:1.6.1 الويب 2.0:

- مصطلح ويب 2.0 هو . كما ورد في الموسوعة الحرة ويكيبيديا . : مصطلح يشير إلى مجموعة

من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية "إنترنت". (1)

- يُعرف الويب 2.0 عند Tim O'reilly على أنه الجيل الثاني من مواقع وخدمات الإنترنت والتي عملت

على تحويل الإنترنت إلى منصة تشغيل للعمل بدلا من كونها مواقع فقط وتعتمد في تكوينها على

الشبكات الاجتماعية Social Network ومن مكوناتها المدونات blogs، والويكي wikis اليوتيوب youtube

وأجاسك ajax وهي الصفحات التي يستطيع زائر الموقع التعديل عليها أو المواقع التي تسمح لك بوضع

مفضلتك عبر الإنترنت Favorites بحيث يسمح للأخريين الإطلاع عليها والبحث فيها مثل موقع

(del.icio.us) أي تسمح للمستخدمين التفاعل فيما بينهم من خلالها.

- أما ريتشارد ماكمانوس Richard Macmanus فقد ذكر أن الويب 2.0 تعتبر منصة تشغيل لوسائط

الإعلام الجديدة تعمل على تطوير البرامج Software Development ويمكن أن تصل إلى مجالات

عديدة تعليمية وتجارية وإدارية .. الخ. (2)

2.6.1 التدوين الإلكتروني (Blogging):

\_ كلمة تدوين، هي اسم الفعل من دوّن يدوّن بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة

الإنجليزية Blogging ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الإنترنت من خلال برامج خاصة. (3)

<sup>1</sup> En.wikipedia.com/web 2.0 visited in 12/03/2010.

<sup>2</sup> محمد عبده راغب عماشة: التعليم الإلكتروني والويب 2.0، مجلة المعلوماتية، العدد 24، جوان 2009. متاح على الرابط: <http://informatics.gov.sa/cgi-sys/suspendedpage.cgi?id=260> تاريخ الزيارة (10.03.2010).

<sup>3</sup> جمال الزرن: المدونات وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، ع 130، 2007، متاح على:

<http://jamelzran.jeeran.com/archive/2007/7/280497.html>



\_ وورد في بيان حول شبكة الانترنت (2006) لمجلس الإتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions) التابع لليونسكو تعريف للتدوين على النحو التالي: "إن إنشاء مدونة إلكترونية أو الحفاظ عليها أو إضافة مقالة إلى مدونة موجودة بالفعل يسمى تدوينا إلكترونيا"<sup>(1)</sup>

بمعنى آخر فإن كل من ينشئ مدونة أو يدوّن بعض المواضيع على مدونة موجودة بالأساس فهو يمارس نشاطا تدوينيا.

\_ ويفصّل التقرير الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار المصري في تعريفه لنشاط التدوين كالتالي: "التدوين هو كافة ممارسات المدونين في كتابة نصوصهم وردهم على تعليقات القراء ووضع أي صور ومواد صوتية أخرى على المدونة وكذلك قائمة من الروابط (Blogroll) وأرشيف مقالاتهم التي ينصحون بها قراءهم."<sup>(2)</sup>

فهذا التعريف يحدد بشكل واسع ماذا يمكن أن يفعل المدوّن (فردا أو جماعة) على مدونته من كتابة النصوص، إضافة الصور والمواد الصوتية، اقتراح قائمة من الروابط الالكترونية وأرشيف المقالات على القراء بالإضافة إلى أهم ميزة تفاعلية في المدونة وهي الرد على تعليقات الزوار وهو ما يركّز عليه المدوّن المغربي المعروف محمد سعيد أحجيج (محمد الساحلي) في تعريفه للتدوين الالكتروني حيث يقول: "التدوين ضرب من النشر الالكتروني يتميز بطابعه التواصلي الحميمي وعلاقاته الاجتماعية الفريدة التي يخلقها بين المدوّن وقارئه."<sup>(3)</sup>

1 بيان الإفلا/يونسكو لشبكة الانترنت، متاح على الرابط: <http://archive.ifla.org/III/misc/internetmanif.htm>

2 سعيد المصري وآخرون: **المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد**، تقارير معلوماتية تصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، السنة الثانية، العدد 17، مايو 2008، ص 4.

<sup>3</sup> محمد سعيد أحجيج: **ألفباء التدوين**، (الاصدار الثاني، أبريل 2009)، ص 8. متاح على: <http://abcblogging.com/abcBlogging2.pdf>

ومع البعد التواصلي الاجتماعي، يضيف علم اجتماع الإنترنت بعداً آخر للتدوين، حيث ينظر إليه باعتباره وسيلة النشر العامة التي أدت إلى ازدهار دور العنكبوتية باعتبارها أسلوباً للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، بالإضافة إلى كونها وسيلةً للنشر والدعاية للمشروعات والحملات المختلفة، কিفما كان موضوع أو نشاط تلك المشروعات والحملات<sup>(1)</sup>.

ومن خلال ما سبق من تعريفات يمكننا القول أن التدوين الإلكتروني هو "عملية تواصلية عبر الإنترنت تشمل جميع الممارسات التي يقوم بها المدون على مدونته الإلكترونية بدءاً بإنشائها إلى إدارتها عبر إضافة مواد مختلفة قد تكون نصاً، صورة أو فيديو ... والرد على تعليقات زوارها وهو بذلك يحمل طابعاً تواصلياً فريداً وبعدها اجتماعياً مميزاً كما قد يحمل أبعاداً أخرى تتوافق مع الهدف من التدوين".

### 3.6.1 الدوافع:

كلمة دافع مأخوذة من الفعل الثلاثي (دفع) أي حرّك الشيء من مكانه إلى مكان آخر وفي اتجاه معين.

يشار إلى كلمة دافع في اللغة الإنجليزية بـ Motive ومعناها "يحرك". فالدافع يعبر عن أي شيء مادي أو معنوي، يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات.<sup>(2)</sup>

يعرّف الدافع في موسوعة "عالم علم النفس" على أنه المحرّك على بلوغ غاية أو هدف، وقد تكون الدوافع داخلية كالغرائز وقد تكون خارجية كالبواعث، وقد تكون بنائية تعبر عن نفسها في دوافع الأنا والجنس، أو تدميرية تعبر عن نفسها في دفاعات العداة الموجهة نحو الذات والآخرين.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> زكي حسين الوردى: صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت، جرنال العراق، ع 4، 9 يوليو 2007، تاريخ الزيارة (16-12-2008)، متاح على: <http://journal-iraq.com/lessons-details.aspx?back=1&articleid=16>

<sup>2</sup> محمد محمود بني بونس: سبولوجية الدافعية والانفعالات، ط 1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007، ص 14.

<sup>3</sup> عبد المنعم حنفي: موسوعة عالم علم النفس، دار نابلس، لبنان، 2005، مج 3، ج 15، ص 296.

ويعرّف الدافع أيضا بأنه "عملية ناتجة عن استثارة داخلية أو خارجية، تؤدي إلى إحداث توتر يثير نشاط الفرد وينظمه ويوجهه إلى هدف محدد لخفض التوتر وتحقيق أفضل إشباع ممكن أو عدم خفض التوتر وإعادة الدافع من جديد". (1)

ويفرّق الدكتور محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بين الحاجة والدافع، فيرى أن الحاجة هي "افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده وقد تكون فسيولوجية أو نفسية"، أما الدافع فهو "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع غيره والتكيف مع البيئة". (2)

ونقصد بالدوافع في دراستنا هته تلك الأسباب المتنوعة التي دفعت المدون الجزائري إلى ممارسة التدوين الإلكتروني والحاجات والرغبات التي يريد تلبيتها وإشباعها من خلال ذلك. وقد اخترنا في دراستنا سبعة دوافع رئيسية للتدوين اعتمادا على الدراسات السابقة التي طبقت في مجتمعات مختلفة وبعض الملاحظات المسجلة أثناء تصفحنا للمدونات الجزائرية والدوافع هي : النشر الإلكتروني، التعبير عن الذات، المشاركة الديمقراطية، التفاعل الاجتماعي، الترفيه عن النفس، الكسب المادي والسهولة التقنية.

#### 4.6.1 العادات:

- \_ في المعجم العربي الأساسي - لاروس - عادة جمعها عادات وهي:
- كل ما عاود الشخص فعله حتى صار يفعله من غير تفكير.

1 منال محمد أبو الحسن فؤاد: دوافع استخدام الأطفال للحاسبات الآلية وعلاقتها بالجوانب المعرفية، ط 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2003، ص 31.

<sup>2</sup> هيثم هادي الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008، ص 141.

- فعل يتكرر على وتيرة واحدة. (1)

\_ يشير مصطلح العادة في علم النفس إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم، وتستثيره مواقف محددة، كما يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف بقدر من الثبات النفسي والاستقرار مع سهولة في الأداء إلى حد الآلية. (2)

\_ وجاء في موسوعة مصطلحات العلوم الاجتماعية والسياسية أن العادة هي " تكرير فعل الشيء الواحد مرارا كثيرة، زمانا طويلا في أوقات متقاربة" (3) وتفرق الموسوعة بين العادة المطبوعة وهي العادات التي تكون في كثير من الناس سجية وطبعاً والعادة المكتسبة وهي التي يكتسبها الإنسان بفعل مؤثرات معينة. والعادة هي "ما يتعود الفرد والمجتمع عليه من سلوكيات يومية في كافة المجالات، وهي نتيجة للتفكير ثم الفعل والذي إذا تكرر أصبح عادة، ومجموعها العادات التي هي أساس للصفات Characters، وأن العادات مثل الأسلاك حينما تتسج معا يصبح من الصعب كسرها، كما أن العادة لها ثلاثة عناصر: المعرفة والمهارة والرغبة. " (4)

ويحدد محمد عاطف غيث مفهوم العادة من خلال المقارنة بين العادة الفردية والعادة الجمعية حيث أن "العادة الفردية نمط متكرر للفعل يصدر عن فرد بالذات، يكون مكتسبا وملاحظا من جانب الآخرين. وعلى الرغم من اختلاف الميكانيزمات، إلا أن المماثلة وثيقة جدا بين العادة الفردية والعادات الجمعية، فالعادة الفردية تتعلق بالأشخاص والعادات الجمعية تتعلق بالمجموعات أو بأي تجمعات أخرى." (5)

<sup>1</sup> باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت: دراسة في استخدامات وإشاعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، غ منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص 9.

<sup>2</sup> إبراهيم مذکور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975، ص 381.

<sup>3</sup> سميح دغيم: موسوعة مصطلحات العلوم الاجتماعية والسياسية في الفكر العربي والإسلامي، ط 1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 2000، ص 691.

<sup>4</sup> اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة ( مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية)، كتب عربية، 2006، ص 313.

<sup>5</sup> محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996، ص 219.

ونقصد بالعادات في دراستنا مدى انتظام المدونين الجزائريين في ممارسة التدوين والأسباب المتعلقة بذلك والأماكن والأوقات المفضلة لديهم في ممارسة التدوين.

### 5.6.1 الأنماط :

\_ لغويا نمط جمعه أنماط ونماط وجاء في المعجم الوسيط أن النمط هو :

- الطريقة أو الأسلوب.
- الجماعة من الناس أمرهم واحد.
- الصنف أو النوع أو الطراز من الشيء.<sup>(1)</sup>

فالنمط هو الطريقة والنموذج والصنف، نقول على نمط واحد أي على طريقة واحدة ومن نمط واحد أي من نوع واحد.

\_ النمط في عمل النفس التحليلي عند "يونغ" هو صنف من الناس أو طريقتهم في توجيه طاقاتهم النفسية.<sup>(2)</sup>

ويعرّف علماء الاجتماع النمط الاجتماعي بأنه جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكالات في اليوم، أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد. فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض، أو يوجد بينهم اعتمادا متبادلا أو تأثيرا متبادلا.<sup>(3)</sup>

وبطبيعة الحال فإن تكرار سلوك معين يكون من منطلق رغبة وتفضيل، لذلك فقد درجت الدراسات في مجال الاتصال على وصف أنماط التعرض لوسائل الإعلام بنماذج التفضيل من قبل جمهور المتلقين.

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، ج 1-2، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، اسطنبول، تركيا، ص 955.

<sup>2</sup> باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 9.

<sup>3</sup> باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 10.

ونقصد بأنماط التدوين اللغات والمواضيع وخدمات الاستضافة التي يفضلها المدونون الجزائريون لممارسة التدوين وطريقتهم في تقديم أنفسهم في مدوناتهم المتنوعة.

### 6.6.1 التفاعل:

\_ لغة: تفاعل من الفعل فَعَلَ وهو كناية عن كل عمل مُتَعَدٍّ أو غير مُتَعَدٍّ قال تعالى في قصة موسى عليه: {فعلت فعلتك التي فعلت} (1)

\_ التأثير المتبادل هو جوهر عملية التفاعل، فمن الممكن أن نصف شخصين بأنهما متفاعلان إذا كان نشاط كل منهما يتأثر بنشاط الآخر، وعملية التبادل قد تستمر لسنوات طويلة، وقد لا تستغرق سوى لحظات قليلة. والرموز هي الوسيلة السائدة للتفاعل بين البشر عادة، والرمز هو علامة لها معنى مشترك بالنسبة للأفراد الداخليين في عملية التفاعل وجميع الكلمات التي نستخدمها إنما هي رموز وكذلك كثير من الحركات والإيماءات والأشياء.

ويُعد التفاعل واحداً من أهم المفاهيم في علم الاجتماع ويعتبره بعض المشتغلين بهذا العلم شاملاً لكل موضوعات الدراسة، حيث يعدون التفاعل هو موضوع علم الاجتماع. أما في الواقع فإن موضوع التفاعل لا يمكن أن تتناوله إلا بشكل غير مباشر، وذلك أن العملية نفسها تنطوي على الاتصال بين العقول وتحول المعاني، وبعض ذلك يستعصي دائماً على الملاحظة المباشرة.

ونقصد بها في دراستنا طريقة التوصل بين المدونين الجزائريين وجمهورهم من جهة وتفاعلهم كجمهور للمدونات من جهة أخرى مع ما يقدمه غيرهم من المدونين.

## 7.1 الدراسات السابقة:

### 1.7.1 الدراسات التي أجريت حول المدونات الأجنبية:

دراسة ( Bonnie A. Nardi et al ) بعنوان لماذا ندون؟: (1)

<sup>1</sup> لسان العرب، 678/1، 679، 3438/5، موسوعة الشروق، المجلد الأول، ص93.

أجريت هذه الدراسة في الفترة من أبريل وحتى جوان عام 2003 بالولايات المتحدة الأمريكية وقد أجريت المقابلات مع المبحوثين للتعرف على المعلومات الديموغرافية وعاداتهم التدوينية والأفكار المتبلورة لديهم عن التدوين ومدى استخدامهم لوسائل الإعلام. وتم الحصول على المعلومات من خلال أسلوب التحليل الكمي للمضمون والوظائف التي تقوم بها المدونات وكذلك من خلال المقابلات مع المبحوثين وأجريت هذه المقابلات مرتين على الأقل مع كل مبحوث مع متابعتهم شخصيا سواء عبر التليفون أو البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية.

وبلغت عينة الدراسة (23) مفردة منهم (16 ذكور) و(7 إناث) ممن تتراوح أعمارهم بين (19-60). وتضمن الإطار الجغرافي للعينة مدينتي كاليفورنيا، نيويورك، وتم اختيار العينة من خلال محرك البحث (جوجل [www.google.com](http://www.google.com)) من خلال خدمة استضافة المدونات.

النتائج: - الدوافع الرئيسية الخمسة للتدوين هي: (توثيق حياة الفرد، التعليق وعرض الآراء، التعبير عن المشاعر، التعبير وكتابة الأفكار، تشكيل المنتديات والمحافظة على المجتمع) ولكن كل هذه الدوافع متداخلة.

- محتوى المدونات ينبثق أساسا من الأنشطة اليومية للصحف من خلال التعليقات الجادة على أهم القضايا.

وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الباحثين برصد هذه الظاهرة وذلك لنموها الملحوظ ونظرا للتغيرات التي أضفتها على المجتمعات.

دراسة بعنوان "لماذا ندون؟ Why do you blog?"<sup>(2)</sup> من طرف "دان لي" « Dan Li »

<sup>1</sup> Bonnie A. Nardi et al : **Why we blog**, Communications of the acm, December 2004 , Vol 47, No 12, p-p 41-46.

<sup>2</sup> Dan Li : **Why do you blog : a uses and gratifications inquiry into bloggers ' motivations**, Master thesis of arts, Marquette university, milwaukee, wisconsin, august 2005, p-p 1-179.

عام 2005 وهي رسالة ماجستير في الفنون من جامعة ماركات Marquette بالولايات المتحدة الأمريكية. تستكشف هذه الدراسة أنماط التدوين، دوافع التدوين، ودور الدوافع بالإضافة إلى الخصائص الديموغرافية كمحرك (predictors) للسلوك التدويني.

وعلى ذلك فهي تفحص ستة سمات من السلوك التدويني:

1- كيف يغطي المدونون المواضيع التي ينشرونها؟

2- كيف يدير المدونون الردود من قبل القراء؟

3- كيف يستعمل المدونون الوصلات الفائقة أو الروابط؟

4- كيف يقدم المدونون أنفسهم؟

5- كيف يتوقع المدونون مقروئية مدوناتهم؟

6- كيف يستعمل المدونون عناصر التصميم design elements ؟

وللإجابة عن أسئلة الدراسة اختارت الباحثة عينة مكون من المدونين الناشطين (المدونات التي تحتوي على أقل من تدوينتين ولم يتم تحديثها قبل أسبوعين تحذف من العينة) المتحدثين باللغة الانجليزية والذين لا تقل أعمارهم عن 18 سنة.

خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

\_ هناك سبعة دوافع للتدوين في هذا البحث: التوثيق الذاتي، تطوير مهارة الكتابة، التعبير عن الذات، جاذبية الوسيط medium appeal، الإعلام، تمضية الوقت والتنشئة الاجتماعية socialization. باستثناء تمضية الوقت، فإن كل الدوافع الست الأخرى قد صدقت إلى حد كبير من طرف المدونين. ومعظم هذه الدوافع ترتبط باعتدال.

\_ عموماً، تبين أن بعض الدوافع لها علاقة باستعمال معين للمدونات: فالتوثيق الذاتي هو مؤشر لإدارة التعليقات، تقديم الذات وتوقع القراء. دافع تطوير مهارة الكتابة هو مؤشر لتقديم الذات وتوقع القراء.



التعبير عن الذات هو مؤشر لتقديم الذات، توقع القراء واستعمال عناصر التصميم. ودافع جاذبية الوسيط هو مؤشر لتقديم الذات. أما دافع الإعلام أو المعلومات فهو مؤشر لإدارة التعليقات، استعمال الوصلات الفائقة، تقديم الذات، توقع مجموعة القراء، استعمال عناصر التصميم. دافع تمضية الوقت بدوره يعتبر مؤشرا لتقديم الذات، استعمال عناصر التصميم وتوقع مجموعة من القراء. وآخر دافع هو التنشئة الاجتماعية والذي يعتبر مؤشرا لاستعمال المدون للوصلات الفائقة، تقديم الذات وتوقع مجموعة من القراء.

\_ وجدت الدراسة اختلافات جنسية في العديد من سمات التدوين، فدافع المعلومات يوجد بدرجة أعلى عند الرجال بينما النساء فكانت دوافع التعبير الذاتي والتوثيق الذاتي وتمضية الوقت عندهم بنسبة أكبر.

\_ بالإضافة إلى الجنس، يلعب متغير العمر أيضا دورا في تحفيز الناس على التدوين. فالدوافع كالتعبير الذاتي، التوثيق الذاتي وتمضية الوقت لها علاقة سلبية بمتغير العمر.

\_ كما وجدت الدراسة أن المستوى التربوي لا علاقة له بأي تحيزات لممارسة التدوين لدى العينة المدروسة.

دراسة بعنوان "الاختلافات الجنسية في التدوين البريطاني" **Gender Differences in British**

» **Blogging** (1)

وقام بإنجاز الدراسة كل من الباحثة "ساره بدرسان" و"كارولين ماكافي" **Sarah Pedersen and Caroline MacAfee**.

**الهدف من هذه الدراسة** هو تقديم لمحة عن المدونات البريطانية واضحة في الاعتبار أن غالبية البحوث الأكاديمية المنشورة عن المدونات كانت تقوم على ممارسات المدونات الأمريكية فقط. بينما تقوم

<sup>1</sup> Sarah Pedersen and Caroline Macafee: **Gender, differences in British blogging**, Journal of computer-mediated communication, 12 (4), article 16.

Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html>

هذه الدراسة التجريبية على تحليل أوجه التشابه والاختلاف بين مدوني الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة كما أنها تستهدف التعرف على الاختلافات في السلوك التدويني بين الذكور والإناث من أصحاب المدونات في بريطانيا.

واعتمدت الدراسة في جانبها الميداني على 48 مدونة بريطانية (نسائية - رجالية) وزعت على أصحابها استمارة استبيان حول ممارساتهم ومواقفهم التدوينية في الفترة ما بين 2005 - 2006 كما قامت الباحثتين بجمع البيانات من المدونات في حد ذاتها من خلال استخدام أداة تحليل المضمون فضلا عن اعتمادها على بعض الأدوات من الانترنت.

وقد أسفرت هذه الدراسة عن النتائج التالية:

➤ التركيبة الديموغرافية للعينة:

- تتراوح أعمار النساء من (19-65) والرجال (20-64)، ومتوسط عمر النساء (34) والرجال (35).  
- نصف النساء و(62.5%) من الرجال يعملون بدوام كامل بينما (17%) من النساء و(21%) من الرجال يعملون بنصف دوام.

- معدل ثلاث نساء وثلاث رجال عرفوا أنفسهم على (مثلي الجنس).

➤ تبين أن المرأة أكثر استخداما للمدونات وأكثر اهتماما بها، بينما يحرص الذكور على تفعيل خدمة الإشراف على التعليقات.

➤ الرجال يقضون وقتا مع المدونات أقل بالنسبة للنساء وتدوّن النساء أكثر من الرجال.

➤ أن التدوين لدى الجنسين (المرأة والرجل) يمثل نشاطا كبيرا لملء أوقات الفراغ.

➤ أن النساء كانوا يستخدمون المدونات كمتنفس لأعمالهم الإبداعية.

➤ أن معدل الرضا تساوى بين الرجال والنساء بالنسبة لتدويناتهم.

دراسة: بعنوان : " تحسين نوعية الحياة عن طريق المدونات وتطوير الهوية الاجتماعية الافتراضية "

« IMPROVING QUALITY OF LIFE VIA BLOGS AND DEVELOPMENT OF  
A VIRTUAL SOCIAL IDENTITY »<sup>(1)</sup>

قام بالدراسة "جونغ هون مون وآخرون" « Junghoon Moon and others » .

واستهدفت هذه الدراسة الكشف عن العلاقة بين استخدام المدونات الالكترونية والارتياح في الحياة والتفاعلات الاجتماعية.

قام الباحثون بتوزيع استمارة استبيان على 3000 شخص 204 منهم فقط قاموا بالإجابة عن الأسئلة اختير منهم 172 استمارة فقط صالحة للاستعمال والدراسة.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1. أن كلا من المعرفة والإدراك والهوية الاجتماعية، والتوسع في شبكة العلاقات الاجتماعية تصبح عوامل ذات مغزى لمستخدمي المدونات في ارتياحهم ورضاهم عن الحياة والمعيشة.
2. أن التفاعل الاجتماعي من خلال المدونات أدى إلى زيادة الإدراك والمعرفة، وتقييم الهوية.
3. أن المدونات ساعدت على تحفيز المدونين في التوسع في شبكة العلاقات الاجتماعية على الانترنت.

دراسة بعنوان "المدونات: المحادثة العالمية" «blogs a global conversation»<sup>(2)</sup>

دراسة ماجستير في الظاهرة الاجتماعية للمدونات لصاحبها جيم توريو James Torio عام 2005 من جامعة Syracuse في المدرسة العليا لفنون تصميم الإعلانات.

<sup>1</sup> - Junghoon Moon and others, Improving Quality of life via blogs and Development of a virtual Social identity, Journal of information Technology Management, VolIXV11, Number,3, 2006, P26 – 37.

<sup>2</sup> - James Torio: Blogs a Global conversation, A Master thesis on the Social phenomenon of blogs, school of Syracuse university, august 2005.

هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن أثر المدونات في مجال الأعمال والاتصال، وكيف تخلق المدونات دخلاً لأصحابها وكيف تستعملها الشركات؟ وكيف تزيد المدونات بقوة من انتشار المعلومات وكيف تزيد من غنى المشهد الإعلامي؟

كيف تعمل المدونات في المدى الطويل، كيف تتابع بعض الشركات المدونات وماذا يمكن أن يكون مستقبل المدونات؟

للإجابة عن هذه الأسئلة قام الباحث بدراسة كمية على مرتين، حيث بعث استمارة استبيان عن طريق البريد الإلكتروني إلى 750 مؤنّاه مصنّفون من قبل محرك بحث المدونات تكوراتي technorati. فقط 174 شخصاً من مجموع المدونين قاموا بملاً الاستمارة.

من بين النتائج المهمة التي خرجت بها الدراسة:

- أكثر المواضيع التي تتناولها المدونات في عينة الدراسة تصبّ في ثلاثة فئات رئيسية: التكنولوجيا، السياسة والأكثر استقطاباً للمدونين فئة مواضيع الحياة اليومية/اهتمامات المدونين.
- 49% من المشاركين في الاستبيان يستعملون قراء RSS ليجمعوا معلومات لمدوناتهم.
- 85% من المشاركين يسمحون بالتعليق على مدوناتهم.
- 33% من المدونات تستعمل Google AdSense للإعلان، تليها نسبة 22% يستعملون BlogAds.
- بخصوص الدخل المحصل عليه مباشرة من المدونات في فترة 12 شهراً، 45% لا يولّدون مطلقاً أي دخل من المدونات، 40% يولّدون دخلاً تحت 5000 دولار و 4% يولّدون دخلاً يتجاوز قيمة 100000 دولار.

- سواء كان الناس يحصلون على دخل من المدونات أو يستعملونها كهواية، فإنهم يشتركون في أنهم جزء من فضاء المدونات (Blogosphere) أو شبكة المدونات (Blogs Network) التي تعطي للناس صوتا وتسمح لهم بنشر المعلومات بنسبة لم يسبق لها مثيل.

بشكل عام، خلصت الدراسة إلى ما يلي:

1- أن بعض الناس يستخدمون المدونات من أجل التواصل مع أصدقائهم.  
2- أن غالبية الناس يستخدمون المدونات لنشر أفكارهم ومشاعرهم ووجهات نظرهم حول القضايا والموضوعات التي تهمهم.

3- أن بعض الناس يستخدمون المدونات من أجل إشباع هواياتهم.

4- أن كثير من الناس يستخدموا المدونات كوسيلة للإعلان.

#### التعليق على الدراسات التي أجريت حول المدونات الأجنبية:

جل الدراسات السابقة في العالم الغربي في موضوع التدوين الإلكتروني، التي توفرت لدينا، كانت في المجتمع الأمريكي ودراسة واحدة في المجتمع البريطاني. والملاحظ أن هذه الدراسات التي اهتمت بشكل عام باستكشاف طبيعة الممارسات التدوينية من طرف المدونين ومحاولة التعرف على دوافع التدوين لديهم وكذا اهتماماتهم التدوينية وطريقتهم في التعامل مع وسائل الإعلام والإعلانات وغيرها.. كانت في مرحلة متقدمة نوعا ما (في السنوات بين 2003 و2006) ثم تلتها دراسات أكثر تعمقا في دراسة الموضوع من خلال التركيز على نوع معين مثلا من المدونات أو التركيز على دراسة الخطاب لدى بعض المدونين أو ربط المدونات بمتغير آخر كتأثيرها على الاقتصاد أو السياسة أو ما شابه وقد ساهمت الدراسات الأولى بشكل أو بآخر في لفت الانتباه لمزيد من الاهتمام إلى عالم المدونات. وهو نطمح إليه في دراستنا.

ومن المعروف أن التدوين الإلكتروني قد ظهر في البدايات بالولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشر في أوروبا إلى بقية العالم والدراسات التي بين أيدينا ساعدتنا كثيرا في التعرف على بدايات التدوين وتطوره في العالم وكذا آلياته ومجالات استخدامه فضلا عن اعتمادنا عليها في اختيار الأدوات الأنسب لجمع البيانات حول الموضوع من خلال بعض المواقع المتخصصة مثلا في تصميم الاستبيان الإلكتروني.

### 2.7.1 الدراسات التي أجريت حول المدونات العربية:

دراسة د. عبد الصبور فاضل، بعنوان "المدونات المصرية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية

وميدانية لعينة من مدونات موقع "اتحاد المدونون العرب" (مكتوب).<sup>(1)</sup>

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على خصائص المدونات والمدونين المصريين على موقع مكتوب في شبكة الإنترنت ومعرفة طبيعة ومشكلات المدونات المصرية على موقع مكتوب ومعرفة توجهات المدونين المصريين على موقع مكتوب والإشباع التي تتحقق لديهم من عملية التدوين والتعرف على الأشكال التفاعلية والتعبيرية للمدونات المصرية على موقع مكتوب والتعرف على مضمون المدونات المصرية على موقع مكتوب.

واعتمدت الدراسة كإطار نظري على نظرية انتشار المبتكرات وطرحت التساؤلات الآتية:

1- ما خصائص المدونات المصرية على موقع مكتوب في شبكة الإنترنت.؟

2- ما فئات المدونات المصرية على موقع مكتوب.؟

3- ما مجالات اهتمام المدونات المصرية على موقع مكتوب.؟

4- ما الأشكال التفاعلية للمدونات المصرية على موقع مكتوب.؟

5- ما الخصائص الديموغرافية للمدونين المصريين على موقع مكتوب. ؟

1 عبد الصبور فاضل: المدونات المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية لعينة من مدونات موقع "اتحاد المدونون العرب" (مكتوب)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، يوليو - ديسمبر 2008، العدد 2، المجلد 9، ص.ص 6 . 7.

6- ما دوافع التدوين لدى المدونين علي موقع مكتوب..؟

7- ما المضمون الذي يهتم به المدونون المصريون في مدوناتهم علي موقع مكتوب.؟

8- ما الإشباعات التي يحققها المدونون المصريون علي موقع مكتوب. ؟

وتستخدم الدراسة منهج المسح الإلكتروني بشقيه الوصفي والتحليلي والمنهج المقارن للمقارنة بين نتائج الدراستين التحليلية والميدانية وأداة تحليل المضمون لتحليل المدونات المصرية شكلا ومضمونا وأداة الإستبيان لجمع بيانات عن المدونين.

أما أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فهي:

- توصلت الدراسة الميدانية إلى أن المبحوثين عرفوا التدوين عن طريق الإنترنت والأصدقاء بنسبة مرتفعة للأولى بلغت 55.8% من إجمالي المبحوثين و 22.1% للأخرى وهو ما يتفق مع نظرية انتشار الابتكارات التي تشير إلي أهمية المعرفة بوجود الابتكار Knowledge والافتتاح بتبني الابتكار ثم اتخاذ القرار بتبني الابتكار Decision ثم التطبيق والاستخدام Implementation .

- تبين أن أغلب المدونات تم إنشاؤها عام 2006، وأن أهم دوافع المبحوثين لإنشاء مدوناتهم هي : محاربة الفساد ونشر الوعي السياسي بين أفراد المجتمع في المرتبة الثانية والدفاع عن حقوق الإنسان في المرتبة الثالثة ثم لإشباع الهوايات في المرتبة الرابعة .

- يري حوالي 84.2% من المبحوثين أنهم يؤدون عملاً صحفياً من خلال عملية التدوين لعدة أسباب يأتي في مقدمتها: إثارة قضايا تهم الرأي العام يليها في المرتبة الثانية كتابة المدونين لمضامين متنوعة ثم اهتمامهم بالأحداث الجارية في المرتبة الثالثة فالاهتمام بالأشكال التعبيرية في المرتبة الرابعة .

- تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن مقالات الرأي والأخبار هما الأشكال التعبيرية شبه السائدة التي يهتم بها المبحوثون في مدوناتهم حيث احتلت الأولى نسبة مرتفعة بلغت 33.3% من إجمالي فئات الأشكال التعبيرية والأخرى نسبة منخفضة 16.3%

دراسة الدكتور أحمد حسين بعنوان "ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة

للمضمون والقائم بالاتصال" (1)

والتي تم عرضها في مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي بجامعة الملك

سعود في الرياض بالسعودية في الفترة بين (15-17 / 03 / 2009).

وتتلخص الدراسة في محاولة الباحث دراسة مضمون المدونات العربية وما تحمله من آراء ووجهات نظر وقضايا معبرة عن هموم الشباب، ثم دراسة مجتمع المدونين ومعرفة دور هذه المدونات التي يكتبونها ويسجلون فيها آرائهم سواء في التعبير عن همومهم وهموم مجتمعاتهم، أو في تحقيق ذواتهم. وكذلك معرفة الدوافع وراء لجوء الشباب لإنشاء تلك المدونات، ومعرفة المشكلات التي تواجههم، والوقوف على دور المدونات في تحقيق الذات وحرية التعبير لدى المدونين.

وقد صاغ الباحث إشكالية بحثه في شكل تساؤلات مرتبطة بالدراسة التحليلية وأخرى متعلقة بالدراسة الميدانية مع المدونين.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

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

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية على المدونين :

<sup>1</sup> أحمد حسين: ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ورقة عمل لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، (15-17 / 03 / 2009).



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

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

كما اعتمد الباحث، إضافة إلى أداة تحليل المضمون وأداة استمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، على الملاحظة البسيطة بهدف تسجيل ما عجزت عن تسجيله استمارة تحليل المضمون أو استمارة البحث الميداني.

وكناتج لهذه الدراسة استخلص الباحث أن: - القضايا الاجتماعية حظيت بأولوية اهتمام المدونين ثم تليها القضايا السياسية ثم القضايا الدينية والقضايا التكنولوجية والأدبية فالعاطفية على التوالي وأخيراً الفنية وهو ما يعكس مستوى الوعي لدى المدونين بقضايا مجتمعهم خاصة وأن مستواهم التعليمي مرتفع و80% منهم من الشباب، 65% منهم ذكور.

- احتل المدونون المصريون والسعوديون الصدارة في مجال التدوين
- أوضحت الدراسة أن أسباب لجوء المدونين إلي التدوين تتمثل في: ليقراً الآخرون أفكارهم وآرائهم ثم التعبير عن أفكارهم ثم ليمارسوا حريتهم ثم للتواصل مع الآخرين.

- أشارت الدراسة إلي أن أهم الموضوعات التي تشغل اهتمامات المدونين هي ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية في بلدانهم، ثم الخواطر والتأملات، والقضايا السياسية، كما أظهرت الدراسة أن 76.7% من المدونين يعلنون عن هويتهم الحقيقية بذكر أسماءهم الصريحة في مدوناتهم، في حين أن 28.2% منهم يفضلون الكتابة بأسماء مستعارة. أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 58.7% يواجهون مشكلات أثناء قيامهم بالتدوين تمثلت في السجن، والتهديد، والمنع من السفر، وحجب المدونة، والتحذير من الكتابة في بعض الموضوعات، والمراقبة الأمنية.

دراسة بريس ايتلين وآخرون في جوان 2009 بعنوان: Mapping the arabic blogosphere

« Politics, Culture and dissent (1) »

حيث قامت مجموعة من الباحثين المنتمين إلى جامعة هافارد الأمريكية بدراسة حول التدوين العربي بتكتلاته، ومجتمعاته التدوينية.

قام الباحثون بتحديد 35 ألف مدونة عربية نشطة واعتمدوا على ثلاثة طرق لاكتشاف هيكل ومحتوى التجمعات التدوينية العربية وهي:

- تحليل الروابط والوصلات لمعرفة كيفية ترابط التجمعات التدوينية العربية.

- تحليل كمية استخدام بعض المصطلحات.

- توزيع استبيانات على بعض مدوني هذه المدونات.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- المدونون العرب في مجملهم ذكور من فئة الشباب.

- أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل المصري.

<sup>1</sup> Bruce Etling and others: Mapping the arabic blogosphere-culture, politics and dissent, Berkman center reserch , june 2009 .

- المواضيع تدور حول التدوين الشخصي والتجربة الذاتية.
- التدوينات الدينية تتركز على التجارب والأفكار الدينية بشكل فردي، ولا يوجد انتقاد للأديان الأخرى بشكل عام.
- التدوين العراقي غائب، وإن وجد فيوجد في التكتل الشامي باللغة الإنجليزية وله روابط مع تدوينات أمريكية مناصرة له.
- تدوينات قضايا الإرهاب تتركز في التكتل الشامي باللغة الإنجليزية. حقوق الإنسان لها شعبية كبيرة في التكتلات، والتجمعات التدوينية العربية مقارنة بكتابات أخرى.
- التجمعات التدوينية العربية معظمها ترتبط بوصلات لمقاطع من اليوتيوب أغلبها حول الأحداث السياسية الإقليمية إضافة إلى روابط مع مقالات ويكيبيديا.
- أكثر المواقع الإخبارية التي ترتبط بها التدوينات العربية هي بالدرجة الأولى الجزيرة ثم BBC وبعدهما العربية.

#### دراسة بعنوان "المدونات العربية: دراسة تحليلية" لصاحبها عبد الله ولد الخاطري:<sup>(1)</sup>

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة التدوين في الوطن العربي واعتمدت في جانبها التطبيقي على استطلاع آراء الشباب العربي حول المدونات العربية، حيث تم توزيع استمارة استبيان على مجموعة من الطلاب بالجامعات العربية من الجنسين ومتوسط أعمارهم من 20 إلى 30 سنة وينتمون إلى 18 جنسية مختلفة وهي: ليبيا، السودان، المغرب، اليمن، الجزائر، موريتانيا، مصر، سوريا، تونس، العراق، سلطنة عمان، السيراليون، جزر القمر، غينيا، تشاد، النيجر، الصومال، ساحل العاج. وقد بلغ حجم العينة 120 فردا.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

<sup>1</sup> عبدالله ولد الخاطري، المدونات العربية: دراسة تحليلية، متاح على : [www.eddorrb.com](http://www.eddorrb.com)

1- 55% من المشاركين في الدراسة سبق لهم معرفة ما يسمى بالمدونات الالكترونية،

في حين أن 45% منهم لا يدرون ما هي المدونات الالكترونية.

2- 31% من أفراد العينة يداومون على تصفح المدونات الالكترونية العربية 21%

يطالعون هذه المدونات أحيانا و48% لا يطالعون المدونات العربية على الإطلاق.

3- 45% من أفراد العينة يرون أن للمدونات العربية تأثير قوي في المجتمع وحوالي

20% يرون أن تأثيرا نسبي، في حين يعتقد حوالي 35% من الطلبة أن المدونات لا

تؤثر في المجتمع.

4- كما بيّنت الدراسة أنّ أكبر نسبة من الذين يزورون المدونات العربية كانت من

مصر وتونس وأقلها عددا في سلطنة عمان والعراق.

5- وتمثّل مصر أعلى نسبة من الذين يعرفون المدونات الالكترونية تليها السودان

وموريتانيا ثم اليمن والمغرب و الجزائر وسوريا فتونس وليبيا وتنديل اللائحة سلطنة

عمان والعراق.

دراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء بعنوان "المدونات

المصرية، فضاء اجتماعي جديد"<sup>(1)</sup>

تناولت الدراسة المدونات المصرية كمصدر من مصادر الثقافة والتعلم والتعبير والحوار

بين الشباب المصري وقد توصلت إلى عدة نتائج من أهمها:

لأنّ أن التدوين هو تعبير مباشر عن الذات فالمدون يعبر عن فكره وانطباعاته وردود فعله

ويمارس حريته بشكل مستقل عن أي فرد آخر ويستطيع أن تكون له مساحته ومجاله الخاص

على الانترنت والذي يستطيع من خلاله أن يعبر عما يختلج بداخله من مشاعر وأحاسيس

1 سعيد المصري وآخرون: المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد، تقارير معلوماتية تصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، السنة الثانية، العدد 17، مايو 2008.

ومن اهتمامات وأولويات التدوين يعبر أيضا عن رغبة في المشاركة وعن سعى للتواصل مع الغير.

لأن التدوين ظاهرة عالمية حيث يوجد عدد 70 مليون مدونة في العالم وذلك في ابريل 2007 ويزداد هذا الرقم بعدد 120 ألف مدونة جديدة يوميا أي 84 مدونة في الدقيقة الواحدة.

لأن المدونات المصرية ظاهرة شبابية ترتبط أساسا بمدينة القاهرة حيث تشير الدراسة إلى أن عدد المدونين المصريين بلغ 162.2 ألف تقع الغالبية العظمى منهم في الشريحة السنوية من 20-30 سنة وأن 82.1% منهم يقيمون في القاهرة بينما يوجد 11 في محافظات الوجه البحري، 6.8% في محافظات الوجه القبلي .

لأن المدونات المصرية متنوعة الاهتمامات والأولويات وغير صحيح أنها ذات طابع سياسي في المقام الأول ، فالمدونات ذات الطابع السياسي تمثل 1809 من إجمالي عدد المدونات بينما تتنوع المدونات الأخرى على الاهتمامات ذات الطابع الشخصي والفنون والآداب والقضايا الاجتماعية والدينية.

دراسة "إيهاب حمدي جمعه مجاهد" (2007) بعنوان: "مساحات البوح: المرأة

العربية والإنترنت، دراسة مسحية لمدونات المرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونون

العرب (مكتوب):" (1)

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح الإعلامي والتي تستهدف رصد وتحليل الخصائص الديموغرافية للمدونات الفلسطينية حيث استعرضت الدراسة مساحات البوح للمرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونين العرب (مكتوب) ، واعتمدت الدراسة على نموذج روجرز لانتشار

<sup>1</sup> إيهاب حمدي جمعه مجاهد: مساحات البوح: المرأة العربية والإنترنت، دراسة مسحية لمدونات المرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونون العرب (مكتوب)، الجامعة الأمريكية، القاهرة، 2007.

المبتكرات وافترضت أن الخصائص الديموغرافية للمدونات الفلسطينيات سيتضح منها ارتفاع مستواهن التعليمي والثقافي وحدائث السن وتنوع الاهتمام وطرحت عدة تساؤلات حول حجم المشاركة الفلسطينية وخاصة المرأة في مجتمع المدونات العربية والخصائص الديموغرافية من حيث السن والتعليم للمدونات الفلسطينيات وأهم فئات التدوين التي تحتلها صدارة المدونات الفلسطينية والقضايا الخاصة بها.

وقد استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون بالاعتماد على وحدة التحليل للموضوعات والقضايا وجاءت أهم نتائج الدراسة لتبرز تنامي ظاهرة التدوين في العالم العربي عامة والفلسطيني خاصة إذ احتلت المدونات الفلسطينية المرتبة السابعة في هذا المجمع من حيث العدد تسبقها في ذلك دول هي مستقلة وذات سيادة وتعداد سكانها أكبر بكثير من تعداد الشعب الفلسطيني (كمصر والسعودية والجزائر). كما اتضح من الدراسة صحة الفرض الأساسي لنظرية انتشار الابتكارات حيث تبين أن غالبية المدونات الفلسطينيات في هذا المجمع هن إما طالبات بمراحل التعليم المختلفة أو يعملن بمهنة الصحافة بما يتوافق مع الفرض الأساسي للنظرية فهن متعلقات ومهتمات بالشأن العام ومتابعات للأحداث والابتكارات كذلك فإن غالبيةهن 37% ينتمين للفئة العمرية (16 - 24) أي شابات في مقتبل العمر وهو ما يتفق مع النزعة للتغيير وقبول تبني الابتكارات والمستحدثات.

اتضح من النتائج أيضا أنهن يملن للتدوين في موضوعات تتصل بالقضية الفلسطينية ومناصرتها ثم تأتي قضية حقوق المرأة في المرتبة التالية مباشرة كما أنهن نجحن في استقطاب عدد كبير من القراء حتى بلغت أعلى نسبة مشاهدة لإحدى المدونات الفلسطينيات 484.138 مشاهدة أو زيارة.

ويرى الباحث أن هذه المدونات وبحق وفرت ويشكل غير معتاد مساحة من الحرية للمرأة الفلسطينية للتعبير عن مختلف الهموم التي تعاني منها حيث تعددت الأعمال الشعرية والكتابات التي تتم عن نزعة للتحرر من مختلف القيود التي تعاني منها المرأة تحت الاحتلال وفي مجتمع يتهم دائما بالتحيز ضد المرأة فعلى سبيل المثال تحدثت بعض المدونات الفلسطينيات عن أسباب الكتابة والتدوين وذكرن أن

السبب الرئيسي لذلك هو رغبتهم في البوح أو (الفضفضة) لتجاهل المجتمع والأسرة لهم وما يعانينه وعبرت المدونات الفلسطينية عن أشكال متنوعة من القهر الذي يعانينه داخل الأسرة وأشكال مختلفة من القمع سواء المتصلة بالأزواج أو الأهل والأقارب أو من كلا السلطتين الفلسطينية وسلطة الاحتلال وكأنها "ظلمات بعضها فوق بعض".

### التعليق على الدراسات التي أجريت في العالم العربي:

من خلال إطلاع الباحث على ما توصلت إليه الدراسات السابقة التي أجريت في العالم العربي من نتائج، خرج الباحث بالنقاط التالية والتي تناقش أهم ما جاءت به هذه الدراسات:

\_ كل هذه الدراسات تؤكد على الاهتمام المتزايد بظاهرة التدوين الإلكتروني في العالم العربي وزيادة الإقبال عليها تصفحا وممارسة. وتكاد تجمع على الخصائص الديموغرافية للمدونين العرب من حيث المستوى التعليمي المرتفع وذكورية التدوين (نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث) إضافة إلى طغيان فئة الشباب على ساحة التدوين.

\_ الملاحظ أيضا أن هناك اختلافا في الدوافع المؤدية لعملية التدوين التي توصلت إليها الدراسات في المجتمعات العربية، حيث نجد الدافع السياسي الأول في دراسة وفي دراسة أخرى نرى أن البعد الشخصي والتعبير الذاتي له مكانة الصدارة في دوافع التدوين لدى المدونين العرب وهو ما يعني أن هناك عوامل وسيطة تؤثر على هذه النتائج مثل اختلاف البلدان المختارة للدراسة مما يعني اختلاف الدوافع من قطر عربي إلى آخر.

\_ الدراسات التي أجريت في العالم العربي وإن حاولت كشف النقاب عن واقع مجتمع التدوين العربي بشكل عام إلا أننا نجدها تركز على أقطار ومناطق دون أخرى، حيث نلاحظ قلة المعلومات وندرة النتائج المتعلقة بدراسة عالم التدوين في منطقة المغرب العربي ومنها الجزائر. صف إلى ذلك، يلاحظ من خلال استعراض هذه الدراسات عددها المحدود واقتصار بعضها على مجتمعين تحديدا هما المجتمع الفلسطيني

والمجتمع المصري ولم تحظ المجتمعات العربية الأخرى بدراسات "متعمقة" بخصوص الظاهرة الجديدة على الرغم من أهميتها الكبيرة حاضرا ودورها مستقبلا وهو ما نحاول أن نسده من خلال هذه الدراسة.

\_ اختلفت أدوات البحث وجمع البيانات في هذه الدراسات بين دراسات تحليلية وأخرى ميدانية وبين من تجمع بين الطريقتين في محاولة للحصول على معلومات أكبر وأدق نظرا لصعوبة البحث العلمي عبر الانترنت وجدة وسائله وهو ربما ما يفسر قلة تمثيل العينات العربية المختارة في جل الدراسات التي تتراوح بين (100 و200 مفردة سواء كمدونة أو مدوّن) ما عدا الدراسة التي أجراها المركز الأمريكي (35 ألف مدونة عربية)، في حين أن أعداد المدونات العربية في ارتفاع مستمر وتصل إلى الملايين (إذا أخذنا بعين الاعتبار تعدد اللغات التي يكتب بها العرب).

\_ ساعدت الدراسات السابقة الذكر الباحث في اختيار الإطار النظري المناسب للبحث (نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج انتشار المبتكرات)، الحصول على مزيد من المعلومات حول المدونات العربية والاعتماد عليها في طرح بعض تساؤلات الدراسة وجانب من أسئلة استمارة الاستبيان الموجهة لمجتمع المدونين الجزائريين.

### 3.7.1 الدراسات التي أجريت حول المدونات الجزائرية:

دراسة سهيلة بوضياف بعنوان "المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات

والإشباعات"<sup>(1)</sup> وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تمت مناقشتها في جامعة باتنة للموسم الجامعي 2009-2010.

تركزت إشكالية الدراسة حول استخدامات المدونين الجزائريين للمدونات الإلكترونية، ودوافعهم لإنشائها من جهة، واستخدامات وإشباعات قراء المدونات من جهة أخرى.

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف: المدونات الإلكترونية في الجزائر - دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، السنة الجامعية 2009-2010.



وطرحت الدراسة الفرضيات التالية:

- يدونّ المدونون الجزائريون يومياً، ويوظفون على تحديث مدوناتهم كل أسبوع وغالباً ما يقرؤون مدونات غيرهم ويوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدامهم للمدونات وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- يدونّ المدونون الجزائريون بدافع الترفيه عن النفس ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع التدوين وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- يقرأ الجزائريون المدونات يومياً، ويحملون مواضيعها ويستغرقون وقتاً طويلاً في قراءتها، ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع التدوين وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- يقرأ الجزائريون المدونات بدافع معرفي، ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع قراءة المدونات وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي واستخدمت الملاحظة كأداة لجمع البيانات إضافة إلى استمارة استبيان تم توزيعها على عينة شملت 182 مفردة من المدونين الجزائريين و196 مفردة من قراء المدونات. وقد تم اختيار هذه العينة من ثلاث ولايات جزائرية هي: باتنة، ورقلة والجزائر العاصمة.

نتائج الدراسة: توصلت دراسة سهيلة بوضياف للعديد من النتائج نذكر من أهمها:

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 47.25% من أفراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة إلى 3 سنوات، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في هذا الصدد وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- 63.29% يملكون مدونة واحدة ولا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة التدوين وفقاً لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- 21.98 % من أفراد العينة عادة ما يدونون حسب الظروف وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- 53.77 % من أفراد العينة يفضلون التدوين في المنزل و 42.86 % يقضون ساعة إلى ساعتين في التدوين كما أن 41.85 % من أفراد العينة يدونون ليلا.
- 31.52 % من المبحوثين مدوناتهم ثقافية متنوعة وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم في نوع المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- 26.84 % من المدونين يعتمدون على مواقع الانترنت كمرجع للتدوين، 42.31 % يقرؤون مدونات غيرهم.
- 62.64 % من أفراد العينة يستخدمون اسما مستعارا للتدوين في حين 37.33 % يستخدمون اسما حقيقيا.
- 48.03 % من أفراد العينة يردون على التعليقات التي تصلهم حسب أهميتها، و 43.42 % يردون عليها حسب الظروف، في حين أن نسبة 8.55 % لا يردون عليها أبدا كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- واستخلصت الدراسة أن دوافع التدوين لدى الذكور هي دوافع ترفيهية بالدرجة الأولى ثم تأتي الدوافع الاجتماعية في الدرجة الثانية في حين أن العكس صحيح بالنسبة للإناث حيث الدوافع الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى ويأتي الترفيه ثانيا كدافع للتدوين لديهن. في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المدونين في دوافع التدوين وفق متغير المستوى التعليمي.
- أهم ما توصلت إليه الدراسة فيما تعلق بقراء المدونات أن 85.77 % يمتلكون مدونة واحدة، في حين 14.29 % منهم لا يملكون مدونة. وهنا لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفق متغيري الجنس والمستوى التعليمي.

التعليق على الدراسة التي أجريت على المدونات الجزائرية:

تلقتي هذه الدراسة في كثير من الجوانب مع دراستنا الحالية حيث تهدف إلى معرفة دوافع وعادات وأنماط التدوين لدى المدونين الجزائريين وهو جزء من أهدافنا غير أننا نطمح أيضا لمعرفة وكشف التحديات التي يواجهها التدوين الإلكتروني في الجزائر والتعرف على الخصائص الديموغرافية للفاعلين في هذا المجال وهو ما قد يعتبر مؤشرا للعديد من المتغيرات. بالمقابل تضيف الدراسة السابقة هدفا لم نسطره في دراستنا وهو معرفة دوافع وعادات وأنماط قراء المدونات الجزائرية وقد فضلنا التركيز على كشف العلاقة ومدى التفاعل بين المدونين وقرائهم خاصة وأن الدراسة السابقة ذاتها قد أثبتت أن جل قراء المدونات هم المدونون أنفسهم.

ومن الناحية الميدانية فقد ركزت هذه الدراسة اهتمامها على ثلاث ولايات من الوطن فقط وهو ما لا يعتبر تمثيلا بالضرورة لمجتمع التدوين الجزائري خاصة وأنها استتنت جهة الغرب الجزائري والمدونون الجزائريون في الخارج، لذا حاولنا في دراستنا الوصول إلى أكبر عدد من المدونين من مختلف أنحاء الوطن وخارجه باستعمال الطريقة الإلكترونية في توزيع استمارة الاستبيان.

وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال بعض المعلومات المهمة حول التدوين الإلكتروني في الجزائر وصياغة فرضيات الدراسة وكذا المقارنة بين نتائج هته الدراسة ودراستنا للخروج ببعض التأكيدات حول الملامح العامة لظاهرة التدوين الإلكتروني في الجزائر.

**8.1 الإطار النظري للدراسة:****1.8.1 نظرية الاستخدامات والإشباع:**

تستخدم هذه الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباع كإطار نظري لها وهو امتداد للنموذج الوظيفي في العلوم الاجتماعية.<sup>(1)</sup> وسيتم تناول هذه النظرية من خلال النقاط التالية:

### الخلفية المعرفية للنظرية:

إن مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام هو من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث، بتأثير عوامل عديدة، حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغيير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها؟<sup>(2)</sup>

لقد عرفت أبحاث جمهور وسائل الإعلام تطورا ملحوظا منذ الحرب العالمية الأولى، غير أن تلك الدراسات جاءت في ظل أهداف تجارية ودعائية وسياسية محضة جعلت من الدراسات الأولى للجمهور دراسات كلاسيكية، باعتباره فردا متأثرا، حيث سادت في العقود الثلاث الأولى من القرن العشرين وجهة النظر التي تؤمن بأن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على الاتجاهات والآراء وبالتالي على السلوك، وتتنظر إلى الجمهور على أنه مكون من كائنات سلبية يمكن التأثير عليها تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الإعلام<sup>(3)</sup>. وفي هذا الصدد برزت نظرية "الحقنة تحت الجلد" أو "الرصاصة الإعلامية" التي ترى أيضا أن جمهور وسائل الإعلام يتأثر على انفراد بالوسائل التي يتعرض لها، أي أن ردة فعله تجربة "فردية" لا "جماعية".<sup>(4)</sup> ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور وذلك على إثر حدثين رئيسيين هما: أولا انتشار البحوث الإمبريقية على نطاق واسع،

1 أمين سعيد عبد الغني: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط 1، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر الجديدة، 2008، ص 254.

2 باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 31.

3 جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 568.

4 عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 1997، ص 198.

وظهور نتائج للدراسات تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية، وثانيا توصل علماء النفس والاجتماع إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان.<sup>(1)</sup>

هكذا، تحولت البحوث الاتصالية من التأثير المباشر الذي تمثله نظرية الحقنة تحت الجلد إلى نظريات التأثير غير المباشر والتي ترى بتداخل عوامل أخرى تؤثر في تعرض الجمهور للإعلام وأن الجمهور إيجابي ونشط ويختار من الوسائل والمضامين ما يشبع رغباته واحتياجاته،<sup>(2)</sup> وعلى عكس الاتجاه السابق للدراسات، أصبح التساؤل المطروح هو "ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟" بعد أن كان التساؤل القائم "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد؟"<sup>(3)</sup>

وشهدت المرحلة ما بين عام 1940 وحتى فترة الستينات نشاطا مكثفا في مجال البحوث الإعلامية أخذت في اعتبارها العديد من الأوجه المهمة في الاتصال الإنساني وبدأت تنظر إلى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية أو مستقيمة مع تأكيد فكرة أن المتلقين ليسوا سلبيين وإنما يقومون بعمليات إدراك وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الإعلامية.<sup>(4)</sup>

ومن خلال حصيلة عامة لهذه البحوث، نشأت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري) وهي عبارة عن صياغات متفرقة، غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي: نظرية الفروق الفردية، نظرية التباين الاجتماعي ونظرية العلاقات الاجتماعية.<sup>(5)</sup> وكانت هذه النظريات بنقضها لفروض نظرية الرصاصة، بمثابة طريق ممهّد لبروز وانتشار نظرية "الاستخدامات والإشباع" من خلال منحها

1 ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 1993، ص 241.

2 مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 100.

3 نصيرة عقبي: جمهور التلفزيون ونظرية الاستخدامات والإشباع: دراسة مسحية في الاستخدام والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2002 - 2003، ص 57.

4 مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 80.

5 فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط 1، دار الفكر، دمشق - سوريا، 2002، ص 147.

للجمهور حيزاً من السيادة في عملية اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في (مبدأ الاهتمام الانتقائي، مبدأ الإدراك الانتقائي، مبدأ التذكر الانتقائي، مبدأ التصرف الانتقائي).<sup>(1)</sup>

### تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات:

قدّم هذا المدخل للمرة الأولى عام 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف كاتز Katz عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال، والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلاً من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور.<sup>(2)</sup>

غير أن الظهور الفعلي لمنظور "الاستخدامات والإشباعات" كان عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية Herzog بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته" وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها مع مئة من المستمعات للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو إلى وجود إشباعات أساسية للاستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات هي: التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة والنصح<sup>(3)</sup>. وقد قامت هيرزوخ Herzog بالعديد من الدراسات تضاف إليها دراسات كل من "لازارسفيدل" "ستانتون" « Lazarsfeld . Stanton » ودراسات ساشمان Sachman ودراسات بيرلسون Berison.<sup>(4)</sup>

ويرى كل من كاتز وبلومر أن المرحلة الأولى من تطور هذا المدخل اهتمت بتقديم وصف عميق لتوجهات وسائل الإعلام التي تتحكم في اختار الأشكال المختلفة من محتوى هذه الوسائل، حيث كانت هذه البحوث الوصفية تعاني نقصاً في المفاهيم ومناهج البحث الملائمة، ولهذا ظهر جيل جديد من البحوث الوصفية ذات توجه ميداني ومن أبرز هذه الدراسات دراسة شرام ودراسة هيملوبت الشهيرتان حول التلفزيون والطفل وجسدت هذه الدراسات المرحلة الثانية من مراحل تطور بحوث الاستخدام والإشباع والتي

1 أديب خضور: دور الإعلام في مواجهة المخدرات، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999، ص 9.

2 رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 255.

3 محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي دمياط، 2006، ص 10.

4 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 112.

كانت تهدف إلى الكشف عن الأشكال المتباينة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتميزت هذه المرحلة الميدانية بالاستخدام العلمي للمتغيرات الاجتماعية والنفسية من أجل وضع نماذج للاستخدام والإشباع.<sup>(1)</sup>

في فترة السبعينات بلغت نظرية الاستخدامات والإشباع مرحلة النضج أو تكوين الشخصية مستفيدة من دراسة بلومر Blumler وكاتز Katz سنة 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964 والتي تهدف إلى التعرف على أسباب مشاهدة، أو تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان بلومر وكاتز سنة 1974 اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباع بالأسول النفسية والاجتماعية، للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال، والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات، والإشباع، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.<sup>(2)</sup>

هكذا فقد حظي مدخل الاستخدامات والإشباع بنصيب وافر من الاهتمام وهو ما دفع روزنجرين وزملاؤه إلى القول أن البحوث في هذا المجال قد دخلت مرحلة جديدة، تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختبار.<sup>(3)</sup>

المقرب الحديث للاستخدامات والإشباع:<sup>(4)</sup> يتميز المقرب الحديث للاستخدامات والإشباع الذي بدأ يتبلور منذ الثمانينات من القرن الماضي بتوجيه الاهتمام أكثر فأكثر إلى تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل شبكة الانترنت والهاتف النقال وجهاز mp3 و mp4 وغيرها..

1 حمدي حسن: وظائف الاتصال الجماهيري: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1998، ص 13.

2 رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ن ص.

3 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 113

4 عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيرة: الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص - ص 79 - 83.

ومنذ التسعينيات من القرن الماضي برزت شبكة الانترنت من خلال توليفها بين عناصر الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري. كما تتميز بميزة التفاعلية عن طريق جماعات النقاش، البريد الالكتروني، التسوق المباشر ووصلات مصادر المعلومات..الخ.

ويلاحظ أحد الباحثين في مجال الاستخدام والإشباع (Ruggiero, 2000) أننا، في بيئة الانترنت، نجد المستعملين مشاركين ناشطين في الاتصال بصفة أكبر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. كما يشير باحثون آخرون إلى أن المستخدمين للانترنت لا يجدون صعوبة في ذكر حاجاتهم، وأن توفر خيارات الوسائل الإعلامية يجعل هذه الأخيرة تتنافس من أجل اشباع حاجات الفرد. غير أن هذا التنافس لا يقع بين الانترنت والوسائل التقليدية فحسب، وإنما يوجد أيضا فيما بين الخيارات الموجودة في شبكة الانترنت ذاتها.

وبما أن ظهور وسيلة إعلامية جديدة غالبا ما يخلق دوافع جديدة وإشباعات جديدة وسط جماعات الجمهور المتنوعة، فإنه يتعين على الباحثين تحديد هذه الأبعاد الجديدة لدوافع المستخدمين وإشباع حاجاتهم. وفي هذا السياق، أنجزت دراسات كثيرة انطلاقا من منظور الاستخدامات والإشباعات في محاولة لمعرفة ما يحققه مستعملو الانترنت من إشباعات وتأتي دراستنا هته ضمن نفس السياق محاولة البحث في الدوافع والإشباعات، العادات والأنماط الخاصة باستخدام خدمة من أحدث خدمات الانترنت، ألا وهي المدونات.

#### مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها:

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"



وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه يهدف إلى إشباع حاجات معينة، يشعر أنه بحاجة إليها، ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل. (1)

وبلخص كاتز وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية: (2)

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة، يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.

- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، وحاجاته، ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية هي (3) :

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل، والمضامين التي تشبع حاجياته.

1 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص . ص 109 . 110.

2 محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص. ص 222 . 223.

3 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، والإشباع المحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

عناصر النظرية:

### 1- الجمهور النشط:

مصطلح "الجمهور النشط" يفترض التوجه الإرادي والانتقائي بواسطة الجمهور نحو عملية الاتصال،<sup>(1)</sup> وقد حدد "جونتر" أبعاد هذا المفهوم في النقاط الآتية: (2)

- ❖ **الانتقائية:** فالجمهور لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.
- ❖ **العمدية:** يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون، الذي ينتقيه، ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.
- ❖ **المنفعة:** استخدام الجمهور للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة، التي يشعر بأنه في حاجة إليها.
- ❖ **مناعة التأثير:** الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد، فهو إيجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.
- ❖ **الاستغراق:** يتم بالاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين إعلامية وذلك على مستويات عديدة مختلفة: إدراكية، شعورية وسلوكية.<sup>(3)</sup>

1 محمد فضل الحديدي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

2 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 114 . 115.

3 محمد فضل الحديدي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 22 . 23.

## 2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:

يرى باحثو الاستخدامات والإشباع أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام لدى الأفراد تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى، كما تؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية إلى وجود حوافز ومثيرات - منبهات - لدى أفراد الجمهور من مستخدمي وسائل الإعلام. (1)

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي... الخ. (2)

## 3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام والإشباع على النحو الآتي: (3)

❖ النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية، يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من قبل الجمهور، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على الاختيار والتعبير عن اتجاهاته، يسعى إلى تلبيةها بشكل مباشر.

❖ النظر إلى أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، بل يتم معرفتها من قبل الجمهور بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

❖ النظر إلى أن دوافع التعرض لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بصورة واضحة. فالحاجات الأساس مثلًا قد تؤثر في تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل

1 مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، مرجع سبق ذكره، ص 243.

2 حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر، 2003، ص 244.

3 هيثم هادي الهيتي، مرجع سبق ذكره، ص 150.

مباشر، لكن لا يدرك الجمهور أنها دوافع للتعرض، ذلك أن الدافع نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة.

❖ النظر إلى أن سلوك الجمهور للتعرض ليس له أي دافع، وأنه مرتبط بالعادة على التعرض.

وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساساً في: حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه.<sup>(1)</sup>

ويشير "مساعد المحيا" إلى الفرق بين الحاجات والدوافع، فالحاجات هي (كل ما يحتاج إليه الفرد سواء كان عضوياً أو مادياً). بينما الدوافع هي (حالة مؤقتة من التوتر النفسي أو الجسمي تنشأ إثر استثارة حاجة معينة وتوجه لتحقيق هدف معين). ويوضح الباحث الفرق بينهما في مثال: الحاجة إلى الأكل ثابتة لا تنتهي عند الإنسان، لأن تركها يؤدي إلى الموت، لكن الدافع إلى الأكل هو الجوع، فالدافع هو الأمر المباشر لتلبية الحاجة.<sup>(2)</sup> ويؤكد هنا دينيس ماكويل (D.Macquial) على أهمية النظر إلى مدخل الاستخدامات والإشباع من منظور مجتمعي، بدلاً من المنظور الفردي، ذلك أن الحاجات الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية وقدم على إثر ذلك نموذجين، أحدهما يؤكد على ربط الاستخدامات بالثقافة، والآخر يؤكد على ربط الاستخدامات بالمعرفة.<sup>(3)</sup>

أما دوافع الاستخدام فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين هما: <sup>(4)</sup>

#### 4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

1 عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص 115.

2 هيثم هادي الهيبي، مرجع سبق ذكره، ص ص. 150 . 151.

3 عبد الله اليوسف الجبوري: نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، الجامعة الكندية العربية الحرة، 2009، ص 25.

4 مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 118.

لقي مفهوم التوقع الكثير من التعريفات، منها على سبيل المثال، تعريف ماكلويد (McIlouid) وبيكر (Baker) القائل بأن التوقع "هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة"، بينما يرى بيليد وكاتز أن التوقع هو "مطالب الجمهور من وسائل الإعلام".<sup>(1)</sup> وبالتالي فإن التوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين، إذ يرى "سرام" أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها تحقق له الإشباع المطلوب.<sup>(2)</sup> وعلى سبيل المثال فإن الشخص الذي يميل للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف.<sup>(3)</sup>

#### 5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

يشير "سيفن وندهل" (S.Windahl) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة، تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً.<sup>(4)</sup>

#### 6- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات. وتفرق الكثير من الدراسات بين نوعين أساسيين من الإشباعات هما: الإشباعات المطلوبة (هي التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض) والإشباعات المتحققة (هي التي تتحقق للجمهور بالفعل نتيجة التعرض). كما توصلت الدراسات أيضاً إلى نتائج من أهمها: ارتباط الإشباعات التي يبحث عنها الفرد بالإشباعات التي تتحقق له، بمعنى أن كلا منهما يؤثر

1 عبد الله اليوسف الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص 27.

2 وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 296.

3 محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط 2، مكتبة العبيكان، الرياض - السعودية، 1998، ص 26.

4 محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 228.

في الآخر، لكن وفي نفس الوقت، فإن الإشباع الذي يتحقق للفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يبحث عنه. (1)

وقد اهتمت الدراسات بالترقية بين نوعين من الإشباع التي تتحقق فعلا من التعرض لوسائل الإعلام، وهما:

- **إشباع المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى: إشباع توجيهية؛ تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباع اجتماعية؛ ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

- **إشباع العملية:** وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، تنقسم إلى: إشباع شبه توجيهية؛ وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباع شبه اجتماعية؛ مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة. (2)

### الانتقادات الموجهة للنظرية:

قدّمت نظرية الاستخدامات والإشباع إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته وازداد إدراك الباحثين بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيرا أو محدودا وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاء المنهجية والموضوعية في هذا المجال إلا أن صورا من النقد وجّهت إلى هذه النظرية وتطبيقاتها،<sup>(3)</sup> لعل أشهرها تلك التي أوردها ماكويل وهي كالآتي:

- تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.

1 هيثم هادي الهيبي، مرجع سبق ذكره، ص. 155 . 156.

2 حسن عماد مكاوي، ليلى السيد، مرجع سبق ذكره، ص 249.

3 محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 226.

- تعتمد بإفراط على دقاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطوعية هذا الأخير للتفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- نفترض بأن السلوك تجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.

- تواجه فلسفة "الاستخدامات والإشباعات" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال.<sup>(1)</sup> يضاف إلى ما سبق الرأي القائل بأن الاستخدامات والإشباعات لا تشكل نظرية مستقلة، وإنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي.<sup>(2)</sup>

ومن خلال العرض السابق لنظرية الاستخدامات والإشباعات - تطورها، فرضياتها وعناصرها-، نجد أن هذه النظرية ملائمة للبحث المقدم نظرا إلى أن الانترنت بشكل عام والمدونات بشكل خاص تعتبر من الوسائل التي تلائم طبيعة الجمهور النشط المتفاعل الإيجابي، ضف إلى ذلك أن هذه النظرية تتيح التعرف على دوافع المدونين من استخدامهم لهذه الوسيلة، فضلا عن مراعاة البعد الخاص بالأصول النفسية والاجتماعية للأفراد والذي يساهم في تشكيل الحاجات والدوافع لدى الإنسان وكذا عاداته وأنماط استخداماته للوسيلة حيث تختلف الممارسات من مجتمع إلى آخر ومن بيئة إلى أخرى.

### 2.8.1 نموذج انتشار وتبني الأفكار المستحدثة:

#### الخلفية المعرفية للنموذج وتطوره:

1 فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط 1، دار الفجر، القاهرة - مصر، 2003، ص.ص 31 . 32.  
2 فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 156.

اهتم علم الاجتماع كثيرا بظاهرة الانتشار وهي العملية التي يقصد بها انتشار فكرة جديدة أو عادة جديدة على مر الزمن وعن طريق مسالك محددة بين أفراد بناء اجتماعي كالحَيِّ أو القرية أو المصنع أو القبيلة. فإلى جانب الكتابات المهمة العميقة عن تشكيل الرأي العام والذوق العام شهد العقد الثالث من القرن العشرين عددا من الدراسات الاجتماعية التي استهدفت تتبُّع انتشار المستحدثات؛ مثل انتشار نوع جديد من الهوايات والحركات السياسية وما إلى ذلك.

وعلى الرغم من الاهتمامات المشتركة في ميادين البحث المختلفة؛ فإن هذه الأجزاء المختلفة من الأبحاث الاجتماعية لم تظهر إلا إماما قليلا، بعضها ببعض، فلم يظهر ما يدل على توحيد الجهد وظهور اتجاه موحد في دراسة ظاهرة الانتشار إلا في العقود الموالية.<sup>(1)</sup>

في السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات، ذهب عديد من المنظرين إلى الأخذ بفرضية تدفق الاتصال على مراحل وقد أخذ بهذا الرأي كثير من دارسي نموذج انتشار المبتكرات حيث يندرج كلا النموذجين (تدفق الاتصال على مرحلتين، انتشار المبتكرات) تحت نظريات التأثير المحدود لوسائل الاتصال، ويبدو نموذج انتشار المبتكرات شبيها بالفرضية السابقة ولكنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال، إذ أنه يرى بأن تدفق المعلومات ينتقل من شخص إلى آخر وهلم جر.<sup>(2)</sup>

وهذه المقاربة التي تأخذ بفرضية تدفق الاتصال على مراحل وعبر أفراد عديدين، تنطلق من الدور الحاسم الذي يلعبه التأثير الشخصي في عملية انتشار الأفكار المستحدثة وخاصة من طرف قادة الرأي. ومن ثم فهي تحاول تحليل مجموع عملية الابتكار، حيث تركز الاهتمام على انتشار المبتكرات على مراحل وعلى المعرفة الإمبريقية للعوامل المساعدة على تبني الابتكار المدروس من طرف الأشخاص.<sup>(3)</sup>

1 سهير جاد: وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1، 2003، ص ص 263 . 264.

2 مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2006، ص 267 ص 270.

3 فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 32.



في عام 1962، قدم روجرز نموذج في كتاب سماه "انتشار المبتكرات" وهو النموذج الذي يسعى لفهم كيف ولماذا وإلى أي مدى تنتشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة في ثقافة ما، حيث أكد أنه يمكننا في هذا الإطار التمييز بين أنواع مختلفة من الأفراد داخل أي مجتمع بحيث تمثل كل مجموعة منهم فئة لها خصائصها تجاه الابتكار الجديد. (1)

### مفاهيم وعناصر نموذج انتشار وتبني الأفكار المستحدثة:

#### (1) مفهوم الانتشار:

يذكر روجرز أن الانتشار هو انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس؛ والنجاح الذي يصادف بعضها في هذا الطريق وال فشل الذي يعترض بعضها الآخر وظروف النجاح وأسباب الفشل فالانتشار مرتبط إذن بالتجديدات والابتكارات. (2) وهو أيضا العملية التي ينتقل بواسطتها التجديد أو ينتشر فيها بين المستخدمين أو بين الناس، ويتمثل أساس عملية الانتشار في التفاعل الانساني، الذي يترتب عليه عملية انتقال فكرة جديدة من شخص إلى آخر. (3)

#### (2) عناصر نموذج انتشار الأفكار المستحدثة:

هناك أربعة عناصر أساسية ترتبط بموضوع انتشار وتبني الأفكار المستحدثة:

❖ التجديد أو الابتكار أو التكنولوجيا الجديدة، أي الفكرة المستحدثة ذاتها.

❖ قنوات الاتصال.

❖ التركيب الاجتماعي للبيئة أو النسق الاجتماعي.

❖ الفترة الزمنية الضرورية للانتقال، أو ما يطلق عليه عنصر الزمن.

#### أ - الفكرة المستحدثة:

1 إيهاب حمدي جمعة مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 3.

2 محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر، ط 1، 2001، 210.

3 منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، 118.

الفكرة المستحدثة أو الابتكارات هي أفكار يدركها الفرد بوصفها شيئاً جديداً وقد تتعلق هذه الأفكار الجديدة بأمور محددة جداً تشغل ذهن الإنسان كما أنها قد تصل بمجال واسع من الأمور والاهتمامات الإنسانية، وتقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة كما أن حداثة هذه الفكرة هي التي تحدد رد فعل الشخص تجاهها.<sup>(1)</sup> والفكرة المستحدثة أو الجديدة قد تتضمن مثلاً الحركات الاجتماعية ومستحدثات الملابس..الخ.

وعندما يتطلب الأمر تعريفاً جامعاً مانعاً للأفكار الجديدة يمكن أن نتبعها بكلمة "فني" أو "تنظيمي" لتحديد المعنى، فنقول فكرة فنية أو تنظيمية فليست كل الأفكار الجديدة من البدع الفنية التكنولوجية.<sup>(2)</sup> وتعتبر عملية نشر الأفكار المستحدثة، حسب روجرز، أساس التغيير الاجتماعي، سواء كان ذلك بقبول المستحدث أو رفضه.<sup>(3)</sup>

#### ب- قنوات الاتصال:

فكرة الانتشار تتكون من فكرة جديدة وشخص لديه معلومات عنها وآخر ليس لديه عنها أية معلومة فيكون لعنصر الاتصال في هذه العملية إذن دور رئيس، حيث أنه يمثل العملية التي بواسطتها ينتقل المبتكر وينتشر انتشاراً واسعاً بين الناس<sup>(4)</sup>.

وهناك نوعان من الاتصال: الأول الذي يعتمد على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وأشكال الاتصال المختلفة كالإعلام والإعلان والدعاية وغيرها لنشر الفكرة بين أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف والثاني الذي يعتمد على تأثير الجماعات المرجعية والأسرة والأصدقاء وقادة الرأي<sup>(5)</sup> أي الاتصال الشخصي.

1 محمد محمد عمر الطنوبي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

2 سهير جاد، مرجع سبق ذكره، ص 265.

3 رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 48.

4 محمد محمد الطنوبي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

5 منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

ويرى نموذج انتشار الأفكار المستحدثة بأن قنوات وسائل الاتصال الجماهيري أكثر فعالية في خلق معرفة حول المبتكرات،<sup>(1)</sup> وقد أسفرت العديد من البحوث عن جملة من الوظائف الأساسية لهته الوسائل في عملية نشر الأفكار، وهي: وظيفة الحث، ووظيفة التقييم، ووظيفة الإخبار، ووظيفة التعزيز والوظيفة المهنية<sup>(2)</sup> (تقديم المهنيين المرتبطين بالفكرة).

في المقابل، تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول فكرة جديدة أي في عملية اتخاذ القرار حول المبتكر. ويمثل قادة الرأي إحدى المتغيرات الأساسية في عملية التأثير الشخصي ونقصد بهم الأشخاص الذين يمارسون تأثيرا كبيرا على غيرهم من الأفراد في مواقف معينة، لا بد لهم فيها من القيام بالاتصال المباشر بالتابعين، حتى يتمكنوا من تحقيق أهدافهم والقيام بأدوارهم في عملية التنمية.<sup>(3)</sup>

ويمدنا روجرز وشوميكور، في ظل نموذج انتشار الأفكار المستحدثة، بقائمة من التعميمات النظرية حول خصائص قادة الرأي وهي: <sup>(4)</sup>

- ✓ قادة الرأي يتعرضون أكثر لوسائل الإعلام والاتصال.
- ✓ قادة الرأي أكثر ابتكارية من أتباعهم.
- ✓ قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من أتباعهم مع وكيل التغيير، وهم على اتصال بالجهات المسؤولة عن برامج التغيير.
- ✓ قادة الرأي لديهم مركز اجتماعي متميز أكثر من أتباعهم.
- ✓ قادة الرأي أكثر انفتاحا (عالمية) من أتباعهم. وهم أكثر من الأتباع قدرة على تقبل الأفكار الجديدة وتقبل التغيير القادم من الغير.

1 مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 273.

2 منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سبق ذكره، ص 121.

3 منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، المرجع السابق، ص 123.

4 مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 271.

✓ قادة الرأي أكثر من أتباعهم مشاركة اجتماعية.

### ج- النسق الاجتماعي:

النسق الاجتماعي هو مفهوم أو تصور أصبح شائع الاستخدام في علم الاجتماع الحديث، وهو يشير إلى مجموعة من الأفراد يتباينون ويتفاضلون وظيفياً، وهم معنيون بحل مشاكل جمعية أو تحقيق هدف جمعي. ويمكن أن يتميز كل فرد عن الآخر ويتفاضل في الدور والمركز الاجتماعي والمكانة، ولكن جميع الأعضاء متعاونون على الأقل في المسائل العامة أو في المشكلات المشتركة. ويؤكد الباحثون أنه يكاد يكون من غير المعقول دراسة عملية الانتشار دون وجود قدر من المعلومات المتعلقة بالتركيب الاجتماعي الذي يعيش في إطاره الأفراد المتوقع اعتناقهم للفكرة الجديدة، حيث تتأثر عملية نشر الأفكار المستحدثة بالمعيار الاجتماعي السائد؛ أي النمط السلوكي الشائع بين أفراد تنظيم اجتماعي معين. إذ أن معظم الأفكار المستحدثة تتطلب قبولاً مسبقاً من قبل الغالبية العظمى من أفراد التنظيم الاجتماعي السائد قبل أن يتخذ الفرد قراره باعتناق الفكرة الجديدة ومن المحتمل أن يرغب الفرد في اعتناق فكرة معينة لكنه لا يستطيع ذلك ما لم ينظم إليه آخرون في هذا الاعتناق.<sup>(1)</sup>

### د- عنصر الزمن:

من الواضح أن جميع الناس لا يتبنون الفكرة المستحدثة في الوقت نفسه، حيث إن الناس في العادة يتبنون الفكرة على مدى زمن طويل، يختلف من فرد لآخر. ذلك أن بعض الأفراد مثلاً يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات، سواء كانت أفكاراً أو آليات جديدة أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تتخفض ويبدؤون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا.<sup>(2)</sup>

1 منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 127 . 128.

2 رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 52.

(3) الخصائص التي تؤثر في قبول انتشار المبتكرات:

عرض "روجرز" "Rogers" و"شوماكير" "Shoemaker" قائمة من الخصائص التي استنبطها من دراسات عديدة في ميادين: الزراعة، الطب، التعليم، التسويق وغيرها والتي تعتبر محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام، تشمل على ما يلي (1) :

## ❖ الميزة أو الفائدة النسبية Relative Advantage:

الميزة النسبية هي درجة تفوق الفكرة المستحدثة على غيرها من الأفكار السابقة لها. ودرجة التفوق النسبي هذه يقصد بها عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الأشخاص الذين يتبنون الفكرة المستحدثة؛ والأمر الأكثر أهمية هنا هو إدراك الأفراد للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة، حيث كلما زاد إدراك الأفراد للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة زادت سرعة معدل تبنيها.

## ❖ الانسجام مع القيم السائدة Compatibility:

هو درجة اتفاق الفكرة المستحدثة مع القيم السائدة لدى المتبنين لها فالفكرة التي لا تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في النظام الاجتماعي ومع الخبرات السابقة والاحتياجات الحالية للمستقبلين لها، لن يتم تبنيها بمعدل سرعة الفكرة المستحدثة الملائمة لما سبق (2).

## ❖ درجة التعقيد Complexity:

1 فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ن ص.

2 منى سعيد الحديدي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر، ومن مرحلة عمرية لأخرى، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح مواقع الانترنت مثلا يتطلب بعض المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسية على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة.

#### ❖ إمكانية التجريب Triability:

كلما توافر للمستحدث إمكانية التجريب - ولو على مستوى محدود - كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر، وبصفة عامة فإن المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد، لاسيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها.

و على ضوء هذا يمكن تفسير ما أشارت إليه بعض الدراسات حول عدم ترحيب عدد كبير من مستخدمي الصحف الالكترونية بوجود إجراءات سابقة قبل تصفحهم لمحتوى الصحيفة، حيث تطلب بعض مواقع الصحف أن يقوم المستخدم بتسجيل بياناته الشخصية في أول مرة لاستخدامها، بينما تقصر صحف أخرى بعض خدماتها على المشتركين فيها، كما توجد بعض الصحف التي لا تتيح الاطلاع على محتواها إلا نظير اشتراك مالي. (1)

#### ❖ قابلية التداول (الوضوح وسهولة النشر):

يقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة أو الأساليب المستحدثة بين الأفراد، وقد لوحظ أنه كلما كانت النتائج المترتبة على تبني الفكرة واضحة جلية للعيان، كان قبول الآخرين وتبنيهم لها سهلا ميسورا.

#### (4) عملية التبنى: (2)

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص. 50 . 51.

<sup>2</sup> إفريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتاب، القاهرة، 1991، ص ص 111-116.

لقد تعددت تعريفات التبني إلا أنها اتسقت من حيث المضمون مع التعريف الذي أورده "روجرز" بأنها: "العملية العقلية التي يمر الفرد خلالها منذ أن يسمع عن فكرة جديدة لأول مرة حتى تصبح هذه الفكرة جزءاً من سلوكه، ومن المسلم به أن عملية تبني المبتكرات الجديدة التي تسبقها عملية أخرى وهي عملية نشر تلك المبتكرات، والتي بواسطتها تنتقل المبتكرات الجديدة من مصادرها الأصلية إلى عدد كبير من المستفيدين منها عبر مختلف وسائل الاتصال، بغية تعريفهم بها وحثهم على تبنيها ووضعها في حيز التنفيذ الفعلي".

### مراحل عملية التبني:

- مرحلة الشعور بالفكرة Awareness: وفي هذه المرحلة يتعرض الفرد للفكرة وبحس بحاجة شديدة إلى معلومات كافية عنها، ويرى أغلب العلماء أن السماع بالفكرة الجديدة يكون بالمصادفة المحضة.
- مرحلة الاهتمام Interest: وفي هذه المرحلة يصبح الفرد راغباً في التعرف على دقائق الفكرة الجديدة، ويسعى إلى تنمية معلوماته حولها.
- مرحلة التقييم Evaluation: وفي هذه المرحلة يطبق المرء الفكرة المستحدثة تطبيقاً عقلياً على موقفه الراهن وكذلك موقفه الذي يتوقعه مستقبلاً، وبعدها يقرر إن كان عليه أن يجرب الفكرة أم لا، وتخضع هذه المرحلة إلى تردد كبير من المتبني لذلك فهو يحتاج إلى التشجيع القوي.
- مرحلة التجريب Trial: وفي هذه المرحلة يستخدم المرء الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق، وذلك لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة تمهيداً لتطبيق الفكرة كلياً.
- مرحلة التبني Adoption: وهنا يقرر المرء عادة الاستمرار في الاستخدام الكامل للفكرة.

# الفصل الثاني

# التدوين الإلكتروني

## 1.2 المدونات الإلكترونية: الماهية والتقنية

1.1.2 تعريف المدونات الإلكترونية

2.1.2 المصطلحات المتعلقة بالمدونات

3.1.2 الفرق بين المدونات والمنديات والمواقع الإلكترونية

4.1.2 خصائص المدونات

5.1.2 أنواع المدونات

6.1.2 هيكلية المدونات وطرق بنائها وإدارتها

7.1.2 محركات البحث عن المدونات

## 2.2 دوافع، استخدامات وأخلاقيات التدوين

1.2.2 دوافع التدوين الإلكتروني

2.2.2 استخدامات التدوين الإلكتروني

3.2.2 الإشكاليات الأخلاقية للتدوين الإلكتروني

## 3.2 لمحة عامة عن التدوين الإلكتروني في العالم

1.3.2 نشأة وتطور التدوين الإلكتروني

2.3.2 نماذج عن التدوين الإلكتروني في العالم الغربي

3.3.2 التدوين الإلكتروني العربي

4.3.2 التدوين الإلكتروني في الجزائر



شهدت المدونات بعد مدة وجيزة من ظهورها إقبالا كبيرا عليها من ملايين البشر وهي تتكاثر كل يوم بل كل ثانية بشكل مذهل، وتجذب إليها أطيافا متنوعة من الأشخاص فنجد مدونات المراهقين، والشباب ومدونات الإعلاميين والطلبة والمدونات النسائية والفئات المهمشة في المجتمع ومدونات خاصة بحقوق الإنسان.. الخ إن هذا التنوع في ثنائياها والسرعة في تبيها تجعلنا نتساءل ما هي المدونات بالضبط؟ وما الخصائص التقنية والاتصالية التي تمزها؟ لماذا يدون الناس وفيما يستخدمون التدوين؟ وكيف تطورت هذه الظاهرة وبدأت وإلى أي حد تؤثر في المجتمعات المختلفة عبر أنحاء المعمورة؟ هذا ما سنحاول أن نجيب عنه بالقدر المتاح في هذا الفصل:

### 1.2 المدونات الإلكترونية: الماهية والتقنية:

#### 1.1.2 تعريف المدونات الإلكترونية:

أ- لغويا:

المدونة جمعها مدونات، حيث اشتقت الكلمة من فعل دوّن، تدوين، مدونة ليصبح اسم الفاعل مدوّن<sup>(1)</sup>، هي التعريب الأكثر قبولا لكلمة (blog) الانجليزية التي هي نحت من كلمتي (web log) بمعنى (سجل الشبكة).<sup>(2)</sup>

وهناك العديد من التسميات التي استخدمت كمقابل لكلمة بلوغ (blog) منها: البلوجز، البلوغز، المذكرات الإلكترونية، المدونات الشخصية، يوميات الانترنت، السجل الشخصي،... وغيرها الكثير من التعريبات التي ورد في كتابات المؤلفين العرب عن المدونات الإلكترونية، غير أن "مدونة" هو التعريب

<sup>1</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل: المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، -cybrarians journal-، ع 13 (يونيو 2007). تاريخ الزيارة > 20-12-2009. - متاح على :

<http://journal.cybrarians.info/no13/blogs.htm>

<sup>2</sup> <http://ar.wikipedia.org/wiki/مدونة>

تاريخ الزيارة (6-4-2007)

الأكثر قبولا وانتشارا واستخداما لهذه الكلمة حتى الآن.<sup>(1)</sup> ومصطلح (blog) هو مصطلح حديث حتى في الانجليزية حيث تم إدخاله لأول مرة إلى معجم أوكسفورد في طبعة مارس 2003.<sup>(2)</sup>

أما بالنسبة للغة الفرنسية فتوجد العديد من الاستعمالات إذ يطلق على المدونة Carnet Web أي صحيفة الويب، كما يطلق عليها أيضا مصطلح Blogger.<sup>(3)</sup>

ويعرّف قاموس أكسفورد الإنجليزي كلمة المدونة كالتالي: "هي موقع ويب يتم تحديثه بانتظام وتتضمن عادة الملاحظات الشخصية، مقتطفات من مصادر أخرى.. الخ. عادة تكون مدارة من طرف شخص واحد وتحتوي وصلات فائقة تحيل إلى مواقع أخرى: المدونة هي مجلة إلكترونية، مفكرة على الانترنت".<sup>(4)</sup>

ويذكر قاموس ويبستر (Merriam Webster Online Dictionary) في نسخته لعام 2004 أن المدونة (blog) عبارة عن "موقع على شبكة الانترنت يتم تحديثه بصفة مستمرة يشتمل على تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا"<sup>(5)</sup>

#### ب- اصطلاحا:

تعرف المدونة في موسوعة الويكيبيديا العالمية (Wikipedia) على أنها: تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورته عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل

<sup>1</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المرجع السابق.

<sup>3</sup> جمال الزرن: المدونات وسلطة التدوين، مرجع سبق ذكره.

<sup>4</sup> Patrick W. O'Donnell, Users and the marketing efficacy of MP3 music blogs, A Master Thesis of Science, Department of Communication, Spring Semester, 2006, The Florida state University, p 2.

<sup>5</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، مرجع سبق ذكره.

مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكّن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.<sup>(1)</sup>

ويعرّف معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي - عربي) المدونات الإلكترونية على أنها أحد الخدمات الحديثة التي تتيحها شبكة الانترنت لمستخدميها والمدونات blogs - جمع مدونة blog - وهي وثائق يقوم بكتابتها مستخدمو الانترنت ويقومون بنشرها على الشبكة من خلال مواقع معينة تستضيف مدوناتهم وهي وسيلة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتتراوح المدونات ما بين يوميات وخواطر أو تعبير مرسل عن الأفكار، أو إنتاج أدبي أو موضوعات متخصصة في مجال التقنية مثلا أو أي مجال آخر، كما تشتمل المدونات كذلك على أخبار ومقالات أو كتب وأشعار ومذكرات وفي بعض الأحيان طرائف ونكات وصور، وقد تحوي دعوات للتظاهر والاعتصام. والمدونات قد تتبع أفرادا معروفين وفي الغالب يقوم المدونون Bloggers بكتابة مدوناتهم تحت أسماء مستعارة. وتستخدم بعض حركات المعارضة تلك الوسيلة في تحركاتها للمطالبة بالإصلاح السياسي، أو في تحقيق أهداف انتخابية وحشد التأييد لأعضائها، كما يقوم بعض العاملين في وسائل الإعلام من المحترفين (صحفيين وكتاب متخصصين مثلا) بنشر مدونات كوسيلة غير تقليدية لنشر أفكارهم وتوصيلها إلى جماهير ضخمة بطريقة فورية.<sup>(2)</sup>

### ج- تعريف المدونات:

يعرّف (Drezner & Farrell) المدونات بأنها صفحة على شبكة الانترنت تزوّد الانترنت بالتعليقات على الأحداث بأقل ما يمكن من التحرير الخارجي ويتم تحديثها بشكل دوري، وتقدّم بشكل يعكس ترتيبا تاريخيا متسلسلا، مع استخدام الوصلات الفائقة (links) لمصادر إلكترونية أخرى. المدونات يمكن أن

1 <http://ar.wikipedia.org/wiki/مدونة>

تاريخ الزيارة (2007-4-6)

<sup>2</sup> طارق سيد أحمد الخالفي: معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 53.

تعمل كمفكرات شخصية، أعمدة للنصائح التقنية، قد تكون أيضا درشة حول الرياضات أو ثثرة حول المشاهير، قد تتضمن تعليقات سياسية أو تشمل كل ما سبق ذكره مجتمعا.<sup>(1)</sup>

يعرّفها **herrings** وآخرون بأنها صفحات ويب معدّلة بانتظام frequently ويتم إدراج تأريخ المدخلات (التدوينات، entries) فيها بشكل عكسي<sup>(2)</sup>

أما الدكتور جمال الزرن، أستاذ الصحافة في جامعة البحرين وصاحب مدونة "مقعد وراء التلفزيون"، فيعرّف المدونات بأنها " موقع ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة الكترونية. فهي شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية الجماعية منها والفردية. كما تشفع المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصوّرة والتي تكون غالبا من صنع المدوّن نفسه."<sup>(3)</sup>

وفي تبسيط لفكرة المدونات، يقول الخبير الإعلامي الفرنسي بيزاني: "المدونة هي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الكمبيوتر وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج بين المعلومات والآراء وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلّق عليها"<sup>(4)</sup>

كما قدمت شيماء إسماعيل في 2007 تعريفا اصطلاحيا للمدونات بأنها "عبارة عن مواقع عنكبوتية (Websites) تظهر عليها تدوينات (posts) مداخل مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا - من الأحدث إلى الأقدم- تصاحبها آلية لأرشفة المداخل القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني (URL) دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة بحيث يُمكن المستفيد من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون

<sup>1</sup> Henry Farrell, Daniel W. Drezner : **Introduction: Blogs, politics and power: a special issue of Public Choice**, Public Choice (2008), [Volume 134, Numbers 1-2](#), 1-13 , p 5.

<sup>2</sup> Herring, Scheidt, Bonus and Wright: **Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs**, 2004, p 1.

<sup>3</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص  
<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط 1 ، 2008، ص 196 .

متاحة على الصفحة الأولى للمدونة مما يساعد على الوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها، وتشتمل على النصوص، والصور، ولقطات الفيديو القصيرة، ومواد سمعية والروابط الفائقة إلى مصادر إلكترونية أخرى ذات صلة على الشبكة، وتسمح المدونات بالتفاعل بين محرريها وقارئها حيث يمكن لأي من متصفح الإنترنت قراءتها والتعليق أو التعليق عليها" (1)

وتعرفها الدكتورة عبير سلامة على أنها " المدونات (Blogs) تطبيق لترتيب محتوى نصي زمني، وتشبه المدونة في أبسط أشكالها صحيفة إلكترونية يحررها شخص واحد، هو صاحب المدونة الذي ينشر إدخالات مختلفة تتضمن غالباً يوميات وخواطر عابرة، مثل المناجاة التقليدية، وفي أشكال مركبة تكون المدونة تفاعلية، فتؤسس مجتمعا افتراضيا حول شخص أو مجال اهتمام، من خلال تضمينها وصلات تشعبية لمدونات أخرى ومواقع، وسماح المدون للآخرين بالتعليق على إدخالاته واقتراح تعديلات أو موضوعات للمناقشة." (2)

وعرف Elmine Wijnia المدونة، من وجهة نظر اتصالية، بأنها "صفحة ويب ينشر عليها الكاتب قطعاً (تدوينات) بهدف البدء في المحادثة" (3)

## 2.1.2 المصطلحات المتعلقة بالمدونات:

المدون Blogger ج المدونون *Bloggers*: يشير مصطلح (Bloggers) أو مدونين إلى "الأشخاص الذين يكتبون المدونات وبرامج التدوين". إلا أن هناك من يفضل استخدام مفردة "منشط" على اعتبار أنها تضي نوعاً ما من الحيوية الحياتية، مقارنة بمفردات مثل الناشر ومؤلف وهاوٍ وصحفي. (4)

<sup>1</sup> محمود عبد الستار خليفة: الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0 . - cybrarians journal . - ع 18 (مارس 2009) . - تاريخ الزيارة > 5-9-2010 . - متاح على: <http://www.cybrarians.info/journal/no18/web2.0.htm>  
<sup>2</sup> عبير سلامة: البرمجيات الاجتماعية، اتحاد كتاب الإنترنت العرب، متاح على: <http://www.arab-ewriters.com/?action=showitem&&id=3330>

<sup>3</sup> Elmine Wijnia : Understanding Weblogs : communicative perspective, available at : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.118.7972&rep=rep1&type=pdf>

<sup>4</sup> الصادق رابح، الفضاء المدوناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة؟، ورقة بحثية قدمت للمؤتمر الدولي الحادي عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال "الإعلام ومجتمع المعرفة"، طنجة (المغرب)، 17-21 نوفمبر 2006، ص 35.

قراء المدونات Blog Readers: جمهور محدد من مستخدمي الانترنت، يتفاعل مع المعلومات والآراء

المكتوبة وكافة المواد المنشورة على المدونة سواء بمشاهدات أو تعليقات مكتوبة.<sup>(1)</sup>

فضاء المدونات Blogsphere: أو عالم المدونات والذي يشير إلى المجتمع الذي يربط كل من المدونين

والمدونات المتاحة على الانترنت في كل أنحاء العالم.<sup>(2)</sup> فهو مصطلح يحيل على المدونات كفضاء

جماعي، حيث تبرز كثافة الترابط بين الآلاف من المدونات.<sup>(3)</sup> والتي يمكن الوصول إليها من خلال

محركات البحث أو كشافات المدونات Blogs indexes.<sup>(4)</sup>

وفضاء المدونات Blogsphere يعني وجود ارتباطات متعمقة بين المدونات بعضها ببعض نتيجة لربط كل

مدونة بالأخرى، إما بالإشارة إليها أو بالتعليق عليها.<sup>(5)</sup>

ويرى Halavais بأن فضاء المدونات يماثل إطار المدينة في أنه يمثل البيئة ويقول أن التشابه

بين المدينة وفضاء المدونات يكمن في أن التفاعلات تتركز في كليهما حول الديناميكيات السياسية

والتجارية والانتشار الثقافي.<sup>(6)</sup>

### 3.1.2 الفرق بين المدونات والمنتديات والمواقع الإلكترونية:

كثيرا ما يتم الربط أو التشبيه بين المدونات وبين المنتديات والمواقع الإلكترونية ورغم بعض أوجه

التشابه بين هذه الخدمات إلا ان المدونات تتميز عنها ببعض الخصائص نذكرها فيما يلي:

<sup>1</sup> سعيد المصري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 4.  
<sup>2</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، مرجع سبق ذكره.  
<sup>3</sup> الصادق رابع، الفضاء المدوناتي: انبعاث حامل اتصال جديد أم توهمات جماعية جديدة؟، مرجع سبق ذكره، ص 36.  
<sup>4</sup> عبد الرحمن فراج، "المدونات الإلكترونية blogs"، مجلة المعلوماتية، العدد 14، جوان 2006، ص 9-15.  
<sup>5</sup> هند بنت سليمان الخليفة، سلطنة بنت مساعد الفهد: المدونات العربية الحاسوبية: دراسة تحليلية، الندوة الوطنية الأولى لتقنيات المعلومات، الرياض، المملكة السعودية، 2006، ص 106.

<sup>6</sup> Jia Lin, Alexander Halavais : Mapping the blogosphere in America, available at : <http://www.blogpulse.com/papers/www2004linhalavais.pdf>

تختلف المدونات عن المنتديات في أن الأولى هي عبارة عن مواقع ينشئها فرد أو مجموعة لا تخضع لأي سلطة أو هيئة أو جهة ولا يحتاج المدون إلى برامج خاصة لتنظيم الإتاحة والمشاركة من قبل الهيئة أو الجهة مثل المنتديات.

ولا توضع أي قيود في الإتاحة والاستخدام والتعليق على الأحداث الجارية والقضايا المطروحة وإبداء الرأي ومناقشتها مع الآخرين، وكذلك لا توجد أي قيود من الموقع في اختيار الموضوعات أو القضايا على عكس المنتديات.<sup>(1)</sup>

من جهة أخرى فإن المدونات تختلف عن المواقع العادية، فعلى الرغم من أن المدونة هي عبارة عن موقع إلكتروني إلا أنها تحتفظ ببعض المميزات وهو ما يدفعنا لطرح السؤال عن أوجه الاتفاق والاختلاف بين المدونات (Blogs) والمواقع العنكبوتية (Websites)؟<sup>(2)</sup>

عن أوجه الاتفاق يمكن ذكر :-

- أن كلا منهما وسيلة أو مصدر لنشر المعلومات على الإنترنت.
- أن كلا منهما يمكن أن يستمر ويبقى مادام هناك فرد أو مؤسسة تقوم بإنشائه وإدارته.
- أن كلا منهما له عنوان إلكتروني URL يُمكن إي من مستخدمي الإنترنت الدخول عليه.

ولكن الاختلاف الرئيسي بينهما يكمن في أن المدونات أكثر ديناميكية من مواقع الويب بالإضافة إلى التحديث المستمر بحيث لا يمرَّ أسبوع واحد إلا وهناك على الأقل تدوينه جديدة، إلى جانب ما تشتمل عليه المدونات من ترتيب وتقويم زمني من الأحدث إلى الأقدم لهذه التدوينات، في حين أن مواقع الويب مصممة لكي تكون ساكنة وليس هناك حاجة إلى تحديثها بانتظام أو وفقا لتاريخ معين. كما أن تحديثها

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 264.

<sup>2</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل: المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدراً للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، مرجع سبق ذكره.

يتم بالصفحات وليس بالتدوينات أو المداخل كما هو الحال في ملونات وتخلو المدونات عادة من رسائل (spam) المزعجة التي يمكن أن تتسلل لمواقع الويب على الشبكة العنكبوتية.

### 4.1.2 خصائص المدونات:

تمثل المدونات إحدى الوسائط المهمة والمؤثرة في المجتمع الافتراضي لما لها من خصائص اتصالية تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى على شبكة الإنترنت، نذكر منها(1) :

#### ➤ التفاعلية في إنتاج وتداول المعرفة :

تتيح المدونات الفرصة للمشاركة بفاعلية في تدفق المعرفة داخل الفضاء التدويني عن طريق التدوينات posts التي توفر معلومات للقراء ومن ثم تحثهم على اقتسام ما لديهم من معرفة أيضا .

#### ➤ مجال خصب للتعبير عن الذات وتنافي الشعور بالتمكين :

يمكن لأي مدون أن يعبر عما يجول في نفسه من مشاعر وآراء عن طريق التدوين وأن يتلقى ردود القراء بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لجمهور عريض، وبالتالي يوفر التدوين شعورا مفعما بالتحقيق الذاتي والشهرة وتنامي الإحساس بسيطرة المرء على حياته.

#### ➤ السرعة والسهولة في التدوين والتحديث دون الحاجة لخبرات فنية معتمدة :

رغم أن غالبية المدونين متعلمون تعليما عاليا، إلا أن ذلك لا يعني أن يكون التدوين مشروطا بامتلاك معرفة متخصصة فقد أتاحت بعض البرامج الجديدة التدوين بسهولة وسرعة.

#### ➤ الاعتماد الرئيسي على النصوص في التدوين :

تمثل النصوص أداة أساسية للتدوين رغم وجود وسائل أخرى كالصور والفيديو والبرامج.

<sup>1</sup> سعيد المصري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 4.



➤ التواصل مع الآخرين وخلق تجمعات افتراضية ذات هويات مشتركة :

تتيح المدونات الفرصة للتواصل الفعال مع أشخاص بعينهم في إطار تجمعات ذات اهتمامات وهويات مشتركة تسمح بالتداول المكثف فيما بينهم فقط أو مع غيرهم ، بالإضافة إلى الحرية في الإفصاح عن الهوية واختيار أسماء مستعارة.

تتميز المدونات الإلكترونية من الناحية التقنية بخصائص مشتركة مع بعضها البعض تجعل منها التطبيق الأكثر ملاءمة للاستخدام بالنسبة للمستخدم العادي مقارنة بغيرها من التقنيات الإلكترونية كالمواقع الإلكترونية websites والمنتديات الإلكترونية forums، وتمثل هذه الخصائص مختصرة في:<sup>(1)</sup>

- فصل المحتوى عن طريقة العرض.
- وجود القوالب الجاهزة.
- سهولة إدارة المعلومات.
- دعم خلاصات المدونة.
- دعم واجهات التطبيقات البرمجية (API) والتي يمكن دمجها مع البرامج المكتبية وتحرير المدونة باستخدامها، كتلك الإضافية التي تقدمها خدمة Blogger لبرنامج الورد.

وهيكلية المدونة هي أيضا من الخصائص التقنية التي تتميز بها في البيئة العنكبوتية، فمهما اختلفت المدونات من حيث الموضوعات أو اللغات أو حتى الألوان وأساليب التعبير فإن لها طابعا خاصا، وسيأتي تفصيل ذلك فيما يلي من عناصر، غير أننا نذكر هنا أهم الخصائص التقنية للمدونة بشكل عام:

<sup>1</sup> هند بنت سليمان الخليفة، سلطنة بنت مساعد الفهد، مرجع سبق ذكره، ص 107.

- محتوى منظم كمدائل مستقلة، يشتمل كل منها على نص وربما روابط فائقة، ومناحة جميعا في ترتيب زمني عكسي (أي من الأحدث إلى الأقدم).
- تأريخ زمني لكل مدخل، بحيث يُعرف المستفيد متى تم تدوين هذا المدخل على وجه التحديد، ويتم هذا التأريخ باليوم والشهر والسنة وأحيانا بالساعة والدقيقة.
- سجل أرشيفي لجميع المدائل السابقة، بحيث يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل الزائرين.
- "التعليقات التي تتيح للقراء نشر أفكارهم عما يطرحه المدون، ليس كل المدونات تتيح إمكانية التعليق، لكن الأكثرية تسمح بذلك.<sup>(1)</sup>

### 5.1.2 أنواع المدونات:

امتألت الشبكة العنكبوتية بعدد لا حصر له من المدونات ، تساعد أصحابها على المشاركة بالمعرفة وإنشاء مواقع تواصلية لمشاريعهم. بعض المدونين ينشرون وصلات إلى مواقع وصفحات تنير اهتمامهم، وبقراءة سريعة في المدونات نرى أن بعض المدونات تكون شخصية للغاية وبعضها يتحدث فقط عن موضوع معين - تكنولوجيا - سياسة- ثقافة- فن - رياضة- وكذا نجد أن هناك مدونات حققت عدد قراء وصل إلى الملايين في حين أن بعضها لم يقرأ إلا من عدد قليل من الأشخاص، أو أنها شخصية لدرجة أن قارئها هو صاحبها.<sup>(2)</sup> هذا الاختلاف والتنوع الهائل بين المدونات التي تعدّ بالملايين، خلق تنوعاً أيضاً في تصنيف المدونات إلى أنواع شتى.

فقد حدد (Herring & Others) عام 2005 ثلاثة أنواع رئيسة للمدونات، بناء على الدراسة التي قام بها مع مجموعة من الباحثين بعنوان "سد الثغرة: تحليل نوعي للمدونات"، وقدمها كآلاتي:<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> Mark Briggs : **Journalism 2.0 : How to survive and thrive**, A digital literacy guide for information age, an initiative of J-Lab and the Knight Citizen News Network, 2007, p 54.

<sup>2</sup> دشن بن محمد القحطاني: **المدونات الإلكترونية وحرية الرأي والتعبير**، ورقة عمل لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، (15-17 / 03 / 2009)، ص 18-20

<sup>3</sup> - T. Neil Sorka: **Understanding the political influence of blogs : A study of the growing importance of the blogosphere in the U.S Congress**, the Institute for politics, democracy & The internet, Washington, January 2007, p 6.

1- المرشحات Filters: وهي مدونات تتضمن في الغالب ملاحظات وتقييمات للأحداث العامة الخارجية بصورة موسعة، ويكون مضمونها في الأغلب مضمونا سياسيا.

2- الصحف الشخصية Personal Journals: وهي عكس النوع السابق حيث تميل إلى الطابع الشخصي ويعرض من خلالها المدون آراءه وأفكاره واتجاهاته ومشاعره الخاصة.

3- مدونات k-logs: اسم مختصر لمدونات المعرفة أو (Knowledge Logs) وهي نوع من المدونات تركز على إبداء ملاحظات وتعليقات بخصوص إحدى الموضوعات العلمية أو أحد المشروعات أو المنتجات.

ويعتبر هذا التقسيم عاما وشاملا لما يمكن أن تحمله المدونات من محتوى إلا أن المدونات تتنوع أيضا وفق اعتبارات أخرى كوسيلة التعبير المستعملة وأداة النشر المعتمدة وحسب المشاركين في المدونة وغيرها من الاعتبارات:

### حسب وسائط التدوين:

- هناك مدونات نصوص فقط وهي التي تركز على الكتابة أو النص.
- وهناك أيضا مدونات صور أي غالبية مادتها التدوينية عبارة عن صور.
- ومدونات إذاعية صوتية<sup>(1)</sup>، وهي التي تحتوي وصلات لملفات صوتية ويطلق على بعضها مدونات الـ MP3 (لإعتمادها على صيغة MP3) المتخصصة في بث الأغاني والصوتيات، وقد أصبح هذا النوع من المدونات شعبيا جدا بداية من عام 2003 حيث تنوّعت الموسيقى المنشورة على هذه المدونات بين موسيقى قديمة أو نادرة لم يتم تداولها منذ سنوات وبين الموسيقى المعاصرة أو التركيز على نوع أو موضوع موسيقي معين دون غيره.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> عباس مصطفى الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 202.

<sup>2</sup> En.wikipedia.org/mp3blog (visited in:6/4/2007)

وغالبا ما يكون التدوين على هذا النوع من المدونات (MP3 blogs) بنفس الطريقة: فنان، فرقة أو أغنية يتم تقديمها للجمهور في فقرة أو من خلال سيرة ذاتية ومعلومات مساعدة عنها، مع وصف للموسيقى وفي بعض الأحيان تكون مرفقة أيضا بمقارنات مع الفرق الصوتية المماثلة متنوعة برابط لتخزين بعض الأغاني بصيغة MP3. عادة، نجد أيضا في هذا النوع من المدونات صور الفرقة أو الفنان مع ارتباط بالموقع الإلكتروني الخاص بهم أو بموقع بيع على الانترنت يتيح شراء القطعة أو الألبوم.<sup>(1)</sup>

- وتوجد **مدونات البودكاستينغ و مدونات الفيديو Vlog**: والبودكاستينغ هو تقنية جديدة أو نظام يتيح توزيع المحتوى المرئي بودكاستينغ أو المسموع عبر الانترنت بشكل أسهل. وفي هذا النظام الجديد، يقوم محررو المدونات الإلكترونية وكذلك شركات الإعلام التقليدية بإعداد المحتوى بصيغة صوت أو فيديو عوضا عن صيغة المدخلات التقليدية كالنصوص أو الصور. وبالإضافة إلى ذلك، فإن بعض الخدمات المتوفرة على الانترنت مثل [www.pod2mob.com](http://www.pod2mob.com) توفر البودكاستينغ مباشرة من خلال الهواتف النقالة، مما يجعل الوصول إلى هته الخدمات، والتي قد تكون خدمات مرئية أو صوتية، أكثر سهولة.

ويطلق على الأفراد الذين يعدون المحتوى بهذه الطريقة اسم منتجي الفيديو الإلكتروني

(Vloggers). وهذا الاسم مشتق من التعبير الأصلي Bloggers.<sup>(2)</sup>

- كما توجد **مدونات مختلطة أو متنوعة**، أي تجد فيها النصوص والصور الفيديوهات معا وبنفس الأهمية تقريبا.

### المدونات حسب جهاز النشر:

الانترنت هي أداة النشر المتعارف عليها بالنسبة للمدونات فبدون اتصال بالانترنت لا توجد مدونة إلكترونية وحتى يتصل الشخص بالانترنت لا بد له من جهاز كمبيوتر وهو الوسيلة الأكثر انتشار بين

<sup>1</sup> Patrick W. O'Donnell: **Users and The Marketing Efficacy of MP3 Music Blogs**, A Master Thesis of Science Department of Communication, Spring Semester, 2006, The Florida State University, p 6.

<sup>2</sup> اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: **بودكاستينغ: الطريقة الأسهل والأسرع للحصول على المحتوى المطلوب**، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غرب آسيا، العدد 05، الأمم المتحدة، نيويورك 2006، ص.ص 28 . 29

مستعملي الانترنت أو جهاز هاتف نقال مزود بالخدمة وهنا تعرف المدونات التي تنشر عبر هذا الوسيط بمدونات الهاتف النقال moblog.

### المدونات حسب الاتجاهات التحريرية:

يقدم آلان جواني Alain Joannés في كتابه « Le journalisme à l'ère électronique » تصنيفاً آخر للمدونات على أساس الاتجاهات التحريرية، وهي أربعة: (1)

- مدونات نرجسية (narcissique): هي المدونات التي تهتم باليوميات، أي التي يهتم فيها المدون بشخصه وحياته، مشاعره وأحاسيسه... الخ.
- مدونات مواطنة (citoyenne): وتشمل مدونات النشطاء والصحفيين الهواة.
- مدونات الخبراء (experte): وتشمل المدونات التي تقدم وصفات المطبخ، المدونات الرسمية للمؤسسات، المدونات الأكاديمية ومدونات الساهرين على مجال التسويق والتكنولوجيا.
- مدونات الشهادات (testimoniale): وهي المدونات التي يستطيع فيها المدونون تقديم معلومات، قصص أو آراء حاسمة كالسياسيين، الجنود الأمريكيون في العراق مثلاً، أو أرباب العمل أو الموظفون المجهولون (المطلعون) الذين يقدمون معلومات وتوضيحات قيمة حول مؤسساتهم وشركاتهم.

### المدونات حسب القائم بالتدوين:

إذا نظرنا إلى عدد المحررين في المدونة فإنه يمكن تقسيم المدونات إلى مدونات فردية (Single-

author blogs) ومدونات جماعية (Multi-author blogs).

<sup>1</sup> Alain Joannés, **Le journalisme à l'ère électronique**, Librairie Vuibert, Collection Lire Agir ; Paris, septembre 2007, p.p 57.58.

فأصل المدونة هي أن تكون على هيئة موقع شخصي، لكن يمكن أن تتحول إلى موقع لشخصين أو لفئة أو لجماعة تلتقي حوله ثلة من الأفراد تجمعهم بعض المعتقدات والمشاعر المشتركة (دينية، ثقافية، عرقية، أو سياسية...) (1)

وحسب مارتي هيرتس وسوزان ديمي Marti A. Hearst و Susan T. Dumais في دراستهما حول المدونات الجماعية فإن هذا النوع من المدونات مثير للاهتمام من وجهة نظر وسائل الإعلام الاجتماعي باعتباره وسيلة هجينة لتفاعل الناس مع بعضهم البعض ومع الأفكار. وعلى الرغم من أن المدونات الجماعية نادرة نسبياً، مقارنة مع الفردية، إلا أن لها أثراً كبيراً على عالم التدوين، حيث تشير ذات الدراسة إلى أنها عادة ما تكون أكثر شعبية من المدونات الفردية وتميل موضوعاتها إلى الطول أكثر، مما قد يشير إلى مزيد من الجودة إلى حد ما.

وتتعدد التسميات التي قد تطلق على المدونات الجماعية، مثل: مدونة المجموعة Group blog ، مدونة الشركة Company blog، المدونة التعاونية Collaborative blog، مدونة المشروع Plog/Project blog، المدونة الجماعية Collective blog، مدونة الفريق Team blog، مدونة المجتمع Community blog وهي تسميات يقصد بها الإشارة إلى مدونات الأعمال أي المتعلقة بالعمل والمؤسسات.. الخ، غير أن المدونة الجماعية قد تشمل أيضاً مدونات جماعة الأصدقاء أو أكاديميين أو غيرها. (2)

### المدونات حسب موضوع التدوين:

هناك مدونات تدون في العديد من المجالات وتعتبر عامة، وهناك مدونات متخصصة في مجال بعينه بل إن هناك مدونات شديدة التخصص كأن نجد مدونة متخصصة في الرياضة وأخرى تهتم بالرياضة بعينها وفيما يلي بعض الأنواع التي تعتبر الأكثر انتشاراً:

<sup>1</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص 3.

<sup>2</sup> Marti A. Hearst, Susan T. Dumais: **Blogging Together: An Examination of Group Blogs**, a poster paper presented in the 3rd International Conference on Weblogs and Social Media, AAAI Press (2009), p.p 226.229 .available at: <http://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/182/500>

- الشخصية: تصف فكرة شخصية يكتب فيها المدون عن تجاربه اليومية بكل جوانبها ويسمح صاحبها في الغالب للزوار بالمشاركة.
  - السياسية وهي أكثر أنواع المدونات انتشارا وغالبا ما نجد المدونات من هذا النوع بها وصلات لمواقع إخبارية ويضيف المدون فيها تعليقاته على الموضوع السياسي. (1) ويرى المدون المغربي محمد سعيد أحجيج بأن المدونة السياسية تركز في مواضيعها على الجانب السياسي مثل الأداء الحكومي، السياسة الخارجية للبلد.. الخ وتعتمد في بنيتها التحريرية على التعليق على الأخبار وإبداء الرأي بالتحليل والمناقشة في قضايا وطنية واستقراء الآراء حول قضايا مصيرية معينة... الخ. (2)
  - الإخبارية توفر الكثير من المدونات موجزا للأخبار عن موضوع معين: العرب المغتربين في أوروبا، كرة القدم، الاكتشافات العلمية.. الخ وتكون مصحوبة بوصلات متعلقة بالصحافة أو مواقع الأخبار.
  - العسكرية: هي مدونات الجنود على الويب سواء كانوا في الخدمة الفعلية أو ليسوا كذلك وقد حلت مثل هذه المدونات إلى حد ما محل كتابة الخطابات ويمكن أن يطلع عليها أناس كثيرون بخلاف الأسرة والأصدقاء المقربين. (3)
- المدونات حسب الجمهور:
- يصنّف ستيف جودين Steve Godin وهو مدون شهير، المدونات بحسب غايتها والتأثير الذي تتطلع إليه من جمهورها إلى ثلاثة أنواع: (4)

<sup>1</sup> دشن بن محمد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 10.  
<sup>2</sup> هاني محمود علي: المدونات نافذة الحرية والإبداع، كتاب الكتروني، فيفري 2011، ص 10.  
<sup>3</sup> أولجا جوديس بيلي وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد صلاح، ط 1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009، ص 249.  
<sup>4</sup> هيثم ناصر: دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير، مركز حماية وحرية الصحفيين، ص 16.

مدونات اليوميات الشخصية: وهي المدونات التي يكتب فيها المدون تجارب شخصية لا تهم العامة ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة والسيرة وجمهورها غالبا من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين.

مدونة الجمهور الخاص: وهي مدونة موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص من التواصل مثل مدونة مدير شركة يخاطب فيها الموظفين ويعرض فيها جوانب العمل أو تفاصيل ايجابية أو سلبية في فريق العمل أو مثل مدونة الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة ويكون هدف المدونة الإخبار والصور والتفاصيل العائلية كمغامرات الأطفال والرحلات والمناسبات.

مدونة التأثير في الرأي العام (الفيروسية): وهي مدونة موجهة لجميع الناس وأغلبهم غريب لا يعرفهم المدون وتهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين إزاء موضوع أو قضية يتبناها المدون في ما يضعه في مدونته.

### 6.1.2 هيكلة المدونات وطرق بنائها وإدارتها:

أ- هيكلية المدونات: (1)

<sup>1</sup> محمد سعيد أحجيج، مرجع سبق ذكره، ص 9.



**الصفحة الأولى:** تظهر آخر مواضيع المدونة (كاملة أو ملخصا عنها) مرتبة زمنيا من الأحدث إلى الأقدم؛ عنوان معبر عن الموضوع؛ رابط ثابت (Permalink) لكل موضوع ينقل إلى صفحة مستقلة لنص التدوين مع التعليقات الملحقة بها؛ تاريخ نشر الموضوع.

**صفحة الموضوع:** صفحة مستقلة لكل موضوع، تظهر كامل نص التدوين، مع بيانات إضافية (مثل: الكلمات المفتاحية، المواضيع المتشابهة، المواضيع السابقة، تاريخ النشر... الخ)، وحقول نصية لإضافة التعليقات، مع الإطلاع على التعليقات السابقة (في حالة توفير إمكانية التعليق).

التدوينات يمكن أن تكون مواضيع قصيرة حول أي شيء، آراء حول أحداث معينة، روابط إلى صفحات خارجية، صورة مميزة، مقاطع فيديو.. الخ. (انظر الشكل رقم 1).

**الأرشيف:** الصفحة الأولى للمدونة تظهر دائما عددا محدودا فقط من المواضيع، وليس كل ما نشر في المدونة، ومن هنا تتبع أهمية وجود صفحة الأرشيف. فهي صفحة تظهر كامل محتوى المدونة مصنفا حسب تصنيف موضوعاتي أو/ و حسب تاريخ النشر، مما يسهل الوصول الدائم لما سبق نشره في المدونة.

**السيرة الذاتية:** صفحة مهمة جدا إذ تقدم في العادة تعريفا موجزا عن المدون، شخصيته، اهتماماته وأهدافه من التدوين.

**التلقيمات (مثلا RSS):** هي مجموعة من المعايير توفر طريقة سهلة للقراء لتتبع جديد المدونات، عبر برنامج (أو موقع آخر) خارجي دون الحاجة لزيارة كل المونات أكثر من مرة يوميا.

شكل (1): نموذج يوضح مكونات التدوينة:



المصدر: شيماء إسماعيل حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره.

وبالإضافة إلى هذه الأقسام الرئيسية، نجد على المدونة بعض التقنيات التي تميّزها كوسيلة اتصالية تفاعلية، قد تتوفر في مواقع المدونات المستعملة وقد لا تتوفر، ونذكر هنا أهمها وأكثرها انتشاراً:

(1)

**التنبيهات (Trackback)** هي عبارة عن آلية للاتصال بين المدونات، تسمح للمدون بمعرفة أي مدون آخر قام بإضافة رابط لموضوعه في مدونة المدون الآخر). فهذا يسمح للقراء بمتابعة هذا التحوار، ومعرفة من قام بإضافة رابط لموضوع معين.

**قائمة الروابط (Blogroll)**: وهي قائمة الروابط التي غالباً ما توجد في الجزء الجانبي للمدونة. وقد صمّمت لإخبار قراء المدونة عن المواقع التي يزورها المدون باستمرار. فالفكرة تذهب إلى أنه ما دمت

<sup>1</sup> Mark Briggs, op. cit, p 56.

تحبّ مدوّنتي، رفلما ستحبّ أيضا مدوّنات الآخرين الذين أقرأ لهم. وتحتوي قائمة الروابط في الغالب على روابط مدوّنات أخرى، لكن قد تحتوي أيضا على مواقع عامة أو إخبارية.

**روابط المدونات (Linkblog):** روابط تم جمعها في المدوّنة، تحتوي على مصادر أخرى متوفرة على الإنترنت قد تكون مرفقة بتعليقات أم لا.

### ب- أدوات ونظم بناء المدونات:

تعمل المدوّنة بنظام لإدارة المحتوى، يتمثل في أبسط صورة في صفحة انترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبّة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدوّنة.

هذه الآلية للنشر على الويب تبعد المستخدم عن التعقيدات المرتبطة عادة بهذا النوع من النشر حيث يتيح موفرو الخدمة آليات أشبه بواجهات البريد الإلكتروني على الويب الذي يتيح لأي شخص أن يحتفظ بمدوّنة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد تعبئة جدول، وبالضغط على أزرار.

وتستخدم المدوّنات نظاما مبسطة لإدارة المحتوى موجهة للاستخدام الشخصي، وهي نظم معلوماتية تستخدم لأتمتة عملية النشر الإلكتروني وتسهيل إدارة دورة النشر والتحرير والإخراج الفني وذلك سواء على الشبكات الخاصة أو على الانترنت.

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

ولا يحتاج إنشاء المدونات إلى أي دراية في علوم الكمبيوتر، فهناك مواقع تقدّم خدمات استضافة مجانية للمدونات مثل خدمة موقع livejournal وخدمة blogger التي تقدّمها غوغل وهي أكثر الخدمات انتشاراً، وبالنسبة للمستخدمين المتقدمين الملمّين ببعض لغات برمجة المواقع، فيمكنهم إنشاء مدونات مستقلة أو عن طريق إحدى البرامج المخصصة لذلك.<sup>(1)</sup>

وعليه، فإن هناك نوعين من خدمات استضافة المدونات: الاستضافة الذاتية ومجتمعات التدوين.

- الاستضافة الذاتية: تعتمد على حجز مساحة واسم نطاق خاصّين بالمستخدم من شركة متخصصة في استضافة المواقع، وتحتاج إلى برنامج خاص بالتدوين، وهو يتطلب معرفة تقنية بسيطة، الإيجابية الأكبر لهذا النوع من الاستضافة هو التحكم المطلق بالمدونة.

- خدمة إنشاء المدونات في مجتمعات التدوين تُوفّر إنشاء المدونة في وقت قصير، دون حاجة إلى معرفة تقنية، فكل ما تتطلبه هو اختيار اسم مستخدم، وكلمة مرور، تعدّل بعض الإعدادات، ويختار المستخدم التصميم الذي يناسبه حيث يمكنه إنشاء مدونته في ظرف 3 دقائق. إيجابية هذا النوع من الاستضافة هي مجانيّتها، وسهولة التعامل معها، أما سلبيّاتها فتتمثّل في محدودية المواصفات، وعدم المرونة في التعامل.

❖ أشهر برامج ومواقع مجتمعات التدوين: هناك العديد من المواقع التي تستضيف المدونات، بالإضافة

إلى البرامج المتخصصة بالتدوين، أبرز تلك المواقع هي Blogger وWordPress. كما أن المواقع العربية الخدمية قدمت خدمة استضافة المدونات، مثل: جيران ([www.jeeran.com](http://www.jeeran.com)) ومكتوب

([www.maktoob.com](http://www.maktoob.com))، وفيما يلي مقارنة بين المواقع آنفة الذكر:<sup>(2)</sup>

جدول رقم (01): مقارنة بين أهم منصات التدوين العربية والأجنبية:

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص. 201. 202.

<sup>2</sup> محمد سعيد أحجويج، مرجع سبق ذكره، ص 10.

تعدد المستخدمين	BloggRoll	التعليقات	استخدام HTML في تحرير التدوينات	الأقسام أو التصنيفات	
نعم	نعم، لكن لا يمكن تخصيصها ضمن أقسام	نعم، مع إمكانية المراقبة الاستباقية للتعليقات	لا	نعم	مكتوب بلوغ
	نعم		لا	نعم	مدونات خيران
	إضافة بدوية من الغالب		نعم	لا	بلوغر
	نعم، مع إمكانية تخصيص كبيرة		نعم	نعم، مع دعم الأقسام الفرعية	ورد بريس
نظام FAQ أو مستندات الدعم	الغواب	خلاصات الـ RSS	PingBack/TrackBack	البحث في المدونة	
متوفر، وإن برده أقل عند مكتوب.	لا يمكن تخصيص فقط ملف التنسيق	فقط ملخص التدوينات	غير متوفر	عربي متوفر	مكتوب بلوغ
	نعم	الملخص والنص الكامل		متوفر	مدونات خيران
				متوفر، وأيضاً البحث في كل المدونات	بلوغر
مستندات دعم مفصلة جدا	نعم، مع إمكانية تخصيص البرمجية	التدوينات والتعليقات	نعم، مع قابلية التخصيص	نعم	ورد بريس

### ج- إدارة المدونات:

يقدم مشاهير المدونين في العالم، عبر الكتب والمقالات، العديد من النصائح والتوجيهات حول استخدام المدونات بأنواعها وإدارتها من أجل الحصول على مدونة ناجحة. كما أن الكتابة للويب، وخاصة المدونات، تختلف عن الكتابة للصحافة أو النشر الورقي بشكل عام حيث يتطلب الأمر تعاملًا خاصًا مع القارئ عبر شاشة الكمبيوتر، وهو ما سنقدمه إجمالاً فيما يلي من نقاط:

#### ❖ شروط التدوين الناجح:

**التخطيط:** (يُوجب على المدون تحديد أهداف ذكية يرغب في تحقيقها من المدونة ويمكن للمدون تصميم خطة تحقق أهداف مدونته من خلال تحديد القدرات والموارد المتوفرة لديه. ولعل أول خطوة في هذا المجال هي الإجابة على السؤال: لماذا تدون؟ ثم تليه أسئلة تفصيلية وخطوات عملية أهمها:

- تحديد مجال المدونة: تحديد المجالات التي تكتب فيها والتركيز عليها يساعد القراء على فهم محتواها ويخلق تسلسلاً منطقياً للأفكار التي تطرح على المدونة.

<sup>1</sup> هيثم ناصر، مرجع سبق ذكره، ص - ص 23-25.

- تحديد زاوية التناول: بحيث يكون واضحا للقراء إن كانت المدونة إخبارية، تحليلية، خدمية... الخ.

- تصميم جدول لنشر الإدراجات والالتزام به: هو ما يساعد القراء على متابعة المدونة وأخذ الوقت الكافي لاستيعاب كل إدراج ويساعد المدون أيضا على الاستمرارية والثبات.

- تحديد فئة مستهدفة وتحديد خدمات ستوفرها لهم: على الرغم من أن المدونات منشورة على الانترنت ويمكن للجميع تصفحها، لكن على المدون تحديد فئة معينة يستهدفها بكتابات ومن هم الأشخاص الذين يريد كسبهم كمتابعين دائمين لمدونته.

- مستقبل المدونة: والمقصود به أن يحدد المدون إلى أين يريد أن يصل بمدونته، وقد تختلف أهداف المدونين بين زيادة عدد الزوار أو قيام الجمهور بالنشاطات التي يحث عليها مثلا لكن عليه أن يحدد الأمر مسبقا حتى يستطيع قياس مدى نجاحه في تحقيق الأهداف.

**التعلم المستمر والصبر:** (1) قراء المدونات يجدون كثيرا من الخيارات الجديدة كل يوم كما أنهم يملون بسرعة، لذلك على المدون أن يجذب انتباههم كل يوم بجديد وذلك من خلال التعلم المستمر باكتساب المزيد من المهارات والمعارف بشكل دائم والصبر الذي يعد قاعدة أساسية في عالم الانترنت، ذلك أن القارئ لا يزور مدونتك إلا عندما يشعر برغبة في ذلك وعندما يجد وقتا ومهمة المدون هي جذب انتباهه في كل مرة بتدوينات مميزة حتى يعود مرة تلو المرة ويصبح متابعا دائما للمدونة.

"أعشق ما تقوم به أو أتركه": (2) غالبية الناس يدخلون الصحافة لأنهم أحبوا بادئ الأمر، بعد ذلك يكتشفون موهبتهم تجاهها، نفس الشيء يحدث في عالم المدونات. لا يوجد مقياس لهذا العشق تجاه المدونة، لكن فترة ستة أشهر ربما ستظهر من يعشق مدونته ومن يكرهها. فعادة الذين يبدؤون لتوهم،

<sup>1</sup> هيثم ناصر، المرجع السابق، ص 25.

<sup>2</sup> Mark Briggs, op. cit, p 53.

سيجدون وقتاً أكبر يقضونه في مدوناتهم. لكن قلة منهم فقط ممن سيغدو ذلك محور كل أعمالهم. وسوف يشعر هؤلاء المحررون والهلونون أنهم ليس باستطاعتهم تصور القيام بأعمالهم بدون المدونات.

❖ الكتابة للمدونات:

تشير الدراسات التي أجريت في دول متقدمة إلى أن مستخدمي شبكة الانترنت لا يقرؤون محتوى المواقع كلمة كلمة، بل يعمدون إلى طريقة "مسح" النصوص منتقين عبارات أو جملة مفردة. وكنتيجة لذلك فإن صفحات الويب، ومنها المدونات، يجب أن تستخدم نصوصاً قابلة للـ"مسح".<sup>(1)</sup> ويمكن للمدون أن يتبع هذه التعليمات في هذا الصدد:

■ **تفكير البريد الإلكتروني:** يقول مارك بريغس Mark Briggs : "هناك طريقة واحدة تساعدك على أخذ فكرة عن التدوين، هي أن تعتبر نفسك بصدد كتابة رسالة بريد إلكتروني لأشخاص تعرفهم. هم يعرفون أنك "تعرف" الموضوع الذي بصدد الكتابة عنه، لذلك لا تحاول أن تتعب نفسك كثيراً لإثبات حقيقة ما تكتب عنه. بإمكانك أن تقتصد في الكلمات قدر الإمكان، لكن أن تكون بالمقابل حوارياً أكثر، وهو ما لا تجده أثناء كتابة الخبر الصحفي. فكر في الرسالة الطويلة التي يمكن أن تصلك عبر البريد الإلكتروني، هذا بالضبط ما تحاول أن تتجنبه."<sup>(2)</sup>

■ **استخدام الوسائط المتعددة:** لأول مرة تستطيع وسيلة إعلامية واحدة جمع كافة أشكال وسائل الإعلام الأخرى في وسيط واحد وهذه الوسيلة هي الانترنت. لقد أصبح بإمكان المتلقي قراءة ومشاهدة وسماع خبر أو تقرير أو تحقيق في مكان واحد؛ فعلى المدون الإمام بطرق عمل هذه الوسائط جميعها والتعامل مع أدواتها التقنية.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> هيثم ناصر، مرجع سبق ذكره، ص. 32. 33.

<sup>2</sup> Mark Briggs, op. cit, p 54

<sup>3</sup> هيثم ناصر، مرجع سبق ذكره، ص 29.

■ الربط والتلخيص والتحليل: لإسناد جد مهم في المدونة، وهو يأخذ شكل روابط. وأفضل التدوينات (الموضوعات) هي تلك التي تنتشر فيها روابط مواقع، أخبار، بل مواد خاصة بمدونات أخرى.<sup>(1)</sup> إن ميزة استخدام الروابط على المواد المنشورة سلفا سواء داخل أو خارج الموقع أو الربط مع مواقع خارجية أتاح للحررين التخلص من عناء تذكير القارئ بالتطورات السابقة أو في تعريفه بالمفاهيم والمؤسسات وغيرها...<sup>(2)</sup>

■ إدارة التعليقات: المعلقون هم من يخلق الحياة داخل المدونة والحوار الناشئ على خلفية التدوينة يعبر عن مدى تأثيرها في القراء.<sup>(3)</sup> بعض المدونين يفضلون إغلاق باب التعليقات لأسباب متعددة، غير أن وجودها له أهميته الكبرى لبناء علاقات تواصل بين المدون وقرائه من جهة وبين القراء أنفسهم من جهة ثانية.<sup>(4)</sup>

وباستطاعة المدون أن ينمي التعليقات بإضافة تعليقاته الخاصة، في أي نقاش يحتاج إلى توضيح أكثر.... ويمكنه أيضا تسليط الضوء على الملاحظات والأفكار أو الأسئلة ذات الصلة، عبر تحويلها إلى مواضيع لتدويناته. وهكذا يجعل قراءه يشعرون بمدى أهميتهم لديه، وهو أمر مهم للغاية، ذلك أن أحد الأسباب التي جعلت المدونات تكتسب شعبية، هو كونها توفر التفاعلية وتكسب القراء معنى المشاركة.<sup>(5)</sup>

### 7.1.2 محركات البحث عن المدونات:

<sup>1</sup> Mark Briggs, op. cit, p 56

<sup>2</sup> هيثم ناصر، مرجع سبق ذكره، ن ص.

<sup>3</sup> هيثم ناصر، المرجع السابق، ص 28.

<sup>4</sup> محمد سعيد أحجيج، مرجع سبق ذكره، ص 23.

<sup>5</sup> Mark Briggs, op. cit, p 57



تعتبر مواقع Bloglines و Blogsearch و technorati من أكبر محركات البحث في المدونات، وذلك باحتوائها على الملايين من عمليات البحث يوميا وأكثر من 15 مليون مدون، كما يقرأ أكثر من 30 مليون شخصا يوميا المدونات ويتشاركون في تلقي المعلومات والأحداث.<sup>(1)</sup>

تكنوراتي Technorati: أنشأ ديف سيفري Dave Sifry، وهو صاحب سلسلة من المشروعات، برنامج تكنوراتي في 2002. وبحلول أبريل 2004 أصبح الموقع يتابع أكثر من 2 مليون مدونة بالإضافة إلى آلاف المدونات الإلكترونية التي يتم إنشاؤها يوميا. ورغم أن أشخاصا كثيرين يتخلون عن مدوناتهم إلا أن خط الاتجاه ينمو بسرعة.

إن أدوات Technorati هي في الأساس استفسارات شبه معلّبة (أي مسجلة)، تدخل قاعدة بيانات عملاقة يجري تحديثها باستمرار. ويشبهها سيفري بمحرك بحث في الوقت المضبوط. وتساعد الخدمة الناس على التصفح أو البحث عن مدونات مشوقة أو شعبية والأخبار المذاعة والموضوعات الساخنة للمحادثة وهي تسمح للمستخدمين أيضا بإعطاء ترتيب تقييمي للأشخاص ومدوناتهم وموضوعات المدونات. ولا يمكنك مشاهدة المدونات الأكثر شعبية فحسب، بل تسمح لك خدمة تكنوراتي من مشاهدة أسرعها صعودا.<sup>(2)</sup>

إن الفكرة التي تقف وراء تكنوراتي يمكن تسميتها بفرضية غوغل وهي أن هيكل الوصلات (أو الإشارات) مهم وذلك لمعرفة من يشير إلى من. وعلى الرغم من أن نظام تكنوراتي أبسط من منهاج غوغل إلا أن تكنوراتي يمكن أن يقدم لمجتمع كتابة المدونات ما يقدمه جوجل من خلال موقعه google news من حيث التوقيت المناسب؛ فنظرا لأن عالم المدونات يتحرك بسرعة شديدة، فإنه من المفيد معرفة

<sup>1</sup> اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: مواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: شبكات تبادل المعرفة، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غرب آسيا، العدد 09، الأمم المتحدة، نيويورك 2008، ص 38.

<sup>2</sup> دان جيلمور، الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة نيفين نور الدين، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة- مصر،

متى تمت كتابة شيء ما. وينظر غوغل إلى الوصلات والوثائق ليحصل على ترتيب الصفحة، ولكن برنامج تكنولوجاتي يضيف شيئاً: توقيت الكتابة وحقيقة أنه مع المدونات تكون المواد المكتوبة شخصية أكثر منها مؤسسية.<sup>(1)</sup>

في مارس 2004 تضمّنت خدمات تكنولوجاتي Newstalk وهي الموضوعات الإخبارية التي يتحدّث عنها الناس و Booktalk الكتب التي يتحدث عنها الناس و Current Events أي الحديث الذي يدور حول الأحداث الراهنة. وبالنسبة لمستخدمي الأخبار الجادّين كانت هذه إضافات لا تقدر بثمن.<sup>(2)</sup>

Google blog search:<sup>(3)</sup> بموجب البحث عن مواقع الويب في غوغل العام، فإن عملية البحث تبدأ ببساطة في محرك بحث غوغل للمدونات عبر إدخال الكلمات الدلالية والعبارات في صندوق البحث، أو شحذها بوسيلة البحث المتقدم advanced search المتوفرة في غوغل الرئيسية. والنتائج تكون مرتّبة عادة حسب التاريخ أو صلتها بالموضوع.

## 2.2 دوافع، استخدامات وأخلاقيات التدوين:

### 1.2.2 دوافع التدوين الإلكتروني:

<sup>1</sup> دان جيلمور، المرجع السابق، ص. 229. 230.

<sup>2</sup> دان جيلمور، المرجع السابق، ص 230.

<sup>3</sup> Philip Sheldrake: **Social web analytics eBook**, Race point group, Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike 2.0 UK: England & Wales License, July 2008, p 36.

كشف استطلاع أنجزته مؤسسة technorati اعتمد عينة تتكون من 30 ألف مدون أن الأسباب الدافعة لخلق المدونات تتمثل في الظهور كسلطة في مجال الاختصاص ونشر أفكار خاصة والرغبة في التواصل.<sup>(1)</sup> ومع ذلك، تتنوع دوافع التدوين فهي بين الدوافع السياسية من نقد وتعليق والذاتية من حب ومذكرات شخصية، إنها حالة من التعبير الذاتي والترويج عن النفس، ومحاولة للهروب من حصار الحياة اليومية السياسية والاجتماعية والاقتصادية فالمدونات تبدو أيضا محاولة لتجاوز المحرمات بكل تصنيفاتها، ليصبح الممنوع مرغوبا فيه. ويمكن تلخيص أهم دوافع التدوين في العناصر الآتية:<sup>(2)</sup>

### - حرية التعبير:

يثير هذا الجيل الجديد من مستعملي الإنترنت ومن خلال جرأة المدونات آراءهم الخاصة حول ما يدور في هوامش مجتمعاتهم وخاصة تلك التي لا تصل بسهولة إلى الرأي العام ولا تعني صناع الخبر في بقية المؤسسات الإعلامية التقليدية. كما يتناقفون أخبارا لا تنقلها الوسائل الإعلامية التقليدية الرسمية وحتى الخاصة ويعلقون عليها بكل حرية وبلغة تبدو عادة نقدية وجريئة رافضة، بها مسحة من الوصف والبساطة. ويعبر المدونون عن أفكارهم بهدف إيصال صوتهم إلى من يريد أن يسمع أو يقرأ أو يشاهد، ويسعون إلى التأثير والمساهمة وبشكل عفوي في نقد وإظهار الواقع الذي يعيشونه بكل تناقضاته. ويرى أحمد من المغرب صاحب مدونة "بلا فرنسية!" أن المدونة بالنسبة له "أداة لحرية الرأي ودمقرطة الإعلام، فلست بحاجة إلى تصريح ولا تمويل ولا شهادة جامعية لأقول رأيي في أي موضوع أشاء."

- النشر الإلكتروني: كان لدى خوان كول، أستاذ التاريخ، الكثير من الأفكار والآراء حول قضية الإرهاب والحرب على العراق، لكن قلة من كانت تهتم بأرائه وتحليلاته تلك، فلم يستطع نشر مقالاته في الصحف وإيصال آرائه إلى القراء، لكنه حين أنشأ مدونته اطلع على مضمون كتاباته أكثر من 250 ألف زائر في

<sup>1</sup> الصادق الحمادي، عالمهن المنكشف: المدونات النسائية العربية، ورقة عمل نشرت في كتاب المرأة العربية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" وصندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة "اليونيفيم"، 2007، ص 5.  
<sup>2</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره.

الشهر. وبدأ المدون خوان كول في الظهور في وسائل الإعلام، فدعته مجلة "ميدل إيست جورنال" للمساهمة في عدد خريف 2003. وعندما أجرى موظفو لجنة مجلس الشيوخ للعلاقات الخارجية بحثاً عن كل ما نشر عن مقتدى الصدر وحركته، لم يظهر سوى مقال كتبه خوان كول في مدونته، قرأه موظفو وبعض أعضاء مجلس الشيوخ وكانوا متشوقين لمعرفة آرائه حول الوضع في العراق فاستدعي أمام لجنة العلاقات الخارجية في مجلس الشيوخ للإدلاء بشهادته وعرض أفكاره. هذا التحول لخوان كول من مجرد أستاذ للتاريخ مهتم بمسألة الإرهاب والحرب على العراق إلى خبير ومفكر معروف جاء بفضل مدونته وهو ما يؤكد ويعزز فكرة التأثير المتعاظم لفضاء المدونات كوسيلة حديثة في النشر.

#### - قضايا الشأن العام :

تكاد تكون المدونات عبارة عن صورة سوسيولوجية حية تعكس الواقع الدولي والعربي في كل قطر وحي، فهي مرآة ومرجع لمن يريد تتبع هذه الظاهرة والبحث عن كيف يقرأ ويتمثل هؤلاء الأشخاص واقعهم الاجتماعي. ومن خلال مضامين المدونات ومواضيعها تبدو شبكة الإنترنت كفضاء رافض ومناهض يتجه إليه المهتمون سياسياً، وأنها ليست بالضرورة فضاء اتصاليا يقبل ثقافة الإجماع، فهي تأخذ من قضايا الشأن العام مجالاً وتفصيل الحياة اليومية ملاذاً، وهي قضايا تقع بين إهمال المسؤول الكلي لها (الحياة اليومية) وتعلق صاحب القرار المفرط بها (الشأن العام/السياسة).

#### - إظهار القيم الفردية :

أهم ما يميز المدونات هو أنها نابعة من أفكار أصحابها وتعبر ذاتياً على هؤلاء المدونين بوصفهم أفراداً، ويمكن تلخيص القيم الظاهرة في عملية التدوين في كونها تسجيل للسلوك اليومي الفردي، فعندما يستيقظ أحد المدونين في الصباح ولا يجد شيئاً يفعله يكتب بأنه يشعر بالملل، أو عندما يشارك آخر في مظاهرة، يعود فيكتب تفاصيل ما عايشه بكل ما يملك من أحاسيس ومشاعر، أو مدون آخر على خلاف مع مسؤوله في العمل فيكتب عن رأيه فيه.

## - صحافة بديلة :

أثارت ظاهرة المدونات في الغرب ولازالت جدلا حول هل يمكن اعتبار المدونين صحفيين أم لا ؟ فقد نشرت شبكة سي-نت-نيوز الإخبارية المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات على شبكة الإنترنت تقريرا عن المدونات ذكرت فيه : "إن عمليات البلوجرز واسعة النطاق تتفوق على الصحافة وعلى وسائل الإعلام لأنها تقدم وصولا سريعا إلى شبكة عالمية من المواقع وشاهدي العيان والمعلقين، علاوة على أن عالم البلوجرز يفيض بالتعليقات والقصص واليوميات والمشاعر في مجالات شتى محدثا تداخلا هائلا مع التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، وفي هذه النقطة لا بد من الاعتراف بأن البلوجرز أفضل من وسائل الإعلام العادية". ويضيف نفس التقرير "إن هذه المشاعر ليست هدفا لوسائل الإعلام التي تركز على الخبر والتحليل والتقرير، ومن ثم فإن ظاهرة المدونات تعد نوعا مختلفا من الصحافة". أمام هذا الإقرار نتساءل هل من السهل اختراق مهنة الصحافة بالاعتماد على التقنية وفعل التدوين، فهي مهنة لها رصيد تاريخي ثري لا يستهان به بمجرد شيوع تقنية الإنترنت.

فالقائمون مثلا على مدونة علاء ومنال الثرية من حيث الأرشيف والتحيين يرون أن المدونة تعبر على "قوة ومصداقية الصحافة الشعبية"، وتتحول صفحات هذه المدونة إلى بوابة تدعو صراحة "كل جماعة سياسية، أو ثقافية أو خلفه وكل مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني وكل المبدعين أن يشاركوا بنشر أعمالهم وبياناتهم وتقاريرهم". وقد نشر المدون علاء تقريرا صحفيا عن اللاجئين السودانيين الذين كانوا يتظاهرون سلميا أمام مقر المفوضية العليا للاجئين في القاهرة وعن العنف الذي مورس ضدهم وأدى إلى هلاك العديد منهم. لم يحظ هذا خير بالاهتمام في أغلب وسائل الإعلام، لكن المدونين قاموا بتغطية هذا الحدث وتجاوزا مجرد التغطية من خلال فتح المجال للحوار والنقاش والجدل حول هذا التقرير.

## التفاعل الاجتماعي:

يساهم التدوين في تجميع الأفراد وتشكيل تجمعات أو جاليات معينة. فتصميم المدونات مهياً ليكون اجتماعياً كما أنه مصدر للمعلوماتية التقنية. فهويات مستخدمي الانترنت أصبحت منتجات اتصالية متعددة بمنظورات مختلفة وتقنيات متداخلة. تشجع فكرة المدونة الشخصية الفرد على كشف نفسه أمام عالم من الأطراف المهمة سواء الذين وصلوا إلى المدونة عن طريق الصدفة أو المهتمون حقاً بمتابعة إحياءات النفس. هناك شعور معين من التمكين في الكشف عن الأفكار والمشاعر، إذ يفترض بأن هناك آخرين يبدون اهتماماً وأن ما يقال في هذه المدونات جدير بالاهتمام. من ناحية أخرى، سواء كان محتوى المدونة شخصي، صريح أو حميمي فإنه سيتم جلب الناس إلى عالم غير معروف باستثناء القلة القليلة. في المدونات نحن قادرون على خلق تعبير عن أنفسنا، أفكارنا وصورتنا المرغوبة.<sup>(1)</sup>

### التعبير عن الذات:

تحليل ظاهرة المدونات إلى تغير مركزي للنموذج التواصلي الذي حكم شبكة الانترنت وأدى إلى تنامي مكانة المستخدم الذي تحول إلى فاعل نشط يساهم في إنتاج المضامين بأنواعها المختلفة. إن السياق، والوسيلة، وحجم المشاركة في المدونات الشخصية وعدد متداوليها ومواضيعها كلها عوامل أدخلت تغييرات كبيرة على المدونات، فأعطت لها بعداً ودلالة اتصالية وثقافية تختلف عما سبقها من وسائل الاتصال والإعلام إلى درجة أن البعض وصفها بالصحافة التساهمية (Participation Press) أو صحافة الثقافة الجماهيرية الناقدة.<sup>(2)</sup>

إن تنامي ظاهرة المدونات يؤشر إلى أن هناك تغييراً ثقافياً يفضي إلى تفكك النموذج الكلاسيكي للإعلام القائم على الفصل بين البث والتلقي، وإلى ذلك يشير الخبير الإعلامي فرنسيس بيزاني المختص في مجال المدونات بقوله: "تندرج الظاهرة مباشرة في سياق الميزة الرئيسية للإنترنت: تواصل الكثيرين مع

<sup>1</sup> Ellen Taricani: **Communities of Blogging: Extensions of Our Identities**, American Communication Journal, 2007. Available at : <http://acjournal.org/holdings/vol9/fall/articles/blogging.html>

<sup>2</sup> نصر الدين لعباضي، **اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية**، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 56.

الكثيرين (many to many)، أي التواصل الأفقي كالبريد الإلكتروني والرسائل المباشرة. المهم ليس "موت المسافات" بقدر ما هو التواصل المكثف بين أناس لا يعرفون بعضهم البعض، وميزة المفكرات (المدونات) هي قبل كل شيء جعل التواصل عاما".

كانت المدونات الإلكترونية في بداياتها عبارة عن كتابات موهلة في الحميمية تساير ظاهرة "تلفزيون الواقع" على صعيد افتراضي. ذلك أن هذا التلفزيون يميظ اللثام عن الحياة الخاصة ويعرضها في الفضاء العام، حيث يظهر أشخاصا حقيقيين يستعرضون جوانب من حياتهم الحميمية، بينما يمكن لأصحاب المدونة الشخصية أن يظلوا مجهولين لأنهم ينتحلون شخصيات أخرى أو يخفون هويتهم من خلال اسم مستعار.

لقد تطورت بعض المدونات الشخصية وتحولت إلى موقع الكتروني يضم مواد متعددة: نصوص إبداعية، ورؤية نقدية وفلسفية، وقراءات ذاتية للأحداث وشهادات وتجارب فردية.

تتمتع المدونات الشخصية، بما فيها تلك التي تأويها الصحف الإلكترونية، بهامش أكبر من الحرية والتلقائية و"العفوية" سواء في الموضوع المختار، أو في حدة اللهجة المستخدمة، أو في شكل الصياغة: سرد أو وصف أو حوار أو تحليل وتأمل أو كلها في الوقت ذاته.

الفرق الوحيد بين أشكال الكتابة التي سادت في الصحافة الورقية والمدونات الشخصية، أن الأولى كانت أكثر رسمية والتزاما، وتوحي أكثر بموضوعيتها، لكن رغم غياب هذه الخصائص فإن البعض يعتقد أن المدونات هو النوع الصحفي الأكثر تقدما في العمل الصحفي، إذ تستطيع أن تستوعب عناصر المقال والأخبار والتحقيقات والخدمات المختلفة.<sup>(1)</sup>

**السهولة التقنية:** مع بدايات ثورة المعلومات في تسعينيات القرن الماضي، بدأ كل واحد في إنشاء موقع على الإنترنت لمجرد الرغبة في ذلك. لكن مع قدوم المدونات مهدت هذه الأخيرة أكثر لبروز

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي، المرجع السابق، ص 57.

ثورة المعلومات بالمعنى الصحيح. صحيح أن الإنترنت في سنوات التسعينيات سمحت لأي شخص لأن يصبح "ناشراً". لكن كان لزاماً على هذا الـ"أي شخص" أن يحيط قليلاً ببعض المواضيع المتعلقة بالكمبيوتر، خاصة تلك التي تتناول كيفية إنشاء صفحات الويب. والنتيجة كانت أن غالبية الأشخاص الناشرين في تلك الفترة هم من فئة المبرمجين أو المصممين، ممن كان لهم اهتمام كبير بهذه الوسائل الجديدة. والمحصلة أنها اهتمت بالشكل، حيث أنشأت العديد من المواقع بتقنية (Flash) [إضفاء الحركة في الموقع]، التي تفتقد لأدنى سبب لإعادة زيارتها مرة أخرى.

المدونات أزاحت هذا النمط عن تفكيرها، فقد تبدو غير جذابة في الغالب من حيث المظهر، إلا أنها تتيح إمكانية النشر "لأي شخص" بإمكانه استخدام الفأرة والكتابة على لوحة المفاتيح. فالبرنامج مصمم لجعل إمكانية النشر سهلة للغاية. والمحصلة أنه بالإمكان تحديث المدونات لمرات عديدة في اليوم بنفس الجهد الذي نبذله في إرسال بريد إلكتروني. المدونات باتت طريقة فعالة للمواطنين من مختلف المستويات لمناقشة العديد من القضايا والأحداث مما أدى إلى تغيير نظرة الناس إليها إلى كونها أداة للاتصال على مستوى القاعدة وتعميم الوسط.<sup>(1)</sup>

## 2.2.2 استخدامات التدوين الإلكتروني:

### 1. المدونات الإلكترونية والنشاط السياسي:

يقول بعض المحللين السياسيين: إن لجوء الساسة لاستخدام الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة، كالمدونات الإلكترونية، يعود إلى انخفاض أسعارها، وسهولة إيجادها على شبكة الإنترنت، كما أن المواد الإعلامية على شبكة الإنترنت تجد رواجاً كبيراً لدى القراء، حيث أثبت أحد استطلاعات الرأي، أن قراءة

<sup>1</sup> Mark Briggs, cit, p.p 54.55.



الأخبار السياسية من صفحات الانترنت قد تضاعف ست مرات بين عامي 1996 و 2004 في الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>(1)</sup>

ويستعمل الساسة المدونات، عادة، للتواصل مع الناخبين والرأي العام. وتشكل المدونة في هذا الاتجاه وسيلة ناجعة لتجاوز الوساطات التقليدية الإعلامية والحزبية.<sup>(2)</sup> لذا أصبح الساسة مهتمين أكثر بمواقعهم على صفحات الانترنت وبمدوناتهم الإلكترونية، وبتغييرها وإضفاء أساليب جديدة عليها كلما تعلق الأمر بحملة انتخابية أو استطلاع للرأي، حيث يستعملونها لعرض برامجهم السياسية، وتشكيل الرؤية السياسية للقراء بما يتماشى مع مصالحهم، وما يمثل أحزابهم السياسية.

فقد مثلت المدونات عاملاً هاماً في السياسة الأمريكية، منذ اعتمد المرشح الانتخابي الديمقراطي جون كاري John Kerry في حملته الانتخابية الرئاسية عام 2004 على الانترنت، وبخاصة على المدونات الإلكترونية. وقد أشاد العديد من المحيطين بجون كاري بفعالية الانترنت بصورة عامة، والمدونات الإلكترونية بصورة خاصة، في جمع الأصوات الانتخابية. ومنذ ذلك التاريخ اعتمد عدد كبير من السياسيين على المدونات الإلكترونية في بث مقاطع الفيديو القابلة للتحميل، التي يعرضون فيها آراءهم السياسية، لاستمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين وإقناعهم، كما أخذ بعض السياسيين بالإجابة عن أسئلة واستفسارات القراء والمهتمين بالشؤون العامة، عن طريق مدوناتهم الإلكترونية أسبوعياً.<sup>(3)</sup> وأبرز مثال على ذلك المستشار الألمانية انجلا ماركال Angela Merkel التي أنشأت في ماي 2006 مدونة فيديو أطلقت عليها اسم "المستشارة مباشرة". وهي عبارة عن برنامج فيديو يومي لمدة ثلاثة دقائق تشرح فيه انجلا ماركال سياستها للشعب الألماني ويرى المختصون أن مدونة ماركال تمثل حدثاً ذلك أنها أول مدونة لمسؤول من هذا المستوى.<sup>(4)</sup>

<sup>1</sup> سعد بن سعود بن محمد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، ط 1، دار الكتاب الحديث، الرياض، 1427 هـ، ص 166.

<sup>2</sup> الصادق الحمادي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

<sup>3</sup> سعد بن سعود بن محمد آل سعود، مرجع سبق ذكره، ص. ص 166 . 167.

<sup>4</sup> الصادق الحمادي، مرجع سبق ذكره، ن ص.

وفي هذا الصدد توصلت دراسة (T.Neil Sorka) إلى نتيجة تفيد بأن المدونات تمتلك تأثيرا عميقا وفعالا ومباشرا على صناع القرار السياسي بالكونغرس الأمريكي، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر من 90% من أعضاء الكونغرس الأمريكي يحرصون على قراءة المدونات السياسية بشكل منتظم، مما يشير إلى دور هذه المدونات في التأثير على صناع القرار السياسي.<sup>(1)</sup>

ولا يتوقف التغيير الذي شهدته المدونات الإلكترونية عند الانتقال من مذكرات شخصية إلى وسيلة من وسائل الضغط السياسي، بل إنه يتخطى ذلك إلى استعمالها كوسيلة للمراقبة، وبخاصة أن المدونات بدأت تحدث أثرا في الحياة العامة على عدة أصعدة سياسية، اجتماعية، وإعلامية، وذلك عبر نشرها لتقارير حول أخطاء القادة السياسيين وكشفها بعض الممارسات غير النظامية.<sup>(2)</sup>

ويرى (Nikhil Moro) أن المدونات تعتبر مصدرا متجددا للآراء والتعليقات والتحليلات السياسية ووسيلة لتمكين الأصوات الجديدة - سواء من المدونين أو السياسيين - من التحكم في مرور المعلومات وتداولها. وتستمد المدونات القضايا السياسية التي تتناولها من التوجهات السائدة في الرأي العام والوسائل الإعلامية التقليدية والقضايا التي تشغل الأفراد سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، كما تتحدى المدونات المعلومات المضللة التي تقدمها بعض وسائل الإعلام التقليدية التي تعبر عن توجهات السلطات الحاكمة.

وفي الدول غير الديمقراطية تساعد الانترنت في كسر الطوق الإعلامي المفروض على بعض الجماعات السياسية، مما دفع البعض إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة مثل الانترنت (وضمنها المدونات) أصبحت عدوا للأنظمة التي تنتهك حقوق الإنسان، ذلك أن وسائل الإعلام التقليدية تدعم الحكومات وليس الأفراد، ولكن الانترنت أصبح يعطي القوة للأفراد والجماعات.

<sup>1</sup> شريهان توفيق، سيرين كدواني، المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الأول

"الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة"، قسم الإعلام- جامعة أسيوط، 19-20 فيفري 2008، ص 7.

<sup>2</sup> سعد بن سعود بن محمد آل سعود، مرجع سبق ذكره، ص 167.

ومن الأمثلة التي تعكس الدور العميق للمدونات السياسية، ما قامت به بعض هذه المدونات في العالم العربي من فضح لبعض التجاوزات التي حدثت خلال الأعوام القليلة الماضية في بلدان عربية مختلفة ودعم الحركات التحررية في هذه البلدان، منها على سبيل المثال كشف محاولة أحد المرشحين البرلمانيين في دولة الكويت شراء أصوات الناخبين من خلال الاستشهاد بشهود عيان على هذه الواقعة، وتحول المدونات لساحة للتعبير عن توجهات بعض الجماعات المصرية المحظورة والمناهضة للسلطات الحاكمة. وفي هذا الصدد يقول بعض المدونين التونسيين أن المدونات التونسية تحولت إلى بديل للصحافة القومية وشغلت الفراغ الذي أوجدته وسائل الإعلام التقليدية.<sup>(1)</sup>

وحسب مارك لينش فإن المدونين السياسيين العرب يرتبطون بثلاثة أنواع من الأنشطة:<sup>(2)</sup> النشاط التدويني والتدوين الجسري والتعامل في الفضاء العام. يرتبط الناشطون مباشرة بحركات سياسية مستخدمين المدونات في التنسيق للنشاط السياسي ونشر المعلومات وفي تعظيم تأثير السياسة كثيرة النزاع.

يخاطب مدونو الجسور بشكل أساسي الجماهير الغربية وعادة يكتبون بالإنجليزية بنية تفسير مجتمعاتهم. وفي النهاية يميل مدونو الفضاء العام لعدم المشاركة بشكل مباشر في حركة سياسية، ولكن يرتبطون بعمق بالنقاشات العامة بشأن السياسات المحلية (وغالبا العربية أو الإسلامية منها).

### 2. المدونات الإلكترونية وسيلة تعليمية:

في أواخر عام 2005 أطلق مصطلح الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني من معهد تقنية المعلومات وأبحاث التعلم الإلكتروني التابع لمركز الأبحاث الوطني في كندا، وتم تعريف الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني على أنه "قطع صغيرة من المعلومات عبر الشبكات والتي ترتبط مع بعضها بشكل مرن وتدمج

<sup>1</sup> شريهان توفيق، شيرين كدواني، مرجع سبق ذكره، ص. 6. 7.

<sup>2</sup> Marc Lynch: **Blogging the New Arab Public**, Arab Media & Society (February, 2007), p. p 10.11.

استعمال أدوات منفصلة ومكاملة لبعضها عبر الويب، وهي تعتمد على الويكي (Wikis) والمدونات وغيرها من برامج الانترنت الاجتماعية. ومن رواد هذا المجال كرير Karrer الذي عرف الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني بأنه التعليم الذي يستخدم أدوات الجيل الثاني من الانترنت.

وما يميزّ الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني عن سابقه (التعليم الإلكتروني التقليدي) هو اعتماده على أدوات الانترنت التي تسمح بالتعديل والقراءة من قبل المستخدم وتسمح بالوصول إلى التعلم الحي أو المباشر الذي يتم في نفس الوقت من خلال الفيديو الذي ينشر على اليوتيوب مثلاً، والبرامج الأخرى التي تربط بين أفراد المجتمع وتسمح بتبادل الخبرات والمشاركة في المعلومات والأداء ومن أهمها طبعاً المدونات والويكي وأدوات نشر الوسائط للتسجيلات الصوتية Podcast أو لقطات الفيديو والشبكات الاجتماعية.<sup>(1)</sup>

ويصنف كامبل Campbell المدونات من حيث استخدامها في المجال التعليمي إلى ثلاثة أنواع:<sup>(2)</sup>

### مدونات المعلم:

وهي نوع من المدونات يديرها المعلم بالنسبة للمتعلمين ويساعد هذا النوع في إعطاء الفرصة للمتعلمين لتنمية مهارة القراءة لديهم:

\_ ففي بعض الأحيان يجد الطلاب المادة الدراسية صعبة وفقيرة إلى بعض المعاني مما يسبب قصور في فهم المادة الدراسية فيتم معالجة ذلك باستخدام هذا النوع من المدونات وذلك بوضع روابط (links) مرتبطة بالموضوع وإذا وجدت بعض الكلمات التي تحتاج لتفسير أكبر فيتم ربط هذه الكلمات بمواقع أخرى توضحها. وأسلوب المعلم ذاته في كتابة الموضوع يطور وينمي من لغة المتعلم المحلية

<sup>1</sup> عبد الله بن يحيى حسن آل محيا: أثر استخدام الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني على مهارات التعليم التعاوني لدى طلاب كلية المعلمين في أبها، رسالة دكتوراه في المناهج وطرق التدريس، غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2008، صص-44-47.

<sup>2</sup> Aaron Patric Campbell : **Weblogs for Use with ESL Classes**, The Internet TESL Journal, Vol. IX, No. 2, February 2003, available at: <http://iteslj.org/Techniques/Campbell-Weblogs.html>

\_ يعزز هذا النوع من المدونات التبادل اللغوي بين المعلم وطلبته حيث يستخدم المعلم الأسئلة والأغاز مثلاً ويتلقى تعليقات الطلاب عليها.

\_ توفير معلومات عن المنهج وتذكير الطلاب بالواجبات والتكليفات وموضوعات النقاش المقبلة وتناول النقاط الصعبة التي واجهت الطلاب في الفصل.

\_ يعمل هذا النوع بمثابة مورد لروابط التعليم الذاتي للمتعلمين عن طريق إعطاء روابط اختبارات لهم وروابط للملفات الصوتية والمرئية المرتبطة بموضوع الدراسة ويتم تفاعل المتعلمين مع المواقع والروابط.

#### مدونات المتعلم:

يديرها المتعلمون أنفسهم أو من قبل مجموعات تعاونية من المتعلمين وهنا يستطيع الطلاب التعبير عن أفكارهم وتنمية روح القراءة والتعاون والاطلاع بينهم. ويستخدم فيها المتعلم محركات بحثية للحصول على المواقع المناسبة لموضوعه ويمكن أن ينشئها الطلاب لكتابة يومياتهم. والفكرة من هذا النوع من المدونات هي أنها تنمي الإحساس لدى الطلاب بالملكية والحصول على الخبرة والتعامل مع النصوص التشعبية والقراءة والقدرة على الكتابة.

وفي دراسة للباحثين Stiler and Philleo (2003) حددت "تدوينات الطلبة على موقع Blogger على أنها أكثر تحليلية وتقييمية من التدوينات التي نشرت في الفصل الدراسي الأول السابق.. كما يبدو أن عمق واتساع انعكاسية الطالب تأثرت بشكل إيجابي."<sup>(1)</sup>

#### مدونات الفصل:

هذا النوع هو نتيجة الجهد التعاوني للفئة كاملة (المعلم والطلاب) ويمكن استخدامها في شكل لوحة إعلانات للمتعلمين لنشر الرسائل والصور والوصلات ذات الصلة بموضوع المناقشة ومواضيع الفصول

<sup>1</sup> Heather E. Mudd : **A Teacher Action Research Project on Digital Fluency via Blogging**, a Master Thesis of Science, College of Education, Florida State University, 2008, p 8.

الافتراضية وكذا تسهيل المشروع القائم على تعلم اللغات مثلا، حيث ينمي لدى المتعلمين مهارات البحث والكتابة لتهيئة ما وصل إليه الآخرون.

ويمكن للطالب والمعلم الاستفادة من مزايا المدونات في التعلم الإلكتروني، وذلك بتحقيقها ما يلي:

- تعتبر أداة تقييم مستمر لتعلم الطالب، فالمعلم يستطيع أن يقيم جميع ما أضافه الطالب إلى المدونة من بداية تدريس المقرر إلى نهايته.

- تُعد أداة تفاعلية حديثة في مجال التقييم المعتمد على انترنت الجيل الثاني Web 2.0

- تنمي مهارات الاتصال والكتابة والتعبير لدى الطالب.

- توضح تفاصيل عمليات تفكير الطالب ومراحل حله لمشكلة معينة أو تصميمه لمشروع معين.

- تُمكن الطالب من تقديم المهام التي تطلب منه بشكل تفاعلي جميل.

وعند تطبيق إستراتيجية المدونات في التعلم الإلكتروني يفضل أن يتحقق المعلم مما يلي:

- تقديم تعليمات للطالب لكيفية تطوير وإدارة المدونة الخاصة به.

- إتاحة الفرصة للطالب لتغيير نمط عرض الصفحة والألوان بما يتناسب مع تفضيلاته الشخصية.

- تحديد معايير التقييم.

- تحديد الحد الأدنى من المشاركات في الأسبوع.

- اقتصار المشاركات في موضوع الدرس.

- إمكانية ربط المدونات بالعروض.

- ترك المجال للطالب بعدم الالتزام بأسلوب رسمي في الكتابة.

- تشجيع تفاعل الطلاب بكتابة التعليقات على مدونات بعضهم البعض.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> عبد الله بن يحيى حسن آل محيا، مرجع سبق ذكره، ص-ص 44-47.

كما تستخدم المدونات أيضا في التعليم العالي من خلال تبادل المعارف والبناء التشاركي للمشاريع العلمية بين الطلبة، أو بين مجتمع علمي داخل مجموعة بحث، وهذا النوع من المدونات يسمح بالدخول إلى وثائق ومعلومات كتقارير البحوث. وينتشر استخدام المدونات الإلكترونية في التعليم العالي بالبلدان الأنجلوساكسونية، إذ أن هناك جامعات تحاول البحث في كيفية الاستعانة بالمدونات لمراقبة وعرض المؤتمرات العلمية من بدايتها إلى نهايتها، سيما وأن المدونات لها أهمية كبيرة في مجال التبادل بين مجموعات البحث والتعاون مع مجموعات أخرى.<sup>(1)</sup>

### 3. المدونات الإلكترونية في المؤسسات:

كتب توم ميرفي Tom Murphy مسؤول العلاقات العامة على مدونته المسماة PROpinions يقول: "إن كتابة المدونات فرصة للعلاقات العامة وليست تهديدا لها. إنها توفر وسيلة فريدة لتقديم الوجه الإنساني لمنظمتك إلى جمهورك. ويمكن لعملائك أن يقرؤوا الأفكار والآراء الفعلية لموظفيك. وعلى الجانب الآخر، يرغب المستهلكون بصورة متزايدة في رؤية الجانب الإنساني في منظمتك بعيدا عن الكلام المؤسسي."<sup>(2)</sup> ويرى البعض أن المدونات تساهم في إضفاء بعد إنساني على المؤسسة وتؤسس خطابا اتصاليا جديدا أقل دعائية وأكثر مصداقية حيث يستعملها رؤساء المؤسسات والموظفون والنقابيون للحديث في مسائل تهم المؤسسة.<sup>(3)</sup>

ويكشف كل من (R. Kwai Fun IP & C. Wagner) أن هناك بعدين في استخدام المدونات على المستوى التنظيمي، أي في المؤسسة، بعد أن انتشر استخدامها على المستوى الفردي، وهذين البعدين هما:<sup>(4)</sup>

#### - استخدام المدونات في البيئة التنظيمية الداخلية:

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 114.

<sup>2</sup> دان جيلمور، مرجع سبق ذكره، ص 113.

<sup>3</sup> الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص 4.

<sup>4</sup> R. Kwai Fun IP, C. Wagner: **Weblogging: A study of social computing and its impact on organizations**, Decision Support Systems (2007), Volume 45, Issue 2, May 2008, P 247. 248.

بشكل عام، كانت التقنيات الاجتماعية (social computing) لا تحظى باستعمال واسع الانتشار في المنظمات، وفي كثير من الشركات يعتبر استعمال هذه التقنيات لعنة على الإدارة حيث يتم قطع الطريق أمامها إما عبر برمجيات خاصة أو عبر سياسات الشركة.

البرمجيات الاجتماعية التنظيمية الناجحة تم تطويرها من طرف مجهزي الخدمات بشكل واسع من خلال برامج راسخة وتم اعتمادها من طرف الموظفين بشكل طوعي أو إلزامي. مع هذا، فإن هذا النهج طرح العديد من الأسئلة في مجال التسيير، فحداثة إدماج التكنولوجيا تحتاج إلى تكوين مهم يتطلب وقتا وتكاليف مناسبة. بالإضافة إلى ذلك، وجب التغلب على مقاومة المستعمل (وهو الموظف هنا)، إذا كانت التكنولوجيا لا تتوافق مع ثقافة المؤسسة، أين يتردد المستعمل في تقاسم التكنولوجيا صعبة الاستعمال مما عرقل الجهود الرامية لنشر المعرفة بنجاح حول المؤسسة.

بناءً على هذا الوضع، يتضح أن فرص مدونات الموظفين كانت كثيرة، فالموظفون الذين يمارسون مسبقا التدوين في بيئتهم الاجتماعية هم متكيفون "ثقافيا" لتطبيقها في منظماتهم، وقد يتطلب الأمر منهم قليلا من التدريب أو دونه حتى يستعملوا هذه التكنولوجيا التي يعرفونها أصلا.

وللاستفادة من اعتماد هذا الدور الطبيعي، على المنظمة أن تسيير بسلاسة، مما يسمح بانتقال سلوكيات التدوين الشخصي إلى المنظمة، طالما أنها تتسق مع السياسات التنظيمية. على سبيل المثال، ينبغي تشجيع "حرية التعبير" طالما أن الموظفين لا يفصحون عن معلومات سرية أو خصوصية لا يجب كشفها. وليس غريبا أن نرى في ميدان وليد كمدونات المؤسسات سياسات الشركة الناشئة مكتوبة عليها، مع تشجيع الموظفين لمشاركتها مع الآخرين بحرية لكن أيضا بمسؤولية، وخير مثال على ذلك دليل شركة ياهو للموظفين المدونين.

- استخدام المدونات في العلاقات مع الزبون:



مع حاجتها لجذب انتباه زبائنها، قد تكون الشركات قادرة على استغلال الفرصة التي تتيحها المدونات. عندما كان البريد الإلكتروني وسيلة الاتصال الشخصية الأكثر شعبية، اختارت الشركات بث رسائلها الإعلانية عبر هذا الوسيط. غير أن الجيل الجديد من مستخدمي التكنولوجيا وتحديدًا الإنترنت بات يتجنب بشكل متزايد الاعتماد على البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال مقابل استعمال أكبر للمدونات (أو الاتصالات المرتبطة بالإعلام، مثل التنبهات pinkbacks). البريد الإلكتروني بات ينظر إليه كوسيلة للاتصال الرسمي في حين أن المحادثات الشخصية تنتج في وبين المدونات.

وبالتالي، على الشركات استعادة اهتمام المدونين على الإنترنت. فمن جهة، عليهم أن يعلموا أن مستعملي الإنترنت يقضون وقتًا أكبر في استخدام المدونات تاركين وقتًا قليلًا لتصفح البريد الإلكتروني. من جهة أخرى، أصحاب المدونات على الإنترنت هم انعكاس لفئة جديدة من مستخدمي الإنترنت المهتمين أكثر بالاتصال الشخصي والطبيعي.

استنادًا لـ Cluetrain Manifesto "الأسواق هي محادثات" "markets are conversations" والناس، سواء كانوا موظفين أو زبائن، غير مستعدين للاستماع على نحو متزايد إلى لغة التسويق الاصطناعية. ويشرح Manifesto عبارته بمثال قائلاً: "هناك نوعين من المحادثات الجارية، واحدة داخل الشركة والأخرى مع السوق. هاتين المحادثتين تريدان التحدث لبعضهما البعض، هما يتكلمان نفس اللغة".

بناء على ما سبق، فإن التحدي الذي يواجه إدارات التسويق هو إدماج وسيط المدونة (التكنولوجيا) والنمط (الصوت) للتفاعل مع مستعملي المدونات الأكثر كثافة، ولكن أيضًا وعلى الأقل، تغيير نمط الاتصال مع هؤلاء العملاء.

ويرى "ديفيد ميران سكوت" أن هناك ثلاث استخدامات للمدونات في مجال العلاقات العامة والتسويق

وهي: (1)

<sup>1</sup>Philip Sheldrake, op. cit, p 10.

- لمعرفة وبسهولة ماذا يقول ملايين الناس عنك وعن السوق الذي تباع فيه وعن مؤسستك وعن منتجاتك.
- في أن تشارك (كمسؤول للعلاقات العامة أو التسويق) في هذه المحادثات من خلال التعليق على مدونات الناس.
- بأن تبدأ وتحجم هذه المحادثات من خلال إنشائك وكتابتك على مدونتك الخاصة بك.

#### 4. المدونات الإلكترونية كبدل إعلامي:

يرى جاي روسين Jay Rosen، من جامعة نيويورك، المدونات بأنها "شكل شديد الديمقراطية من أشكال الصحافة" ويطرح على مدونته الشهيرة Press Think عشرة نقاط يشرح فيها سبب هذا التعريف. وفيما يلي الثلاث الأولى منها: (1)

1. تتبع المدونة من اقتصاد الهبة (أو الهدية) gift economy بينما تتبع معظم الصحافة الموجودة اليوم (وليس كلها) من اقتصاد السوق.

2. أصبحت الصحافة مجال المحترفين ويتم أحيانا الترحيب بدخول الهواة فيها، بينما المدونة الإلكترونية هي مجال الهواة ويتم الترحيب بالمحترفين فيه.

3. تعد عوائق أو حواجز الدخول مرتفعة في الصحافة منذ منتصف القرن التاسع عشر، ومع المدونة الإلكترونية، تكون حواجز الدخول منخفضة: فالحاسب الآلي ووصلة الانترنت والبرمجيات المستخدمة أشياء كفيفة بإيصالك إلى هناك.

غير أن نسبة كبيرة من المدونين تذهب إلى الاعتقاد أن ما تقوم به ليس له علاقة مباشرة بالعمل الإعلامي أو الأحداث الجارية، وذلك على أقل تقدير حسب المنظور الإعلامي التقليدي. فالمدونات ذات

<sup>1</sup> دان جيلمر، مرجع سبق ذكره، ص 65.

طبيعة شخصية، وتدور موضوعاتها حول مشاعر وتجارب ورؤى أصحابها. مع ذلك، فإن ليسيكاسيا Lasica يعتبر أن المدون « يقترب الفعل الإعلامي » عندما يقوم بوصف أو تحليل حدث ما يكون قد عاشه.

وعلى الرغم من أن الكثير من المدونين قد لا يشعرون بالارتياح عند مقارنة ما ينشرونه بما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية )، فإنه يمكن القول أن هذه المجموعات غير المتجانسة من المدونات، والتي تتوزع بين تلك التي يقوم بتحريرها أفراد عاديون، أو إعلاميون متمرسون، أو وسائل إعلامية، يجمعها رابط مشترك يُعبرُ وسمها بالمدونات الإعلامية".

وحتى إذا سلمنا بأن هذه المدونات لا تلتزم "حرفياً" بقواعد وآليات العمل الإعلامي التقليدي، فإنها تظهر ميلاً إلى العمل الشبكي الجماعي من خلال جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد كبير من الأفراد، وهو ما يجعلها تؤدي نفس الوظائف الاجتماعية التي غالباً ما ارتبطت بالوسائط الإعلامية التقليدية.

وإذا كان لكل صنف من هذه الأصناف خصائصه، فإنه من الضروري التأكيد على بعد مهم، وهو أن المدونات التي تتصوي تحت العباءة الإعلامية لا تتمتع بالضرورة بمصداقية ودقة وتأثير أكبر مقارنة بالأشكال الأخرى. فهناك متغيرات كثيرة تساهم في نجاح مدونة إعلامية ما كمصدر إخباري موثوق به من طرف المستخدمين، بغض النظر عن القائمين على تحريرها وإنتاجها. ومن هذه المتغيرات، يمكن أن نشير إلى: مصداقية الأخبار، وشفافية المعلومات، ودرجة التحيين، وأهمية الموضوعات (تتنوع هذه الأخيرة حسب الموضوع الذي تتناوله المدونة).

وفيما يلي شرح للأصناف الثلاثة للمدونات الإعلامية:<sup>(1)</sup>

- مدونات المواطنين: المدونات التي ينتجها مستخدمو الانترنت:

<sup>1</sup> الصادق رابح: المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص - ص 537 - 558.

يتبنى المدونون أدواراً مختلفة عندما يمارسون الإعلام، تتنوع بين المعلقين والناقدين لمضامين وسائل الإعلام، والكتاب المتخصصون، ومعدّي التقارير الهواة. فالتعليق والنقد يعتبران من أكثر الأنشطة ممارسة وحضوراً في الفضاء التدويني الإعلامي. وتقوم هذه المدونات، التي يطلق عليها البعض العين الناقدة، بمتابعة ومراقبة مضامين وسائل الإعلام الورقية والإلكترونية للتنبيه إلى الموضوعات التي نالت حظاً قليلاً من التغطية، أو تلك التي تم تهميشها، والكشف عن الأخطاء والتحيزات التي تضمنتها المواد الإعلامية، ونقد الحجج الضعيفة التي تقوم عليها الكثير من الافتتاحيات والأعمدة التي يكتبها الإعلاميون.

#### - مدونات الجمهور: المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية:

لقد دفعت شعبية المدونات الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى احتضان الكثير منها ضمن منصاتها الإلكترونية. حيث أن بعضها، وهو قليل، يرتبط بقاعة التحرير ارتباطاً وثيقاً، بينما تميل غالبيتها إلى كونها مدونات شخصية لا تشكل الأحداث والمناقشات العامة مركز اهتمامها، وهو ما يبقها بعيدة عن إمكانية المساهمة في إعادة تعريف المنتج الإعلامي للموقع الذي يستضيفها. ويحتاج هذا الصنف من المدونات الإعلامية إلى قراءة أعمق للتعرّف على إمكاناته بهدف تقييم نقاط قوته ومكامن ضعفه وعلاقة ذلك بطبيعة العلاقات بين الوسائط الإعلامية وجمهورها.

#### - مدونات الإعلاميين: المدونات التي يحررها إعلاميون خارج إطار المؤسسات الإعلامية:

انجذب الكثير من ممارسي الإعلام بسرعة إلى المدونات، حيث تتيح لهم هذه الوسائط مساحات تعبيرية حرة لنشر أفكارهم ورؤاهم حول قضايا من الصعب تمريرها عبر المؤسسات التي يعملون بها. فقد منحتهم المدونات هامشاً تعبيرياً كبيراً، ومكنتهم من صياغة آرائهم ومواقفهم بطريقة أكثر صراحة، والتحرر من الإكراهات والمعايير التي تحكم عملهم في المؤسسات الإعلامية التقليدية. وهو ما جعل الكثير من هذه المؤسسات غير راضية عن هذا التوجه. وبما أن المؤسسات الإعلامية هي التي تقوم بدفع فواتير إقامة الصحفيين هناك، فقد طُلب من الصحفيين التركيز على التقارير الإخبارية ضمن المعايير التي تتبناها

هذه المؤسسات. وأبرز مثال على ذلك الصحفي كيفن سايتس Kevin Sites الذي طلبت منه CNN وضع حد لتجربته التدوينية والتي تزامنت مع الأيام الأولى للحرب على العراق. وقد فضل سايتس مغادرة المحطة، ليعمل لاحقاً كمراسل حر لـ أن.بي.سي، وليواصل، بعد عدة أشهر، مشواره التدويني.

والى جانب الحالات الخلفية، نجد أن الكثير من الإعلاميين يمارسون التدوين كنشاط موازي لعملهم في المؤسسات الإعلامية دون أن يكون هناك أي اعتراض من طرف القائمين عليها. والأمثلة على ذلك كثيرة، نذكر منها تجربة الصحفي جهاد الخازن، حيث يتناول في مدونته

(باللغة الإنجليزية) الكثير من القضايا التي تعتبر صدى لما يكتبه في عموده اليومي بصحيفة الحياة السعودية. إضافة إلى تجربة التدوين الجماعي لمجموعة من الصحفيين الفرنسيين (mediachroniques)، ومدونة ماثيو باكلاند Matthew Buckland أحد محرري النسخة الإلكترونية للميل والغاردين Mail &

Guardian

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

- مدونات الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية:

من الخيارات الأكثر معقولة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية التي تطمح إلى استثمار آلية التدوين، تمكين إعلاميها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الإلكترونية. ورغم أن الإشراف التحريري ومراقبة

الالتزام بالمعايير الأسلوبية في هذه المدونات يمكن أن لا يكون بنفس الدرجة عندما يتعلق الأمر بالأخبار، إلا أن رؤساء التحرير غالبا ما يقومون "بإجازة" هذه التدوينات قبل أن تعرف طريقها إلى النشر.

وقد تكاثر عدد هذا الصنف من المدونات بعد 2005 فقد ارتفع عدد مدونات الإعلاميين التي تحتضنها الصحف البريطانية الإلكترونية من 7 إلى 118 مدونة وذلك بين سنتي 2005 و2006. مع ذلك فإن الكثير من المؤسسات ما زال تبحث عن أفضل السبل الممكنة لتوظيف هذه المدونات إلى حد الآن، ولم تستثمر كل الخصائص والميزات التي يتيحها التدوين عموما. فالتعليقات، مثلا، غير متاحة في بعض هذه المدونات، كما أن مضامين البعض الآخر تخضع للغربة قبل نشرها، وهو ما يحيل إلى مقارنة تقليدية محافظة لهذه الظاهرة عند بعض الأوساط الإعلامية.

### 5. استخدام المدونات في النشر الإلكتروني والمكتبات:

إن صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية وسهولته بالاعتماد على شبكة الانترنت، أدت إلى استخدام المدونات الإلكترونية كفضاء لنشر المقالات، والإبداعات بدلا من النشر الورقي الذي تشرف عليه قوانين المطبوعات ذات الخلفية الرقابية (1)

وقد ساهمت المدونات في نشر الإبداعات الأدبية، فظهرت مجموعة من المدونات الأدبية التي تقوم على نشر إنتاجات فردية أو جماعية، وفي الدول الغربية قام العديد من دور النشر بالبحث عن كتاب جدد، أصبح لهم تأثير مباشر على قراء مدوناتهم. كما قام العديد من الكتاب بتحويل مدوناتهم إلى مجلات صغيرة قادرة على استيعاب كم هائل من النصوص والمقالات الإبداعية، مساهمين بذلك في

<sup>1</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره.

الترويج للمادة الأدبية على نطاق واسع.<sup>1</sup> فقد قام مثلا الأديب المصري إبراهيم جاد الله بكتابة رواية مع الأدبية العراقية كليشان البياتي عن طريق الإيميلات والمدونات وأسموها "إيميلات نالي الليل".<sup>(2)</sup>

ولعل ما زاد المدونات أهمية في عملية النشر هي حرية الحركة لصاحبها، النشر الواسع، إمكانية التصويب، والتعديل، الإضافة والحذف ومواجهة المتلقي دون حساب للوقت أو المكان أو البعد الجغرافي أي أنك تكون على حريتك أكثر<sup>(3)</sup>.

من ناحية أخرى، يمكن للمدونات أن تلعب دورا مهما جدا في تسويق الكتاب الورقي وزيادة مبيعاته حيث يقول الكاتب الأمريكي ديفيد ميران سكوت David Meeran Scott أنه لم يدفع تقريبا أي نفود من أجل الدعاية لكتابه "القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة" بفضل التدوينات الكثيرة التي قام بكتابتها أكثر من 500 مدون حول محتوى الكتاب وأهميته فبيع منه أكثر من 30000 نسخة في ظرف ستة أشهر فقط واحتل المرتبة الأولى بين الكتب الأكثر مبيعا في العالم في مجال العلاقات العامة والتسويق الإلكتروني كما تمت ترجمته إلى 12 لغة ما عدا اللغة الانجليزية.<sup>(4)</sup>

وقد مكّنت الشبكة العنكبوتية الأفراد من إضافة المعلومات التي تتعلق بجانب معين من جوانب الحياة والمشاركة في مواردها مع ملايين البشر، وتوزيعها من خلال الانترنت متجاوزين قيود الزمان والمكان، وكانت المدونات أحد تطبيقات الانترنت التي خَلَفَتْ غيرها من الخدمات السابقة التي كانت تفتقد للاتصال والتواصل والتفاعلية بين المستفيدين منها لتمنحهم بذلك الاتصال والتواصل والحرية في إبداء الرأي، وأنية المعلومة، متجاوزة كل الحواجز الزمنية والمكانية والرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا أو دينيا أو اجتماعيا في بلد ما.<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص. 111، 112.

<sup>2</sup> إبراهيم محمد حمزة : مدونات الأدباء هل تحل أزمة النشر والانتشار؟، جريدة القاهرة، العدد 20، 9 جانفي 2009، ص 18.

<sup>3</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 112.

<sup>4</sup> David Meeran SCOTT: The new rules of viral Marketing: How word of mouse spreads your ideas for free. The creative commons license, attribution 3.0, 2008,p 9.

<sup>5</sup> شيماء اسماعيل عباس اسماعيل، مرجع سبق ذكره.

ويمكن للمدونة أن تكون مصدرا من مصادر المعلومات بصورة عامة، والرقمية بصورة خاصة إذ يقول أحد المدونين " المدونات الإلكترونية في مجملها مكتبة ذات عولمة عصرية، تصلح لتكون مرجعا مهما، ومصدرا واسعا للباحثين عن المعرفة، والمعلومات الثقافية العامة أو المحددة باختصاص معين أو باتجاه معين".<sup>(1)</sup>

غير أن ما يعاب على المدونات الإلكترونية هو أن أي شخص يمكن أن يكتب عليها ما يريد، فيغلب على مقالاته الطابع الشخصي، وقد تكون المعلومات غير صحيحة في بعض الأحيان، أو أنها غير موثقة، إضافة إلى إمكانية استخدام المؤلف لاسم مستعار مما يعيق الوصول للمصدر الحقيقي للمعلومة.

ولعل أبرز المجالات التي تأثرت بظهور المدونات الإلكترونية، كمصدر للمعلومات، هي مجال علم المكتبات وهنا يقول Huwe إن المكتبيين ولدوا ليديونا<sup>2</sup> ونجد نوعين من المدونات ضمن هذا الإطار هما: مدونات المكتبيين ومدونات المكتبات: <sup>(2)</sup>

- مدونات المكتبيين:

هي "تلك المدونات التي ينشئها ويحرص على إدارتها اختصاصيو المكتبات، سواء كانوا ينتسبون أو لا ينتسبون لأحد مرافق المعلومات" ويهدف هذا النوع من المدونات إلى:

\_ العمل كمنتدى للمناقشة وتبادل الآراء والمعلومات والخبرات فيما بين المكتبيين.

\_ الإعلام عن الأحداث الجارية التي تدور على جبهة البحث في هذا المجال، خصوصا فيما يتصل بتقنيات المعلومات وما حولها من قضايا.

<sup>1</sup> عصام منصور: المدونات الإلكترونية: مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، العدد الخامس، مايو 2009.

<sup>2</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، مرجع سبق ذكره.



\_ الإشعار عن الاجتماعات المهنية (المؤتمرات، الندوات...الخ) قبل انعقادها، والإشعار بمحتوياتها بعد انتهائها.

\_ التعرف على الإصدارات الجديدة من الكتب والدوريات والتقارير، ...الخ والمنشورة إلكترونياً أو ورقياً.

\_ التنويه عن مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الشبكة العنكبوتية، بجميع فئاتها.

\_ التعرف على الاتجاهات والقضايا الحديثة ذات الصلة بمجال المكتبات والمعلومات.

\_ أداة للتنمية المهنية للمكتبيين حيث تساعدهم في الحفاظ على حداثة معلوماتهم ذات الصلة بالمجال.

- مدونات المكتبات:

هي تلك المدونات التابعة لمرافق المعلومات، وتتم إدارتها من قبل واحد أو أكثر من اختصاصيي تلك المرافق. كما أنه ينبغي أن يكون لها حضور على موقع المكتبة، أو على الأقل يتم إعداد رابطة لها على الموقع. ويمكن أيضاً استضافتها من خلال خدمة خارجية توفر الوصول للمدونة. وهي تتوجه أساساً إلى المستفيدين من المكتبة.

يمكن أن يكون للمكتبة مدونة واحدة يشترك في تحريرها واحد أو أكثر من الاختصاصيين أو تكون لها مجموعة من المدونات تتم إدارتها من قبل مجموعة من المكتبيين.

وعادة، تهدف مدونات المكتبات إلى:

\_ نشر التقارير الخاصة بمشروعات معينة في المكتبة.

\_ نشر قائمة الإضافات الحديثة للمكتبة.

\_ الإعلان عن الخدمات الجديدة والترويج لها.

\_ الإشعار عن مواقع الانترنت المجانية ومراسد البيانات وغيرها من المصادر.

\_ الإعلان عن الدورات التدريبية وبرامج التعليم المستمر.

\_ الإشعارات الداخلية بين اختصاصيي المكتبة وبعضهم البعض وتبادل الآراء والمعلومات فيما بينهم.

\_ أن تكون المدونة ملحقا لنشرة المكتبة، أو بديلا عنها.

\_ تفعيل الاتصال بالمستفيدين والاتصال بالزملاء من أخصائيي المكتبة.

### 3.2.2 الإشكالات الأخلاقية المتعلقة بالتدوين الإلكتروني:

مع انتشار الانترنت تعددت سبل استخدامه نظرا لاتساع وتنوع الخدمات التي يقدمها. وتبدو المشكلة القانونية المتعلقة بهذه الوسيلة أكثر وضوحا مع قلة التشريعات التي تحكم مجال الانترنت وقضايا الرأي والتعبير، فالمواد المنشورة عبر الانترنت قد تشكل مخالفة قانونية أيا كانت أخلاقية منافية للأداب كنشر صور إباحية أو التشهير بشخص ما أو تناوله بعبارات تشكل سبا أو قذفا أو إهانة أو تشكل اعتداء على حقوق الملكية الفكرية أو أن تكون المادة المنشورة تتضمن تحريضا أو تحبيذا على ارتكاب جريمة ما. والأمر هنا لا يخلو من بعض الأخطاء التي قد لا يدرك كاتب المقال (أو التدوينة) أنها تشكل مشكلة ما تؤدي به إلى مسائلة قانونية.<sup>(1)</sup>

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

ومع أن أخلاقيات التدوين هي من الأمور المطروحة مؤخرا فقط، إلا أنها تثير جدلا لا بأس به بين الساسة والإعلاميين والمدونين والأكاديميين. ويرى البعض أن المدونات قد أصبحت بالفعل شكلا من أشكال الإعلام، وبالتالي عليها أن تلتزم بالأخلاقيات التي يلتزم بها الصحفيون مثل: الشفافية، الدقة،

<sup>1</sup> حمدي الأسبوطي: الحماية القانونية في قضايا النشر الإلكتروني، ورقة عمل منشورة في كتاب "خطوات على الطريق... الدعم المتبادل بين الانترنت وحقوق الانسان"، الخميس 21 فبراير 2008، الشبكة العربية لحقوق الانسان، متاح على <http://old.openarab.net/node/531>

الاستقلالية، ذكر المصادر، المساءلة الذاتية.. الخ. إلا أن هناك من المدونين من يرفض الالتزام بهذه الأخلاقيات على اعتبار أنها مفروضة خارجياً أي من غير المدونين.<sup>(1)</sup>

يرى الراضون للإعلام المواطن، الممثل بالمدونات، أن قيمتي الموضوعية والاستقلالية تنتفيان عندما يتعلق الأمر بهذا النوع من الإعلام سواء تعلق الأمر بالتحقق من الأحداث أو الغرلة، فهو لا يتعدى أن يكون عملاً إعلامياً سطحياً ويخضع فقط للاشتراطات الشعبية (مدى إقبال الناس عليه).<sup>2</sup>

ومن ناحية أخرى، تثير مسألة حماية المدونين من محاولات السجن في بعض البلدان وكذا حجب المدونات وغيرها من الممارسات التي يتعرض لها بعض المدونين في بلدان مختلفة، تثير المخاوف أيضاً من أن تصدر المكاسب التي حصدها المدونات في جو الانترنت الحر. ويرى ابراهيم نوار، رئيس المنظمة العربية لحرية الصحافة، أن المدونة موقع شخصي وهي شكل من أشكال التعبير يجب أن يتمتع بالحماية القانونية مثل باقي أشكال الصحافة سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية.<sup>(3)</sup>

### 3.2 لمحة عامة عن التدوين الإلكتروني في العالم:

#### 1.3.2 نشأة وتطور التدوين الإلكتروني:

##### أ- التدوين قبل ظهور الانترنت:

يقول الدكتور عبد الله الزين الحيدري، أستاذ الإعلام والاتصال وصاحب مدونة أجيال، في حديثه عن تاريخ التدوين: "مسألة التدوين هي مسألة قائمة في ذاتها، بل هي جزء من ذاتنا، لاعتبار فعل التدوين ضرباً من ضروب تحقيق الذات. ولقد اطرده في العرف البشري تعريفه على أنه جمعٌ لتجارب الإنسان ومواقفه وآراءه وأطروحاته العلمية، جمعٌ يعكس حرص الإنسان على مشاركة الآخرين خبراتهم وأحاسيسهم وانتظاراتهم، وكذلك حرصه على ضغط الزمن و " تحنيطه " لاستحضاره متى وجب ذلك.

<sup>1</sup> Robert S. Fortner, P. Mark Fackler: **The handbook of global communication and media ethics**, volume 1, Wiley-Blackwell, 2011, p 90.

<sup>2</sup> الصادق رايح: **إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات**، المجلة العربية للإعلام والاتصال (السعودية)، العدد 6، ص 258.

<sup>3</sup> هاني محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

والتدوين فعل لا يختصّ به فرد دون آخر ولا مجتمع دون آخر، ولا عصر دون آخر، إنّما هو حقيقة إنسانية عرفتتها كلّ المجتمعات ولكن بأساليب تختلف باختلاف أدوات التواصل المتصلة بكلّ عصر. فمن التدوين على الأحجار والكهوف، إلى التدوين عبر المخطوطات، فالتدوين المطبوعي، ثمّ الإلكتروني<sup>(1)</sup>.

كما يرى الأستاذ نصر الدين لعياضي أنّ المدونات الشخصية ليست ظاهرة جديدة ولدت بميلاد شبكة الانترنت، بل كانت موجودة في الصحافة الورقية منذ عقود خلت، فالمجلات الفرنسية كانت تخصص للصحافيين والكتاب أعمدة لنشر مدوناتهم الشخصية بمناسبة سفرهم إلى دول أجنبية أو قيامهم بالريبرتاجات حول المواضيع المختلفة. فهذه المدونات كانت تتضمن بعض الإسقاطات والانطباعات عن السفر أو المادة الصحفية التي تفيض عن الريبرتاج<sup>(2)</sup>.

### ب- التدوين على شبكة الانترنت:

قبل أن تبرز المدونات بشعبيتها في عالم الانترنت عرفت المجتمعات الافتراضية أشكالاً عديدة من الخدمات التواصلية والإعلامية، منها Usenet (المجموعات الإخبارية)، e-mails lists (القوائم البريدية)، Bulletin Board Systems BBS (لوحة النشر الإلكتروني)، Internet Forums منتديات الانترنت وغيرها من الخدمات التي أعطت فرصة لمستخدمي الانترنت بالنقاش وتبادل آرائهم وأفكارهم لكن ذلك كان يتم على الأغلب بشكل جماعي وبسيطرة أفراد أو مجموعة معينة على تسيير النقاش وإدارة الخدمة تقنياً<sup>(3)</sup>. انتشار الانترنت في مختلف أنحاء العالم ونقص التعاطف أو الانجذاب لمجموعات النقاش على الانترنت بأشكالها المتعددة من ناحية وبداية تلاشي تعقيدات تصميم المواقع الشخصية من ناحية أخرى

<sup>1</sup> عبد الله الزين الحيدري: ما المقصود بالزمن الميدياتيكي، مدونة أجيال (السبت 10 نوفمبر 2007) متاح على :

<http://abdallahidri.jeeran.com/archive/2007/11/375789.html>

<sup>2</sup> نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره، ص 56.

<sup>3</sup> تاريخ الزيارة (2009-02-16) En.wikipedia.com/blog

كلها عوامل مهدت لظهور نوع جديد من خدمات الانترنت اسمه المدونات.<sup>(1)</sup> وقد مرّت المدونات بعدة محطات تقدمية لتصل إلى مرحلة النضج التي هي عليها الآن.

المرحلة الأولى (تبلور الفكرة والتقنية 1990 - 2000):

ترجع جذور ظاهرة التدوين كفكرة إلى "تيم بيرنرز لي" « Tim Berners-Lee » مبتكر الوب (www) والذي أنشأ في 1992 أول موقع في الانترنت يضع فيه روابط إلكترونية للجديد في الشبكة « What is new in the internet » بالإضافة إلى أخبار متفرقة من هنا وهناك<sup>(2)</sup>. وفي عام 1994، بدأت "المفكرات الشخصية على الانترنت" « Online Diary » بالظهور، ويعتقد بعض الأخصائيين أن التدوين انطلق في هذا العام مع تأسيس جاستان هول Justin Hall لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة<sup>(3)</sup> حيث كان يضمّنه حياته اليومية كطالب في كلية سوارثمور Swarthmore College الأمريكية.<sup>(4)</sup> ويعود البعض الآخر إلى موقع الصحفي Matt Drudge المعنون بـ "Drudge Report" والذي يعتبرونه الأب الروحي للمدونات حيث كان وراء نشر فضيحة مونيكا لفسكي السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون<sup>(5)</sup> في 17 جانفي 1998 لتكون المرة الأولى التي تخرج فيها القصة خارج البيت الأبيض قبل انتشارها في الإعلام التقليدي.<sup>(6)</sup>

ورغم هذه البداية المبكرة لفكرة التدوين إلا أن المصطلح في حد ذاته لم يظهر إلا في عام 1997 على يد (جون بارغر John Barger) صاحب موقع Robot Wisdom والذي صاغ مصطلح ويبلوغ

<sup>1</sup> Fr.wikipedia.com/blog (تاريخ الزيارة 2009-03-21)

<sup>2</sup> David C. Wyl: **The blogging revolution : Government in the age of Web 2 .0**, E.Government series, IBM Center for the Business of Government, 2007, p 49.

<sup>3</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره.

<sup>4</sup> En.wikipedia.com/blog (تاريخ الزيارة 2009-02-16)

<sup>5</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره.

<sup>6</sup> عباس مصطفى الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 198.

« weblog » المركب من web و log وكان ذلك تحديدا في 17 ديسمبر 1997، ثم جاء بيتر ميرهولز

Peter Merholz بعد عامين من ذلك بالمصطلح السائد حاليا وهو بلوغ Blog.<sup>(1)</sup>

عرفت هذه الفترة ظهور خدمات التدوين ومواقع الاستضافة مثل Xanga سنة 1997، Open

Diary سنة 1998<sup>(2)</sup> وفي عام 1999 زاد الإقبال على المدونات الإلكترونية عندما طور إيفان ويليامز

Evan Williams وميغ هوريهان Meg Hourihan (بيرا لابس Pyra Labs) برنامجا خاصا للتدوين يتيح

سرعة تحديث المعلومات وسهولة التعامل معها دون الحاجة لمعرفة كيفية عمل HTML ليكون هذا

البرنامج هو البرنامج المؤسس لموقع ([www.blogger.com](http://www.blogger.com)) وهو من أولى مواقع استضافة المدونات

وأكثرها شهرة خاصة بعد أن اشترته شركة غوغل عام 2003.<sup>(3)</sup>

استطاعت المدونات أن تفرض نفسها لتتكاثر بسرعة ملفتة حيث وصل عددها في نوفمبر من

سنة 2000 إلى 1.2 مليون مدونة حسب احصائيات موقع تكنوراتي technorati محرك البحث المتخصص

في مجال المدونات.<sup>(4)</sup>

المرحلة الثانية (ظهور مدونات الحرب والمدونات الإعلامية 2001-2004):

دخل الصحفيون في هذه المرحلة إلى معترك التدوين وبدأت المدونات تكتسب شيئا فشيئا قدرتها

على التأثير.<sup>(5)</sup> وطبقا لمعظم التقديرات الخاصة بتاريخ التدوين تعتبر أحداث الحادي عشر من سبتمبر

2001 السبب الرئيس وراء اتجاه الأفراد نحو التدوين على شبكة الانترنت، وذلك بدافعين أساسيين هما:

<sup>1</sup> عباس مصطفى الصادق، المرجع السابق، ن ص.

<sup>2</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص 3.

<sup>3</sup> David C. Wyld, op. cit, p 50.

<sup>4</sup> [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

<sup>5</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص 3.

التعبير عن مشاعرهم تجاه الهجمات الإرهابية التي تعرضت لها الولايات المتحدة الأمريكية في ذلك اليوم التاريخي وثانيهما: الوصول إلى المعلومات التي تحجبها عنهم وسائل الإعلام التقليدية.<sup>(1)</sup>

وفي هذا العام تحديدا أصبحت المدونات ظاهرة فعلية وبدأت مدارس الصحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية بإجراء البحوث والدراسات عن التدوين وفنونه وتقنياته وملاحظة الفرق بين الصحافة والمدونات.<sup>(2)</sup>

ولعل استقالة السيناتور Trent Lott عام 2002 بعد هجوم شنه عليه المدونون الأمريكيون إثر تصريحات أطلقها، صنفت على أنها عنصرية، خير دليل على قدرة المدونات على التأثير وقد تبع ذلك الكثير من الأحداث المشابهة<sup>(3)</sup>.

وكما مثلت أحداث الحادي عشر من سبتمبر محطة مهمة في الاهتمام بالمدونات الإلكترونية فقد أتاحت أيضا الفرصة لتطور نوع جديد من المدونات ألا وهو مدونات الحرب وإن كان هذا النوع لم يظهر بشكل مكثف إلا تفاعلا مع الحرب على العراق<sup>(4)</sup> حيث ظهرت في عام 2002 مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها (مدونة انستابوندد Instapundit). وفي عام 2003 ظهرت المدونات كوسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب للتعبير عن مواقفهم السياسية ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال (هوارد دين Howard Dean) ومن ناحية أخرى ظهرت مدونات يكتبها عراقيون، بعضهم يعيش في العراق ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام الرئيس المخلوع (صدام حسين) وأثناء الاجتياح الأمريكي ومدونات أخرى يكتبها جنود غربيون في العراق مما شكل مفهوما حديثا لدور المراسل الحربي.<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> شريهان توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 3 ص 4.

<sup>2</sup> شريهان توفيق، شيرين كدواني، المرجع السابق، ص 4.

<sup>3</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ن ص.

<sup>4</sup> عباس مصطفى الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 199.

<sup>5</sup> عبد الفتاح مراد، الأصول العلمية والقانونية للمدونات على شبكة الانترنت، دار الفتح للتجليد الفني، مصر، ط1، 2006، ص 66.

وخلال الحرب، عمدت قناة البي بي سي BBC البريطانية بنفسها إلى تدبير أمر مواقع مدونات تخص مراسليها في العراق. أما صحيفة الغارديان، البريطانية أيضا، فإنها خطت أبعد من ذلك، حيث أعادت نشر مواضيع بكاملها منقولة عن مدونة "أين هو رائد؟" (والمكتوبة في غالبيتها باللغة الانجليزية) وهي مدونة حررها من بغداد شاب عراقي أطلق على نفسه اسم "سلام باكس".

"سلام باكس" وبوصفه الصوت الوحيد غير المراقب الذي أتى يومها من داخل العراق، كان له تأثير كبير على الويب فاكتسب شهرة واسعة وقرأ له الملايين من البشر. وبعد أن انقطعت الكهرباء عن بغداد انقطت تدويناته ليعود إلى الظهور بوصفه معلقا منتظما في "الغارديان"<sup>(1)</sup>

"سلام باكس" أو رائد كان يحكي في مدونته الشخصية مشاهد الحرب وتفاصيل حياته الأسرية والاجتماعية، وحتى خصوصياته، كما كان ينقل مناحي الحياة اليومية في بغداد. وقد أثارت هذه المدونة وشخصية كاتبها فضول واهتمام وسائل الإعلام الدولية التي كرست لهذا الشاب الظاهرة عددا مهما من المقالات، ليصدر عنه كتاب بعنوان "سلام باكس: اليومية السرية لعراقي عادي"<sup>(2)</sup>.

وتقول إليزابيث الأولى الأستاذ بإدارة تكنولوجيا المعلومات في معهد (روشر) للتكنولوجيا في تأكيدها على أهمية دور هؤلاء المدونين في كشف حقيقة الغزو الأمريكي: "إنهم (البلوجرز) جعلوا المشكلة مع العراق أكثر إنسانية، فحينما ذهبنا إلى الفيتنام لعب التلفزيون دورا في تغيير صورة الأوضاع هناك، وغير بالتالي رأي الأمريكيين في الحرب، وقد قام البلوجرز بدور مشابه هذه المرة بعدما وفروا للناس منتدى عالميا حول المشكلة، وأعطوا لقطات سريعة للحياة في البلد الذي وقعت فيه الحرب وبالصوت والصورة"<sup>(3)</sup>.

### المرحلة الثالثة: (مرحلة عالمية التدوين من النصف الثاني لعام 2004 لـ 2007)

<sup>1</sup> دافيد ميلر وآخرون: أخبرني أكاذيب: الدعاية والتضليل الإعلامي في الحرب على العراق، ط 1، ترجمة إبراهيم العريس، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام، أوكارت (الشرق الأوسط)، بيروت - لبنان، أبريل 2007، ص 444، ص 445.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ن ص.

<sup>3</sup> دشن بن محمد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 5.



بدأت مؤشرات هذه المرحلة في النصف الثاني من عام 2004، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية بانضمام العديد من مستخدمي الانترنت إلى قاعدة المدونين وقراء المدونات، كما بدأ معظم مرشحي الرئاسة الأمريكية في إنشاء مدونات خاصة بهم، واتخذها المدافعون عن الديمقراطية في كل من إيران والعراق كآلية لتسجيل الخلافات والانشقاقات في بلادهم، وعلى صعيد آخر بدأ قطاع التجارة في استخدام المدونات كأداة للحملات التسويقية، وأصبحت المدونة أيضا نوعا من أنواع الإبداع الأدبي المتعارف عليه تنظم له دور النشر والصحف - في إصداراتها الرقمية - المسابقات لاختيار أفضلها من حيث الأسلوب والتصميم واختيار الموضوعات.<sup>(1)</sup> واختيرت كلمة (Blog) لتكون أهم كلمة لعام 2004 ودخلت هذه الكلمة في قاموس Webster وأصبحت من مفردات اللغة الانجليزية.

وعرفت ظاهرة المدونات انفجارا كبيرا ابتداء من عام 2005 ليصبح هذا العام عام المدونات عندما خصصت صحيفة الغارديان الصفحة الثانية لنشر يوميات عن المدونات.<sup>(2)</sup>

هكذا بدأت تظهر مجموعة اتصالية جديدة مميزة على شبكة الانترنت تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة والبوابات والمواقع الشخصية بها وصلات مشتركة تشكل منها مجمعا أو فضاء جديدا. وقد استنتج محرك بحث المدونات تكنوراتي Technorati أن نسبة نمو مواقع المدونات تفوق بكثير بقية أصناف مواقع الانترنت،<sup>(3)</sup> حيث بلغ عددها في كل أنحاء العالم 70 مليون مدونة وفقا للحصر الذي أجراه هذا الموقع والذي تم في أبريل 2007 بزيادة قدرها 22.8% عما كان عليه الحال في نوفمبر 2006 (أنظر الشكل رقم 1 أدناه). وتوضح البيانات تزايدا مستمرا ومتواصلا في مجال التدوين، فقد ارتفع عدد

<sup>1</sup> شريهان توفيق، شيرين كدواني، مرجع سبق ذكره، ص 4 ، ص 5.

<sup>2</sup> دشن بن محمد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 6.

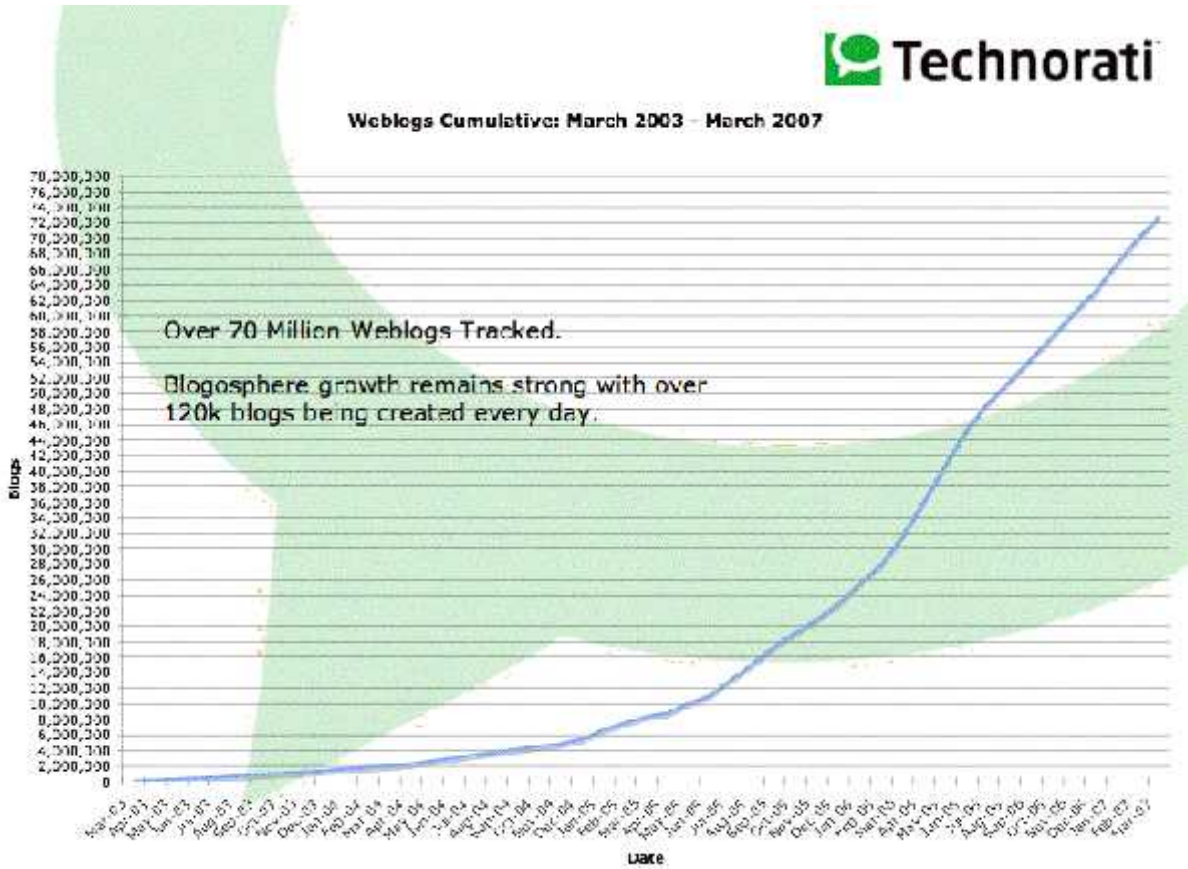
<sup>3</sup> جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ن ص.

المدونات الجديدة يوميا في أبريل 2007 بزيادة بلغت عشرة أضعاف تقريبا ما سبق، مما يعني أن العالم يشهد يوميا إطلاق 84 مدونة في الدقيقة الواحدة أي ما يعادل إنشاء 1.2 مدونة كل ثانية.<sup>(1)</sup>

بينما تضيف شركة Intelliseek BlogPulse إلى محرك البحث الخاص بها حوالي 50.000

مدونة يوميا. ويتضح من المؤشرات السابقة أن عدد المدونات وتأثيرها سوف يستمران في الازدياد.<sup>(2)</sup>

شكل رقم 02: تزايد عدد المدونات من مارس 2003 إلى مارس 2007:



المصدر: موقع تكنوراتي [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

المرحلة الرابعة: (مرحلة النضج والاستقرار من عام 2007 إلى حد الآن):

في هذه الفترة شهد التدوين نوعا من الركود على مستوى النمو من جهة، ومن جهة أخرى ازداد

الاهتمام بالتدوين كصناعة مستقلة قادرة على جلب المال مع مجموعة من التطورات النوعية في حركة

<sup>1</sup> أحمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 1.

<sup>2</sup> عبد الرحمن فراج، مرجع سبق ذكره.

التدوين؛ إذ بدأت تظهر الكثير من الخدمات المرتكزة على التدوين، من بينها خدمة التدوين المصغر Micro blogging والشبكات الاجتماعية Social networks وأيضاً بدأ عدد محترفي التدوين في التزايد. وعليه يمكن القول أن التدوين دخل مرحلة الاستقرار، فهناك من يستخدمه للتواصل مع العالم الخارجي عبر نشر خبراته وأفكاره ومشاركة خبراته. وهناك من يستخدمه للدفاع عن قضايا اجتماعية وإنسانية معينة وإيصال صوته للجهات المعنية، وهناك من يستخدم التدوين كمنصة تجارية يحقق بها دخلاً مادياً لمعيشتة.<sup>(1)</sup>

وعلى المستوى العالمي يمثل موقع MSN Spaces أكبر موقع لنشر المدونات في العالم، إذ يزوره يومياً 100 مليون زائر.<sup>(2)</sup>

### 2.3.2 نماذج عن التدوين الإلكتروني في العالم الغربي:

#### 1. التدوين الإلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية:

يقدر مشروع "بيو للإنترنت والحياة الأمريكية" زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات بنسبة 58% عام 2004م، ليصل العدد الكلي إلى حوالي 32 مليون قارئ، ويفيد "مشروع الامتياز في الصحافة" التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك، أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار. كما أفادت إحدى الدراسات الحديثة أن حوالي 11% من المستهلكين على الخط المباشر online consumers يقرؤون المدونات بصفة شهرية على الأقل، وأن هذا العدد أخذ في الازدياد بسرعة.<sup>(3)</sup> ويتوقع أن تُلثي الشعب الأمريكي سيقروءون تدوينة على الأقل مرة كل شهر عام 2012،

<sup>1</sup> ماجد سرور: استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا: الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدوين ونشطاء الإنترنت (تشبيك)، مؤسسة عالم واحد للتنمية والمجتمع المدني، ج.م.ع، يوليو 2009، ص 12. ص 13.

<sup>2</sup> الصادق الحمادي، مرجع سبق ذكره، ص 4.

<sup>3</sup> عبد الرحمن فراج، مرجع سبق ذكره.

حسب مؤسسة eMarketer.<sup>(1)</sup> وفي دراسة جديدة لمركز "بيو" اتضح أن نسبة الذين يديرون مدونة خاصة بهم ارتفع من 7% من مستخدمي الانترنت الأمريكيان سنة 2007 إلى 11% سنة 2009.<sup>(2)</sup>

وفيما يتصل بالإعلام، يرى البعض أن المدونات الأمريكية بدأت تحدث أثراً في الحياة العامة في الولايات المتحدة على عدة أصعدة، سياسية واجتماعية وإعلامية، وذلك عبر نشرها لتقارير حول أخطاء القادة السياسيين، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المرسلون بكتابة تقاريرهم. ومن ثم فإن محرري المدونات bloggers غدوا مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء مهم من وسائل الإعلام الرئيسية، وازداد من ثمة حضور المدونات في الولايات المتحدة وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب مع التلفاز والإذاعة والصحف.<sup>(3)</sup>

وقد أظهرت الحملة الرئاسية الأمريكية عام 2004 الأهمية والانتشار المتزايد للمدونات، فالمرشحان الديمقراطيان هاوارد دين وويلي كلارك « Howard Dean and Wesley Clark » كلاهما استخدمتا المدونات من أجل كسب المؤيدين والتبرعات. وكان المرسلون يعتمدون بانتظام على مدونة دين Dean في سرد الأخبار المتعلقة بحملته الانتخابية، بعد ذلك تم رصد 35 مدوناً أمريكياً كصحفيين من أجل الاتفاقية الوطنية الديمقراطية Democratic National Convention.<sup>(4)</sup>

فضيحة « rathergate » أيضاً كانت نتيجة لنشاط المدونات ، فبعد إذاعة حلقة من برنامج "60 دقيقة " « 60 minutes II » أين عرض راذر دين Rather Dean تقارير تستجوب السجل العسكري للرئيس بوش أطلق المدونون تحقيقاتهم الخاصة والتي نشرتها أجهزة الإعلام التقليدي مما دفع دين إلى التراجع عن القصة ثم الاستقالة من منصبه.<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> Philip Sheldrake, op. cit, p7.

<sup>2</sup> الصادق راجح: إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، مرجع سبق ذكره، ص 253.

<sup>3</sup> عبد الرحمن فراج، مرجع سبق ذكره.

<sup>4</sup> Patrick W. O'Donnell, op. cit, p 3.

<sup>5</sup> Patrick W. O'Donnell, op.cit, ibid.

وفيما يلي ثمانية من أبرز وأهم البرامج ومواقع استضافة المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية:<sup>(1)</sup>

جدول رقم 02: أهم البرامج ومواقع استضافة المدونات في الولايات المتحدة الأمريكية:

النشأة	مخترع الخدمة	رابط الموقع	مجهر الخدمة
أوت 1999	Evan Williams و Meg Hourihan	<a href="http://www.blogger.com">www.blogger.com</a>	Blogger
-	-	<a href="http://www.pmachine.com">www.pmachine.com</a>	ExpressionEngine
مارس 1999	المدون المشهور Brad Fitzpatrick	www.livejournal.com	LiveJournal
-	-	www.sixapart.com/movabletype	Moveable Type
-	-	www.spaces.msn.com	MSN Spaces
-	-	<a href="http://www.typepad.com">www.typepad.com</a>	TypePad
-	-	<a href="http://www.wordpress.org">www.wordpress.org</a>	Word Press
-	-	<a href="http://www.xanga.com">www.xanga.com</a>	Xanga

## 2. التدوين الإلكتروني في أوروبا:

في أواخر عام 2004، دعت القناة التلفزيونية الفرنسية M6 مستخدمي الانترنت في فرنسا إلى إنشاء مدونات على موقعها الإلكتروني، وفي نفس الفترة تقريباً قامت جريدة le monde بتقديم اقتراح مشابه لمشتركيها. وفي هذه الفترة بالذات كان موقع Skyrock المستضيف للمدونات، والذي انطلق في أواخر عام 2003 فقط، يسجل حوالي مليون مدون فرنسي على صفحاته.<sup>(2)</sup>

إن جل المدونات الشخصية التي أنشأها الفرنسيون، على سبيل المثال، في شهر ماي 2005 كانت وليدة حركة احتجاجية على الدستور الأوروبي وعلى وسائل الإعلام الفرنسية الكبرى التي سارعت في

<sup>1</sup> David C. Wyld, op. cit, p 49.

<sup>2</sup> Benoit Desavoye et all : **Les blogs : Nouveau média pour tous**, M21 Editions, Paris, 2005, p 17.

الترويج ومباركة هذا الدستور، في آن واحد، حتى أن بعض الباحثين وصفوا المدونات بأنها "صحافة المواطنة"<sup>(1)</sup>.

وتشير الإحصائيات في فرنسا إلى أن النساء يمثلن 54% من المدونين (أكتوبر 2005) فقد زار مدونة Enya Sims وهو موقع أنشأته وتديره فتاتان فرنسيتان ينشر مذكرات فتاة افتراضية، أكثر من 400 ألف زائر خلال شهر ماي 2006 وتصفحوا أكثر من 2.7 مليون صفحة. وفي فرنسا أيضا، يتصفح سبعة ملايين فرنسي المدونات وإلى حدود الثلاثي الأول من سنة 2006 أنشأ أكثر من ثلاثة ملايين فرنسي مدونات إلكترونية.<sup>(2)</sup>

في بريطانيا، تعتبر المملكة أول الدول الأوروبية استفادة من الاتصال السريع بالانترنت، رفقة ألمانيا وإيطاليا، لذلك فإن نمو وانتشار التدوين الإلكتروني في هذا البلد مرتبط بهذه الخلفية الريادية.

لا توجد أرقام دقيقة بخصوص عدد المدونات البريطانية، فالأعداد تخمينية فقط ككل الإحصائيات الخاصة بالمدونات أو المدونين في العالم وذلك لصعوبة حصر الظاهرة ولوجود مدونات يتم إنشاؤها ثم هجرها، ضف إلى ذلك فإن هناك مشكلة أخرى خاصة بالتدوين البريطاني وهي استعمال اللغة الانجليزية من أجناس عدة ومن مجهزي الخدمة عبر العالم مما يصعب تمييز البريطاني منها.

ومع ذلك فإن رايلي Riley يقدر عدد المدونين البريطانيين في جويلية 2005 بـ 2.5 مليون مدونا بريطانيا. وهو ما يتسق مع تخمين آخر يقول أن 7% من مستعملي الانترنت البريطانيين قد أنشؤوا مدونة أو موقع ويب واحدا على الأقل (office of Communications, 2006).

ويتجلى الاهتمام الإعلاني البريطاني بظاهرة المدونات من خلال صدور عنوانين جديدين في صحيفتين بريطانيتين يهتمان بهذا الموضوع: « Top blogs » في جريدة « The independent » و« The Top British Political Bloggers » في جريدة الغارديان « The Guardian » كما نشرت ذات

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره، ص 56.

<sup>2</sup> الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص 4.

الجريدة حولية خاصة بمسابقة أفضل مدونة بريطانية لعام 2005 تشجيعاً لهذا الميدان الجديد من الإعلام.<sup>(1)</sup>

وبناء على موقع The Truth Laid Bear لترتيب المدونات فإن تيم وورستال Tim Worstall وهو أحد المدونين البريطانيين الأكثر شعبية، لا تتجاوز الزيارات اليومية لمدونته سوى ألفي زائر وهو رقم ضئيل جداً مقارنة بالمدونات الأمريكية الأكثر شهرة التي يبلغ متوسط الزيارات لبعضها حوالي 160.000 زائر يومياً. ويفسر بول برجر Paul Berger هذا التفاوت بين النسبتين لقوة المؤسسات الإعلامية الأمريكية مقارنة بالبريطانية، حيث يعتبر أن المدونات الأمريكية استمرارية لخط الموضوعية والحيادية اللذين يتسم بهما الإعلام الأمريكي.<sup>(2)</sup>

### 3. التدوين الإلكتروني في آسيا:

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

ظهرت أول مدونة إيرانية في سبتمبر 2001 من قبل سلمان جريري Salman Jariri.<sup>(3)</sup> وهناك من يرى أن أول مؤلف مدونة باللغة الفارسية هو حسين ديرخشان Hossein Derakhshan، شاب مغترب في تورنتو الكندية، عندما أطلق موقعه في ديسمبر عام 2000 وذلك من خلال إجراء بعض التعديلات في هيئة برنامج Blogger ليتمكن من الإرسال والنشر باللغة الفارسية وهو ما لم يكن ممكناً من قبل بالنظر

<sup>1</sup> Sarah Pedersen, Caroline Macafee, op. cit, p.p 1476.1477.

<sup>2</sup> Paul Berger: **Is the British blogosphere lagging behind ?**, the online journalism review, Annenberg school for communication & journalism, (novermber 17, 2005). Available at: <http://www.ojr.org/ojr/stories/051117berger/> (visited on: 05/06/2010).

<sup>3</sup> Motaahare Akhoondi: **The personal Sphere of Expression : Exploration of Iranian Weblogs and Comments**, a paper presented in "new media... new technology" conference, university of Bahrain, (15-17 april 2009), p 152.

لصعوبة استخدام مجموعة الحروف الفارسية. هذا الأمر، شجّع حسين، أو حودر Hoder كما يدعى، فقرر مساعدة الإيرانيين على إنشاء مدونات خاصة بهم.

هكذا بدأت موجة التدوين في إيران، حيث نشر حسين ديرخشان دليلاً لإنشاء المدونات، وهو يقول عن هذا الدليل " لقد نشرت الدليل البسيط الذي يشرح طريقة ذلك خطوة خطوة في 5 نوفمبر 2001، وتمنيت أن يستطيع 100 شخص البدء في كتابة مدوناتهم في غضون سنة واحدة. ولكن بعد مرور شهر واحد أصبح لدينا بالفعل أكثر من ألف مدونة باللغة الفارسية. كان ذلك أمراً لا يمكن تصديقه." (1)

خلال السنوات الأولى فقط تجاوز عدد المدونات الإيرانية 10000 مدونة والفضل في ذلك يعود إلى خدمات التدوين الإيرانية، ويعتبر حسين ديرخشان أحد المبشرين بالتدوين في مدونته المعنونة بـ "Sardabir-e-khodam" وهو يكتب فيها عن السياسة والثقافة وعن نفسه باللغتين الإنجليزية والفارسية.

ولأن معظم المدونين الإيرانيين الأوائل يحملون رؤى وتوجهات سياسية، أصبح التدوين معروفاً كوسيلة للتعبير السياسي. (2) وقد تمكن العديد من هؤلاء من الجهر بأرائهم والوصول إلى كم متنوع من الأخبار والآراء ويركز كثير منهم على موضوعات ليس مسموحاً للناس بمناقشتها بحرية في وسائل الإعلام الإيرانية مثل العلاقات، الجنس، الثقافة والسياسة. (3)

بعد عام 2003، تغير هذا المفهوم تدريجياً بعد أن تقدمت أنواع أخرى من التدوين كالتدوين عبر الفيديو Vlogs والتدوين المصور photo-blogs وتدوين البودكاستينغ أو الصوت podcast. وفيما يلي أشهر خدمات التدوين التي يستعملها المدونون الإيرانيون: (4)

<sup>1</sup> دان جيلمور، مرجع سبق ذكره، ص . ص 196 . 197.

<sup>2</sup> Motahare Akhoondi: op. cit, p-p 153.

<sup>3</sup> دان جيلمور، مرجع سبق ذكره، ص 197.

<sup>4</sup> Motahare Akhoondi: op.cit, p. p 154.155.



Persianblog ([persianblog.ir](http://persianblog.ir)): هو أول مزود خدمة مدونات إيراني، بدأ نشاطه في جوان 2002، وكان أكبر مزود لهذه الخدمة حتى عام 2007 فنتيجة للمنافسة من طرف مواقع أخرى فقد هذا الموقع مكانته الريادية وتم اختراق مجاله (domain).

Blogsky ([blogsky.com](http://blogsky.com)): في التاسع من أبريل 2003 وبينما لا تزال العديد من الشكوك تحوم حول مزود الخدمة الأول الإيراني نشأ هذا الموقع كثاني مزود لخدمة المدونات في إيران. كان شكله بسيطاً لكنه جذاب في نفس الوقت. في غضون 20 يوماً من انطلاق هذا الموقع سجل فيه حوالي 6 آلاف مدونا وفي نفس العام تم اختراق هذا الموقع وتراجع العديد من مستعمليه.

Mihanblog ([www.mihanblog.com](http://www.mihanblog.com)): هو ثالث مزود خدمة التدوين باللغة الإيرانية، ظهر في نوفمبر 2004 للميزة الخاصة بهذا المزود أن المستخدمين كان بإمكانهم التعليق على كل تدوينة في المدونات الفردية أو الجماعية وهو ما لم يكن متوفراً سابقاً. المدونات في هذا الموقع عادة تستعمل من طرف مدوّنين يرسلون النكت، وصلات الترفيه ووصلا تحميل الموسيقى. بعض الأخطاء التي حدثت في هذا المزود كحذف الأرشيف فرقت المستخدمين عامي 2005 و2006.

تم شراء مجال الموقع من طرف مجموعة أخرى وبعد العديد من التعديلات والتصحيحات عاد الموقع مجدداً للخدمة مع تقديم العديد من التفاعلات بين المستعملين له والكثير من التسهيلات في الاتصال ومزيد من الأمن. الموقع حالياً يتمركز في المرتبة الثانية بين مزودي خدمة المدونات الإيرانيين والمرتبة 500 بين مزودي الخدمة في العالم.

Parsiblog ([parsiblog.ir](http://parsiblog.ir)): أنشئ في أوت 2004 وهو مزود بميزات خاصة تضمنت نظام تعليقات متقدم وتوقيع الكتروني للتعليقات ونظام تتبع التعليقات (tracking) وغيرها. غير أن هذه الخدمات صاحبها مشاكل تقنية جعلت الموقع أقل شعبية من غيره.

Blogfa (blogfa.com): ظهر في ديسمبر 2004 وفي ظرف 4 شهور سجّل في الموقع 30 ألف مدونا نشط أو متوسط النشاط، حيث لم يواجه هذا المزود أي منافسة تذكر. ما عدا بعض الحوادث فإن هذا المزود لم يتعرض لمضايقات جدية وهو يعتبر حاليا المزود رقم واحد في إيران.

إضافة إلى مزودي الخدمة الإيرانيين يحتل مزود الخدمة العالمي Wordpress شعبية كبيرة بين المدونين الإيرانيين.

#### 4. التدوين الإلكتروني في إفريقيا:

جدير بالتنويه أن سياقات التدوين تختلف من بلد إلى بلد ومن منطقة إلى أخرى في إفريقيا، فمنطقة المغرب العربي مختلفة وبشكل كبير عن المناطق الأخرى في إفريقيا لذا سنتناولها بمعزل عن هذه القارة، وبشكل عام يمكن القول أن ولوج التكنولوجيا في هذا الجزء الإفريقي أكبر وأفضل من غيره من الأجزاء ضف إلى ذلك عامل السياسات الحكومية التي تختلف في تعاملها مع التطورات الجديدة من حكم إلى آخر. كما أن عوامل اجتماعية كثيرة تعترض طريق التكنولوجيات الحديثة بشكل عام إلى إفريقيا كالفقر والمجاعة والحروب الأهلية في الكثير من المناطق منها. وفيما يلي بعض الأمثلة عن التدوين من القارة السمراء:

في إفريقيا الشرقية قام عدد من الصحفيين بإنشاء مدوناتهم الخاصة والتي ينشرون عليها ما لا يسمح لهم بنشره في وسائل الإعلام التي يعملون بها. وهذه الحركة الإلكترونية دفعت بعض الجرائد في هذه المنطقة إلى إنشاء مواقعها الإلكترونية على الانترنت والسماح لجمهورها بالتعليق والتفاعل مع أخبارها وتغطياتها.

وفي جانفي 2008، كانت كينيا تغرق في العنف العرقي الذي خلفته انتخابات ديسمبر 2007. أثناء فترة الانتخابات، تقسمت الأجهزة الإعلامية على طول الخطوط العرقية، وأثناء موجة العنف، بعض المحطات التلفزيونية اختارت بث المسلسلات التلفزيونية واستعراضات كرة القدم بينما محطات أخرى كانت

تعمل ما بوسعها لنشر العنف والتحرّيش عليه. ونفس هذا النهج ينطبق على الصحف المكتوبة أيضا. هذه الفجوة التي تركتها التغطية الإعلامية غير الموضوعية والمتوازنة ملّت من قبل الناس خصوصا وهي تنشر معلومات قد لا تكون صحيحة بشكل كليّ لكن الكينيين في الخارج كانوا مستميتين من أجل الحصول على المعلومات.

في هذا الظرف تحديدا، قام أفضل المدوّنين الكينيين بإنشاء منصة تسمح للجمهور بالاشتراك في المعلومات التي تستعمل فيها وسائل الاتصال المتوفرة. حتى النساء صرن يدوّن بلغاتهن المحلية ليتبادلن المعلومات واستطعن كسر الحواجز التقليدية.

في غرب إفريقيا وبالضبط في نيجيريا، ظهر هناك ما يسمى بمشروع W.Tec's project (Women Technology Empowerment Centre). والهدف من هذا المشروع هو دعم المواطنين وذلك عبر دعم الفتيات المهمّشات منهم بحيث يساعد هذا المشروع المواطنين على فهم ومشاركة الحوار الدائر بين الفتيات والنساء في نيجيريا على مدوناتهن. ذلك أن الفتيات والنساء في إفريقيا وخصوصا في نيجيريا لازلن يصنفن وراء الرجال في استعمال التكنولوجيا والتعامل معها. وهذا المشروع الهدف منه كان السماح للنساء برواية حكاياتهن ومشاركة تجاربهن وأعمالهن عبر هذا العالم.

وفي جنوب إفريقيا أطلق برنامج CJA (*The Citizen Journalism in Africa*) من طرف مؤسسة إنسانية وكان الهدف منه تأسيس صحافة المواطن أي جعلها عملا مؤسساتيا. وفكرة المشروع، بأكثر دقة، هي تأهيل وتطوير مؤسسات المجتمع المدني العاملة في مجال الصحة والأطفال والشباب والبيئة المحلية، مع بعض المؤسسات الصحفية، تأهيلها إلى التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة ومن بينها المدونات لتستفيد منها في مجال عملها وتدعم بذلك المسار الديمقراطي في البلاد. (1)

### 3.3.2 التدوين الإلكتروني العربي:

<sup>1</sup> Fackson Banda : **Citizen journalism & Democracy in Africa: an exploratory Study**, school of journalism & media studies, Rhodes university, highway AFRICA, p- p 43-63.

نظرا لحيويته وأهميته؛ لقي التدوين الإلكتروني إقبالا واسعا في المنطقة العربية؛ حيث برزت الكثير من المدونات التي تهتم بمختلف القضايا والشؤون (ثقافية، علمية، سياسية، اجتماعية، رياضية، فنية، بيئية؛ تاريخية؛ دينية؛ تربوية، شخصية، إبداعية..<sup>(1)</sup>) وتوجد في البيئة الإلكترونية العربية مدونات باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية وغيرها، ومن الملاحظ أن كما كبيرا من هذه المدونات يحمل الطابع السياسي أو يتضمن في جزء منه جانبا سياسيا قد لا يكون هذا الجانب هو الغالب عليها ولكننا لا نكون متجاوزين الصواب لو قلنا أن أحد أسباب بروزها على السطح وأحد أسباب شهرتها هو اهتمامها بالحركات السياسية الداعمة للديمقراطية في العالم العربي<sup>(2)</sup>.

ولعل مما ساهم في اتساع رقعة المدونين العرب انتشار اللغة العامية العربية واستخدام تعبيرات غير معتادة بين الكتاب والصحفيين ولكنها منتشرة بين الشباب في حواراتهم الخاصة وعلى المقاهي ، مما شجّع الكثير من الشباب على إنشاء مدوناتهم نتيجة لشعورهم أن المدونات ليست أكثر من تعبيرهم عن أنفسهم وأفكارهم بلغتهم الخاصة المعتادة.<sup>(3)</sup>

كما أن المتتبع لفضاء التدوين العربي يكتشف أنه أضحى مجالا للنقاش والتواصل والحوار المستمر؛ وأصبح يتسم بالجرأة؛ إلى الحد الذي جعل البعض يعتبره بمثابة طفرة تحريرية نوعية بعد التحول الذي أحدثته القنوات الفضائية في المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة.

وهذا ما سمح لعدد من المدونين بتنظيم حملات تضامنية مع مختلف الشعوب المظلومة؛ ومع ضحايا الاستبداد والقمع في مختلف المناطق العربية وغيرها؛ وحملات تحسيسية أيضا مكّنت من الوقوف

<sup>1</sup> ادريس لكريني: المدونات العربية وقضايا المجتمع، جريدة القدس العربي، السنة العشرون العدد 5898 ، الأربعاء 21 ايار (مايو) 16 جمادى الاولى 1429 هـ، ص 20.

<sup>2</sup> إيهاب الزلاقي: المدونات العربية حرية التعبير مجسدة ، خصم عنيد: إنترنت والحكومات العربية، تحرير سالي سامي؛ ترجمة داليا زيادة، تقرير صادر عن الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان (ديسمبر 2006). تاريخ الزيارة [2010/02/01] متاح على:

<http://old.openarab.net/ar/node/108>

<sup>3</sup> أيمن حماد، التدوين وحرية التعبير على شبكة الانترنت، ركن دراسات، جريدة الجمهورية، مصر، العدد 20172، السبت 21 مارس 2009، ص

على مجموعة من القضايا العادلة (حملات ضد تهويد القدس، حملات ضد الرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم..الخ). كما أسهمت العديد من المدونات في فضح عدد من مظاهر الفساد السياسي والتهميش الاجتماعي.. وأكدت نجاعتها في الوصول بتوصياتها ومطالبها وحملاتها إلى صانعي القرار على اختلاف مستوياتهم ومجالات اهتمامهم. ويرى ياسر علام، باحث متخصص في مجال التدوين السياسي، أن الحكومات العربية كعادتها لن تسمح لهذا الفضاء، أي التدوين، بالاستمرار كما يتراءى له.<sup>(1)</sup> وقد حظيت قضايا عربية كبرى باهتمام المدونين العرب من قبيل القضية الفلسطينية، والاحتلال الأمريكي للعراق، والتحويلات السياسية في لبنان.. هذا بالإضافة إلى قضايا إقليمية ودولية حيوية كالملف النووي الإيراني، تداعيات أحداث 11 سبتمبر 2001 والتحويلات السياسية والاقتصادية في أوروبا وغيرها..<sup>(2)</sup>

### 1. ظهور المدونات العربية وتطورها:

بدأت المدونات العربية في الظهور منذ نحو خمسة أعوام عبر بروز بعض المدونات التي تعتبر قديمة نسبياً مثل "حوليات صاحب الأشجار" وهناك من يرى أن أول ظهور فعال للمدونات باللغة العربية كان في عام 2003 فقد ظهرت المدونات آنذاك كنتيجة غير مباشرة لوقوع الحرب على العراق.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> حسين عبد الغني: تزايد مستمر لعملية التدوين في مصر، تقرير إخباري، قناة الجزيرة الفضائية، تاريخ البحث: 2008/7/4، القاهرة. مدة التقرير 2:47 د.

<sup>2</sup> ادريس لكريني، مرجع سبق ذكره، ن ص.

<sup>3</sup> عبد الفتاح مراد، مرجع سبق ذكره، ص 65.

وفي شهر يناير/جانفي 2005 قام موقع مكتوب الإلكتروني بإطلاق خدمة المدونات تحت شعار (مدونات مكتوب: حرية الرأي في العالم العربي) وكان أول مدون على هذا الموقع هو السيد ياسر أبو هلاله مدير مكتب قناة الجزيرة في الأردن ومدونته تناقش بعض القضايا السياسية في المنطقة بالإضافة إلى بعض الإدراجات الخاصة.(1)

ومنذ العام 2005 نمت المدونات العربية نمواً سريعاً يرجع إلى بعض الأحداث التي دارت حول أو عبر المدونين العرب ساهمت بشكل كبير في انتشار هذه الأداة الجديدة من خلال تسليط الضوء على نشاط المدونين وكتابتهم مما حدا بالكثير من الجمهور العربي ولاسيما الشباب منهم لأن ينشئوا مدوناتهم الخاصة. ومن أهم هذه الأحداث أو المحطات الهامة:(2)

\*\* سلسلة من المقالات للصحفي المخضرم جهاد الخازن في جريدة الحياة اللندنية واسعة الانتشار عن التدوين والانترنت في العالم عموماً مع التركيز على العالم العربي في بداية عام 2006.  
\*\* إشارة الكاتب محمد حسنين هيكل خلال لقائه بقناة الجزيرة إلى متابعتة واهتمامه بمدونة "بهية" من مصر.

\*\* في السادس من أبريل 2006 أقال الوزير المغربي للشؤون الاقتصادية والعمامة كاتبه العام (لحسن بلقورة) من منصبه بسبب رحلة إلى نيوزلندا كلفت الوزارة أزيد من عشرة ملايين سنتيم، والفضل يعود إلى المدون رشيد جنكاري الذي نشر في مدونته ما يكشف هذا التبذير.

\*\* القبض على المدون المصري كريم عامر واعتقاله بشكل غير قانوني لمدة 12 يوم من قبل الأمن المصري والحملة التي صاحبت القبض غير القانوني عليه في نهاية أكتوبر 2005 .

<sup>1</sup> هاني محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص . 12 . 13.

<sup>2</sup> ناجي السنباطي: الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية دراسة مقارنة ، أعدت هذه الدراسة لإتحاد المدونين العرب كجزء من مشروع إصدار كتاب ورقي عن الصحافة الرقمية (صحافة التدوين ) ص 5.

\*\* حصول مدونة علاء ومنال على جائزة أفضل مدونة من منظمة مراسلون بلا حدود وقيام قناة الجزيرة

بتقديم برنامج عن المدونات ونشرها لخبر فوز علاء ومنال بالجائزة.<sup>(1)</sup>

وقد أصدرت مؤسسة الفكر العربي التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية 2008 والذي أورد بعض المعطيات الكمية حول المدونات في العالم العربي التي بلغ عددها حوالي 490 ألف مدونة، وهي نسبة لا تتعدى 0.7% من مجموع المدونات عالمياً. ويوجد في مصر وحدها 162 ألف مدونة وهو ما يشكل نسبة 31% من إجمالي المدونات العربية.<sup>(2)</sup>

## 2. نماذج عن التدوين الإلكتروني في العالم العربي:

### • التدوين في مصر:

اعتماداً على الوثائق المحفوظة على موقع "أرشيف الانترنت" فإن عمرو غربية هو أول مدون مصري أنشأ مدونة وكانت في البداية باللغة الانجليزية عام 2002، يليه أخوه أحمد غربية بمدونته "طي المتصل" وهي أول مدونة باللغة العربية، بدأها في نوفمبر 2003 في حين تسجل مدونة "حواديت" في أرشيفها انطلاقتها عام 2000 باللغة الانجليزية وتطلب الأمر من صاحبها رحاب بسام أربع سنوات (2004) لتنتقل إلى الكتابة باللغة العربية.<sup>(3)</sup>

وبرز الحضور المصري في عالم المدونات في 20 مارس 2004، عندما تصاعدت حملة رفض توريث الحكم في مصر وخرجت مظاهرات لحركة "كفاية" في ديسمبر لأول مرة تعارض توريث الحكم، وتعاضمت أكثر خلال عام 2005 مع الاستعدادات الصاخبة لانتخابات الرئاسة المصرية وانتخابات البرلمان، في صورة مدونات تتحدث عن آراء أصحابها حول فكرة التوريث وانتشار الفساد والإصلاح

<sup>1</sup> إيهاب الزلاقي، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> نصر الدين غراف: الويب 2.0: استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 14، 2011، ص 114.

<sup>3</sup> أحمد ناجي: المدونات من اليوست إلى التويت، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، القاهرة، 2010، ص 9.

والتغيير، وتضع صوراً للمظاهرات التي تخرج أو أخبار عنها، وعن ندوات ومحاضرات وتصريحات حول هذه القضايا الجلية، وبدأ المدونون المصريون الدخول إلى عالم المدونات من مدخل سياسي، وسعوا للاستفادة من المدونات في عرض آرائهم بحرية ما بين صفحات أدبية وفنية وسياسية وشخصية واجتماعية.<sup>(1)</sup>

وهناك أيضاً أدلة تحصر المدونات المصرية على العنكبوتية العالمية (ويب: Web) منها على سبيل المثال دليل "the Egyptian blog ring" والذي يعدّ أول جهد في تجميع المدونات المصرية كمصدر أساسي يتم من خلاله اكتشاف المدونات المصرية والذي يحصر (1457) مدونة مصرية وذلك حتى ديسمبر 2006.<sup>(2)</sup>

ومن أبرز المدونات المصرية ذيوعا وصيتا مدونة الوعي المصري لصاحبها وائل عباس الحائز على جائزة بوليتزر للصحافة وهو أول مدون في العالم يحصل على هذا النوع من الجوائز.

### في المشرق العربي:

كما سبق وأن أدرجنا فإن دور المدونات يبدو قويا أكثر أثناء الأحداث المهمة والمؤثرة على المنطقة العربية أو العالمية فحرب لبنان في عام 2006 كانت موعدا مع ظهور أشكال مميزة من المدونات الشخصية سنحاول أن نعرف من خلالها تأثيرات هذه الحرب على التدوين اللبناني وهي صورة مصغرة لما يمكن أن تكون عليه أيضا المدونات الفلسطينية التي تعيش أوضاع اللااستقرار بشكل مستمر. كانت الحرب في لبنان خلال شهري يوليو وآب (جويلية وأوت) 2006 صعبة ومرهقة. فقد العديد من الناس، ولا سيما في الجنوب وفي ضاحية بيروت الجنوبية منازلهم، وأجبروا على اللجوء إلى أماكن

<sup>1</sup> شيماء اسماعيل عباس اسماعيل، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> شيماء اسماعيل عباس اسماعيل، المرجع السابق.



أخرى بسبب استمرار قصف البنية الأساسية المدنية. وحتى من لم تتعرض بيوتهم للأذى فروا إلى المناطق الجبلية النائية أو غادروا البلاد كلياً. كان الناس داخل البلد وخارجه بأشد الحاجة للمعلومات عن الأصدقاء والأقارب والوضع المتصاعد، وأحياناً كانت التغطية التلفزيونية لا تقدم صورة كاملة عن كل ما يحدث أو ما يمكن فعله للإغاثة. لذلك أصبحت المدونات الشخصية على الويب مصدراً للمعلومات ومكاناً للمناقشة والحوار بشأن الأزمة الجارية.

أثناء الحرب المذكورة قامت مجموعات من مستخدمي المدونات الشخصية على الويب بنشر أحداث نضالها وخبراتها عن الحرب عبر الانترنت. وقد خدمت هذه المدونات أغراض عديدة منها: توفير نقطة اتصال مع الأصدقاء والأسرة، وإعلام الآخرين عما يحدث حولهم، وتقديم تحاليل سياسية عن الوضع. ويمكن تصنيف المدونات الشخصية على الويب في تلك الفترة كالتالي: (1)

1- التعبير عن العواطف والمشاعر.

2- العمل الحركي على الانترنت.

3- توفير المعلومات الصحيحة وتصحيح المعلومات الخاطئة.

#### التعبير عن العواطف والمشاعر:

من المدونات الشخصية على الوب التي تم تعميمها ونشرها على أوسع نطاق خلال الحرب هي مدونات مازن كراج، الفنان اللبناني المحلي الذي شعر بالاستياء إزاء ما كان يحدث، وعبر عن أفكاره ومشاعره في الرسوم التي نشرت على [www.mazenkerblog.blogspot.com](http://www.mazenkerblog.blogspot.com) لاقت هذه المدونات رواجاً عالمياً مما دفع ناشرها إلى تشجيع زوار الموقع على طبع الرسومات واستخدامها بحرية. وقد أدى ذلك إلى عرضها في شتى الأماكن، ومن ضمنها شوارع ومعارض أوروبا واستعمالها لمعارضة الحرب. زينة

<sup>1</sup> اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: المدونات الشخصية على الوب خلال الحرب في لبنان، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غربي آسيا، العدد 6، الأمم المتحدة، نيويورك، 2006، ص.ص 40 . 41.

الخليل هي فنانة أخرى نشرت مدوناتها الشخصية على الويب لوصف حياتها اليومية أثناء الحرب وتأثير

الحرب عليها وعلى من حولها [www.beirutupdate.blogspot.com](http://www.beirutupdate.blogspot.com)

إن القاسم المشترك بين هذا النوع من المدونات هو كونها غير سياسية وتركز على الجانب الإنساني للحرب والدمار والعواطف الناتجة عن ذلك. ومن أهدافها الأساسية التأكيد على تدوين الأحداث من وجهة نظر الفنانين وزرع الأمل في قلب القارئ أو المتصفح.

### العمل الحركي على الانترنت:

مع تمادي الحرب اضطر الكثير من الناس إلى النزوح من بيوتهم واللجوء إلى المدارس والحدائق العامة في منطقة بيروت. بدأت جهود الإغاثة عفويا من قبل مجموعات من الأصدقاء قصدت هذه المدارس والأماكن العامة لمعرفة وتلبية احتياجاتها. ثم انتقلت هذه الجهود إلى القوائم التي انتشرت عبر البريد الإلكتروني، والمدونات الشخصية على الوب التي أنشئت لتوفير المعلومات عن جهود الإغاثة وكيفية المشاركة فيها.

وتدعو المدونات الشخصية على [www.lebanonsolidarity.com](http://www.lebanonsolidarity.com) الناس إلى "المقاومة المدنية" ومن أبرز أعمال المقاومة التي دعت إليها "استرجاع الجنوب"، حيث تجمع الناس في يوم 12 آب / أغسطس 2006 في ساحة الشهداء لتشكيل قافلة مدنية إلى جنوب لبنان. وحمل مئات من اللبنانيين والمدنيين الدوليين مستلزمات الإغاثة تضامنا مع سكان الجنوب، لكن تم توقيف القافلة قبل بلوغها الهدف لأسباب أمنية.

### توفير المعلومات الصحيحة أو تصحيح المعلومات الخاطئة:

بينما اهتمت الكثير من المدونات الشخصية على الويب بقضايا الإغاثة، كانت هناك مدونات أخرى معنية بمراقبة الإعلام وتبادل المعلومات بشأن ما يجري في لبنان. بعضها كان ينشر تفصيلا آخر الأحداث مثل: [www.lebanonupdate.blogspot.com](http://www.lebanonupdate.blogspot.com) بينما البعض الآخر مثل "مراقبة وسائل الإعلام العربية"

[www.arabmediawatch.com](http://www.arabmediawatch.com) كان يحاول التصدي لتحييز الإعلام، داعياً المتطوعين للكتابة إلى وسائل

الإعلام الغربية والصحفيين لتصحيح أي تشويه أو انحراف لتصوير الوضع في لبنان.

أما موقع لبنان الإلكتروني [www.electroniclebanon.net](http://www.electroniclebanon.net)، أحد مشاريع الانتفاضة الإلكترونية،

فهو لإحدى المدونات الشخصية على الويب التي عرضت تعليقات وتحليلات عن الوضع في لبنان،

ومعلومات عن حقوق الإنسان والتنمية، حيث توفر يومياتها "مباشر من لبنان live from lebanon"

روايات شهود عيان وتعليق وسائط الإعلام المتعددة عن الأحداث المستمرة.

تحدث وزير الدولة في الخارجية البريطانية، كيم هاول، بعد زيارة لبنان خلال الحرب، عن قوة

الصحافة المدنية التي مكنتها تكنولوجيا الاتصالات، قائلاً: " كل شخص لديه هاتف محمول، كل شخص

يستطيع أن يأخذ صورة شخص يتفجر، أو طفل قد فقد أحد أطرافه، هو الآن صحفي". فرغم أن أصواتهم

قد لا تكون ممثلة في وسائط الإعلام الغربية، تمكن عدد كبير من المواطنين في لبنان من رفع أصواتهم

من خلال المدونات الشخصية على الويب.

### • في الخليج العربي:

في السعودية تعتبر هديل عبد الرحمن الحضيف من أبرز المدونين السعوديين وهناك من يعتبرها من

الرواد في بلادها والعالم العربي في هذا المجال، وقد شاركت هديل بتقديم ورقة عمل عن المدونات

السعودية ضمن حلقة دراسية للإعلاميين نظمتها جامعة سلطان قابوس في مسقط بالتعاون مع مكتب

اليونسكو في الدوحة وذلك ضمن جلسة بعنوان "نحو إعلام مستقل ومتعدد" وتذكر هديل في هذه الورقة

العديد من الحقائق والملاحظات بخصوص واقع التدوين الإلكتروني السعودي حيث تقول: (1)

<sup>1</sup> هديل محمد الحضيف: المدونات في السعودية: تطورها ودورها في التعددية الإعلامية وحرية التعبير، ورقة عمل مقدمة لحلقة دراسية

للإعلاميين ضمن جلسة بعنوان "نحو إعلام مستقل ومتعدد"، تنظيم جامعة سلطان قابوس بالتعاون مع مكتب اليونسكو، مسقط، عمان، ص-ص 1-

"حسب بعض الإحصائيات غير الموثقة وغير الرسمية فإن عدد المدونات السعودية يقارب الألفي مدونة، رغم أن الواقع الذي يمكن لاستدلال عليه، من خلال ما يتداوله المدونون السعوديون، يشير إلى أنها أكثر بذلك بكثير. فيما يتعلق بالحضور الأول للتدوين السعودي، فقد كان في عام 2003 تقريبا عن طريق المساحات التي توفرها MSN للأعضاء المشتركين في بريد الهوتمايل... غير أن التدوين آنذاك لم يرتقي المستوى المتعارف عليه حاليا ولم يتجاوز كونه مذكرات شخصية ومواضيع منقولة من منتديات ومواقع أخرى، تحت أسماء مستعارة."

مع بداية 2004، بدأت تظهر المدونات السعودية التي تعنى بمتابعة مجريات الحياة اليومية والأمور الاجتماعية والسياسية وذلك من خلال قلة من المدونين الذين يكتبون باللغة الانجليزية بفضل اطلاعهم على التجربة الغربية السابقة للتدوين العربي بزمن طويل. ومن أبرز مدونات هذه المرحلة نذكر Saudi Jeans ومدونة Living in KSA وكانت تناقش في العموم الوضع السعودي الداخلي. مع حلول عام 2005 انتشرت المدونات السعودية باللغة العربية بعد ظهور مواقع خدمية عربية (جيران، مكتوب..) كما أن هناك من تحول من التدوين بالانجليزية إلى العربية وأخذت المدونات السعودية بشكل عام خطا بيانيا متصاعدا من الجنسين (ذكورا وإناثا).

أول التجمعات التي ظهرت لتجمع المدونين السعوديين كانت "التجمع الرسمي للمدونين السعوديين" OCSAB إلا أن هذا التجمع أفرز اختلافا حول طريقته في قبول عضوية المدونين والشروط التي تم وضعها، فضلا عن الاسم الذي اختاره المؤسسون من خلال تسميته بـ "الرسمي"، مما يعطي انطباعا بأن غير المنظمين إليه لا يحملون صفة (مدون) بشكل رسمي، مما أدى إلى انسحاب العديد من الأعضاء ومحاولة تكوين تجمعات أخرى. ظهرت أيضا تجمعات وفق تصنيفات مختلفة كمدونة (نادي اقرأ) والتي تجمع المهتمين بالقراءة ومدونة (شرق) التي أسسها عدد من مدوني المنطقة الشرقية... الخ."

وبخصوص حرية التدوين في السعودية يقول صاحب مدونة ماشي صح أنه يضطر أحيانا للسفر إلى البحرين من أجل تحديث مدونته<sup>(1)</sup>. كما أن هناك عددا من المدونين تعرضت مدوناتهم للحجب، بعضها بسبب واضح وهو التعرض السافر للمعتقدات أو الإباحية الجنسية والبعض الآخر تم حجبه دون سبب أو بيّنة.<sup>(2)</sup>

تتعدد المواضيع والقضايا التي يتناولها المدونون السعوديون في مدوناتهم، مثلهم في ذلك مثل مدوني العالم، منها ما يهتم بالحياة الشخصية ومنها من يناقش مواضيع سياسية، ثقافية، اجتماعية.. الخ. وإن كانت الدراسة التي أجراها مجموعة من الباحثين الأمريكيين عن فضاء التدوين العربي قد خلصت إلى التدوين السعودي يميل إلى كونه مفكرات شخصية بالدرجة الأولى ويأتي تناول الموضوعات السياسية بدرجة أقل من باقي الفضاءات التدوينية العربية<sup>(3)</sup> وعلى الصعيد الاجتماعي والاقتصادي المحلي مثلا، أسس المدونون السعوديون حركة لتثقيف المواطنين والارتفاع بسلوكهم الاستهلاكي لمحاربة الاستغلال ورفع أسعار البضائع من قبل التجار التي زادت منذ زيادة رواتب موظفي القطاع الحكومي، واتخذت الحملة اسم "وين الباقي؟" في إشارة إلى باقي الراتب الذي ذهب مع الزيادة الفاحشة في الأسعار.<sup>(4)</sup>

وقد أثبتت دراسة ميدانية قام بها الباحث الدكتور أسامة غازي المدني على عينة من الشباب الجامعي السعودي أن 56,8% منهم يتابعون المدونات السعودية مقابل 8% فقط يتابعون المدونات العربية الأخرى

<sup>1</sup> عبد الله ولد الخاطري: المدونات العربية: دراسة تحليلية، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> هديل محمد الحضيف، مرجع سبق ذكره.

<sup>3</sup> Bruce Etling and others : Mapping the arabic blogosphere—culture, politics and dissent, Berkman center reserch , june 2009 . available at : [http // blogs. Law.harward.edu](http://blogs.Law.harward.edu)

<sup>4</sup> هديل محمد الحضيف، مرجع سبق ذكره.

و7% منهم يهتمون بقراءة المدونات الأمريكية وقد فسّر الباحث هذا الاهتمام بالمدونات السعودية بالقرب النفسي والمكاني لما تتناوله هذه المدونات من مواضيع متعلقة بالقراء السعوديين.<sup>(1)</sup>

ويرى الدكتور طلال ناظم الزهيري أن مدونات الخليج العربي وبالأخص المدونات السعودية تناقش في الغالب قضايا المرأة وهو أمر طبيعي، حسب، على اعتبار أن المدونين في معظمهم من العنصر النسوي والمرأة في الخليج تعاني اجتماعيا بحكم العادات والتقاليد التي تفرض على المرأة الكثير من القيود في حياتها الاجتماعية.<sup>(2)</sup>

### • في المغرب العربي:

على الرغم من أن العديد من الناس في المغرب العربي قد لا يعلمون بوجودها غير أن مدونات الويب تنتقل فضاء الاتصال في المنطقة إلى عهد جديد. محمد سعيد حجيج أبرز المدونين المغاربة جعل لمدونته طابعا مغربيا لا تخطئه عين المتصفح الأدمي، وعلى قلة المدونات المغربية المكتوبة باللغة العربية، والحاملة للهم المغربي فإن مدونة حجيج تحفل باللغة العربية الفصحى إلى الحد الذي يغيظ الفرونكفونيين، ويثير المتمزغين، ويذهب حجيج حد وصم المبتعد عن لغته بالخيانة.

عن التدوين المغربي يكتب حجيج مقالا بعنوان: "طفرة المدونات المغربية، هل ستكون سياسية؟" وهو مقال حاول من خلاله المدون الوقوف على أسباب ركود التدوين المغربي، ولعل من بين أهم الأسباب حسب رأيه: "حركة التدوين لا يمكن أن تنمو إلا في مجتمع حر". والجيل الحالي هو جيل ولد وفي فمه عبارة: "نعام آسيدي".<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> أسامة غازي المدني: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، ع 26، السنة 13، (يوليو 2009)، ص 128.

<sup>2</sup> طلال ناظم الزهيري: العوامل الاجتماعية وتأثيرها في المدونات العربية، متاح على

الرابط: <http://docstu.maktoobblog.com/430877/>

<sup>3</sup> شكيب أريج: عن التدوين في المغرب، الحوار المتمدن - العدد: 2466 - 15 / 11 / 2008، متاح على الرابط: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=153341> (تاريخ الزيارة 2010/10/17).

في تونس على سبيل المثال، بدأ المدونون التونسيون مدونة جماعية اسمها "الشاهد التونسي" تهدف للوصول إلى التونسيين عبر العالم، وبالخصوص المهتمين منهم بتطوير إعلام وطني مستقل وترقية صحافة المواطن عموماً في تونس. هؤلاء المدونين يعتبرون أنفسهم مواطنين صحفيين نشطين يساهمون في فكرة المواطنة بالأخبار والأفكار والتعليقات بالإضافة إلى المشاركة بشكل نشيط في المنتديات المتعلقة بقضايا تونس.

يخطو المدونون الشبان في تونس أولى خطواتهم في هذا الميدان الحديث والمتنفس الجديد الذي يمثل بالنسبة إليهم بوابة للعبور إلى العالم الخارجي وإيصال أصواتهم وآرائهم إلى نظرائهم في بلدان عربية وغربية.

داخلياً عالم التدوين يتخذ بعداً آخر لم تعهده الرقابة السياسية والدينية من قبل ، فالحجب لم يمنع هؤلاء المدونين الشبان من تناول الطابوهات كالدين والسياسة بلا رقيب ولا وصي . وفي بلد يبلغ عدد سكانه 10 ملايين نسمة غالبية من الشباب اليافع من المفروض أن نجد فيه سوقاً رائجاً للتدوين والمدونات. إلا أن الإحصائيات تشير إلى 1000 مدونة تونسية فحسب، 75 في المائة من أصحابها من الشباب الذي يجيد استعمالات الانترنت المختلفة. (1)

### 4.3.2 التدوين الإلكتروني في الجزائر:

شهدت الجزائر اهتماماً متزايداً بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي الانترنت، فقد كان عدد مستخدمي الشبكة عام 2000 حوالي 50 ألف مستخدماً، ليصل إلى 4 ملايين ومئة ألف مستخدم في جوان 2009، وهو ما يمثل 12% من عدد سكان الجزائر، و4.8% من عدد مستخدمي الانترنت إفريقياً. (2)

<sup>1</sup>Fackson Banda , op. cit, p 50.

<sup>2</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm12/06/2009-22.00>

ويرى المختصون في الاتصالات السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة، وللأفراد تصفح كل ما يرغبون به، وإنشاء مواقع لأغراض مختلفة، دون أن يمنعهم رادع أو سلطة معينة. وقد تكون هذه الحرية أحد أسباب الإقبال على التدوين في الجزائر، سيما وأن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية على مزودي الخدمة، حيث تشير المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر سنة 1998 إلى مسؤولية مزودي خدمات الانترنت عن المادة المنشورة والمواقع التي تقوم باستضافتها، وضرورة اتخاذها الإجراءات المناسبة لوجود رقابة على المحتوى بهدف عدم نشر مواد تتعارض مع الأخلاق.<sup>(1)</sup>

### موقع [dzblog.com](http://dzblog.com):

ومما وجّه الاهتمام إلى التدوين بالجزائر تلك الحملة التي أطلقتها الحركة التكنولوجية، والتي تضم عددا من الشباب المتحمسين لنشر ثقافة التدوين الإلكتروني، تحت عنوان (مدونة للجميع) مع بداية عام 2006 والتي توجت بتدشين منصة لإنشاء المدونات الجزائرية تحت اسم (dzblog.com)<sup>(2)</sup> من خلال الشراكة مع منصة over-blog.com التابعة لشركة JFG Networks المصنفة ثانيا في أوروبا. وكان الموعد مع أول أسبوع للتدوين الجزائري يوم 23 جانفي 2006 تحديدا، حيث أقيمت تظاهرة (مدونة للجميع) في رياض الفتح بالعاصمة الجزائرية تحت رعاية وزير البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال السيد بوجمعة هيشور آنذاك. وكان الهدف من هذه التظاهرة، حسب منظمتها، الاستفادة من مشروع "أسرتك" « ousratic » الذي أطلقتته الدولة الجزائرية من أجل تعميم امتلاك الكمبيوتر والربط بالانترنت في كل الأسر الجزائرية، وكذا إثراء الفضاء الإعلامي الإلكتروني الجزائري من خلال توفير خدمة التدوين لمتصفح الانترنت الجزائريين من طرف متعامل جزائري 100%.

<sup>1</sup> مروان حرب: الشباب العربي يعارض حكامه بالانترنت، المحقق، العدد 86، من 3 إلى 9 نوفمبر 2007، ص 13.

<sup>2</sup> حسان الشامسي: الاقتصاد الجزائري شهادة نجاح، جريدة العرب الأسبوعي، السبت 7 - 2007/4/13، السنة الثانية، العدد 99، ص 9.



ويقدم موقع dzblog.com فرصة للجزائريين في إنشاء مدوناتهم الشخصية في أكثر من 50 فئة مثل اليوميات، مدونات السفر، صور الألبوم، الأحياء والبلديات، الجمعيات، الاقتصاد، الرياضة، الطبخ، الخ. وإلى غاية عام 2007 نشر المدونون الجزائريون على هذا الموقع 18000 تدوينة في مختلف المجالات وبلغات ثلاث هي: العربية، الفرنسية والأمازيغية وأنشئت عليه حوالي 4000 مدونة وزار الموقع مليونين ومئتي ألف زائر (2.200.000) وفق ما أورده الحركة التكنولوجية في تقاريرها.

قام موقع ديزابلوغ أيضا بتنظيم أسبوع التدوين الإلكتروني في الجزائر في طبعته الثانية من الـ 23 إلى 30 جانفي 2007. وكان الهدف منه تجميع المدونين الجزائريين من مختلف أنحاء الوطن ومن خارجه لمزيد من التواصل وتدعيم الروابط بينهم وتبادل الأفكار والآراء. (1)

ووصل عدد المدونات بالموقع في عام 2008 إلى 7124 مدونة، ويزور هذه المنصة يوميا نحو 14 ألف زائر يشاهدون أكثر من 40 ألف صفحة. (2) غير أن هذه المنصة لم تتمكن من السير بنفس الحركة والحيوية في السنوات الموالية حيث أصبحت تعاني من العديد من المشاكل التقنية وأصبح من الصعب بمكان فتح أي رابط يحمل عنوان المنصة.

### النادي الجزائري للتدوين:

في الفاتح من نوفمبر عام 2007 عرف مجتمع التدوين الجزائري حركة جديدة، ليس على المستوى التقني هذه المرة إنما على مستوى التواصل والتنسيق بين المدونين الجزائريين، حيث قامت مجموعة من المدونين بتأسيس "النادي الجزائري للتدوين" وهم: أوهيبة يحيى، بوشنافة لحسن، عبد العزيز بن يحيى، يونس الشيخ، مريامة قيراد، المدونة ب.فايزة، والمدون بن الطاهر.

<sup>1</sup> Action technologique: « Al-Djazair Blog "2007 Days" : 1<sup>ère</sup> Rencontre en live entre les Dzbloggers. ». valable sur : <http://actech.dzblog.com/article-35470858.html> (visité le: 21/03/2008).

<sup>2</sup> سهيلة بوضياف، مرجع ذكره، ص 95.

ويوضح رئيس النادي الجزائري للتدوين السيد يحيى أوهيبة أهداف النادي كالاتي: (1)

1. إيجاد فضاء لخلق جو للحوار والتواصل والتعارف بين المدونين.
2. تأهيل المدون الجزائري بكل ما هو تقني من أجل الرفع من مستوى المدونات الجزائرية من ناحية الشكل والمضمون.
3. إنجاز دراسات وبحوث خاصة بعالم التدوين.
4. التعريف بالتدوين.
5. نشر المواضيع القيمة للمدونين الجزائريين تشجيعا لهم على الكتابة.
6. التأسيس لعمل تدويني بناء يساهم في خدمة المجتمع.
7. التضامن مع المدونين في حال تعرضهم لمضايقات ومتابعات جائرة.
8. متابعة أخبار المدونين الجزائريين.

قام النادي الجزائري للتدوين بإنشاء موقع الكتروني له، يحتوي على دليل للمدونات الجزائرية المسجلة كعضو في الموقع، ويحتوي أيضا على معلقة المدونات الجزائرية التي تهتم بنشر جديد ما يكتبه المدونون الجزائريون على مدوناتهم كما يفتح الموقع باب النقاش والحوار حول التدوين ومواضيع أخرى من خلال خدمة المنتدى.

ولعل أهم إنجاز حققه النادي لغاية الآن هو تنظيمه لمسابقة مالك بن نبي لأفضل مدونة جزائرية تم تخصيصها في طبعتها الأولى لهذا العام (2011) للمدونات المجانية والتي فاز بها المدون خالد بشير وليد وهو صحفي سابق والجائزة عبارة عن نطاق مستقل كتشجيع من النادي على الكتابة الحرة المستقلة والمحترفة.

<sup>1</sup> مقابلة مع السيد يحيى أوهيبة/ مؤسس ورئيس النادي الجزائري للتدوين. تاريخ المقابلة: 21 / 09 / 2011.

وعلى الرغم من مرور أربع سنوات على تأسيس النادي إلا أن عدد أعضاء موقعه الدائمين لا يتجاوز المائة (94عضوا) ومع أن المنتمين للنادي لا يلقون بالا للعدد على حد قولهم، إلا أنه قد يكون هناك أسباب معينة لعدم إقبال المدونين الجزائريين على الانضمام للنادي ونقصد بذلك الجدل الذي حدث عقب نشر النادي لرسالة موجهة لرئيس الجمهورية قبيل ترشحه لعهدة رئاسية ثالثة، وقال النادي حينها أنها منشورة باسم النادي الجزائري للتدوين<sup>(1)</sup> لكن بعض المدونين الجزائريين اعتبروا الرسالة ناطقة باسمهم في حين أنها لا تمثلهم مما خلق بعض الحساسيات والتحفظات عند البعض على الانتماء للنادي.<sup>(2)</sup>

### مجمع المدونات الجزائرية [bloginy.com](http://bloginy.com):<sup>(3)</sup>

نشأ موقع [bloginy.com](http://bloginy.com) في أكتوبر 2008 بصيغة مغلقة وأصبح متاحا للجمهور في 14 جانفي 2009. الفكرة الأساسية لهذا المجمع (aggregator)، الذي أنشأه المدون الجزائري رياض بن قلة، هي تجميع الفضاء التدويني الجزائري بقدر المستطاع والسماح للمدونات الجزائرية الجديدة بالتعريف والإعلان عن نفسها بسرعة في الفضاء التدويني. وفي نفس الوقت، يقول صاحب فكرة موقع بلوغيني رياض بن قلة، كانت لدي فكرة تجميع المحتويات المختلفة للمدونات وتدعيم أفضل التدوينات من خلال فكرة التصويت لأفضل تدوينة حسب رأي الجمهور المتصفح.

من أهم إنجازات مجمع [bloginy](http://bloginy.com) تنظيم يوم التدوين الجزائري الذي أقيمت طبعته الأولى في الـ 15 من جانفي عام 2011 حيث اختار المدونون الجزائريون موضوع التعليم ليديونوا حوله، كل حسب وجهة نظره وزاوية رؤيته للموضوع وتنوعت الموضوعات بين تجارب شخصية للمشاركين وتحليل علمي لمشكل التعليم في الجزائر وعرض تجارب أجنبية ناجحة وغيرها.. وهناك من ساهم بتدوينة مصورة أو كاريكاتير أو مقال، على حسب طبيعة المدونة.

<sup>1</sup> مقابلة مع السيد يحيى أوهيبة/ مؤسس ورئيس النادي الجزائري للتدوين. تاريخ إجراء المقابلة: 21 / 09 / 2011.  
<sup>2</sup> يوسف بلوج، "مداخلة حول التدوين في الجزائر"، مقابلة تلفزيونية في برنامج "نات ماغ net mag"، قناة نسمة التونسية، تاريخ المقابلة: 02/08/2011.  
<sup>3</sup> مقابلة مع السيد رياض بن قلة/ مؤسس ومدير موقع بلوغيني [bloginy](http://bloginy.com). تاريخ المقابلة: 22 / 09 / 2011.

يحتوي الموقع حاليا على 207 مدونات جزائرية، و458 مستخدم مسجل، وينشر على صفحاته 2000 مقال شهريا. ويعتزم الموقع اصدار النسخة الثالثة من موقع بلوغيني bloginy version 3 بالإضافة إلى تحضير الطبعة الثانية من يوم التدوين الجزائري 2012.dzblogday.

### آفاق التدوين في الجزائر:

يعد الفضاء التدويني فرصة لاكتشاف المواهب الدفينة لدى بعض الشباب الجزائري المدون، فالصحفي والقاص علاوة حاجي كان مدونا في بداية مشواره وكتاباته المميزة على مدونته هي التي فتحت له أبواب السلطة الرابعة، ويذكر القاص والأديب الشاب يوسف بلعوج أن أحد المدونين نصحه بالتوجه لكتابة القصة بعد أن قرأ تعليقاته على مدونته، وقد كان يوسف في بداياته التدوينية يكتب مقالات وخواطر متنوعة إلى أن برزت هذه الموهبة إلى السطح وقد قام صاحب مدونة "حساسان" بنشر تدويناته على مدار ثلاث سنوات على شكل كتاب الكتروني سماه "خرافات حبر"<sup>(1)</sup>، ولم تكن تجربته هي الأولى حيث سبقه في ذلك المدون الجزائري عصام حمود المدون ومصمم الجرافيك المعروف عبر كتابه "عامين اثنين" والذي تحوّل فيما بعد إلى كتاب ورقي يحمل 186 تدوينة في مختلف المجالات.<sup>(2)</sup>

من جهة أخرى، تعتبر محاكمة الصحفي والمدون "عبد السلام بارودي"، صاحب مدونة "تلمسان ليست للبيع" الحالة الوحيدة التي سجّلت في الجزائر من حيث المتابعات أو المضايقات التي يتعرض لها المدونون بشكل عام. ففي عام 2007 رفع أحد المسؤولين المحليين دعوى قضائية ضده بتهمة القذف على خلفية موضوعه "السيستاني يظهر بتلمسان"<sup>(3)</sup> وتجدر الإشارة إلى أن عبد السلام بارودي هو صحفي في الواقع ويرى البعض أن عدم وجود حالات ملاحقة للمدونين الجزائريين على غرار عدة دول أخرى مثل

<sup>1</sup> يوسف بلعوج، "الأدب الإلكتروني كأدب جديد لجيل جديد"، حوار إذاعي في حصة "صريح" بإدارة المذيع: عبد الرزاق بوكبة، القناة الإذاعة الثقافية، تاريخ الحصة: سبتمبر 2010.

<sup>2</sup> عبد الرزاق بوكبة: أول مدونة جزائري تتحول إلى كتاب، الجزيرة نت، الاثني 2011/5/9. (تاريخ الزيارة 2010/05/10) متوفر على

الرابط: <http://www.aljazeera.net/Mob/Templates/Postings/NewsDetailedPage.aspx?GUID=3922A5EC-FA1D-4F6B-A634-A7A9F269EFCF>

<sup>3</sup> مدونة تلمسان ليست للبيع 20.00 - 12/12/2009 <http://www.bilad-13.maktoobblog.com/>

مصر وتونس وبعض دول الخليج قد يكون مؤشرا إيجابيا على الحرية التي يتمتع بها الفضاء الإلكتروني الجزائر وعالم التدوين بشكل خاص وهو فرصة بالنسبة للمدوّنين لمزيد من العطاء في حين يفسر البعض الآخر هذا الوضع بسلبية المدوّنين الجزائريين الذين لا يكتبون ما يزعج السلطات أو أوجه الفساد في الجزائر مما يغنيها عن متابعتهم أو مضايقتهم ويقول المدوّن الجزائري "عبدو بن جودي" أن مدوّنته "نادي الديمقراطيين الجزائريين" club des démocrates Algériens لا يمكن تصفحها من داخل الجزائر أي أنها تعرضت لحجب من جهات مجهولة مع عدم وجود أي خلل تقني واضح وعدم تلقي رد من المنصة المستضيفة للمدوّنة.<sup>(1)</sup>

ختاماً يمكن القول أنّ المدوّنات في الجزائر لا تزال مجهولة نوعاً ما، وإن كانت هناك العديد من المدوّنات التي أنشأها الجزائريون في مواقع التدوين إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بغيرها من الدول العربية. هذه الوضعية وغيرها من التحديات والحيثيات كانت موضوعاً للعديد من اللقاءات والملتقيات التي نظّمها المدوّنون الجزائريون بهدف التعريف بهذه الخدمة للجمهور العام أولاً وتبادل الخبرات والآراء والأفكار حول سبل تطوير استخدام هذه الوسيلة في الجزائر ثانياً.

أول هذه اللقاءات كان في مقر جريدة "وقت الجزائر" وثاني موعد للمدوّنين الجزائريين كان ضمن فعاليات المسرح العربي وعلى هامش هذه التظاهرة الثقافية كان هناك لقاء ودي بين المدوّنين ثم جاءت دعوة جمعية الكلمة للثقافة والإعلام بالعاصمة لتعطي فرصة أخرى للنقاش والحوار بين المدوّنين وتواصلت ولا تزال تتواصل اللقاءات والتشاورات بين المدوّنين الجزائريين و عادة ما تكون الانطلاقة والفكرة من الفضاء الإلكتروني حيث ظهرت العديد من التجمعات التدوينية الجزائرية فنجد مجموعة المدونات الجزائرية على الفايس بوك والمجموعة البريدية ومرصد مدونات الجزائر وغيرها.

<sup>1</sup> abdoumenfloyd.centerblog.net (visité le : 28/09/2011)

بعد أن تعرّفنا على التدوين ووقفنا عند مفهوم المدونة وخصائصها وطبيعتها عملها كما أدرجنا أهم استخدامات التدوين وبداياته وتطوره عبر العالم في تجارب تدوينية متنوعة من العالم بأسره تأكد من خلالها أن هناك ظروفًا وعوامل عندما تتوفر في أي بلد أو مجتمع تزدهر المدونات ويقوى تأثيرها. فالأمر رهين بالأوضاع السياسية والإمكانيات التقنية والطبيعة الاجتماعية لكل مجتمع ضف إلى ذلك طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي في هذا المجتمع والإعلام الجديد الممثل بالمدونات.

وسنحاول في الفصل الموالي التعرف على عالم التدوين الجزائري من خلال الفاعلين فيه، عبر التعرف على خصائصهم الديموغرافية ودوافعهم التدوينية وخصائصهم العامة من حيث عاداتهم وأنماط التدوين لديهم كما سنحاول التعرف على كيفية تفاعلهم مع جمهورهم وآرائهم في واقع وآفاق التدوين الإلكتروني في الجزائر من خلال معرفة أهم التحديات التي تعيق تطور التدوين وأهم الاقتراحات التي يمكن أن تساعد في نمو هذه الظاهرة بالجزائر والاستفادة منها كوسيط إعلامي تواصلية جديد.

# الفصل الثالث

## الاجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

1.3 الإجراءات المنهجية للدراسة.

2.3 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.

### 1.3 الإجراءات المنهجية:

#### 1.1.3 مجالات الدراسة:

##### المجال المكاني:

المجال المكاني للدراسة هو الفضاء الافتراضي ذلك أن الدراسة الميدانية أجريت إلكترونيا أي عبر الانترنت.

##### المجال البشري:

مجال دراستنا البشري هو المدونون الجزائريون وهو مجتمع يصعب تحديد حجمه أو عدده لكننا نتوجه تحديدا للمدونين الذين يملكون نسبة معينة من النشاط بحيث هناك من يفتح مدونته ثم يهجرها وبالتالي لا يمكن قياس عاداته أو سلوكه التدويني لذا فمجالنا البشري كل مدون جزائري داخل أو خارج الوطن لا يزال يمارس نشاطه التدويني بصفة منتظمة أو غير منتظمة.

##### المجال الزمني:

بدأ العمل على هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2009/2008 وقد شرعنا في الجانب الميداني منها بداية من شهر جانفي 2011 وذلك من خلال تصميم استمارة الاستقصاء، ثم تلاها بعد ذلك تحكيمها، تجربتها وتصحيحها ( شهري مارس، أبريل) تلتها عملية التوزيع (مدة ثلاثة أشهر) ثم عملية تفريغ البيانات والقيام بالعمليات الإحصائية لننتقل إلى المرحلة الأخيرة وهي التعليق على البيانات وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة.

#### 2.1.3 مجتمع الدراسة والعينة المختارة:



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

العينة في البحث العلمي هي " الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما" وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعدّ مفرداتها بالآلاف والملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل. (1)

ومجتمع البحث في دراستنا هو مجتمع المدونّين الجزائريين وهو مجتمع واسع ويصعب إن لم نقل يستحيل حصره أو تحديد حجمه، فقد ذكرت بعض التقارير وجود أكثر من ستة آلاف مدوّنة جزائرية (أرقام 2006)<sup>(2)</sup> لكنها تشير بذلك إلى المدونات الموجودة على موقع الاستضافة الجزائري "ديزاد بلوغ. كوم" dzblog.com فقط، وفي مدونات مكتوب نجد أكثر من أربعة عشر ألف مدوّنة جزائرية مسجّلة هناك (أرقام النصف الأول من 2011)<sup>(3)</sup>، غير أن معظمها غير ناشط ويمكن تقدير العدد الفعلي للمدونات الجزائرية "غير المهجورة" على هذه المنصّة بحوالي 10% فقط حسبما لاحظها الباحث. غير أنّ المدونات الجزائرية منتشرة في العديد من منصات التدوين المجانية إضافة إلى المدونات ذات النطاق المستقل وهي تتكاثر كسائر المدونات بشكل سريع، إذ أن كل يوم يحمل مدوّنة جديدة أو توقف مدوّنة عن النشر.

وعليه، فإننا لجأنا إلى اختيار عينة غير احتمالية في هته الدراسة متمثلة في "العينة الملائمة" (Convenience sample) أو "عينة الصدفة" (Accidental sample)<sup>(4)</sup> وفي هذا النوع من العينات يعطى لعناصر المجتمع الأصلي حرية الاختيار في المشاركة في الدراسة ولا يكون هناك تحديد مسبق لمن سيدخل ضمن العينة، بل يتم الاختيار بناء على أول مجموعة يقابلها

<sup>1</sup> محمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 170.

<sup>2</sup> غ. فاروق: ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر، إعلام تك، العدد 20، 2007-01-15-8. تم العثور على 14120 مدونة جزائرية بين مدونات <http://www.maktooblog.com/country/Algeria/type/date/> مكتوب وذلك بتاريخ 2011/03/30

<sup>4</sup> رجاء وحيد الدويدري: البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط 1، دار الفكر، دمشق - سوريا، 2000، ص 314.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الباحث وتوافق على المشاركة في الدراسة حيث يختار منها عدد مفردات العينة المطلوبة ولكن بشروط محددة تضمن تمثيلا معقولا لمجتمع الدراسة.<sup>(1)</sup>

وقد تمت عملية الاختيار للمدونين من خلال البحث العشوائي عبر عدة وسائل الكترونية هي:

- أولا عبر محرك البحث غوغل [www.google.com](http://www.google.com) عن عناوين الكترونية لمدونات جزائرية وقد يحدث أن تعرض هذه المدونات روابط لمدونات جزائرية قمنا بالاحتفاظ بها غير أن هذه الطريقة لم توفر لنا سوى عدد قليل من العناوين.

- ثم قمنا بالبحث عبر محرك البحث آرابو [www.arabo.com](http://www.arabo.com) الذي يوفر قائمة من المدونات الجزائري المسجلة عليه، ويفوق عددها الـ 300 مدونة، إلا أن عددا كبيرا منها غير نشيطة.

- وفي مرحلة أخرى لجأنا إلى خدمة تنبيهات غوغل [www.google.com/alerte](http://www.google.com/alerte) حيث تم طلب التنبيهات الخاصة بالمدونات الجزائرية والتدوين الجزائري باللغتين العربية والفرنسية، وقمنا بالاحتفاظ بكل عنوان جديد من عناوين المدونات الجزائرية.

- كما قمنا بالتواصل مع المدونين الجزائريين من خلال حساباتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك واستغلال مناسبات كيوم التدوين الجزائري [dzblogday](http://dzblogday) من أجل جمع المزيد من العناوين والحسابات.

- الاعتماد على صفحة مدونات الجزائر في موقع مكتوب وهو الموقع الوحيد من بين منصات التدوين المعروفة الذي يوفر تصنيفا على حسب الدول.

من بين كل هذه المصادر استطعنا جمع أكثر من ثلاث مئة مدونة (300) والشرط الوحيد الذي تم على أساسه قبول أو إقصاء المدونات هو أن تكون المدونات جزائرية (كاتبها أو كتابها

<sup>1</sup> محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للنشر، عمان- الأردن، 1999، ص 95.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

جزائريون) وتم استبعاد كل مدونة لم يتم تحديثها أبداً أو تحتوي على تدوينة واحدة أو اثنان، إلا إذا كانت جديدة وبعد توزيع الاستبيان تحصدنا على إجابة مئة مدون متلوا عينتنا النهائية.

### 3.1.3 المنهج المستخدم:

المنهج بصفة عامة هو مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقة بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها دون أن يبذل مجهودات غير نافعة.<sup>(1)</sup> والمنهج في البحث العلمي هو الطريقة التي يسلكها الباحث في الإجابة عن الأسئلة، إنها خطة تبنى وتحدد طرق وإجراءات جمع وتحليل البيانات، حيث يقوم الباحث من خلال المنهج بتحديد تصميم البحث ويختلف هذا الأخير باختلاف الهدف منه فقد يكون استكشاف عوامل معينة لظاهرة ما، أو توصيفها، أو إيجاد العلاقة أو السبب والأثر بين مجموعة من العوامل.<sup>(2)</sup> وبما أن دراستنا هته تهدف إلى وصف واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر من خلال التعرف على خصائص المدونين ودوافعهم ونشاطهم التدويني فإنها تتدرج تحت البحوث الوصفية وهي البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها تحديداً كميًا أو كميًا، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.<sup>(3)</sup>

أما فيما يخص المنهج فإن الدراسات الوصفية عادة ما تعتمد على منهج المسح أو منهج دراسة الحالة في جمع بياناتها<sup>(4)</sup> وفي دراستنا الحالية اخترنا منهج المسح الوصفي الذي يعتبر

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000، ص 60.

<sup>2</sup> فايز جمعة صالح النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص 18.

<sup>3</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 126.

<sup>4</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم، المرجع السابق، ص 40.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

أُخذ الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم" وهو يعدّ أيضا " الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها مما يوفّر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية".<sup>(1)</sup>

### 4.1.3 أدوات جمع البيانات:

#### أ. الملاحظة:

تعني الملاحظة بمعناها البسيط "الانتباه العفوي إلى حادثة أو ظاهرة أو أمر ما"، أما الملاحظة العلمية فهي "انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر أو الأمور أو الحوادث بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها أو هي "كل ملاحظة منهجية تؤدي إلى الكشف عن دقائق الظواهر المدروسة وعن العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى".<sup>(2)</sup>

وعادة ما تستخدم الملاحظة لرصد ووصف مدى واسع من السلوك، أما الظواهر المعرفية مثل الاتجاهات والدوافع والتفضيلات فلا يمكن ملاحظتها، ولهذا فهي لا تقدم تفسيرات لأسباب حدوث سلوك معين ولا تقيس النوايا، إنما هي تختص بملاحظة السلوكيات التي تستغرق زمنا قصيرا في حدوثها، أما السلوكيات التي تستغرق أياما وأسابيع فيصعب ملاحظتها، وإن حدثت فإنها تكون مكلفة جدا.<sup>(3)</sup>

وقد اعتمد الباحث في هذا الصدد على الملاحظة غير المقننة التي " تقوم على ملاحظة جميع التفاصيل المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة دون تحديد مسبق لما سيلاحظ"<sup>(4)</sup> وقد كان ذلك

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 150.

<sup>2</sup> رجاء وحيد الدويدري، مرجع سبق ذكره، ص 317.

<sup>3</sup> شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،

2009، ص 205.

<sup>4</sup> شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع السابق، ص 207.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

من خلال التواصل مع عدد كبير من المدونين الجزائريين من خلال حساباتهم على الموقع الاجتماعي الفايس بوك ومتابعة سلوكياتهم وآراءهم إضافة إلى الاشتراك (بشكل مباشر أو غير مباشر) في جميع المجموعات أو الفعاليات التي يقوم بها المدونون الجزائريون سواء على الفايس بوك أو من خلال المجموعات البريدية أو عبر مدوناتهم ..الخ.

### ب. الاستبيان:

يعتبر الاستبيان (الاستقصاء) من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. ويعتمد الاستبيان على استمارة الاستبيان Questionnaire في جمع المعلومات، وهي عبارة عن شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة.<sup>(1)</sup> غير أن الاستمارة قد لا تكون دائما مطبوعة، ذلك أن هناك طرقا مستحدثة في توزيع الاستمارة على المبحوثين ونقصد بذلك الطريقة الالكترونية وهي التي تم اعتمادها في هذا البحث تماشيا مع طبيعة وخصائص العينة التي نتوجه إليها بأسئلتنا أي المدونين. وقد انتشر الاستبيان الالكتروني **On-line Questionnaire** في السنوات الأخيرة نتيجة سهولة استخدامه وتعدد مزاياه، وتوجد عدة أساليب لتطبيقه، منها:<sup>(2)</sup>

1- البريد الالكتروني Email: حيث يتلقى المبحوثون رسالة تتضمن الاستبيان أو توجه

المبحوث لموقع معين، وبعد ملء الاستبيان يرسله المبحوث إلى الباحث من خلال

الضغط على زر submit.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 353.

<sup>2</sup> شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سبق ذكره، ص. ص 123 . 124.

2- قواعد البريد الإلكتروني Database Email: بعض المبحوثين يوافقون على وضع

أسمائهم في قواعد بيانات بعض الشركات بحيث يمكن إرسال دعوات إلكترونية لهم

تدعوهم لمواقع معينة للمشاركة في بعض الأبحاث.

3- الومضة Pop-up: هي عبارة عن دعوة للمشاركة في بحث توضع في مربع صغير

يظهر ويختفي بشكل متكرر على شاشة المستخدم للإنترنت عند زيارته لموقع معين،

وللمشاركة يضغط المبحوث على ذلك المربع، فيفتح الاستبيان.

وبالنسبة للطريقة التي استخدمناها ميدانيا من بين هته الطرق فيمكن القول أننا اعتمدنا الطريقة

الأولى إضافة إلى اعتماد طرق إضافية في نشر الاستبيان، حيث تم اختيار موقع الكتروني

متخصص في تصميم استمارات الاستبيان لنقوم فيما بعد بتوزيع رابط الاستبيان (link) على

المدونات المختارة كعينة عبر وسائل الاتصال المتاحة ومن بينها البريد الإلكتروني.

بعد اختيار شكل الاستبيان، قمنا بتحضير الصيغة النهائية لاستمارة الاستبيان وذلك بعد

خطوات ضرورية ومهمة في كل بحث وهي:

١- الاعتماد على الجانب النظري للدراسة والإطلاع على الدراسات السابقة والمثابهاة

للموضوع من أجل الاستفادة منها في سبيل صياغة أسئلة الدراسة صياغة علمية

دقيقة ثم عرضها على الأستاذ المشرف.

٢- اختبار الصدق: تم اختبار صدق الاستمارة من خلال التحكيم حيث تم عرضها

على الأساتذة الأفاضل:

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

♣ الأستاذ الدكتور حسين خريف، أستاذ التعليم العالي بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة.

♣ الدكتور جمال العيفة، أستاذ محاضر بقسم علم الإعلام والاتصال، جامعة عنابة.

♣ الدكتور اليمين بودهان، أستاذ محاضر بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة سطيف.

وفي مرحلة موائية تم توزيع الاستمارة على عينة تجريبية قدر عددها بـ 07 مدونين جزائريين للوقوف على جوانب الضعف والغموض في الاستمارة، إن وجدت.

وبعد النظر في كل الملاحظات المقدّمة قمنا بإعادة صياغة بعض الأسئلة وحذف أو إضافة البعض الآخر كما تم تغيير الموقع المختار لإجراء الاستبيان بناء على ملاحظات المدونين حيث تم اعتماد خدمات موقع [www.qualtrics.com](http://www.qualtrics.com) (\*) بدلا من موقع [kwiksurvey.com](http://kwiksurvey.com).

وبعدنا نتحصل على الشكل النهائي للاستمارة والتي باتت مكونة من ستة محاور تتضمن على التوالي: دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين، عادات التدوين، أنماط التدوين، التفاعل بين المدونين الجزائريين وجمهور المدونات، تحديات التدوين الإلكتروني في الجزائر وآفاقه وأخيرا محور الخصائص الديموغرافية للمدونين الجزائريين (وقد تم تأخير هذا المحور عن قصد، عملا بنصيحة الباحثين والخبراء الذي يرون أفضلية تأجيل طرح الأسئلة الشخصية على المبحوثين، خصوصا عبر شبكة الانترنت، حتى يشعروا بالراحة وتكون لديهم الثقة بالدراسة وموضوعيتها)

\* هو موقع الكتروني تابع لشركة Qualtrics وهي شركة برامج أبحاث خاصة، تأسست عام 1997 في مدينة Provo بالولايات المتحدة الأمريكية، من طرف الدكتور سكوت م. سميث Scott M. Smith. برمجيات هذه الشركة تتيح للمستخدمين خلق صفحات لاستبياناتهم الخاصة على الانترنت، وتسمح بإجراء التحليل الإحصائي لهذه المسوح، وإخراجها على شكل ملف إكسل Excel كما يمكن تصدير نتائجه إلى ملفات البرنامج الإحصائي المعروف SPSS. ويتم استخدامه في مجموعة البحوث التي تقوم بها المؤسسات الأكاديمية والمنظمات والشركات غير الربحية وغيرها..

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

تم توزيع الاستمارة وإتاحتها لمدة ثلاثة أشهر حتى تعطى الفرصة لأكبر عدد ممكن من المدونين للإجابة.

وبما أن الاستمارة الكترونية فقد استفدنا من خدمات الموقع المستضيف الذي يقوم بترميز وتفريغ البيانات آليا لنمرّ مباشرة إلى تكميم الأسئلة المفتوحة ثم مرحلة التحليل والاستنتاج.

### 2.2 عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

#### 1.2.3 تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها:

المحور الأول: الخصائص الديموغرافية للمبحوثين:

جدول رقم 03: الجنس:

الجنس	التكرار	% النسبة
ذكر	89	89%
أنثى	11	11%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول رقم (03) جنس المبحوثين وتبيّن الأرقام أن نسبة الذكور تفوق بكثير نسبة

الإناث المدونات ف 89 % من العينة هي ذكور وعددهم 89 و 11 % منهم فقط إناث وهو ما يعادل 11 فتاة.

والفرق بين الجنسين وإن كان لا يعكس طبيعة المجتمع الجزائري الذي يغلب فيه الجنس

الأنثوي إلا أنه يعكس الحضور المحتشم للإناث على شبكة الانترنت بشكل عام في الجزائر

حيث تشير الدراسة التي أجرتها كل من مؤسسة IDEATEC و مؤسسة MED & COM حول



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

استخدامات الانترنت في الجزائر أن حوالي 30 % فقط من مستخدمي الشبكة هم من الإناث في حين تمثل نسبة الذكور 70 % (دراسة أجريت عام 2010).<sup>(1)</sup>

كما يمكن ربط هذه الفوارق بين الجنسين باهتمام الإناث بخدمات أخرى على الانترنت مقابل التدوين مثل الشبكات الاجتماعية (الفايس بوك) ومواقع الفيديو والبريد الإلكتروني وبرامج المحادثة.. الخ. وهنا ذكرت دراسة كارولين Caroline أن الرجال يستخدمون الانترنت أكثر من النساء في مجال البحث والأخبار والأنشطة وأخبار البنوك والبورصات، بينما تتجه السيدات للبريد الإلكتروني وبرامج المحادثة.<sup>(2)</sup>

علاوة على ذلك، فإن مسألة تفوق الحضور الافتراضي للذكور مقابل البنات تعد ظاهرة عالمية، إن جاز القول، وهو ينعكس على عالم التدوين بحيث نجد العديد من الدراسات في مجتمعات أخرى تثبت أن حجم المدونين أكبر من حجم المدونات على غرار دراسة الدكتور أحمد حسين بعنوان "ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال" (65%)<sup>(3)</sup> (ذكور) ودراسة بريس ايتلين حول التدوين العربي حيث أكدت هذه الدراسة أن التدوين العربي في مجمله ذكوري ودراسة دان لي حول دوافع التدوين لدى المدونين في الولايات المتحدة وغيرها...

وتقول كل من كريستيان بيريني Christiane BERNIER وسيمون لافلام Simon LAFLAMME أن العديد من الدراسات أثبتت أن هناك تمايزا واضحا بين النساء والرجال سواء في الاتصال أو تواتر وأنواع استخدام الانترنت، وهذا التمايز خلق اجتماعيا أي بسبب التنشئة الاجتماعية المختلفة للجنسين وتكريس تقسيم الأدوار الاجتماعية بينهما، لاسيما في العمل. كما أننا نجد أن الأولاد مثلا في مرحلة الطفولة والمراهقة يخوضون غمار ألعاب الفيديو والكمبيوتر

<sup>1</sup> Webdialna : **Etude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2010 , p 2. Valable sur : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

<sup>2</sup> عبد الجواد سعيد محمد ربيع: **التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف**، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 169.

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

أكثر بكثير من البنات وفي المدرسة تكون لهم الأسبقية عادة في مجال علوم الحاسوب والتكنولوجيا بشكل عام.<sup>(1)</sup>

وعلى الرغم من السهولة التقنية التي تتميز بها طبيعة المدونات إلا أن هذا لم يساهم كما توضح النتائج المتحصل عليها في تقليل الفجوة بين الجنسين وهنا قد ترتبط المسألة أيضا بخصائص اجتماعية أخرى للمجتمع الجزائري الذي لا تزال الانترنت فيه من الظواهر المريبة نوعا ما في بعض المناطق والتي تثير حفيظة الكثيرين وقد تعتبرها خطرا على الفتاة لابد من حمايتها منه.

جدول رقم 04: السن:

<sup>1</sup> Bernier, Christiane et Laflamme, Simon : «**Femmes, hommes et usages d'Internet: ségrégation ou différentiation ?**», in Actes des travaux du Groupe de Travail "Sociologie de la communication", XVII<sup>e</sup> Congrès des sociologues de langue française, Tours. En ligne: <http://www.univ-tlse2.fr/aislf/gtsc/index.htm>. **date de visite (31/10/2008)**.

النسبة %	التكرار		السن
0%	0		أقل من 15 سنة
10%	10		19-15 سنة
29%	29		24-20 سنة
21%	21		29-25 سنة
12%	12		34-30 سنة
9%	9		39-35 سنة
9%	9		44-40 سنة
6%	6		49-45 سنة
4%	4		50 سنة فما فوق
100%	100		المجموع

يوضح الجدول رقم (04) الفئات العمرية التي تقوم بالتدوين في الجزائر وكما يظهر من خلال الأرقام فإن فئة الشباب تغطي على المدونين ممثلة أولا بالشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (24-20) سنة بنسبة 29% ثم الشباب ضمن فئة (29-25) سنة بنسبة 21% وتليها مباشرة فئة (34-30) سنة بنسبة 12% أي أن أكثر من نصف العينة هم شباب تتراوح أعمارهم بين الـ 20 والـ 30 أما فئة المراهقين من المدونين ما بين (19-15) سنة فعددهم عشرة.

مع وجود فئات أكبر سنا تمارس التدوين بنسب أقل وهي الأفراد الذين يتراوح سنهم بين (39-35) سنة والفئة ما بين (44-40) سنة بنسبة 9% لكليهما ثم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم ما بين (49-45) سنة بنسبة 6% وأخيرا الأشخاص الذين تجاوز سنهم الخمسين سنة وعددهم أربعة.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

واحتلال الشباب للمرتبة الأولى من حيث ممارسة التدوين لا يبدو مفاجئا على اعتبار أن شبكة الانترنت هي وسيلة شبابية، إن صح التعبير، خصوصا في المجتمعات النامية. كما أن كل الدراسات التي أجريت سابقا حول الانترنت في الجزائر تؤكد غلبة هذه الفئة من حيث ولوجها للشبكة.

أما الفئات الأكبر سنا فنجد أن اتجاهها للتدوين من بين خدمات الانترنت يعد أمرا متوقعا على اعتبار أن التدوين الالكتروني عادة ما يجتذب إليه العديد من النخب والطبقة المثقفة ذلك أن فعل التدوين هو في أصله مرتبط بفعل الكتابة والتأليف والتي عادة تتطلب قدرا من المهارة الكتابية والوعي إلا أن الاختلاف هنا يكمن في الحامل الالكتروني الذي قد لا يكون في متناول هذه الفئة مقارنة بالفئة الشبابية.

اللافت أيضا في هذه الأرقام أن نسبة 10% من المدونين هم من المراهقين وقد قدم التدوين في كثير من الدراسات على أنه نشاط شبابي وخاص بالمراهقين أيضا. ففي دراسة سابقة لـ Herrings وآخرين وجدت الدراسة أن ما بين 34% و38% من المدونات هي لمراهقين وغالبا تكون عبارة عن مدونات شخصية تروي مذكرات ويوميات هؤلاء المراهقين.<sup>(1)</sup> وحتى أن هناك من الباحثين من صنّف المدونات كمقاطعة أو مدينة للمراهقين والشباب على اعتبار أن هذه الفئات هي التي تكتسح مجال التدوين بشكل كبير وهو ما لا يحيد عنه الأمر في الجزائر.

مؤشر آخر يفسر النتائج المتحصل عليها من خلال هذا الجدول وهو افتراض نظرية انتشار المبتكرات التي تصنف الأشخاص الذين يتبنون المبتكر في بداياته على أنهم من فئة الشباب المتحمس حيث عادة ما تكون هذه الفئة تواقفة لمعرفة واكتشاف كل جديد.

<sup>1</sup> Scheidt, L. A.: **Adolescent diary blogs and the unseen audience**, Presented at the *Digital Generations: Children, Young People, and New Media*, The Centre for the Study of Children, Youth and Media, Institute of Education, University of London, London UK., (2004, July 27). <http://tinyurl.com/2wjp5ab> visited: 23/12/2008.

جدول رقم 05: المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	% النسبة
ابتدائي	1	1%
إكمالي	0	0%
ثانوي	26	26%
جامعي: مرحلة التدرج	38	38%
جامعي: مرحلة ما بعد التدرج	35	35%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (05) المستوى التعليمي للمدوّنين الجزائريين، فنسبة 38 % منهم لهم مستوى جامعي (ليسانس) وعددهم 38 تليها نسبة 35 % من أفراد العينة ممن هم جامعيون في مرحلة ما بعد التدرج (دراسات عليا) وحوالي ربع العينة 26 % ويقدر عددها بـ26 مدوّنا لهم مستوى تعليم ثانوي مع الأخذ بعين الاعتبار أن عشرة 10 منهم يزاولون دراستهم في الثانوية في الوقت الراهن والبقية توقفوا عند هذا المستوى. مدوّن واحد فقط من أفراد العينة له مستوى تعليم ابتدائي.

هذه الأرقام تؤكد فرضا مرتبطا بما سبق ذكره عن فروض نظرية انتشار المبتكرات حيث تقول النظرية بأن الأشخاص الأكثر تعليما هم الأول والأكثر إقبالا على المبتكر ويصنّفون ضمن فئة المتبنين الأوائل.

جدول رقم 06: المهنة:

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المهنة	التكرار	% النسبة
متمدرس	25	25%
أستاذ/ تربيوي	15	15%
أعمال حرة	8	8%
إعلامي	10	10%
مختص في الإعلام الآلي	6	6%
إداري	18	18%
لا يعمل (متقاعد / ربة بيت / بطال)	9	9%
أخرى	9	9%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول رقم (06) المهن التي يشغلها المدونون في حياتهم اليومية ويتضح أن ربع أفراد العينة لا يزالون يزاولون دراستهم مما يعني أن لا عائد مادي لهم وهو أمر منطقي على اعتبار أن عددا معتبرا من المبحوثين لا يتجاوز سنهم الـ 24 سنة بين جامعيين وثانويين ويقدر عددهم بـ 25 مدونا. الفئة الموالية من المدونين هي فئة الإداريين ويقدر عددهم بـ 18 مدونا (18%) بينما نجد أن هناك 15 أستاذا أو تربيوا و10 صحفيين يقومون بدورهم بممارسة التدوين في حين تتوزع بقية العينة بين من هم من دون عمل (9) وبين من يزالون الأعمال الحرة (8 مدونين) في حين لا يتجاوز عدد المختصين العاملين في مجال الإعلام الآلي الستة.

وقد يكون مجال العمل عاكسا أو مؤشرا لمدى انتظام أو عدم الانتظام في التدوين إضافة إلى مجال التدوين وموضوعه ومدى انعكاس التخصص الوظيفي على نوعية التدوين وهو ما سنحاول التعرف عليه في المحاور القادمة.

جدول رقم 07: مكان الإقامة:

مكان الإقامة	التكرار	المجموع	% النسبة
داخل الجزائر	ولايات الشرق	29	91%
	ولايات الغرب	17	
	ولايات الشمال	30	
	ولايات الجنوب	15	
خارج الجزائر	تونس	01	9%
	الأردن	01	
	فرنسا	05	
	ألمانيا	02	
المجموع	100	100	100%

كما يوضح الجدول رقم (07) فإن معظم عينة الدراسة من داخل الجزائر فالمقيمون داخل الوطن نسبتهم 91 % وعدددهم 91 مدونا. في حين أن تسعة مدونين ممن أجابوا على الاستبيان يقيمون خارج الوطن ونسبتهم بين أفراد العينة 9 %.

نلاحظ أن المدونين من خارج الوطن، على قلتهم، يتوزعون في دول عربية وأخرى أجنبية، مدون من تونس و الآخر من الأردن ومدونان يقطنان في ألمانيا وخمسة مدونين جزائريين يعيشون في فرنسا أين تتواجد الجالية الجزائرية بكثرة. وقلة تمثيل مدوني الجزائر في الخارج لا تعني بالضرورة قلتهم في الواقع التدويني، إنما يمكن الأخذ بعين الاعتبار التشتت الذي تتميز به

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المدونات عبر منصات وفضاءات عديدة قد لا تكون بالضرورة جزائرية أو عربية وقد يصعب العثور عليها بشكل مكثف عبر البحث العشوائي. لذا لا يمكن الجزم بقلة التدوين الجزائري خارج الوطن.

والملاحظ بالنسبة للتوزيع الجغرافي للتدوين الالكتروني للمدوين داخل الجزائر أن هناك حضورا لكل المناطق في الوطن: شرق، غرب، شمال، جنوب لكن بنسب متفاوتة فمدن الوسط تنصدر القائمة بحوالي الثلث إذ أن 30 مدونا هم من المناطق الشمالية أو ولايات الوسط غير أن غالبيتهم من العاصمة تحديدا ويمثل المدونون العاصميون أكبر عدد بين المدونين الجزائريين ككل (الجزائر العاصمة 19 مدونا، البليدة 4، بومرداس 3، المدية 2، تيبازة 1، البويرة 1) تليها ولايات الشرق بـ 29 مدونا يتوزعون على العديد من المدن الشرقية (قسنطينة 4، خنشلة 4، باتنة 3، سطيف 3، أم البواقي 2، عنابة 1، بجاية 1) ثم الغرب الجزائري بـ 17 مدونا (سيدي بلعباس 5، تيارت 3، وهران 3، تلمسان 3، عين تموشنت 2، الشلف 1) و 15 مدونا من الجنوب الجزائري (غرداية 4، الجلفة 3، الأغواط 2، واد سوف 2، ورقلة 2، المسيلة 1، تمنراست 1).

ويمكن تفسير الغلبة العاصمية في النشاط التدويني بانفتاح الحياة في العواصم بشكل عام وإقبالها على كل ما هو جديد وأسبقيتها له دائما فضلا عن توفر المرافق والإمكانات التقنية في مجال الاتصالات والكمبيوتر واستخدام الانترنت بشكل أفضل من بقية الولايات فضلا على أن عدد السكان في العاصمة وعدد الشباب بها أكبر وهم الفئة الأكثر تدوينا كما سبق وأن ذكرنا. ضف إلى ذلك أن هذا التوزيع يتناسب إلى حد كبير مع التوزيع الجغرافي الذي عرضته دراسة ويب ديالنا webdialna المتعلقة باستخدام الانترنت في الجزائر حيث جاء في نتائج الدراسة أن المبحرين على شبكة الانترنت في الجزائر من أربعة مناطق مختلفة من البلاد: وسط



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

البلاد يمثلون 51% وتمثل العاصمة لوحدها 29.28% من هذه النسبة ثم الشرق الجزائري بنسبة 23.97% يليها الغرب الجزائري 15.68% والجنوب الجزائري 9.36%<sup>(1)</sup>.

جدول رقم 08: مكان الاتصال بالانترنت:

النسبة %	التكرار	مكان الاتصال بالانترنت
73%	73	المنزل
12%	12	العمل
1%	1	مكان الدراسة (مدرسة، جامعة..)
10%	10	مقهى الانترنت
2%	2	لدى الأصدقاء، العائلة
0%	0	الهاتف النقال
1%	1	مكان عام (مطار، مكتبات عامة..)
1%	1	مكان آخر أذكره
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) يظهر جليا اختيار غالبية المدونين الجزائريين للمنزل كمكان للاتصال بالشبكة العالمية وذلك بنسبة 73 % من أفراد العينة وعددهم 73 مدونا. 12 % من المدونين وهم 12 فردا يتصلون من مقرات عملهم و 10 % منهم يتجهون لمقاهي الانترنت للاتصال بالانترنت وبمدوناتهم. في حين لا يتصل بالانترنت من خلال مكان الدراسة إلا مدون واحد ومدونين اثنين يتصلان بالانترنت لدى الأصدقاء أو العائلة.

<sup>1</sup> Webdialna : **Étude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2009 , p 3. Valable sur : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

والنسبة الكبيرة لمستخدمي الانترنت في المنزل ما هي إلا انعكاس لسياسة الدولة في مجال امتلاك التقنية من جهة (شروع كمبيوتر لكل عائلة مثلا) والإقبال عليها من قبل المجتمع الجزائري من جهة أخرى، فقد أصبحت التكنولوجيا في صورة الكمبيوترات والاتصالات رخيصة وبسيطة وفي كل مكان وتستقطب الكثير من الجماهير وأصبحت البيوت سوقا لا يستهان بها في هذا المجال بعد أن كانت هذه التكنولوجيات حكرا على المؤسسات والشركات في بداياتها الأولى<sup>(1)</sup>، لكن إذا أخذنا بعين الاعتبار أن أقل من 10% من الأسر الجزائرية تملك حاسوبا آليا وأقل من 4% منها موصول بالانترنت، وبالمقابل نجد المتوسط الأوروبي لامتلاك حاسوب آلي موصول بالانترنت هو 81.4%<sup>(2)</sup> يمكننا القول بأن تحسين خدمة الانترنت من حيث توفيرها في جل البيوت الجزائرية قد يسهم بدوره في رفع أعداد ونسبة المدونين بين الانترنتيين الجزائريين على اعتبار أن المدونين يفضلون البيت كمكان للاتصال الشيء الذي يسمح لهم ربما بممارسة التدوين بشكل أكثر أريحية من مقهى الانترنت أو مقر العمل.

من النتائج اللافتة للانتباه في هذا الجدول أن لا أحد من المجيبين اختار خدمة الهاتف النقال كوسيلة للاتصال عبر الانترنت وهي خدمة منتشرة جدا في الدول المتقدمة وباتت تتيح لمستخدمي الانترنت وخصوصا الناشطين والمدونين "والصحفيين الجدد" مواكبة الأحداث وتغطيتها في وقتها الصفري خصوصا لمستعملي موقع تويتر للتدوين المصغر. وهذه الخدمة وإن توفرت في بلادنا إلا أنها غير متاحة للجميع كما أنها ليست متطورة بما فيه الكفاية. وتذكر دراسة "ويب ديالنا" العوائق التي تمنع الجزائريين من استعمال الانترنت عبر الهاتف النقال وهي حسب المتصفحين الجزائريين: الثمن المرتفع للخدمة، عدم توفر هواتفهم على هذه الخدمة، بطء

<sup>1</sup> فرانك كيلش: ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتنا؟، ترجمة: حسام الدين زكرياء، سلسلة كتب عالم المعرفة، 253، الكويت، يناير 2000، ص 305.

<sup>2</sup> عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة: الاعلام والمجتمع: رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والاسلامية، سبغ ذكره، ص 304.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الانترنت عبر هذه الخدمة وكذا المحتوى غير المهم الذي تقدمه<sup>(1)</sup> وهي أسباب تجعل المتصفحين بشكل عام يعرضون عن استعمالها والمدونون من بينهم طبعاً. الملاحظة الأخيرة حول الجدول رقم (08) وجود نسبة لا بأس بها من المدونين يستغلون مكان العمل للاتصال عبر الانترنت وهو ما يمكن تفسيره أيضاً بارتفاع توفر خدمة الانترنت في المؤسسات ووجود تسهيلات أكبر في هذا الشأن. وهنا يختلف الباحثون والدارسون حول ايجابية الأمر من سلبيته فهناك دراسات تؤكد أن استخدام الانترنت أثناء أداء العمل يزيد من فاعلية الشخص ويعطيه حماساً أكبر وهناك من يرى أن الانترنت عامل مشنت للموظفين وينقص من تركيزهم وأدائهم لعملهم بشكل أفضل.

### جدول رقم 09: مدى سرعة الاتصال بالانترنت:

مدى سرعة الانترنت	التكرار	% النسبة
منخفضة	28	28%
متوسطة	55	55%
عالية	17	17%
المجموع	100	100%

وفق أرقام الجدول رقم (09) فإن 55% من مدوني الجزائر المستجوبين في هذه الدراسة اتصاليهم بالانترنت ذو سرعة متوسطة و 28% منهم يستعملون الانترنت بسرعة منخفضة في حين 17% منهم فقط يؤكدون أن سرعة الانترنت عندهم عالية.

ولا تظهر هذه النتائج نوع الاتصال المقدم في الجزائر إنما تعكس واقع هذه الخدمة حيث من المعروف أن الانترنت عالي التدفق (adsl) قد انتشر منذ مدة غير قصيرة في الجزائر وتشير

<sup>1</sup> Webdialna : **Etude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2009 , p 5. Valable sur : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

معظم التقارير الأخيرة عن الاستخدام المكثف له في مختلف أنحاء الوطن لكن عملاء اتصالات الجزائر، الشركة المسؤولة عن قطاع الاتصال في الجزائر والانترنت جزء منها، غالبا ما يشتكون من الإنقطاعات المتكررة أو السرعة المنخفضة للانترنت وهو ما يؤكد مجددا أن هناك جهودا تبذل في هذا القطاع لكنها لا تزال غير كافية لمواكبة دول الجوار فما بالك بالدول الغربية الأكثر تطورا. وهو ما يعكسه تقرير أمريكي يذكر أن الجزائر تحتل المرتبة 128 بين دول العالم من حيث سرعة الاتصال بالانترنت.<sup>(1)</sup>

ومن الملفت والمؤكد لما سبق ذكره أيضا أن من 9 ممن اختاروا السرعة العالية في اتصالهم عبر الانترنت هم المدونون من خارج الوطن أي 8 فقط من المدونين الجزائريين داخل الوطن يرون أنهم يتمتعون بسرعة عالية في اتصالهم بالانترنت وهنا قد يكون للتوزيع الجغرافي أيضا يد في الأمر حيث تكون السرعة جيدة في المدن الكبرى وتقل في الضواحي والمدن الداخلية والجنوبية.

جدول رقم 10: تقييم مهارات استخدام الانترنت:

---

<sup>1</sup> [http://www.mobilealgerie.com/actualites/actualites\\_algerie/2504-L'Algerie-est-128e-place.html](http://www.mobilealgerie.com/actualites/actualites_algerie/2504-L'Algerie-est-128e-place.html)  
(Débit internet :L'Algérie est à la 128e place . publié le : 20.06.2010.) visité le : 07/06/2011 .

تقييم مهارات استخدام الانترنت	التكرار	% النسبة
ضعيفة	5	5%
متوسطة	45	45%
عالية	50	50%
Total	100	100%

تبعاً لنتائج الجدول رقم (10) فإن نصف العينة من مدوني الجزائر يرون أن مهاراتهم في استخدام الانترنت عالية ويلبها مباشرة ونسبة مقارنة 45 % ممن يرون أن مهاراتهم في استخدام الانترنت متوسطة في حين أن 4 % فقط يقيمون مهاراتهم بالضعيفة.

وتكاد هذه النتائج تتطابق مع ما توصلت إليه دراسة سابقة حول التدوين الالكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أجرتها دان لي حيث أن حوالي نصف المدونين الأمريكيين المبحوثين (50.4%) يقيمون مهاراتهم في التعامل مع الانترنت والكمبيوتر بالعالية متبوعة مباشرة بنسبة 45% من المدونين الذي يعتقدون أن مهاراتهم متوسطة و 3.9% فقط يقرّون بأن مهاراتهم ضعيفة في التعامل مع هذه التكنولوجيا.<sup>(1)</sup>

### المحور الثاني: دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين والإشباع المحققة منه:

جدول رقم 11: تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الالكتروني:

<sup>1</sup> Dan Li, B.A, op. cit ; p59.

النسبة %	التكرار	تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين
32%	32	هواية أمارسها في أوقات الفراغ
60%	60	وسيلة للتعبير الحر عن رأيي كمواطن
40%	40	إعلام بديل عن الإعلام التقليدي
15%	15	وسيلة نشر بخيصة الثمن
17%	17	أداة دعاية تسويقية جديدة
72%	72	أداة تشاركية تمكني كناشط من نشر أفكار
8%	8	وسيلة لنشر وتبادل معلوماتي وأفكاري مع الآخرين
5%	5	أخرى أذكرها

الجدول رقم (11) يبين تصورات المدونين الجزائريين حول التدوين الإلكتروني، ف 72% من

منهم يرون أن التدوين هو أداة تشاركية تمكّنهم كناشطين من نشر أفكارهم، ويعتقد 60 مدونا بما يعادل نسبة 60% من أفراد العينة أن التدوين هو وسيلة للتعبير الحر عن آرائهم كمواطنين. المفهوم الثالث الذي ينظر به مدونو الجزائر للتدوين هو أنه إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، هذا ما اختارته نسبة 40% منهم. وبدرجة رابعة يرى 32% من أفراد العينة أن التدوين ما هو إلا هواية يمارسونها في أوقات الفراغ.

وترى نسبة لا تزيد عن 17% أن المدونة هي أداة دعاية تسويقية جديدة ونسبة 15% (15 مدونا) تعتقد أن المدونة هي وسيلة نشر بخيصة الثمن في حين اعتبر ثمانية مدونين أن المدونة بالنسبة لهم هي وسيلة لتبادل الأفكار والخبرات ومشاركة الآخرين بالمعرفة.

وعلى ضوء هذه الإجابات يتضح تنوع مفهوم المدونات والتدوين لدى الفاعلين فيه فهو وسيلة بات مفهومها يتعدى التقسيمات الثنائية: بين ما يدرك أنه عام وخاص، بين الإعلام البديل

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

والمهيمين وبين المواطن، الناشط ورجل الإعلام المحترف،... الخ<sup>(1)</sup> فلا يمكن تحديدها وتوجيهها وفق رؤية واحدة أو هدف أو استخدام أوحده، فكلّ من المدونين يضع لها تصورا وفق ما يستخدمها لأجله أو وفق ما يرى أنه أصبح شائعا بين الناس حول هذه الوسيلة وهذا ما يمكننا التأكد منه من خلال ما سيأتي من جداول وبيانات.

ومع ذلك فإن الملاحظ أيضا من خلال هذا الجدول أن التصورات التي جمعت أكبر النسب وعبرت عن مفهوم التدوين لدى المدونين الجزائريين هي التي ترى أن التدوين أداة تشاركية لنشر الأفكار ووسيلة للتعبير الحر عن الآراء ثم كونها إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي، فالمدونات ساهمت في خلق تصورات جماعية جعلت منها أداة توطئية فاعلة في دفع وتشجيع التفاعل بين الأفراد إلى أقصى حد باسم الحرية التقنية (تبسيطات التقنية التي عرفتها بعض التكنولوجيات قللت من الإكراهات وأعطت دفعا قويا لهذه الحرية).<sup>(2)</sup> وعليه، فإنه كأداة للتقاسم والتبادل الجماعي التي تخفف من الإكراهات والضغوطات التي يتعرض لها الأفراد، وتوسّع من فضاء الحرية، إنها تمكّن الأفراد من التعبير عن كل الموضوعات التي تشغلهم، إذ يجدون فيها فضاء مثاليا لحرية التعبير "الكاملة" على عكس البرمجيات والحوامل التقنية الأخرى التي تتسم بتعدد استخداماتها، حيث أنها تقصي كل الفئات التي ليست لديها معارف تقنية.<sup>(3)</sup>

جدول رقم 12: دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين:

<sup>1</sup> أولجا جودي سبيلي وآخرون، فهم الإعلام البديل، مرجع سبق ذكره، ص 117.  
<sup>2</sup> الصادق رابح: الفضاء المدوناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهمات جماعية جديدة؟، مرجع سبق ذكره، ص 4.  
<sup>3</sup> الصادق رابح، المرجع السابق، ص 5.

المتوسط لكل دافع	المتوسط	التكرار	5	4	3	2	1	العبارات	دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين
3.66	3.80	100	45	20	18	4	13	رغبة مني في التعبير عن ذاتي	التعبير عن الذات
	3.20	100	24	23	22	11	20	الفضفضة وتسجيل انطباعاتي وردود أفعالي	
	3.99	100	39	34	20	1	6	صقل وتطوير مهاراتي الشخصية	
3.53	3.68	99	31	35	17	2	14	المشاركة في النقاش العام حول قضية /قضايا محددة	المشاركة الديمقراطية
	3.13	100	19	24	29	7	21	كسر الطابوهات بالحديث عن الممنوع و المهمش	
	3.80	99	37	29	19	4	10	تمنحني سقفا أعلى من الحرية في التعبير عن آرائي	
3.07	2.90	100	13	26	25	10	26	لا أحتاج في التدوين إلى ثقافة معقدة في الكمبيوتر والانترنت	السهولة التقنية
	3.78	100	32	33	24	3	8	النشر في الوقت الذي أريده وفي دقائق معدودة	
	3.74	99	35	26	23	7	8	استخدام الصوت والصورة والنص في مكان واحد وبكل سهولة	
3.80	3.84	100	27	43	22	3	5	الانضمام إلى فئة لها نفس اهتماماتي	التفاعل الاجتماعي
	3.87	100	36	31	23	4	6	التفاعل مع القراء	



	3.70	100	29	35	23	3	10	توسيع دائرة معارفي الاجتماعية	
2.50	2.53	100	10	13	31	12	34	تحقيق تواصل أفضل مع زبائني /زبائن مؤسستي	الكسب المادي
	2.42	100	13	6	31	10	40	كسب المال من خلال التدوين الاحترافي	
	2.57	99	14	13	24	12	36	وسيلة للدعاية والترويج لمنتوجي /منتوج مؤسستي	
2.75	2.47	100	9	15	25	16	35	ملء أوقات الفراغ	الترفيه عن النفس
	3.07	99	9	26	43	5	16	الترويج عن النفس	
	2.71	100	12	18	28	13	29	الهروب من مشاكل وضغط الحياة اليومية	
3.61	4.02	100	46	27	18	1	8	نقل وتبادل المعلومات التي تهمني	النشر الالكتروني
	3.71	100	38	23	24	2	13	إعادة نشر كتاباتي إلكترونيا وبالتالي توسيع دائرة المطلعين عليها	
	3.12	100	20	24	24	12	20	لا أجد أي مصدر آخر لنشر كتاباتي، آرائي وأفكاري	

يبين الجدول رقم (12) الدوافع المختلفة للمدوينين الجزائريين والتي جعلتهم يتوجهون للتدوين الالكتروني ويتضمن المقياس في الاستبيان 5 فئات أي أنه

توجد 4 مسافات من (موافق بشدة) إلى (معارض بشدة) وقد استخدمت 3 فئات للتقييم وهي:متدنٍ ، متوسط، عالٍ . وعليه فإن الفقرات والدوافع ذات المتوسط

الحسابي أقل من 2.33 يكون تقييمها:متدنٍ . الفقرات والدوافع ذات المتوسط الحسابي أقل من 2.33 يكون متوسطها الحسابي 2.33 إلى 3.66 يكون تقييمها متوسط أما الفقرات والدوافع التي يكون متوسطها الحسابي أكثر من 3.66 يكون تقييمها : مرتفع/عالٍ .

بناء على النتائج المتحصل عليها فإن التفاعل الاجتماعي يأتي في رأس القائمة من بين الدوافع السبع الأخرى بمتوسط درجة 3.80 ثم يليه دافع التعبير عن الذات بدرجة 3.66 وهما بذلك دافعان قويان للتدوين بالنسبة للمدونين الجزائريين ثم يليهما النشر الإلكتروني بدرجة 3.61 والمشاورة الديمقراطية بدرجة 3.53 ودافع السهولة التقنية بدرجة 3.07 ودافع الترفيه عن النفس بدرجة 2.75 ودافع الكسب المادي بدرجة 2.50 وكلها بالتالي دوافع متوسطة الأهمية بالنسبة للمدونين الجزائريين.

وبشكل من التفصيل في الفقرات التي تم تقييمها من طرف المدونين الجزائريين فإننا نجد أن فقرة "نقل وتبادل المعلومات التي تهمني" هي الفقرة التي حازت على أكبر متوسط تقييم بالنسبة للمدونين الجزائريين فالتدوين بالنسبة للمدونين الجزائريين هو وسيلة للتبادل المعرفي والنقاش والتحاور حول مواضيع

مشتركة بين المدون وزواره وهو ما يتوافق مع ما جاء من تصور سابق للتدوين بالنسبة للمدوين الجزائريين في الجدول السابق حيث أن نسبة 72% من المدونين اعتبرت المدونة أداة تشاركية لنشر الأفكار وأضاف 8% من أفراد العينة أنهم يعتبرون المدونة وسيلة لنشر وتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين وهو ما يمكننا ربطه أيضا بطبيعة المدونين أفراد العينة الذين يعتبرون من نخبة البلاد على اعتبار أن 73% منهم ذوو مستوى تعليمي جامعي في مرحلة التدرج أو مرحلة ما بعد التدرج.

ثاني فقرة حصلت على أعلى متوسط تقييم من المدونين الجزائريين هي "صقل وتطوير مهاراتي الشخصية" وسيوضح من خلال الجداول التالية أن المدونين قد استفادوا بالفعل من صقل وتطوير مهاراتهم الشخصية عبر المدونات من خلال اكتشاف تأثيرات التدوين على المدونين حيث يذكر العديد منهم أن تحسن مستوى التعبير ولتواصل لديه. وتعد المدونات وسيلة فعالة لصقل وتطوير مهارات الفرد على اعتبار أنها وسيلة اتصالية فردانية تفاعلية في بن واحد، أي ان الشخص يتمتع باستقلاليته الذاتية من خلال امتلاكه للمدونة التي يديرها وينشئ عليها عالمه الخاص وفي نفي الوقت يكون منفتحاً على الآلاف بل الملايين من البشر الذين بإمكانهم تصفح ما يكتبه والتفاعل معه والكثير من الدراسات تؤكد على ذلك وسيأتي تفصيله في الجداول الموالية.

الفقرات التي تشير إلى الرغبة في التفاعل الاجتماعي تحظى بطبيعة الحال بأعلى متوسط تقييم، حيث أن فقرة "التفاعل مع القراء" حصلت على درجة 3.87 وفقرة "الانضمام إلى فئة لها نفس اهتماماتي" حصلت على متوسط تقييم 3.84 وهو ما يؤكد أن الطبيعة والميزة التفاعلية للمدونات هي التي حفزت المدونين الجزائريين على ممارسة التدوين حيث أنهم يبحثون

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

على من يتقارب معهم في وجهات النظر ومن حيث الاهتمامات وهو ما يمكن توفره في المدونات حيث نلاحظ أن المدونين مثلا في مجال الصحة نجد روابطهم المفضلة وإحالاتهم للمواقع الخارجية كلها مرتبطة بالصحة أو المدونين في تخصص علمي معين كالإعلام والإعلام الآلي وغيره.. فالمدونة تتيح لهته النخبة من الناس الارتباط والتواصل مع أناس لهم نفس الاهتمام وتبادل الآراء وتناقل المعلومات فيما بينهم.

رابع أعلى درجة تقييم تتمثل الفقرتين "رغبة مني في التعبير عن ذاتي" وفقرة "المدونة تمنحني سقفا أعلى من الحرية في التعبير عن آرائي" ففي الوقت الذي يجد فيه الشباب صعوبة في التواصل مع أسرهم ومحيطهم الاجتماعي مما يعيق قدرتهم على التعبير عن ذاتهم يجدون في هذا الوسيط الاتصالي الجديد ملاذا لهم لإخراج ما بجعبتهم من مشاعر وأحاسيس وأمنيات ومواهب وطموحات خصوصا مما يعني أن فساحة وحرية المساحة للتعبير على المدونات هي من أهم الدوافع ليصبح الشاب الجزائري مدونا.

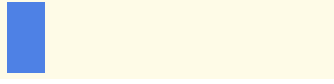


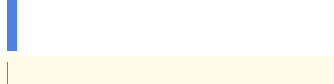

بالمقابل، نجد بعض الفقرات التي أحرزت أقل درجة من التقييم ونلاحظ أنها كلها تتدرج تحت سقف دافع الكسب المادي وكذا الترفيه على النفس. ففقرة "المدونة وسيلة للدعاية والترويج لمنتجتي أو منتج مؤسستي" قيّمت بمتوسط درجة 2.57 كما قيّمت فقرة "من أجل تواصل أفضل مع زبائني أو زبائن مؤسستي" بمتوسط 2.53 مما يعني أن المدونات لا تزال بعيدة على حد كبير عن إطار المؤسسات أو كوسيلة للاتصال والعلاقات العامة ضمن المؤسسات، حيث لا نجد هذين الدافعين مهمين بالنسبة للمدونين الجزائريين في مقابل الدوافع الاجتماعية.

وتم تقييم فقرة "ملء أوقات الفراغ" بمتوسط درجة منخفضة 2.47 مما يعني أن المدونات ليست وسيلة ترفيهية من وجهة نظر المدونين الجزائريين وهو ما يوافق إقبالهم عليها كوسيلة لتطوير وتحسين المهارات الشخصية. وآخر فقرة حصلت على أقل متوسط تقييم هي "كسب

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المال/ التدوين الاحترافي" وهذا يعني أن المدونين الجزائريين لم يدخلوا بعد وليست لديهم الرغبة أصلا في دخول عالم التدوين الاحترافي والذي بالأصل ليس منتشرًا بشكل كبير في العالم العربي لأن الرضية المناسبة له لم تتوفر بعد، فالتدوين الاحترافي يعني أن تمتهن التدوين بحيث يمكنك أن تقدم خدمات بمقابل مادي عبر المدونة ويمكنك أن تبيع وتشتري مدونة معينة مثلا وهذا موجود في العالم الغربي لكن إذا عدنا للواقع التدويني العربي والجزائري يتضح بلا لا يدعو للشك أن هذه المرحلة لا تزال بعيدة المنال بالنسبة لعالم التدوين الجزائري والعربي معا.

جدول رقم 13: مدى تحقيق الهدف من التدوين الالكتروني:

النسبة %	التكرار		مدى تحقيق الهدف من التدوين الالكتروني
12%	12		دائما
34%	34		غالبا
51%	51		أحيانا
3%	3		نادرا
0%	0		لا يتحقق أبدا
100%	100		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13)، والذي يبين مدى تحقيق المدونين الجزائريين لأهدافهم من التدوين، أن 51 منهم بما يعادل نصف العينة تقريبا تتحقق أهدافهم أحيانا، في حين غالبا ما تتحقق هذه الأهداف لدى 34 % منهم و 12 % منهم أقرروا بأن أهدافهم من التدوين تتحقق دائما.

ثلاثة مدونين فقط تتحقق أهدافهم التدوينية بشكل نادر بينما لا يوجد أي مدون لم تتحقق أهدافه من خلال ممارسته للتدوين وهو ما يؤكد فرضية من فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات التي ترى بأن سلوك الفرد الاتصالي يكون دائما مدفوعا بأهداف معينة ولا يحدث بشكل عشوائي<sup>(1)</sup> فلو أن التدوين كسلوك اتصالي لم يحقق أهداف المبحوثين لما استمروا في ممارسته ولو بشكل غير منتظم كما سيتم بيانه في الجداول الموالية.

وكون نصف العينة تحققت أهدافها من التدوين أحيانا فإن هذا يوحي بأن هناك عوائق تحول بينها وبين تحقيق هذه الأهداف وقد يتعلق الأمر بالمدون نفسه أو بعلاقته بمدونته أو بالظروف المختلفة المحيطة به سواء سياسيا أو اجتماعيا أو تقنيا.. في حين يقترب النصف

<sup>1</sup> أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 13.

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الآخر من تحقيق أهدافه مجملا (12% دائما و34% غالبا) وهو ما يعكس الفوائد التي يجنيها المدوّن من خلال تواصله عبر مدونته وسيأتي تفصيل ذلك في الجدول الموالي.

جدول رقم 14: تأثيرات التدوين الإلكتروني:

النسبة	المجموع	النسبة	لم يؤثر	أثر			تأثيرات التدوين الالكتروني	
				النسبة	سلبا	إيجابا		
%100	100	13%	13	2%	2	85%	85	طريقة تجولك على الانترنت
%100	100	44%	44	10%	10	46%	46	تعرضك لوسائل الإعلام
%100	100	60%	60	15%	15	25%	25	علاقتك بأسرتك
%100	100	40%	40	10%	10	50%	50	علاقتك بأصدقائك
%100	100	13%	13	3%	3	84%	84	أسلوبك في التفكير
%100	100	10%	10	3%	3	87%	87	أسلوبك في التواصل
%100	100	50%	50	10%	10	40%	40	مشارك الدراسي
%100	100	40%	44	8%	8	48%	48	مشارك المهني
%4	4	-	-	-	-	4%	4	أخرى أذكرها

يمثل الجدول رقم (14) التأثيرات المختلفة للتدوين على ممارسات أخرى في حياة المدونين الجزائريين وقد اخترنا هذه الممارسات من خلال قراءتنا لبعض الآراء والدراسات التي تركز على كيف يغير التدوين من حياة ممارسيه كما تركنا المجال مفتوح للمدونين من أجل إضافة أي تأثير إضافي فحصلنا على أربع تأثيرات إيجابية من أربعة مدونين فقط وهي: المستوى الثقافي، الإلهام، أسلوب في التعبير، المسار الإبداعي.

أما تأثير التدوين على طريقة التجول على الانترنت فقد أكد 85% من المدونين أن تأثيره كان إيجابيا، بينما 2 من المدونين قالوا أنهم تأثروا سلبا أما الـ 13 % المتبقية فقد قالت أن طريقتها في التجول عبر الانترنت لم تتأثر بعد ممارستها للتدوين. ويمكن إرجاع التأثير الإيجابي للتدوين على طريقة التجول عبر الانترنت إلى عدة اعتبارات منها مثلا خدمة الروابط المرجعية Blogroll والتي تسمح للمدون بتصنيف أهم المواقع أو المدونات أو الصفحات التي تهمة ويمكنه



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الرجوع إليها من خلال دخول مدونته وبالتالي فهي تختصر عليه الكثير من الوقت، يمكن أيضا أن نضيف من الايجابيات المزايا الاتصالية التي تتمتع بها المدونة بحيث تربط المدون بكم كبير من الزوار صف إلى ذلك أن الشخص الذي يملك مدونة يصبح بحثه وتجوله أكثر توجها وقصدا من غيره ليحقق أهدافه التدوينية.

46% من المدونين الجزائريين يرون أن تعرضهم لوسائل الإعلام قد تأثر إيجابيا بعد ممارستهم للتدوين، حيث تعتبر المدونات وسيلة مناسبة لطرح النقاش حول ما تعرضه هذه الوسائل وتبادل الآراء والأفكار سواء بالتأييد أو النقد لما تقدمه من أخبار وتبثه من رسائل وهذا ما يسمح بفهم أكبر للأحداث ووعي أعمق للأمور، بينما 10% يرون أن تعرضهم لوسائل الإعلام قد تأثر سلبا بممارستهم للتدوين وهنا يمكن ربط ذلك باستغلال وقت أكبر لمتابعة المدونة ويمكن تفسيره أيضا باتخاذ موقف من هذه الوسائل بسبب النقاش الذي يدور حول محتوياتها. في المقابل فقرابة نصف العينة (44%) يرون أن التدوين لم يؤثر على تعرضهم للإعلام وهذا مرده إلى أن اهتمام هذه المدونات يبتعد عن الشأن العام كأن تكون شخصية أو متخصصة في مجال محدد كالمدونات التعليمية أو التقنية أو الأدبية والتي لا تتأثر اهتماماتها التدوينية بما تعرضه وسائل الإعلام بشكل عام.

على الرغم من اتهام التكنولوجيا الحديثة في معظم الأحيان بأنها سبب في انفصال الفرد عن محيطه الاجتماعي وخاصة الأسرة إلا أن 60% من المدونين المبحوثين يؤكدون على عدم تؤثر علاقتهم بأسرهم بممارستهم للتدوين كما أن 25% منهم يرون أن التدوين أثر على علاقتهم بأسرهم بشكل إيجابي وهو ما يثبت أن المدونات قد تكون وسيلة جيدة للتواصل بين أفراد العائلة الواحدة الكبيرة منها أو الصغيرة فهناك مثلا من يقطن بعيدا عن أهله ويستغل المدونة كوسيلة للتواصل معهم من خلال تبادل الأخبار والصور والأفكار.. الخ أما نسبة 15% فيعترفون أن

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المدونات أثرت بشكل سلبي على علاقتهم بأسرهم وهو ما يمكن تفسيره بما تم الإشارة إليه في البداية على أن التكنولوجيا الحديثة ومنها المدونات تعتبر عاملا حسب البعض في انعزال الفرد عن محيطه القريب جدا آلا وهو الأسرة.

بالنسبة لعلاقتهم بأصدقائهم فإن 50% من المدونين الجزائريين أفراد العينة أكدوا أن هته العلاقات قد تحسنت بشكل إيجابي بممارستهم للتدوين، أما من رأوا أن صداقاتهم لم تتأثر بسبب التدوين، إيجابا أو سلبا، فنسبتهم 40%، في حين عبر عشرة مدونين بنسبة 10% أن صداقاتهم تأثرت بشكل سلبي بسبب التدوين وهي نسبة قليلة مقارنة بسابقاتها.

وفي هذا الإطار، الإطار الاجتماعي، يؤكد بحث علمي من جامعة سوينبرن Swinburne الأمريكية أن المدونين يعيشون بشكل صحي أكثر ويتمتعون بحياة وسعادة اجتماعية أكبر. وذكرت هذه الدراسة أن المدونين المبحوثين شعروا أنهم يملكون شبكات دعم اجتماعي وصداقات أفضل بكثير من الأشخاص الذين لا يملكون مدونات وهذا بعد فترة شهرين من التدوين مقارنة بغير المدونين. والملفت أيضا أن بعضا من هؤلاء "المدونين المحتملين" بدؤوا التدوين بمكانة اجتماعية أقل اكتمالا، كما تقول البروفيسور سوزان مور، إذ أنهم كانوا أقل رضا عن صداقاتهم، و كانوا الأكثر استعدادا لاستخدام التنفيس والتعبير عن العواطف كوسيلة للتغلب على مشكلتهم".<sup>(1)</sup>

كما يقول هوارد راينجولد Howard Rheingold في كتابه "المجتمع الافتراضي: الحياة في ظل التقدم الإلكتروني" "إن ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين علاقات مع جيرانهم

<sup>1</sup> Duncan Riley : **Blogging Is Good For Your Social Life:** Study,( March 3rd, 2008 ) available at: <http://techcrunch.com/2008/03/03/blogging-is-good-for-your-social-life-study>

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المتواجدين في أماكن نائية من القرية العالمية<sup>(1)</sup> وهو ما باتت تحققه وسائل الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية ومن ضمنها المدونات.

من جانب آخر، فإن 84% من المدونين أفراد العينة يقولون أن التدوين أثر على أسلوبهم في التفكير بشكل إيجابي وهذا مرده التفاعلية التي تتيحها المدونة بحيث تسمح بالنقاش وتبادل الآراء والأفكار والخبرات مما يساهم في تنقيح فكر الإنسان واستيعابه للعديد من الأطروحات والأفكار.

بالمقابل 13% من أفراد العينة يقولون أن التدوين لم يؤثر على أسلوبهم في التفكير وثلاثة مدونين يرون أن التدوين أثر على طريقتهم في التفكير بشكل سلبي.

وعبر 87% من الباحثين عن تأثرهم بالتدوين في أسلوبهم التواصل وهي أكبر نسبة بين كل الجوانب المذكورة في هذا السؤال وتؤكد أن المدونة وسيلة اتصالية ناجحة تسمح للأفراد بمزيد من التواصل وتساهم في تحسين مهاراتهم التواصلية عن طريق المشاركة والتفاعل وكسب المزيد من الأصدقاء والزوار المتنوعين من أهل تخصص ومهتمين. 10 مدونين لم يتأثروا في أسلوب تواصلهم بعد ممارستهم للتدوين وثلاثة مدونين تأثروا سلباً.

من ناحية أخرى، فإن نصف العينة لم يتأثر مساره الدراسي بممارستها للتدوين وهنا يكون السبب إما لأن هؤلاء من الباحثين الذين أنهوا دراستهم قبل أن يبدؤوا التدوين أصلاً، أو أن مجال تدوينهم لا يرتبط بمجالهم الدراسي، غير أن 40% من المدونين يجدون أن المدونة قد أثرت على مسارهم الدراسي بشكل إيجابي الأمر الذي يوحي بأن المدونة يمكن أن تكون أداة تعليمية جيدة إن تم استغلالها بشكل أكبر وعلى نطاق أوسع خاصة وأن جل مستعملي المدونات كما سبق وأن رأينا هم من الطلبة والأساتذة. 10 مدونين اعتبروا أن التدوين أثر سلباً على

<sup>1</sup> فرانك كيلش: ثورة الانفوميديا، مرجع سبق ذكره، ص 453.

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

مسايرهم الدراسي وهذا قد يرتبط أساسا بعدم تنظيم الوقت الذي يقضيه المرء في تنظيم وإدارة مدونته والتواصل مع زواره أو ما يسمى بالاستغراق.

إضافة إلى المسار الدراسي هناك المسار المهني والذي اعتبر قرابة النصف من العينة 48% أنه تأثر إيجابا بعد ممارستهم للتدوين بينما لم يتأثر 44% في مساهم المهني بعد أن أصبحوا مدونين والأمر في الحقيقة لا يختلف عما ذكرناه في المسار الدراسي، فالذين لم يتأثروا مهنيا بممارستهم للتدوين هم في الغالب ممن لا يزاولون مهنة معينة بسبب الدراسة أو أنهم عاطلون عن العمل، في حين أن المتأثرين إيجابا بهذه الممارسة فيبدو أن الاحتكاك والتفاعل وتبادل الأفكار والآراء وكذا تنظيمها يسهم كثير في تحسين المسار المهني ويمكن أن نضيف أيضا أن المدونة قد تكون متنفسا آخر للتخلص من ضغط العمل وتوتراته مما يعني أنه يعود للعمل في اليوم الموالي براحة أكبر وذهن صاف.

وفي المجمل، نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الجوانب الأكثر توترا سواء إيجابا أو سلبا هي عل التوالي: أسلوب المدون في التواصل، أسلوبه في التفكير، طريقة تجوله على الانترنت، وعلاقاتك بأصدقائك في حين تقل النسبة إلى ما يقارب النصف بالنسبة للتعرض لوسائل الإعلام والمسار المهني وتكون أقل في علاقة المدون بأسرته بحيث نسبة المتأثرين من هذا الجانب لا تتعدى 40%.

### المحور الثالث: عادات التدوين لدى المدونين الجزائريين:

جدول رقم 15: بداية ممارسة التدوين:

النسبة %	التكرار	بداية ممارسة التدوين (السنة)
04%	04	قبل 2005
16%	16	2006-2005
35%	35	2008-2007
35%	35	2010-2009
09%	09	بعد 2010 (السنة الجارية)
01%	01	لا أذكر تحديدا
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (15) بداية التدوين لدى أفراد العينة المستجوبين ويتضح أن 35 % منهم قد بدؤوا التدوين في الفترة ما بين 2007 و2008 ونفس النسبة 35 % بدؤوا التدوين في الفترة ما بين 2009 و2010 وهو ما يوضح التأخر النسبي لانتشار التدوين بين المدونين الجزائريين إذا ما قارناه بتطور انتشار التدوين عالميا وتعتبر سنة 2009 الأكثر تدوينا بالنسبة للمدونين الجزائريين حيث بدأ 22 من أفراد العينة حياتهم التدوينية فيها وأنشأ 20 مدونا جزائريا من أفراد العينة مدوناتهم في سنة 2007 وإذا قارنا هذا الانتشار مع واقع التدوين الجزائري سنجد أنه يقارب المجتمع التدويني الجزائري إلى حد كبير، حيث تعتبر هتين السنتين منطلقا حقيقيا لهذه الظاهرة في البلاد.

في الفترة ما بين 2005 و2006 انضم 16 من أفراد العينة لعالم التدوين وتعتبر هتين السنتين وتحديدا عام 2005 الفترة التي تعرف فيها العرب الانترنتيون على المدونات بسبب ظهور منصة التدوين مكتوببلوغ على موقع مكتوب.

ومن اللافت أيضا أن هناك من المدونين من ذكر أنه بدأ التدوين قبل سنة 2005 وهم قلة (أربعة) وهؤلاء هم من المغتربين المرتبطين بالمواقع الأجنبية أو هم بالأصل من أهل

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

التخصص في البرمجة والتطوير والذين تعرفوا على المدونات مبكرا من خلال مواقع أجنبية وأنشؤوا مدوناتهم عليها. حيث نجد مدونة في عام 2000 وأخرى في عام 2001 ومدونة عام 2002 ومدونة رابعة في عام 2004.

بينما نجد أن تسعة من أفراد العينة قد أنشؤوا مدوناتهم في عام 2011 الجاري وإذا أخذنا بعين الاعتبار ما جرى من لقاءات بين المدونين الجزائريين وتغطيات صحفية لهذه اللقاءات، ضف إلى ذلك أحداث الربيع العربي وتحسين الخدمات الخاصة بالانترنت في الجزائر ومناسبة يوم التدوين الجزائري الذي سيكون سنويا فإنه يمكننا القول بأن هذه السنة قد تكون السنة الأكثر نشاطا وهي المنطلق الحقيقي لمجتمع تدويني جزائري حقيقي وفعال.

جدول رقم 16: طريقة التعرف على المدونات:

طريقة التعرف على المدونات	التكرار	% النسبة
من الأصدقاء والمعارف	23	23%
برنامج تلفزيوني/إذاعي	4	4%
موضوع في جريدة/مجلة	0	0%
من موقع إلكتروني معين	12	12%
بالمصادفة أثناء تجوالي على الانترنت	40	40%
بحكم العمل / الدراسة	17	17%
أخرى أذكرها	4	4%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (16) الطرق التي من خلالها تعرف المدونون الجزائريون على المدونات،

حيث يتضح أن شبكة الانترنت هي المصدر الأول لاكتشاف المدونين لخدمة المدونات وذلك

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

بنسبة 40%، يليها الأصدقاء والمعارف بنسبة 23% ثم وبدرجة أقل يقول 17% من أفراد العينة أنهم تعرفوا على المدونات بحكم دراستهم أو مجال عملهم.

12% من المدونين يقولون أن موقعا الكترونيا معيناً كان السبب في تعرفهم على المدونات وقد ذكروا المواقع التالية: موقع مكتوب (6)، موقع غوغل (2)، مدونة صديق (2). وذكر واحد من أربعة مدونين اختاروا التلفزيون/الإذاعة كمصدر لتعرفهم على الانترنت أن البرنامج كان تلفزيونيا على قناة الجزيرة القطرية. بالمقابل لا يوجد أي شخص تعرف على المدونات من خلال الجرائد أو المجالات.

ومن هذه النتائج نلاحظ أن شبكة الانترنت كانت المصدر الأول لتسويق خدمة المدونات وهي خدمة من خدماتها في جيلها الثاني وهذا يدفعنا للقول أن المدونين كانوا بالأصل من المستعملين للانترنت والناشطين فيه والمتأثرين بما تقدمه الشبكة من جديد وتذكر دراسة سهيلة بوضياف حول استخدامات المدونات الجزائرية أن 45.60% من المدونين بدؤوا يستعملون الانترنت منذ سنة إلى 5 سنوات و 51.64% منهم بدؤوا استعمال الانترنت من 5 إلى 10 سنوات (1) مما يدفعنا للقول أن هناك رغبة في استكشاف الجديد المجهول لدى هؤلاء المدونين دفعتهم إلى دخول هذا العالم في بداية الأمر وهو ما تذكره نظرية انتشار المبتكرات، فالمبتكر ينتشر أولا عند الأشخاص الشغوفين باستكشاف المجهول والجديد. ونلاحظ أن الأمر تم بالصدفة أي دون قصد من المدونين.

كما أن الأصدقاء والمعارف وهم يصنفون ضمن خانة الاتصال الشخصي كان لهم دور فعال في انتشار هذا المبتكر الجديد صف إلى ذلك التخصص المهني أو الأكاديمي للمدون حيث أن بعض التخصصات تجعل الإنسان على إطلاع دائم بما تقدمه التكنولوجيا الجديدة

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والاشياعات، مرجع سبق ذكره، ص 126.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

فنسبة كبيرة من الأساتذة أو الطلبة أفراد العينة أو الموظفين يدرسون أو يعملون في مجال الإعلام الآلي أو الإعلام وهما مجالان لهما اتصال مباشر أو غير مباشر بهذه الوسيلة الجديدة .. المدونات.

وتقول نظرية انتشار المبتكرات أن الأشخاص يسمعون عن المبتكر الجديد من خلال وسائل الاتصال الجماهيري في حين يقتنعون بضرورة اقتنائه أو استعماله عن طريق الاتصال الشخصي من قادة للرأي وجماعة الأقران وغيرها..<sup>(1)</sup> ونجد هنا، ووفقا للنتائج، أن الوسيلة الاتصالية التي قامت بدورها في نشر هذا المبتكر لدى المدونين الجزائريين هي الانترنت ويليها التلفزيون بنسبة أقل بكثير في حين نلاحظ أن الصحافة المكتوبة لم تلعب أي دور في نشر هذا المبتكر بين المدونين الجزائريين.

ويرى "جون فال تاسيل" Joan Van Tassel أن تكنولوجيايات الاتصال، ويقصد هنا الانترنت تحديدا، تشجع وتسمح لبعض أنواع وأشكال الرسائل من الانتشار بسرعة أكثر من غيرها من الوسائل، ويضيف موضحا، قبل ظهور الانترنت كان هناك نموذجين للاتصال: الاتصال المواجهي أو البيئي والاتصال الجماهيري. الأول يتميز بأنه تفاعلي وقد يكون هذا التفاعل سريعا كما هو الحال بالنسبة للاتصال وجها لوجه أو الاتصال عبر الهاتف أو بطيئا كالاتصال عبر البريد مثلا. هذا النوع من الاتصال يضمن التبادل بين الأفراد والمجموعات الصغيرة ويتضمن الاتصال واحد مع واحد، واحد مع عدد قليل، ومجموعة قليلة مع مجموعة قليلة أخرى، إلا أنه لا يسمح بانتشار الرسائل أو الأفكار الجديدة إلى عدد كبير من الناس. بالمقابل، فإن وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الراديو، الصحف والمجلات) تكون أقل تفاعلية

<sup>1</sup> علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، سلسلة أطروحات الدكتوراه (53)، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2005، ص 228.



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

فتمرر رسالة واحدة لعدد كبير محتمل من الناس عبر أجهزة الاستقبال لكنها لا تضمن الحوار بين الأصدقاء حول رسائل بعينها وتبادل الآراء حول محتواها وبالتالي إمكانية الافتتاح بها. بوجود الانترنت، أصبح هناك تكنولوجيا اتصالية متعددة النماذج، بحيث كل أنواع التدفقات باتت ممكنة بالنسبة للرسائل والأفكار الجديدة، فهي المنبر الإعلامي الوحيد الذي يوفر للرسائل والأفكار من الكثير إلى الكثير (many to many) مفتاحا لتسهيل سرعة اتساعها وانتقالها من خلال إمكانية التفاعل بين الأفراد من جهة وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير من جهة أخرى.<sup>(1)</sup>

جدول رقم 17: الانتظام في التدوين لدى المدونين الجزائريين:

الانتظام في التدوين	التكرار	% النسبة
بانتظام؟	31	31%
دون انتظام؟	69	69%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (17) مدى انتظام المدونين الجزائريين في القيام بالتدوين ويتضح من خلال النتائج أن قرابة السبعين مدونا (69%) غير منتظمين في التدوين، في حين أن 31 مدونا فقط (31%) منتظمون في تحديث مدوناتهم وتغذيتها بتدوينات جديدة. وهذا يعني أن التدوين لا يعتبر من الممارسات الاتصالية الراسخة بالنسبة لثلاثي أفراد العينة فهو سلوك اتصالي يمارس بفترات متقطعة دون تحديد مسبق أو منظم، على الرغم من أن جل المدونين الجزائريين الذين تم استجوابهم هم من أشهر المدونين على ساحة التدوين الجزائري وتعود أسباب عدم الانتظام لعدة عوامل نفضلها في الجدول رقم (18).

<sup>1</sup> Joan Van Tassel: Going Viral: **Mass Media Meets Innovation**, The twenty-first-century media industry : economic and managerial implications in the age of new media, edited by John Allen Hendricks, LEXINGTON BOOKS, United Kingdom, 2010, p 84-86

ومع أن عدم الانتظام في التدوين لا يعني بالضرورة هجران المدونة بشكل تام فهناك من يقوم بإدارة المدونة ومتابعة ردود الأفعال حول التدوينات لكن يبقى دائما يطرح إشكال الاستمرارية والتحيين بالنسبة للمدونة ومدى قدرة هذه المدونة على كسب جمهور دائم ومتابع لما تقدمه من مواضيع.

وقد يرتبط التواتر في تحديث المدونات بنوع المدونة أو المجال الذي تدون فيه فالمدونات الإعلامية مثلا أو المدونات التي تهتم بالشأن العام تكون عادة الأكثر نشاطا لتغطيتها للأحداث الآنية ومجريات الحياة، في حين تكون المدونات المتخصصة في مجال علمي على سبيل المثال شبيهة بالكتب فصدورها غير منتظم ونشر أي موضوع يتطلب فترة زمنية لا بأس بها مراعاة للدقة والمراجعة.

ويؤثر تحديث المدونة المستمر كثيرا على جمهور المدونة وشعبيتها فالمدونات التي لا يتم تحيينها لفترة طويلة قد ينساها جمهورها حتى ولو كانت قيمة رغم أن خدمة RSS أصبحت توفر لمن يرتبطون بالمدونة القدرة على التعرف على كل جديد تصدره هذه الأخيرة على البريد الالكتروني بمجرد نشره ، لكن ليس كل متصفح المدونات مشتركين في هذه الخدمة مما يعني أن المدونة قد تخسر من بعضا من متابعيها.

ويرى أن الكتابة المختصرة للتدوينات حل أمثل لتكثيف أعداد المواضيع التي ينشرها المدون<sup>(1)</sup> فبدل أن يتم نشر موضوع يضاهاي الخمس صفحات مثلا على ملف وورد يمكن نشره بالتدريج على خمس مرات مراعاة لطبيعة القراءة المتعجلة لمتصفح الانترنت وريحا لمزيد من للتدوينات وبالتالي ضمان التواتر ودوام التواصل مع الزوار.

<sup>1</sup> Mark Briggs, op.cit, p 57.

جدول رقم 18: معدل الانتظام في التدوين:

النسبة %	التكرار		معدل الانتظام في التدوين
9.67%	3		أكثر من مرة في اليوم
19.35%	6		مرة كل يوم
25.80%	8		أكثر من مرة في الأسبوع
22.58%	7		مرة في الأسبوع
12.90%	4		مرتين أو أكثر في الشهر
9.67%	3		مرة في الشهر
100%	31		المجموع

تبعاً للجدول السابق فإن الجدول رقم (18) الذي يوضح معدل الانتظام في التدوين لدى

المدونين الجزائريين المنتظمين في ممارسة التدوين، فإن 25.80% (8 مدونين) و 22.58% (7

مدونين) من المدونين يدونون أكثر من مرة في الأسبوع ومرة في الأسبوع على التوالي.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

19.35% من المدونين نشيطون بمعدل مرة في اليوم وعددهم 6 فقط وثلاثة مدونين فقط يدونون أكثر من مرة في اليوم.

بالمقابل، 12.90% من المدونين النشيطين يدونون مرتين أو أكثر في الشهر و09.67% منهم يدونون مرة في الشهر.

ومن الملاحظ من خلال الإجابات أن النشاط التدويني لدى المدونين الجزائريين يغلب عليه الريتم الأسبوعي حيث تقدر نسبته إجمالاً (بين من يدون مرة في الأسبوع وأكثر من مرة في الأسبوع) بـ 49%.

وتتفق النتائج المتحصل عليها في دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة سهيلة بوضياف، والتي سبق الإشارة إليها، حيث استخلصت هذه الدراسة أن نسبة الذين يدونون يومياً تقدر بـ 15.93% وعددهم 29 مدوناً، بينما 62.10% من أفراد العينة يدونون مرة أو أكثر في الأسبوع وعددهم 113 مدوناً. غير أنها تختلف من حيث نسبة المدونين غير المنتظمين على التدوين إذ لا تزيد نسبتهم في عينة البحث المذكور عن 21.98% (1).

جدول رقم 19: أسباب عدم الانتظام في التدوين:

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 141.

أسباب عدم الانتظام في التدوين	التكرار	% النسبة
الكسل	14	20.28%
لدي انشغالات أخرى	54	78.26%
لا أجد دائما موضوعا للتدوين حوله	18	26.08%
لا أحب التقيد بالزمن	32	46.37%
أخرى أذكرها	8	11.59%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) والذي يبين أسباب عدم الانتظام في التدوين لدى المدونين الجزائريين أن السبب الرئيس لانقطاع المدونين الجزائريين عن ممارسة التدوين هو أن لديهم انشغالات أخرى وذلك بنسبة 78.26%، في حين أن قرابة النصف من أفراد العينة لا يحبون التقيد بالزمن (46.37%). 26.08% من المدونين لا يجدون موضوعا للتدوين في كل وقت و20.28% من أفراد العينة لا يدونون دائما بسبب الكسل.

ويربط تسعة من المدونين عدم انتظامهم في التدوين بحاجتهم لوقت كبير في نشر مواضيع متميزة وتحمل معلومات موثوقة وتوافق طلب الزوار أيضا. كما أن تعطل الكمبيوتر أو مشاكل الانترنت لها دور في تأخر النشر حسب مدونين (2) من أفراد العينة.

و الارتباط المرتفع لانشغالات المدونين بعدم انتظامهم في التدوين يثبت أن الحياة الواقعية للمدونين لا تزال تحول دون مشاركتهم في الحياة الافتراضية بشكل منتظم، ذلك أن التسهيلات التقنية لا تزال بعيدة عما تعرفه مجتمعات أخرى يتوفر لديها الربط بالانترنت وسرعة الاتصال في كل مكان تكون فيه، فالمدون الجزائري - ويمكننا تشبيهه هنا بحالة المنقف والكاتب والباحث الجزائري- لا يزال يشغله عن إنتاجه لقمة عيشه أو ضمان مستقبله الدراسي أو القيام بواجباته

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الاجتماعية الكثيرة جدا. وإذا أضفنا إليها، كما سبق ذكره، الصعوبات التقنية كانقطاع الانترنت المفاجئ وتعطل الجهاز وهي أسباب نجدها كثيرا على صفحات المدونين الجزائريين، بعد عودتهم لمدوناتهم، تصبح مسألة التدوين سلوكا اتصاليا ثانويا حتى لو كان مهما بالنسبة لصاحبه.

النتيجة الثانية في هذا الجدول، والتي يرجع فيها المدونين عدم انتظامهم في التدوين لعدم الرغبة بالتقيّد بالزمن توجي مبدئيا بنوعية المواضيع التي يكتبها المدونون، إذ أن عامل الزمن يكون مهما جدا في المدونات الحداثيّة"، كما يسميها الدكتور الصادق رابح، أو الإعلامية، أي المدونات التي تحتل بنقل ونشر الأحداث ويمارس هذا النوع التدوين ما يعرف بالمواطن الصحفي وعليه فإن هذا النوع من المدونات لا يكتسب مكانة كبيرة بين المدونات الجزائرية على خلاف بعض المجتمعات التي لعب فيها هذا النوع من الإعلام دورا كبيرا في تحريك الرأي العام وكشف حقائق لم تكن معروفة من قبل.

### جدول رقم 20: الوقت المستغرق في كتابة تدوينة:

الوقت المستغرق في كتابة تدوينة	التكرار	% النسبة
أقل من نصف ساعة	10	10%
0.5 - 1 ساعة	45	45%
2 - 3 ساعات	32	32%
4- 5 ساعات	6	6%
أكثر من 5 ساعات	6	6%
المجموع	99	100%

يبين الجدول رقم (20) الوقت المستغرق من طرف المدونين الجزائريين في نشر تدوينة ويوضح 45 % من المدونين أنهم يستغرقون ما بين نصف ساعة وساعة في كتابة ونشر تدوينة واحدة،

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

و32% منهم يستغرقون ساعتين إلى ثلاث ساعات في التدوين، في حين لا يحتاج 11% من أفراد العينة سوى أقل من نصف ساعة. 6% من المدونين يستغرقون 4 إلى 5 ساعات ونفس النسبة من العينة يستغرقون أكثر من 5 ساعات في التدوين.

في دراسة دان لي عن التدوين الأمريكي يوضح المبحوثون أنهم يستغرقون ما بين نصف ساعة وساعة لكتابة تدوينة وذلك بنسبة (42.5%)، (32.1%) منهم يستغرقون أقل من نصف ساعة للتدوينة الواحدة، و22.9% منهم يمضون ساعة أو ساعتين لإنهاء تدوينة، في حين 2.1% و0.4% يقضون ما بين أربع وخمس ساعات وأكثر من خمس ساعات على التوالي.<sup>(1)</sup>

وكما هو واضح من النتائج فإنها متقاربة إلى حد كبير مع ما توصلت إليه دراستنا وهو ما يثبت أن كتابة تدوينة على العموم، لا تأخذ وقتا كبيرا من صاحبها نظرا للسهولة التقنية التي تتميز بها إذ لا تتجاوز في المتوسط الساعة الواحدة ومع ذلك فإن هناك عوامل أخرى تتدخل لتحديد الحجم الساعي المطلوب لكتابة تدوينة حيث يتعلق الأمر أيضا بنوعية الموضوع الذي سيكتب عنه المدون: مذكرات شخصية، تحقيق صحفي، شعر، مقالة علمية.. الخ حيث أن كل نوع بالضرورة يتطلب فترة زمنية معينة تختلف عن غيره من أنواع الكتابات التي تنشر في أي مدونة.

كما أن سرعة الاتصال بشبكة الانترنت تلعب دورا في سرعة النشر ولعل هذا هو السبب الذي يجعل 32% من المبحوثين الأمريكيين يكتبون تدوينة واحدة في أقل من نصف ساعة في حين أن 10% فقط من المبحوثين الجزائريين يسهون تدويناتهم في نفس الوقت. أما دراسة سهلة

<sup>1</sup> Dan li, op. cit , p 68.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

بوضياف فقد استخلصت في هذا الصدد أن 42.86% من المدونين الجزائريين يقضون ساعة إلى ساعتين في التدوين و 23.63% يستغرقون أقل من ساعة في ذلك.<sup>(1)</sup>

جدول رقم 21: نية التدوين مستقبلا:

نية التدوين مستقبلا	التكرار	% النسبة
أن تزيد من ممارستك للتدوين؟	72	72%
أن تنقص من ممارستك للتدوين؟	1	1%
أن تبقى على ما أنت عليه؟	16	16%
أن تتوقف عن التدوين؟	0	0%
لا تدري	11	11%
المجموع	100	100%

بناء على نتائج الجدول رقم (21) فإن 72% من مدوني الجزائر المشاركين في الاستبيان يبنون الزيادة في ممارستهم للتدوين ويعتزم 16% منهم أن يبقوا على نفس الوتيرة التي هم عليها حاليا. 11 مدونين (11%) لم يقرروا بعد مستقبلهم التدويني في حين أن مدونا واحدا فقط يعتزم الإنقاص من ممارسته للتدوين. الملفت في هذه النتائج أن لا أحد من أفراد العينة ينوي التوقف عن التدوين مستقبلا.

ونجد أن هذه النية في زيادة التدوين لدى المدونين الجزائريين توضح الاهتمام المتزايد بهذه الظاهرة وتؤكد على الفوائد والتأثيرات الإيجابية التي خلفها هذا السلوك لدى المدونين بحيث أن العائد الجيد منها أدى إلى تولّد الرغبة لديهم بالاستمرار والزيادة من كثافة التدوين، بينما نجد أن 16% الراضون عن حجم التدوين لديهم حاليا لهم يدون يوميا وهذا يعني أنهم منتظمون في عاداتهم التدوينية ولا يحتاجون لتكثيفها.

<sup>1</sup>سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 143.



**المحور الرابع: أنماط التدوين لدى المدونين الجزائريين:**

جدول رقم 22: عدد المدونات التي يمتلكها المدونون الجزائريون:

عدد المدونات المملوكة	التكرار	% النسبة
مدونة واحدة	48	48%
مدونتين	32	32%
ثلاث مدونات	11	11%
أكثر من ثلاث مدونات	09	09%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول رقم (22) عدد المدونات التي يمتلكها المدونون الجزائريون أفراد العينة

واتضح من الإجابات التي أدلى بها المدونون أن قرابة نصف العينة لا يملكون سوى مدونة واحدة

ونسبة 32% لديهم مدونتين في حين يدون 11% منهم على ثلاث مدونات ويمتلك تسعة مدونين

9% أكثر من ثلاث مدونات.

وهو ما يقارب إلى حد كبير ما توصلت إليه الدراسة السابقة لسهولة بوضياف حول عدد

المدونات المملوكة من طرف المدونين الجزائريين حيث أن 53.29% من أفراد العينة المذكورة

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

يملك مدونة واحدة و23.62% يدونون على مدونتين بينما 23.07% منهم يملكون ثلاث مدونات فأكثر.

وامتلاك مدونة أو مدونتين بالنسبة للمدونين هو أمر طبيعي، حيث تعتبر المدونة الواحدة بمثابة وسيلة اتصالية في حد ذاتها وتتطلب من صاحبها التفرغ لإدارتها وتحديثها بشكل مستمر بالتدوينات حتى يضمن نجاحها، وعليه فإن امتلاك أكثر من مدونة لن يكون مفيدا للمدون إلا إذا تعددت الأغراض من التدوين ولم يكن بإمكانه تحقيقها كلها على مدونة واحدة كأن يخصص المدون مدونة للتخصص الذي يدرسه أو يعمل به (مدونة متخصصة) وأخرى يجعلها فضاء للتنفيس مع الأصدقاء والأهل فتكون شخصية.

وعادة يقوم بعض المدونين بإنشاء أكثر من مدونة لكنهم لا يهتمون إلا بواحدة وإنشاء المزيد من المدونات يكون إما بغرض التجريب، (اكتشاف منصة أو موقع جديد أو خدمات معينة)، التنوع في المواضيع، تغيير المنصة أو الموقع وبالتالي سيتم هجران المدونة القديمة على حساب الجديدة وغيرها من الأغراض. وكما سبق ذكره، فإن جل المدونين لا يهتمون بأكثر من مدونة، ولو كانوا يملكون العديد منها، إلا إذا تعددت أغراضهم وتنوع جمهورهم. ويصعب عادة إدارة وتسيير أكثر من مدونة بشكل ناجح إلا إذا توفرت الإمكانيات التقنية المناسبة (الربط بالانترنت سريع مثلا) والرؤية الواضحة بالنسبة لأهداف التدوين.

جدول رقم 23: المواضيع التي يتناولها المدونون الجزائريون:

النسبة %	التكرار	المواضيع التي يتناولها المدونون الجزائريون
45%	45	الشؤون المحلية
42%	42	المستجدات الدولية
56%	56	القضايا الاجتماعية
47%	47	السياسة والحياة العامة
9%	9	الرياضة
49%	49	الخواطر والتأملات
28%	28	الدين والإيمانيات
54%	54	التجارب الشخصية
52%	52	هواياتي واهتماماتي
48%	48	الثقافة والفن والأدب
18%	18	الاقتصاد وعالم المال والأعمال
44%	44	التكنولوجيا وعالم الانترنت
35%	35	عالم التدوين
34%	34	قضايا الإعلام
28%	28	مواضيع تعليمية
33%	33	قضايا تتعلق بمهنتي
9%	9	أخرى أذكرها

يمثل الجدول رقم (23) المواضيع المختلفة التي يتناولها المدونون الجزائريون في مدوناتهم وتثبت النتائج تنوع اهتمامات المدونين الجزائريين حيث أن هناك العديد من المواضيع التي حصلت على نسب متقاربة غير أن أكثرها اختيارا هي الاهتمام بمواضيع: القضايا الاجتماعية (56%) أولا، التجارب الشخصية (54%) ثانيا، هواياتي واهتماماتي (52%) ثالثا. أما نوعية المواضيع الأقل اختيارا فهي مواضيع الاقتصاد والمال والأعمال (18%) وأخيرا الرياضة (9%) وهي نتيجة تكاد تكون غير متوقعة تماما، حيث أنه من المعروف على

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الشعب الجزائري والشباب الجزائري تحديداً، والذي يشكل أغلبية بين المدونين الجزائريين، حبه الكبير واهتمامه غير الطبيعي بمتابعة الرياضة وخاصة كرة القدم وهو ما يدفعنا للقول أن المدونات هي فعلاً إعلام ووسيلة اتصالية بديلة بالنسبة لهؤلاء الشباب إذا ما قارنا هذا التجاهل من طرف المدونين لموضوع الرياضة بالاهتمام المكثف للإعلام الوطني بهذا الموضوع وخاصة كرة القدم في الآونة الأخيرة. بينما نجد أن اهتمام أكثر من نصف العينة منصّب على مناقشة القضايا الاجتماعية وهو ما يعني أن المدونين يفضلون ممارسة دور النقد الاجتماعي لما يلاحظونه ويعيشونه من سلوكيات اجتماعية في حياتهم الواقعية وهو يعكس أيضاً متغير ديموغرافي مهم توصلنا إليه في هذه الدراسة وهو المستوى التعليمي المرتفع لهؤلاء الشباب مما يجعل اهتماماتهم تكون أكثر وعياً وعمقا.

نلاحظ أيضاً أن مواضيع مثل السياسة وهي عادة ما تكون الأكثر تداولاً بين المدونين في مجتمعات أخرى قد حظيت هي الأخرى بنسبة معتبرة من الاهتمام لدى المدونين الجزائريين حيث يكتب في هذا المجال 47% من المدونين الجزائريين أفراد العينة.

إضافة إلى مجال الأدب والثقافة بشكل عام والذي يحظى باهتمام 48% من المدونين المبحوثين وهو ما يفسر صدور أكثر من كتاب لمدونين جزائريين الأمر الذي يعني ميول هته الفئة للكتابة المحترفة ومساهمة المدونات في إخراج مواهبهم إلى النور كما أن المدونات الجزائرية يسكن فيها عدد لا بأس به الكتاب والأدباء المعروفين أصلاً والذين اختاروا المدونات كوسيط لإعادة نشر كتاباتهم رغبة في التفاعل مع جمهورهم بشكل مباشر وكسراً لحاجز الوقت الضائع الذي عادة ما يعانون منه في نشر كتاباتهم ورقياً ونذكر على سبيل المثال الكاتب والصحفي كمال قرور، باديس قدارة، ومحمود عيشونة والشاعر سليمان جوادي وآخرون. فقد لجأ مثلاً الكاتب عمر بوزيية إلى نشر روايته "قبر يهودي" كاملة على مدونته، ولم يكتفي بذلك

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

بل نشر معها قراءتين للعمل نفسه، كما قام الصحفي كمال قرور بنشر بعض المشاريع الثقافية النظرية في مدونته "أفكار ضد الرصاص"<sup>(1)</sup>.

جدول رقم 24: خدمة الاستضافة المعتمدة:

النسبة %	التكرار	خدمة الاستضافة المعتمدة
74%	74	أعتمد على إحدى منصات التدوين
22%	22	استضافة ذاتية بالاعتماد على برمجيات مجانية
1%	1	استضافة ذاتية بالاعتماد على برمجيات تجارية
3%	3	أخرى أذكرها
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (24) خدمات الاستضافة التي يعتمد عليها المدونون الجزائريون في إنشاء وإدارة مدوناتهم وتبين النتائج أن 74% من عينة البحث يعتمدون على منصات التدوين والتي تكون مجانية وبقوالب جاهزة. بينما يدون 28% منهم بالاعتماد على استضافات ذاتية وبرمجيات مجانية. مدون واحد فقط من أفراد العينة يعتمد على استضافة ذاتية وبرمجيات تجارية. وإذا قارنا هذه النتائج مع نتائج الدراسة الأمريكية لدان لي نجد أن المدونين الأمريكيين يعتمدون بنسبة 44.3% على الاستضافة الذاتية باستخدام برمجيات مجانية blogging software بينما لا يتعدى مستعملي المنصات المجانية بينهم نسبة الـ 33.6% وهناك 20% ممن يستخدمون خدمات التدوين التجاري. وهنا يظهر الفرق في تطور التدوين بين البلدين حيث أن التدوين في الولايات المتحدة الأمريكية أصبح في مرحلته الاحترافية ويعتمد فيها المدونون على برمجيات تكاد تكون معقدة ومكلفة كبرمجيات ومتطلبات المواقع الالكترونية ذلك أن التدوين في

<sup>1</sup> الخبير شوار: الجزائريون يقتحمون المدونات ويسألون لماذا نحن أكثر احتشاما من العرب والآخرين؟، جريدة الشرق الأوسط، العدد 10368، الأربعاء 18 أبريل 2007، ص 18.

بلد مثل الولايات المتحدة الأمريكية لم يعد مجرد هواية يمارسها الشباب أو متفصلاً لحرية التعبير عن الناشطين بل يمكن أن يكون مصدراً للرزق وتتحول كلمة مدون إلى كلمة تعني وظيفة أو مهنة قائمة بذاتها.

لكن إذا رجعنا لمعطيات التدوين في الجزائر فهو لا يزال يخطو خطواته الأولى للنضج ولا تزال أعداد كبيرة حتى من متصفح الإنترنت لا تدرك أهميته وقدرته على التأثير كما أن مستعملي هذه الخدمة عادة ما يكونون بحاجة إلى وسيلة سهلة الاستعمال غير مكلفة التكاليف غير معقدة تقنياً وهذا ما يتوفر بشكل أكبر عند إنشاء مدونة على منصة منصات التدوين والتي أصبحت الآن منتشرة بشكل كبير وواسع سواء من مواقع متخصصة في هذا الشأن أو من مواقع متعددة الخدمات وتفتح المجال لزوارها بإنشاء مدوناتهم الخاصة. غير أن ما يعاب على هذا النوع من خدمات الاستضافة هو نقص الحرية التقنية وكذا الخوف على حرية المدون في التعبير عن آرائه، فالمدون مخير تقنياً بين عدة قوالب "جاهزة" تقدمها له المنصة أو الموقع المستضيف كما أنه قد يتعرض للمضايقة من طرف الشركة المسؤولة عن الموقع في بعض الحالات، وإن كانت مثل هذه المواقع تؤكد على عدم تدخلها فيما يكتبه المدونون إلا أن حالات معدودة تعرض لها بعض المدونين الجزائريين جدية بالذكر في هذا الصدد وهي توقيف مدونة المدون الجزائري يوسف الحساس أو يوسف بلعوج من طرف مدونات مكتوب بسبب شكوى قدمها أحد المدونين ضده بالقدف والسب والحالة الثانية للمدون الجزائري صاحب مدونة "الصح والنح" ومدونة من بلاد تلمسان حيث تم حجب مدونته على مدونات مكتوب أيضاً لمدة زمنية بحجة نشر صور فضيحة عن جرائم ارتكبها الفذافي ضد الشعب الليبي واعتبرها الموقع غير لائقة للنشر وقد تم إعادة نشر المدونة بعد حملة مساندة على الفايس بوك قام بها المدون.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

وبالنسبة للمواقع التي ينشئ عليها المدونون الجزائريون مدوناتهم المجانية فهي: موقع بلوغر العالمي والتابع لشركة غوغل العملاقة Blogger.com (31 مدونا)، موقع مكتوب العربي Maktoobblog.com (24 مدونا)، موقع وورد برس wordpress.com (7 مدونين)، موقع overblog.com (2 مدونين)، موقع ايلاف elaph.com (2 مدونين)، وثمانية مواقع أخرى يدون عليها ثمانية مدونين ممن اختاروا التدوين على منصة مجانية وهي متنوعة بين مواقع عربية وأخرى فرنسية لعل أشهرها: موقع جيران، موقع تدوين tadwen.com، موقع Skyrock.com، موقع blog.fr، موقع bloguez.com. والملاحظ أنه لا وجود لمنصات التدوين الجزائرية في عينة البحث وذلك رغم أن عينة العناوين التي تم جمعها في الدراسة الميدانية كانت تشتمل على العديد من الروابط لمدونات في منصات التدوين الجزائرية إلا أن معظمها يفتقر لوسيلة اتصالية تمكننا من مراسلة المدون والقلة القليلة التي تم مراسلتها لم يصلنا منها رد.

### جدول رقم 25: تقييم خدمة الاستضافة المستعملة:

النسبة %	التكرار		تقييم خدمة الاستضافة المستعملة
28.28%	28		جيدة جدا
46.46%	46		جيدة
22.22%	22		متوسطة
3.03%	3		ضعيفة
0%	0		ضعيفة جدا
100%	99		المجموع

من خلال الجدول رقم (25) الذي يبين تقييم المدونين الجزائريين لخدمة الاستضافة التي يعتمدون عليها، نلاحظ أن 46.46% من مدوني الجزائر الذين أجابوا على هذا الاستبيان يرون أن خدمة الاستضافة التي يستعملونها جيدة، ويرى 28.28% منهم أنها جيدة جدا، و23%

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

يعتقدون أنها متوسطة، و3.03% فقط من المدونين يقيمون خدمة الاستضافة التي يعتمدون عليها بالضعيفة.

وهذا ما يعكس درجة رضا عام حول خدمة الاستضافة المختارة من طرف المدونين سواء كانت منصة مجانية أو مدونة بنطاق مستقل (استضافة ذاتية).

وقد ذكر أكثر من ربع أفراد العينة أن الأسباب التي جعلتهم أو قد تجعلهم يغيرون خدمة الاستضافة التي يعتمدون عليها في تحرير مدوناتهم هي: مواجهتهم لمشاكل تقنية في منصات التدوين السابقة: كتقل ظهور الموقع، سوء شكل القوالب (موقع مكتوب)، ووجود الإعلانات (موقع جيران).. الخ، بحثهم عن المزيد من الحرية التقنية من خلال تحكم أكبر بالمدونة تقنيا وفنيا، الرغبة في التجريب والبحث عن الأفضل، فاعلية الموقع المستضيف من حيث تقديم خدمات أكثر جودة من حيث طريقة العرض والتفاعل على المدونة، كما أن مسألة أمن الشبكات تعد عاملا مهما بالنسبة للمدونين في اختيار المواقع المستضيفة لمدوناتهم مهما كانت طبيعتها.

### جدول رقم 26: المشاركة في مدونة جماعية:

المشاركة في مدونة جماعية	التكرار	% النسبة
نعم	31	31.31%
لا	68	68.68%
المجموع	99	100%

يبين الجدول رقم (26) مشاركة المدونين الجزائريين في التدوين على مدونات جماعية وتظهر النسب أعلاه أن أكثر من ثلثي المدونين لم يشاركوا في التدوين على مدونة جماعية



(68.68%) في حين أن حوالي ثلث المدونين ساهموا في الكتابة على مدونات جماعية (31.31%).

وتتعد أشكال المدونات الجماعية التي يمكن المشاركة فيها بين مدونة تجمع شلة من الأصدقاء ومدونة لناشطين يجتمعون لخدمة موضوع محدد أو مدونة لمؤسسة أو شركة..الخ. كما أن المساهمة قد تكون دائمة أو ظرفية بمعنى أن يشارك المدون ضمن مدونة خاصة بحدث معين مع كوكبة أخرى من المدونين ثم يتوقف عن ذلك مع نهاية الحدث.

وعلى العموم فإن المدونات الجماعية في العالم بأسره أقل من المدونات الفردية نظرا لطبيعة المدونات التي تعتبر تجربة تواصلية فردية أكثر منها جماعية، فدراسة herrings وآخرون عام 2004 لعينة بأكثر من مئتي مدونة أمريكية أظهرت أن 90 % من هذه المدونات هي مدونات فردية، وتذكر دراسة أخرى حول المدونات الجماعية بعنوان « blogging together » أن نسبة المدونات التي يحرر عليها مدونين فأكثر لا تتجاوز الـ20% كأقصى تقدير في عملية بحثية ضمن أكبر محركات البحث وتجمعات التدوين العالمية كموقع تكنوراتي technorati وراو (1).raw

غير أن التدوين الجماعي يبقى له ميزاته الخاصة التي تدفع المدونين للمشاركة فيه، حيث يعتبره البعض أكثر جودة وأقرب للعمل الإعلامي المؤسساتي من المدونات الفردية كما أن مدونات الناشطين التي تكون جماعية لها قوة كبيرة في التأثير وتتمتع بميزة الاستمرارية أكثر بما أن فريق عمل هو من يديرها وليس فردا واحدا قد يعيقه أي ظرف عن مواصلة نشاطه التدويني.

<sup>1</sup> Marti A. Hearst, Susan T. Dumais, op. cit, p 228.

جدول رقم 27: تقديم المدون لنفسه على مدونته:

تقديم المدون لنفسه على مدونته	التكرار	% النسبة
اسمك الكامل (الاسم واللقب)	69	69%
اسمك الشخصي فقط	12	12%
اسم مستعار	19	19%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول رقم (27) تقديم المدون لنفسه على مدونته، وتؤكد النتائج أن 69 % من المدونين يعرفون أنفسهم من خلال الاسم الكامل (الاسم واللقب) وهي نسبة تفوق بكثير نسبة الذين يعرفون أنفسهم من خلال الأسماء المستعارة 19 % والذي يستخدمون أسماءهم الشخصية وعددهم 12 ونسبتهم 12% من أفراد العينة.

وتخالف نتائج دراستنا ما توصلت إليه دراسة سهيلة بوضياف والتي جاء فيها أن 37.36% فقط من المدونين الجزائريين يدونون باستخدام أسمائهم الحقيقية في حين أن نسبة 62.64% منهم يدونون باستخدام أسماء مستعارة.<sup>(1)</sup> ولعل السبب يرجع هنا إلى قلة العنصر النسوي في عينة بحثنا (وهو توزيع أقرب للواقع التدويني كما سبق بيانه) مقابل نسب متقاربة بين الإناث والذكور المشاركين في الدراسة الثانية. وكما هو معروف، فإن الإناث هن عادة من يلجأن بشكل أكبر لاستخدام الأسماء المستعارة في عالم الانترنت والدليل على ذلك أن حوالي 75% من

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 148.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الإناث في الدراسة السابق ذكرها هن ممن اخترن التدوين بأسماء مستعارة مقابل نسب أقل بكثير بالنسبة للذكور الذين يستخدمون أسماء مستعارة .

وتتوافق نتائج دراستنا من حيث تقديم المدونين الجزائريين لأنفسهم لما جاء في دراسة الدكتور أحمد حسين حول ظاهرة المدونات في العالم العربي حيث أظهرت الدراسة أن 76.7% من المدونين العرب أفراد العينة يعلنون عن هويتهم الحقيقية بذكر أسماءهم الصريحة في مدوناتهم، في حين أن 28.2% منهم يفضلون الكتابة بأسماء مستعارة (1) ولعل الأمر يرتبط بدوافع التدوين لدى العينتين أولاً ومواضيع التدوين كذلك ، حيث توصلت كلا الدراستين إلى أن الدوافع الاجتماعية (التفاعل الاجتماعي) هي الأكثر تحفيزاً لدى المدونين من أجل ممارستهم نشاطهم التدويني كما أن التدوين حول القضايا الاجتماعية قد ترأس الاهتمامات التدوينية لدى العينتين في كلتا الدراستين وهو ما يشير إلى ارتباط اختيار الاسم الحقيقي للمدون بدوافعه التدوينية وكذا بالمواضيع التي يهتم بها في مدونته.

وفي العالم الغربي نجد أن دراسة دان لي تؤكد نفس التوجه لدى المدونين الأمريكيين بالكتابة من خلال أسمائهم الحقيقية وذلك بنسبة 52.1% في حين تكتب نسبة 16.8% منهم بأسمائها الحقيقية مع وجود تغييرات (variant of real name) كأن يكتب الفرد مثلاً باسمه الشخصي ويضيف له اسماً آخر مستعار، و30.4% من أفراد عينة هذه الدراسة يدونون بأسماء مستعارة.(2) وتشير العديد من الدراسات الأجنبية إلى أن البيانات التي تنشر على المدونات تنشر تقريباً ما بين 33% إلى 70% من معلومات المدونين الشخصية من بينها أسماءهم الحقيقية.(3)

جدول رقم 28: أسباب تقديم المدون لنفسه باسمه الكامل:

<sup>1</sup> أحمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>2</sup> Dan li, op. cit, p 71.

<sup>3</sup> Rosanna E. Guadagno, Bradley M. Okdie, Cassie A. Eno : **Who blogs? Personality predictors of blogging**, Computers in Human Behavior, 24, 2007, p 1994. Available at : [http://osil.psy.ua.edu/pubs/GuadagnoOkdieEno\\_CHB07.pdf](http://osil.psy.ua.edu/pubs/GuadagnoOkdieEno_CHB07.pdf)

أسباب استخدام الاسم الكامل	التكرار	% النسبة
شخصيتي واحدة واقعيًا وافتراضيًا	06	8.69%
أريد أن أعرف نفسي وأفكاري	09	13.04%
حماية لحقوق الملكية الفكرية	08	11.59%
أكره الكتابة بالاسم المستعار	06	8.69%
من أجل كسب المصداقية والثقة	06	8.69%
لا يوجد سبب للاختفاء	14	20.28%
لطبيعة مهنتي والمواضيع التي أتناولها	09	13.04%
دون سبب محدد/ لا إجابة	10	14.49%
أسباب أخرى	04	5.79%
المجموع	69	100%

يمثل الجدول رقم (28) أسباب تقديم المدون لنفسه باسمه الكامل، وقد بينا في الجدول السابق أن أكثر من ثلثي العينة يدونون باستخدام اسمهم الكامل وقد كان لهؤلاء أسباب مختلفة في تقديم أنفسهم بهته الطريقة ومتنوعة، ف20.28% من المدونين لا يجدون سببا منطقيا للاختفاء خصوصا وأن العديد منهم يكتب لجمهور معروف بالنسبة لهم وهم الأصدقاء والمعارف لذا لا داع للاختباء وراء أسماء أخرى غير أسمائهم ، في حين أن 14.49 % كانت إجاباتهم بأنه لا يوجد عندهم سبب محدد لهذا الاختيار وهناك من لم يجب على هذا السؤال لكن الباحث ارتأى أن يعتبر الأمر بمثابة إجابة على السؤال لأننا عندما حاولنا استكمال بعض الإجابات الناقصة في استمارات الاستبيان وجدنا أن العديد من المدونين يردون بالقول "لم أجب لأنه ليس لدي مبرر بعينه، فقط هو اختياري". وبالتالي فإن الامتناع عن الإجابة هو في حد ذاته رد على السؤال.

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

ومع ذلك فإن نسبة 13.04% من المجيبين على هذا السؤال يبررون اختيارهم بأن هدفهم منه هو التعريف بأنفسهم وبأفكارهم، أي أنهم يسعون إلى التسويق الشخصي، فهذه النسبة من المدونين ترغب في أن تصل أفكارها ومواهبها لجمهورها وترغب في أن يعرف المتصفح بأنها صاحبة هذه الأفكار أو الإنتاج. وأجابت نفس النسبة من المدونين المستجوبين بأنهم يكتبون بأسمائهم الكاملة (لقب واسم) لطبيعة مهنتهم وطبيعة المواضيع التي يتناولونها وجل من برر اختياره بهذا الشكل هم من الصحفيين والأساتذة، فحتى يحصل الصحفي على المعلومة وربما سبق الصحفي ويتمكن من التواصل الجيد مع جمهوره لابد له أن يعرف بنفسه بصفة مباشرة وصرحة. كما أن الأساتذة والباحثين الذي يتواصلون مع طلبتهم ومع بقية زملائهم يحتاجون للتعريف بهويتهم الحقيقية خصوصا وأن مدوناتهم عادة ما تكون مصدرا للمعلومة العلمية التي تحتاج إلى هوية كاتبها الحقيقية حتى يمكن استغلالها كمصدر موثوق علميا.

السبب الرابع من حيث الأهمية في اختيار الاسم الكامل للتدوين به على صفحات المدونة هو حماية حقوق الملكية الفكرية للكاتب والمدون وهو أمر مهم جدا ومقلق في نفس الوقت في عالم الانترنت وقد اختارت هذه الإجابة نسبة 11.59% من المدونين.

جدول رقم 29: أسباب تقديم المدون لنفسه باسمه الشخصي:

أسباب استخدام الاسم الشخصي	التكرار	% النسبة
اسمي الشخصي كاف للتعريف بي	04	40%
اسمي مركب بين الحقيقي والمستعار	02	20%
عدم الثقة في عالم الانترنت	02	20%
دون سبب محدد	03	30%
أسباب أخرى	01	10%
المجموع	10	100%

يبين الجدول رقم (29) أسباب المدونين في اختيار اسمهم الشخصي فقط كوسيلة لتقديم أنفسهم أمام جمهورهم على المدونة. ورأى أربعة مدونين (40%) ممن اختاروا هذه الإجابة أن اسمهم الشخصي كاف للتعريف بهم ولا يثق اثنان من المدونين بعالم الانترنت وهو ما دفعهم للاحتفاظ باسم العائلة دون نشر على مدوناتهم في حين أن ثلاثة مدونين من أصل عشرة يدونون باسمهم الشخصي ليس لديهم سبب محدد لهذا الاختيار. وتغلب الكتابة بالاسم الشخصي عادة على المدونات الشخصية وعلى مدونات المراهقين ولذلك نجد نسبتها منخفضة في عينة بحثنا ذلك أن معظم المدونين هم من الشباب والشباب الجامعي تحديدا فإما أن يكتبوا بأسمائهم الكاملة وإما ان يختاروا التخفي بشكل تام وذلك أسباب نتعرف عليها في الجدول الموالي.

جدول رقم 30: أسباب تقديم المدون لنفسه باسم مستعار:

النسبة %	التكرار	أسباب استخدام الاسم المستعار
26.31%	05	من أجل الخصوصية
5.26%	01	عدم الثقة في عالم الانترنت
10.52%	02	عدم وجود حرية للتعبير
47.36%	09	دون سبب محدد / لا إجابة
10.52%	02	أسباب أخرى
%100	19	المجموع

يمثل الجدول رقم (30) أسباب تقديم المدونين لأنفسهم بأسماء مستعارة وهنا نجد أن 47.36% من المدونين قالوا بأنه ليس لديهم سبب محدد لذلك أو امتنعوا عن الإجابة والنسبة المرتفعة نوعا ما توحى بالتحفظ الذي يتعامل به المدونون الذين يستخدمون أسماء مستعارة. وتعتبر نسبة 26.31% من هؤلاء أن استعمالهم للأسماء المستعارة راجع لحماية الخصوصية l'anonymat وهي مسألة باتت مهمة عند متصفح الانترنت كثيرة ومنتشرة خاصة عند ما يعرف بالنشطاء، كما أنها مرتبطة برغبة الفرد في الانفصال عن مجتمعه الأصلي بالتخلص منه على العالم الافتراضي وضمان عدم ملاحقته له ومعرفة أفكاره التي قد تكون مناقضة لما يفكر به المقربون منه أو عائلته.. الخ.

جدول رقم 31: الصورة التعريفية على المدونة:

النسبة %	التكرار	الصورة التعريفية على المدونة
57.57%	57	صورتك الشخصية؟
42.42%	42	صورة مستعارة؟
100%	99	المجموع

يبين الجدول رقم (31) نوع الصور التعريفية التي يستعملها المدونون الجزائريون على مدوناتهم، فهناك 58 مدونا بما يعادل نسبة 58 % منهم ينشرون صورهم الشخصية كصور تعريفية لهم وهي نسبة تفوق نسبة الذين يعتمدون على صور مستعارة كصورة للبروفائل profile image على مدوناتهم إذ يقدر ب42 مدونا في حين أن المدون الوحيد الذي لم يجب على هذا السؤال لا يضع على مدونته صورة تعريفية بالأصل.

ونلاحظ هنا أن نسبة مستخدمي الصور المستعارة مرتفعة مقارنة بنسبة مستخدمي الاسم المستعار في الجداول السابقة، فجل المدونين لا يجدون حرجا في نشر أسمائهم على مدوناتهم لكنهم لا ينشرون صورهم الشخصية عليها وهذا قد يعود إلى طبيعة المجتمع الجزائري المحافظ إلى حد ما، كما يمكن ربطها بما يدور من حديث دائما عن خطر نشر الصور الشخصية على الانترنت وبالأخص على الشبكات الاجتماعية. ويمكن إسناد الأمر أيضا إلى أسباب عملية في نشر الاسم الكامل كالتعريف بالمدون، كما سبق ذكره، وحماية حقوق الملكية الفكرية غير ان نشر الصورة الشخصية قد لا تكون خطوة عملية بالضرورة. ومع ذلك فإن نسبة الذين ينشرون صورهم الشخصية تزيد عن نصف العينة وهي نسبة معتبرة تؤكد انفتاح أفراد العينة على التواصل المفتوح والرغبة في التفاعل الاجتماعي مع جمهور المدونات وعالم الانترنت بشكل عام.

جدول رقم 32: نشر الخصوصيات على المدونة:



النسبة %	التكرار	نشر الخصوصيات على المدونة
6%	6	ما أنشره على مدونتي خصوصي جدا
42%	42	ما أنشره على مدونتي نوعا ما خصوصي
52%	52	لا أنشر أي شيء يتعلق بحياتي الخاصة
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (32) مدى نشر الخصوصيات على المدونة، وهنا نلاحظ أن 52% من العينة يقولون أنهم لا ينشرون أي شيء يتعلق بحياتهم الخاصة، وقرابة النصف الآخر من المدونين 42% يقولون أن ما ينشرونه على مدوناتهم نوعا ما خصوصي، في حين أن ستة مدونين فقط يقولون أن ما ينشرونه على مدوناتهم خصوصي جدا.

وبالعودة إلى الجدول رقم (21) الخاص بالمواضيع التي يتناولها المدونون الجزائريون فإننا نجد أن المواضيع العامة أو التي تقدم خدمة عامة، إن صح التعبير، تمثل نسبة معتبرة من مجمل المواضيع التي يدون حولها المدونون الجزائريون وهو ما يمكن ربطه بعدم نشر أزيد من نصف أفراد العينة لأي شيء يتعلق بحياتهم الخاصة حيث تتجه مواضيعهم إلى القضايا الاجتماعية والثقافة والسياسة وغيرها وهو ما يجعلهم في غنى عن الخوض في حياتهم الشخصية.

بالمقابل هناك 54% من المدونين صرحوا بأنهم يدونون حول تجاربهم الشخصية في الحياة وهو ما يجعل من الطبيعي أن يتطرقوا إلى بعض خصوصياتهم أو يرووا عن حياتهم الشخصية بإسهاب كما أورد ستة من المدونين الجزائريين.

جدول رقم 33: اللغات المستخدمة في التدوين:

النسبة %	التكرار	اللغات المستخدمة في التدوين
83%	83	اللغة العربية الفصحى
21%	21	اللغة العامية الجزائرية
6%	6	اللغة الأمازيغية: قبائلية، شاوية، مزابية....
28%	28	اللغة الفرنسية
19%	19	اللغة الانجليزية
3%	3	لغة أخرى أذكرها

كما هو ملاحظ في الجدول رقم (33) فإن أفراد العينة يدونون باللغة العربية بالدرجة الأولى بنسبة 83%، ثم تليها اللغة الفرنسية بنسبة 28%، ثم تليها اللهجة أو اللغة العامية الجزائرية بنسبة 21%، وبعدها اللغة الانجليزية بنسبة 19%، في حين أن اللغة الأمازيغية كالقبائلية أو الشاوية لا يتم التدوين بها إلا عند 3% من أفراد العينة.

وعلى عكس الدراسة السابقة لسهولة بوضياف فإن الدراسة التي بين أيدينا تبرز فرقا كبيرا في كم التدوين باللغة العربية واللغة الفرنسية، حيث يطغى التدوين العربي على نظيره الفرنسي في حين أن 45.37% من عينة البحث في الدراسة السابقة هي لمن يدون باللغة العربية و40.97% من المدونين يدونون باللغة الفرنسية.<sup>(1)</sup>

ومع ذلك فإنه من الصعوبة بمكان، القول أن التدوين باللغة العربية مثلا أكبر من التدوين باللغة الفرنسية في واقع الفضاء التدويني الجزائري، وذلك راجع أولا لعدم القدرة على إحصاء المدونات الجزائرية بشكل عام وتشتتها في منصات وروابط عديدة وأيضا إلى أننا وأثناء

<sup>1</sup> سهولة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 169.

عملية جمعنا لروابط المدونات الجزائرية في المرحلة الميدانية من البحث تحصلنا على عدد كبير من روابط المدونات باللغة الفرنسية يضاهاى إلى حد كبير عدد المدونات باللغة العربية لكننا لم نتلقى ردا على أسئلة الاستبيان هته.

وتجدر الإشارة إلى أن 63 % من المدونين يدونون بلغة واحدة، 21 % يدونون باستخدام لغتين، و12% يدونون باستخدام ثلاث لغات في حين يدون أربع مدونين بأكثر من ثلاث لغات. أما عن أسباب اختيار لغة دون أخرى كلغة للخطاب والتواصل والتعبير في المدونة فالأسباب تختلف على حسب مجال التدوين وقدرات المدون وأهدافه وبعض المعطيات الأخرى، فالمدونون الذين يدونون باللغة العربية لديهم أسباب من أهمها: أنها اللغة الأم، وهناك من لا يجيد غيرها، كما أن هناك من يهدف للارتقاء بها في عالم الانترنت لتتنافس بقية الدول من حيث كثافة استخدامها الكترونيا وكذا الرغبة في الارتقاء بالمحتوى العربي على مستوى الشبكة كما ونوعا.

بالنسبة للهجة العامية هناك من يستخدمها كدعامة للغة العربية بحيث تتطلب بعض المواضيع التي تمس الواقع والمواطن الجزائري بعض المصطلحات والتعبيرات العامية حتى يصل المعنى بشكل واضح للجزائريين على حد قول أحد المدونين.

اللغة الفرنسية قد تكون لغة العمل وهي اللغة التي يتقنها عدد كبير من الجزائريين كما أن هناك من درس أو عمل بهذه اللغة وبالتالي فهو يتقنها ويتقن التعبير بها أحسن من غيرها. بالنسبة للغة الانجليزية هناك من يحبها كما أنها لغة التقنية وهي الأكثر انتشارا بين أنحاء العالم لذا يستخدمها بعض المدونين الجزائريين لتوصيل رسالتهم وأفكارهم لغير الجزائريين والعرب.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

بقي أن نقول أن الأمازيغية هي اللغة الأقل استخداما بين اللغات الأخرى وقد يكون ذلك لقلة جمهورها وبالتالي يتم تجنبها وكذا قلة المدونين الذين يتقنون هذه اللغة من بين مدوني الجزائر.

جدول رقم 34: مصادر التدوين لدى المدونين الجزائريين:

مصادر التدوين	التكرار	% النسبة
وسائل الإعلام التقليدية	39	39%
الكتب	48	48%
تجاربك وثقافتك الشخصية	89	89%
المواقع الالكترونية	64	64%
مدونات الآخرين	39	39%
أخرى أذكرها	8	8%

الجدول رقم (34) يوضح المصادر التي يستعين بها أفراد العينة في قيامهم بالتدوين، والمصدر الرئيس حسب البيانات أعلاه هو تجارب المدون وثقافته الشخصية وذلك بنسبة 89%، ثم المصدر الثاني: المواقع الالكترونية بنسبة 64%، ثم تليها مصادر ثانوية أخرى وهي بالترتيب: الكتب 48%، وسائل الإعلام التقليدية 39%، ومدونات الآخرين بنسبة 39%.

واختيار المدونين للثقافة والتجارب الشخصية كمصدر رئيس وأول للتدوين وبهذه النسبة العالية يعطي الانطباع أن كتابة المدونات لدى أفراد العينة هي ارتجالية ومعتمدة على أسلوب المدون الخالص وليس على أسلوب النسخ واللصق والذي كثيرا ما تم انتقاده كظاهرة سلبية في المنتديات العربية وحتى في المدونات الناشئة بينما نجد هنا ومن خلال إجابات المدونين وتصفح العديد من مدونات أفراد العينة أن المدونين يعتمدون على رصيدهم الثقافي والمعرفي وكذا خبرتهم وتجاربيهم اليومية في مجال عملهم أو دراستهم لتزويد المدونة بالمواضيع المناسبة لأهدافها

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المسطرة. وتؤكد دراسة علمية أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية على عينة من المدونين الأمريكيين أن نسبة 78% من أفراد العينة يؤكدون أن الخبرات الشخصية كانت أكثر الأشياء إلهاما لهم عند قيامهم بالتدوين، حيث كثيرا ما يستلهم المدونون بالأشياء التي تحدث لهم، أو تلك التي يقومون بفعلها أو بقراءتها أو بملاحظتها لمشاركتها مع جمهور المدونة.<sup>(1)</sup>

وفي دراسة "استخدامات المدونات الجزائرية" للطالبة سهيلة بوضياف استخلصت الدراسة أن 26.84% من أفراد العينة يعتمدون على مواقع الانترنت كمصدر لهم في التدوين و 23.16% يعتمدون على ثقافتهم ومعارفهم العامة، و 12.50% يعتبرون المدونات مصدرا لهم من أجل كتابة تدويناتهم<sup>2</sup> وهذه النتائج تقودنا إلى ملاحظة أخرى حول هذا الموضوع هي:

الملاحظة الثانية في هذا الجدول أن مدونات الآخرين جاءت كمصدر رابع للمدونين الجزائريين مع وسائل الإعلام التقليدية والتي تستقى منها المعلومة وهو ما يعني أنها أصبحت منافسا لا يستهان به في هذا المجال في مقابل تراجع الدور التأثيري للتلفزيون كمصدر للمعلومة وكموجه للرأي خاصة بالنسبة لرواد الانترنت والدليل على ذلك أيضا أن 63% من أفراد هذه العينة يعتمدون على المواقع الالكترونية كمصدر للمعلومات وهي تسبق بذلك الإذاعة والتلفزيون والجريدة والمجلة..

ويذكر الدكتور عصام منصور العديد من العوامل والأسباب التي تجعل من المدونات

الالكترونية مصدرا جديدا ومهما للمعلومات، نذكر منها:<sup>(3)</sup>

- خصوبة الأفكار والآراء وتعدد وجهات النظر.
- تنوع أشكال المعلومات بين النص والصوت والصورة.

<sup>1</sup> عصام منصور: المدونون صورة للرواة الجدد على الانترنت، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثاني، مايو 2008، ص 132.

<sup>2</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 163.

<sup>3</sup> عصام منصور، المدونات مصدرا للمعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 109.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- تراكم المعلومات وزيادتها بشكل مستمر وسريع.
- حداثة المعلومات وقابليتها للإضافة والحذف والتعديل.
- المشاركة والتفاعل (سواء مع مؤلف المدونة أو أصحاب المداخلات).
- المرونة في التعامل مع المعلومات، من حيث تصفحها وقراءتها وحفظها رقميا وتطويرها في برامج أخرى، وكذلك من حيث إرسالها أو تبادلها مع آخرين بجانب سهولة طبعتها وتخزينها.
- إمكانية الاقتباس والاستشهاد.
- امتلاكها لروابط ووصلات ذات صلة بالموضوع، مما يقوي من خصوصية المعلومات.
- الاحتفاظ بأرشيف المداخلات السابقة.

جدول رقم 35: التدريب على التدوين:

التدريب على التدوين	التكرار	% النسبة
نعم	16	16%
لا	84	84%
Total	100	100%

الجدول رقم (35) يوضح اعتماد المدونين الجزائريين على التدريب للقيام بالتدوين، ويبين الجدول أن 84% من مدوني الجزائر لم يتدربوا على كيفية التدوين، في حين أن 15% منهم استعانوا بالتدريب من أجل إنشاء أو إدارة مدوناتهم الالكترونية. وهي نتيجة تتوافق مع ميزة من أهم ميزات التدوين الالكتروني ألا وهي البساطة التقنية حيث أن الإقبال الكبير على إنشاء المدونات في العالم بأسره لم يكن بهذه الصورة المتكاثرة بشكل "فيروسي" إلا بسبب قدرة رواد الانترنت على التعامل مع هذه الخدمة تقنيا بسهولة وحرية كبيرتين، فبعد أن كان إنتاج المعلومة الكترونيا حكرا على المبرمجين والمطورين وأصحاب الخبرة في هذا المجال بات الأمر متاحا لكل

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

من يعرف كيف يرسل بريدا الكترونيا لأصدقائه أو زملائه، فتحضير تدوينة الكترونية أشبه بما يكون كتابة رسالة بريد الكتروني.

وعلى الرغم من أن السهولة التقنية كانت من أهم الأسباب في انتشار المدونات ومن أهم الدوافع لإنشائها من طرف الكثيرين في مناطق مختلفة من العالم إلا أنها وبتطورها السريع على مستوى الكم والنوع تكاد تعود إلى تعقيدات التقنية بسبب الإضافات التي يتم تدعيمها بها في كل مرة وأصبحت تقترب شيئا فشيئا لشكل المواقع الالكترونية وعادة ما تكون هذه المدونات محل اهتمام المدونين المحترفين الذين قرروا أن يمتهنوا التدوين.

جدول رقم 36: نوع التدريب المعتمد:

النسبة %	التكرار		نوع التدريب المعتمد
6%	1		التحقتَ بدورة تدريبية
0%	0		بواسطة صديق لديه خبرة في التعامل مع المدونات
94%	15		بمفردك، بالاعتماد على بعض المصادر ثم التجريب
0%	0		وسائل أخرى أذكرها
100%	16		Total

يبين الجدول رقم (36) نوع التدريب المعتمد من طرف المدونين الذين قالوا أنهم قاموا بالتدريب على التدوين، وتبين النتائج أن 15 مدونا من أصل 16 قاموا بالتدريب بمفردهم واعتمادا على مصادر معينة ثم التجريب، مما يؤكد مرة أخرى سهولة التعامل مع المدونات الالكترونية. ومدون واحد فقط التحق بدورة تدريبية وكانت الدورة خارج الوطن حيث قدمت له من طرف مركز الجزيرة للتدريب والتطوير وكانت الدورة في مجال إدارة المدونات من الناحية التحريرية والتواصلية مع الجمهور بأسلوب محترف وليس في مجال إنشائها وإدارتها تقنيا.

#### المحور الخامس: تفاعل المدونين الجزائريين مع جمهور المدونات:

جدول رقم 37: الجمهور المستهدف من التدوين:



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الجمهور المستهدف من التدوين	التكرار	% النسبة
لا أستهدف أحدا، أكتب لنفسي	11	11%
أصدقائي ومعارفي	32	32%
المدونون مثلي	38	38%
أهل التخصص	41	41%
سكان منطقتي	11	11%
الشباب	38	38%
المسؤولون وأصحاب القرار	25	25%
الجمهور العام	77	77%
جمهور خاص (أطباء، مرضى، طلبة..)	9	9%
جمهور آخر أذكره	6	6%

يبين الجدول رقم (37) الجمهور المستهدف من طرف المدونين الجزائريين عبر مدوناتهم، وتوضح الأرقام المحصل عليها أن معظم المدونين يتوجهون إلى الجمهور العام بنسبة 77%، ومع ذلك فهم يتوجهون أيضا إلى أهل التخصص في المجال الذي يدونون فيه وذلك بنسبة 41%، المدونون الآخرون والشباب مستهدفون بنسبة 38%، كما أن الأصدقاء والمعارف يعتبرون جمهورا لـ 32% من أفراد العينة، في حين لا يتوجه سوى 25% من المدونين للمسؤولين وأصحاب القرار بكتاباتهم التدوينية. ونسبة 11% من المدونين يقرّون أنهم لا يستهدفون أحدا بل يكتبون لأنفسهم. بينما يحدد بدقة 9 من المدونين (9%) جمهورا خاصا مستهدفا لتدويناته كالكتابة للطلبة بالنسبة للأساتذة والتوجه للمرضى بالنسبة للأطباء الذين يكتبون في مواضيع طبية.. الخ.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

والتوجه للجمهور العام بهذه النسبة العالية راجع على الأغلب إلى الفكرة التي يتم تداولها بأن الانترنت مفتوح على الجميع وما يكتب أو ينشر يقرأه الجميع وبالتالي فإن من يكتب من المدونين يضع في حسبنا أن عددًا غير محدود أو معلوم من القراء سيقروا مدونته، وهو ما قد يعود بالسلب إلى حد ما على نوعية التدوينات التي يكتبها المدونون، بحيث تدفع بالمدون إلى الكتابة في أمور شتى دون تحديد مجال محدد أو هدف بعينه وبالتالي يتشتت في مواضيع عدة، وهو ما سبق تبيانه أيضا من خلال الجدول رقم 20 الخاص بمواضيع التدوين، في حين أن الخبراء في الكتابة على الانترنت أو حتى الكتابة الإعلامية يؤكدون على أن العصر هو عصر التخصص وتشظي الجمهور أي تجزئته إلى مجموعات صغيرة وصغيرة جدا مما يتطلب رسائل اتصالية وإعلامية دقيقة ومتخصصة جدا ومتوجهة إلى فئات بعينها.

وما يمكن إضافته حول هذا الجدول أيضا أن المدونين يهتمون بالتواصل البيئي فيما بينهم بشكل ملفت ف38% من أفراد العينة يكتبون لغيرهم من المدونين مما يؤكد أهمية التواصل البيئي فيما بينهم كمجتمع تدويني مترابط ومتفاعل وله علاقات وارتباطات خاصة.

بالمقابل وعلى الرغم من أن نسبة 47% من المدونين الجزائريين يكتبون حول السياسة والحياة العامة، و45% منهم يدونون حول الشؤون المحلية إلا أن من يستهدف المسؤولين وأصحاب القرار منهم بكتاباته لا تتعدى نسبته 25% في حين أن 11% منهم فقط من يعتبر سكان منطقته كجمهور مستهدف له وهو ما يعني أن التدوين المحلي لا يحظى باهتمام كبير لدى المدونين الجزائريين بل إن الكتابة في هذا الشأن لا تتعدى أن تكون تنفيس عن الذات. مع العلم أن هذا النوع من التدوين قد أثبت فاعليته الكبيرة في بعض البلدان من أجل تطوير التنمية المحلية وتحسين أوضاع المواطنين في مناطقهم السكانية، لكن إذا أخذنا بعين الاعتبار أن معظم المسؤولين المحليين لا يهتمون بالتكنولوجيات الحديثة ولا حتى بسبل التواصل التقليدية بالمواطن

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

فيمكننا القول أن التدوين في الجزائر أبعد ما يكون في الفترة الحالية عن أداء دور مهم في التنمية المحلية إلا إذا تغيرت المعطيات المتوفرة حاليا.

جدول رقم 38: متابعة إحصائيات المرور على المدونة من طرف الزوار:

متابعة إحصائيات مرور الزوار على المدونة	التكرار	% النسبة
دائما	42	42%
غالبا	25	25%
أحيانا	24	24%
نادرا	6	6%
أبدا	3	3%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (38) مدى متابعة المدونين الجزائريين لإحصائيات المرور على مدوناتهم من طرف الزوار، والعدد الأكبر من المدونين يتابعون الإحصائيات دائما بنسبة 42%، 25% من المدونين يتابعونها غالبا، و24% منهم يتابعونها أحيانا. نسبة 6% من المدونين لا يهتمون بالمتابعة إلا نادرا في حين 3% منهم لا يتابعون إحصائيات المرور أبدا.

والأرقام المسجلة في هذا الجدول تثبت بما لا يدعو للشك الاهتمام الكبير بكسب جمهور أكبر من طرف المدونين الجزائريين وذلك من خلال المتابعة المستمرة لإحصائيات المرور على المدونة بنسبة تقارب السبعين في المائة بين من يتابع الأمر غالبا ودائما. والملفت أنه في جدول سابق (الجدول رقم 17) أكد 69% من المدونين الجزائريين أنهم لا يدونون بشكل منتظم أي أنهم يزودون مدوناتهم بالمواضيع على فترات متقطعة غير أن العديد منهم، كما نلاحظ في هذا

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الجدول، يتابعون إحصائيات المرور على مدوناتهم مما يعني أنّ انقطاعهم عن التدوين لا يعني بالضرورة انقطاعهم عن المدونة وعن زيارتها والتفاعل مع زوارها كما سيتم بيانه فيما يلي من جداول.

جدول رقم 39: السماح بالتعليقات على المدونة:

النسبة %	التكرار		السماح بالتعليقات على المدونة
96%	96		نعم على كل المواضيع
4%	4		نعم على مواضيع دون أخرى
0%	0		لا
100%	100		المجموع

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

كما يوضح الجدول رقم (39) المتعلق بالسماح بالتعليقات على المدونة فإن معظم المدونين الجزائريين يسمحون بالتعليقات على مدوناتهم في كل المواضيع (96%) في حين يسمح أربعة منهم بهذه الخدمة لمواضيع دون غيرها. ولا يوجد أي مدون يمنع خدمة التعليق على مدونته.

وتعتبر خدمة التعليقات من أهم الخدمات التفاعلية على المدونات بل إن هناك من يعتبرها نقطة قوة المدونات مقابل المواقع الالكترونية، حيث إنها الوسيط الذي يسمح بقاء المدون مع جمهوره وإذا أخذنا بعين الاعتبار دوافع التدوين لدى أفراد العينة والتي ترتفع فيها نسبة الراغبين في التفاعل الاجتماعي من خلال المدونة فإن السماح بالتعليقات بهذه النسبة يعد أمرا متوقعا.

ولا تختلف دراسة استخدامات المدونات الجزائرية السابقة الذكر عن نتيجة بحثنا في هذا

الصدد حيث أن 83.52% من أفراد العينة يسمحون بالتعليق على مدوناتهم.<sup>(1)</sup>

جدول رقم 40: توظيف بعض الأدوات على المدونة:

<sup>1</sup> سهيلة بوضياف، مرجع سبق ذكره، ص 189.

توظيف بعض الأدوات على المدونة	التكرار	% النسبة
Blogroll الربط بمواقع أو مدونات أخرى	41	41%
Trackback الروابط المرجعية	25	25%
تغذية RSS	59	59%
التدوين المصغر Twitter	44	44%
البودكاست أو الصوت (podcasting)	11	11%
الصور	85	85%
الفيديو	60	60%
أخرى أذكرها	8	8%

يبين الجدول رقم (40) الأدوات والخدمات التي يوظفها المدونون الجزائريون في مدوناتهم إضافة إلى التدوينات التي ينشرونها. والواضح أن عددا كبيرا منهم يستخدمون الصور وذلك بنسبة 85% حيث عادة ما يرفق المدونون صورة مناسبة لأي موضوع يتناولونه على مدوناتهم ويعتبر هذا الشكل الأبسط في استخدام الوسائط المتعددة على المدونة كما أنه مناسب لطبيعة القارئ العجول على الانترنت والمتأثر بثقافة الصورة التي انتشرت منذ زمن فلم تعد أي وسيلة اتصالية أو إعلامية تستغني عن استخدام الصور مع مواضيعها سواء بغرض الجذب فقط أو بغرض التوضيح أو استكمالاً لبعض المعلومات أو غيرها.

وفي المرتبة الثانية نجد أن المدونين الجزائريين يستعينون بالفيديوهات بنسبة 60% وبخدمة تغذية RSS 59% وتتيح هذه الخدمة الأخيرة لزوار وقراء المدونة بأن يطلعوا على جديد المدونة فور نشره على صفحاتها من خلال البريد الإلكتروني، أي أنهم لن يكونوا مضطرين لزيارة المدونة في كل مرة لمعرفة جديدها أما استخدام الفيديو في المدونة فهو منتشر بشكل كبير حيث

ترتكز بعض التدوينات على الفيديو أساسا بحيث يكون الكلام المرافق له مجرد تعليق على ما يشاهده المدون.








عدد المدونين الذين يربطون مدوناتهم بتويتر يقل عن النصف وتقدر نسبتهم بـ 44%. وإن كانت النسبة معتبرة وتفيد المدون في نشر تدويناته الجديدة في هذا الموقع مما يسمح بتداولها بين أصدقائه ورواد الموقع بشكل سريع إلا أن ربط المدونة بتويتر قد لا يعني بالضرورة استغلال هذه الخدمة بالفعل خصوصا إذا علمنا أن 2.6% من الجزائريين فقط يستعملون هذه الخدمة، حسب دراسة ويب ديالنا،<sup>(1)</sup> فهي لم تلقى إلى حد الآن استقطابا كبيرا من الانترنتيين الجزائريين مقارنة بالاقبال الكبير على موقع الفاييس بوك الاجتماعي مثلا.

أما خدمة blogroll والتي يتم من خلالها ربط المدونة بمواقع أو مدونات أخرى فلا تستعملها سوى نسبة 41% من أفراد العينة وتأتي خدمات أخرى بدرجات أقل وهي خدمة trackback الروابط المرجعية بنسبة 25% وهنا يمكن ربط استخدام أو عدم استخدام هذه الخدمات بما يوفر الموقع المستضيف أو البرمجيات المستخدمة إذ أن هناك مواقع مجانية قد لا توفر خدمة الروابط المرجعية على سبيل المثال.

خدمة podcasting أو الصوت والتي قد تتطلب من المدون بعض الأدوات أو مزيدا من الوقت نجد أن 11% فقط من المدونين يستخدمون هذه الأداة في مدوناتهم. وخمسة من المدونين أضافوا استعانتهم بربط المدونة بالفاييس بوك واعتماد نشرة بريدية تسمح بوصول جديد المدونة إلى بريد المسجل بالخدمة.

جدول رقم 41: كيفية التواصل مع زوار المدونة:

<sup>1</sup> Webdialna : **Étude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2009.  
Valable sur : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

النسبة %	التكرار		كيفية التواصل مع زوار المدونة
92%	92		بالرد على التعليقات التي تصلني من الزوار
48%	48		من خلال البريد الالكتروني
43%	43		عبر وسائل الاتصال الشبكي والفوري
25%	25		قد تصل إلى حد اللقاء الشخصي
16%	16		الهاتف
4%	4		لا أتواصل مع قراء مدونتي
3%	3		أخرى أنكرها

جل المدونين الجزائريين، كما يبين الجدول رقم (41)، يتواصلون مع زوار مدوناتهم عبر الرد على التعليقات التي تصلهم من طرف الزوار، حيث أن هذه الخدمة مفعلة عند جميع أفراد العينة كما تبين سابقا (الجدول رقم 39). وتقدر نسبة المدونين الذين يردون على تعليقات زوارهم كوسيلة للتفاعل معهم بـ 92%، في حين أن نسبة 48% منهم يتواصلون مع زوارهم عبر البريد الالكتروني مما يعني إتاحة مساحة على المدونة للتواصل عبر البريد الالكتروني وقد لاحظ الباحث خلال توزيعه لاستمارة الاستبيان الخاصة بهذا البحث أن نسبة لا بأس بها من المدونين الجزائريين لا يضعون عناوين بريدهم الالكتروني كوسيلة للتواصل مع زوار مدونتهم كما لا يفعلون خدمة الاتصال عبر المدونة التي توفرها بعض المواقع تحت مسمى "اتصل بي" مثلا.

42% من أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية وشبكات الاتصال الفوري لذات الغرض وهذه الوسائل التواصلية قد انتشرت في السنوات الأخيرة وعرفت اقبالا جزائريا كبيرا مما يعني أنها وسيلة تواصلية جيدة للمدون مع جمهوره.

حوالي ربع العينة 26% قد يصل تفاعلهم مع زوارهم إلى حد اللقاء الشخصي لكن هذا الأمر يمكن ربطه بنتيجة سابقة أيضا وهي أن 32% من أفراد العينة يعتبرون الأصدقاء



## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

والمعارف من ضمن جمهورهم المستهدف مما يعني أن اللقاء قنأمر ا طبيعيا بينهم إذا افترضنا أن نوع الصداقة المقصودة من المبحوثين هي الصداقة الواقعية وليست الصداقة الافتراضية. 17% من المدونين سبق وأن تواصلوا مع زوار مدوناتهم عبر الهاتف و4 مدونين فقط لا يتواصلون تماما مع زوار مدونتهم وهم من الفئة التي تعتمد على النشر في المدونة كوسيلة لتخزين المعلومات أو نشر بعض الأخبار الخاصة دون الاهتمام بردود الأفعال تجاه المادة المنشورة، أي تكتب لنفسها.

جدول رقم 42: الطرق المستعملة لزيادة تعرض الزوار للمدونة:

النسبة %	التكرار		الطرق المستعملة لزيادة التعرض للمدونة
30%	30		أحدث الناس مباشرة عن مدونتي
3%	3		أمارس الإعلان التجاري
37%	37		تبادل نشر روابط المدونات مع مدونين آخرين
71%	71		الاشتراك في الشبكات الاجتماعية
20%	20		أشارك في التجمعات التدوينية عبر البريد
61%	61		أسجل مدونتي ضمن محركات البحث الخاصة بالمدونات
47%	47		أكتب عنوان مدونتي عند التعليق على مدونات الآخرين
33%	33		أكتب عنوان مدونتي في كل توقيعاتي الالكترونية
21%	21		أعتمد كثيرا على الوسائط المتعددة لجذب الزوار
12%	12		لا أفعل شيئا
5%	5		أخرى أذكرها

يبين الجدول رقم (42) الطرق التي يعتمد عليها المدونون الجزائريون لجذب الزوار إلى مدوناتهم ويتضح من خلال النتائج أن هناك طرقا عديدة يعتمد عليها المدونون ولكن بنسب متفاوتة حيث يأتي الاشتراك في الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 71% ثم تسجيل المدونة في محركات البحث الخاصة بالمدونات بنسبة 61%، وبدرجة أقل يقوم 47% من المدونين بكتابة عنوان المدونة عند التعليق على مدونات الآخرين كما يتبادل 37% منهم نشر روابط المدونات مع مدونات أخرى على شكل تبادل إعلاني، في حين تقوم نسبة 33% منهم بكتابة عنوان المدونة على توقيعاتها الالكترونية و30% منهم يحدثون الناس مباشرة عن مدوناتهم.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

في حين تقول نسبة 15% من أفراد العينة أنها لا تقوم بأي شيء لجذب الزوار و هناك 3% من المدونين فقط يقوم باستعمال الإعلان التجاري للإشهار والدعاية لمدوناتهم. ونستنتج من هذه النتائج أن استخدام الشبكات الاجتماعية من طرف المدونين يكون بغرض الإعلان والإشهار للمدونة أكثر منه بغرض التواصل مع جمهور المدونة، بمعنى أن مواقع كالفيس بوك تستعمل من طرف المدونين كوسيلة لجذب الزوار للمدونة فحسب في حين يفضل الكثير من المدونين تبادل النقاش والأفكار على صفحات المدونة وهو ما لاحظناه من خلال متابعتنا للعديد من المدونين على الفيس بوك، حيث يضع المدون رابط المدون على صفحته بالفيس بوك ويطلب من أصدقائه التعليق على المدونة والأرجح أن ذلك يكون بغرض رفع عداد الزوار في المدونة أولا والاحتفاظ بالنقاش والتواصل على صفحات المدونة فيسهل العثور عليها وتعبها مقارنة بالفيس بوك الذي يمكن أن تختفي التدوينة أو الرابط عليه في ظرف دقائق بسبب التدفق الهائل للمشاركين.

من ناحية أخرى فإن محركات البحث تعد وسيلة مهمة جدا للإعلان والإشهار بالنسبة للمدونين الجزائريين ويمكن الاستدلال على ذلك أيضا بمرحلة توزيع استمارة بحثنا حيث كان الفيس بوك ومحركات البحث المتخصصة أفضل وسيلة بالنسبة لنا للعثور على المدونات الجزائرية.

الملاحظة الأخيرة بالنسبة لهذا الجدول هو النسبة المنخفضة جدا لعدد المدونين الذي يعتمدون على الإعلان التجاري كوسيلة لزيادة التعرض للمدونة وهو ما يؤكد أن التدوين في الجزائر لم يرتقي بعد لمرحلة الاحترافية ففي دراسته عن المدونات الأمريكية كوسيلة للمحادثة العالمية يستخلص جيم توريو James Torio أن 55% من المدونين يستخدمون الإعلان لمدوناتهم، و 40% من هؤلاء المدونين يولدون دخلا تحت 5000 دولار و 4% يولدون دخلا

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

يتجاوز قيمة 100000 دولار. والأمر يرتبط كذلك بدوافع التدوين فالكثير من المدونين الأمريكيين، حسب ذات الدراسة، يستخدمون المدونات كوسيلة للإعلان في حين أن دافع الإعلان والدعاية لدى المدونين الجزائريين يكاد يكون منتفيا مقابل الدوافع الاجتماعية التي يحققها التدوين.

جدول رقم 43: الاعتماد على المدونة كمصدر للمعلومات:

الاعتماد على المدونة كمصدر للمعلومات	التكرار	% النسبة
مدونات أخرى	55	55%
مواقع إلكترونية	44	44%
إحدى وسائل الإعلام التقليدي	19	19%
بحث علمي / أكاديمي	25	25%
من طرف مسؤول / صاحب قرار	6	6%
من طرف هيئات المجتمع المدني أو المواطنين	17	17%
أخرى أذكرها	2	2%
لا، لم يعتمد على مدونتي كمصدر للمعلومات	4	4%
لا أدري	24	24%

يبين الجدول رقم (43) الاعتماد على مدونات الجزائريين كمصادر للمعلومات، ف 55% من أصحاب المدونات الذين أجابوا على الاستبيان تم الاعتماد على مدوناتهم من طرف مدونات أخرى و44% منهم تم الاعتماد على مدوناتهم في مواقع الكترونية، وهو ما يؤكد ما سبق وأن توصلنا إليه في جدول سابق (جدول رقم 34) حول استخدام المدونين للمواقع الالكترونية والمدونات كمصادر للمعلومات، بمعنى أنه استخدام متبادل بين المدونين فيما بينهم وبين الناشرين على المواقع الالكترونية والمدونات وقد يكون الناشر على الموقع الالكتروني مدونا في

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية





حد ذاته. وهو ما يوحي بوجود حياة افتراضية وعلاقات اجتماعية وتبادلية مميزة في هذا الفضاء الافتراضي بين المدونين خاصة وبين رواد الانترنت بشكل عام.

في حين تتخفص النسبة عندما يتعلق الأمر بالبحوث الأكاديمية ف 25% من المدونات تم النقل عنها في بحوث أكاديمية/ علمية ولا يتم الاعتماد على المدونات أو المواقع الالكترونية كمصدر للمعلومة العلمية إلا إذا كان المصدر معروفا واسمه موجود بالكامل مثل مدونات الأساتذة ومدونات المؤسسات مع أن هناك من يبقى يتحفظ على المصادر الالكترونية للمعلومة على اعتبار أنها قد تعرف تلاعبا أو انتحالا للشخصية.

ويقول 18% من المدونين أنه تم الاعتماد على مدوناتهم من طرف إحدى وسائل الإعلام التقليدي، و 17% منهم تم الاستعانة بتدويناتهم من طرف هيئات المجتمع المدني أو المواطنين. وهو ما يعود بنا لما يتردد دائما حول قلة الاهتمام المدونين الجزائريين بالتدوين كنشاط إعلامي مواطني وهو ما وقفنا على صحته في العديد من النتائج مثل دوافع التدوين والجمهور المستهدف.

25% من المدونين لا يدرون إن كانت تدويناتهم قد استعملت كمصدر للمعلومات أو لا.

جدول رقم 44: الاطلاع على مدونات الآخرين:

النسبة %	التكرار		الإطلاع على مدونات الآخرين
38%	38		دائما
25%	25		غالبا
36%	36		أحيانا
1%	1		نادرا
0%	0		أبدا
100%	100		Total

يبين الجدول رقم (44) مدى إطلاع المدونين الجزائريين على إنتاج غيرهم من المدونين ويتضح أن النسب متقاربة نوعا ما بين من يتابعون مدونات غيرهم دائما بنسبة 38% ومن يتابعون غيرهم أحيانا بنسبة 36% وهناك من يقرأ مدونات الآخرين غالبا وعددهم 25 مدونا أي 25%. ويوجد مدون واحد فقط يتابع مدونات غيره بشكل نادر فلا يوجد أي مدون لم يتابع مدونات الآخرين وهو ما يعني أن كل المدونين أفراد العينة هم قراء للمدونات ولو بفترات متفاوتة فيما بينهم.

وفي دراسة سهيلة بوضياف نجد أن 42.31% من أفراد العينة يتابعون مدونات غيرهم أحيانا 11.54% منهم لا يتابعون المدونات أبدا. وهو ما قد يكون نادر الحدوث ذلك أن جل الدراسات تؤكد أن المدونين في الغالب هم قراء للمدونات لأنهم يحسون بأنهم ينتمون إلى مجتمع وفئة معينة كما أن التبادل الذي لاحظنا في جداول سابقة في الاعتماد على مدونات الآخرين والتوجه للمدونين كجمهور مستهدف للتدوين يوحي بوجود هذه العلاقة المترابطة بين أن تدون و أن تقرا لمدونات الآخرين بحيث لا يكتمل الفعل التدويني إلا إذا قمت بالاثنتين.

جدول رقم 45: التعليق على مدونات الآخرين:

التعليق على مدونات الآخرين	التكرار	% النسبة
دائما	15	15%
غالبا	26	26%
أحيانا	45	45%
نادرا	12	12%
أبدا	2	2%
المجموع	100	100%

في الجدول رقم (45) نوضح إقبال المدونين الجزائريين على التعليق على مدونات الآخرين وتبين الأرقام أن 45% منهم يعلقون على تدوينات غيرهم أحيانا فقط، 26% غالبا ما يفعلون ذلك و15% دائما يعلقون على ما يقرؤون من مدونات غيرهم، في حين 13% منهم نادرا ما يعلقون على ما يقرؤون واثنان منهم لم يعلقوا أبدا على تدوينات غيرهم.

ودرجة التعليق على المدونات مرتبطة بطبيعة الحال بالعديد من العوامل منها ما سبق الإشارة إليه وهو الطبيعة المتعجلة لمستخدمي الانترنت، بحيث يقرأ الشخص الموضوع وقد يعجب به ويستفيد منه ويخزنه لكنه ينتقل مباشرة إلى تصفح عشرات الصفحات الأخرى على هذا الحامل الضخم الذي تتدفق المعلومات منه بشكل مذهل. وفي الحقيقة فإن التعليق على الموضوعات أصبح يعتبر في عالم الانترنت من الثقافات التي يجب التعرف عليها وإتقانها وحسن استغلالها فهناك من يعلق لربط مدونة غيره بمدونته (47% من أفراد العينة يعلقون على مدونات غيرهم لهذا الغرض كما هو مبين في الجدول رقم 42) وهناك من يعلق بالقول شكرا فقط وهناك من يرفض التعليق إلا لهدف واضح كالاستفسار أو الاستزادة أو إثراء النقاش.

جدول رقم 46: أساس اختيار المدونات المتصفح:

أساس اختيار المدونات المتصفح	التكرار	% النسبة
اللغة	61	61%
الدين	22	22%
البلد	28	28%
المستوى الثقافي أو العلمي لصاحبها	55	55%
المضمون (مجال التدوين)	85	85%
الشكل أو التصميم	35	35%
معياري آخر أذكره	7	7%

يبين الجدول رقم (46) المعايير التي على أساسها يختار المدونون الجزائريون المدونات التي يتصفحونها ويظهر أن 85% منهم يركزون على مضمون المدونة أو مجالها للتدوين، في حين يبدو عامل اللغة عاملا مهما أيضا في تحديد المدونات المتصفح حيث يعتمد عليه 61% منهم وينظر 55% من أفراد العينة للمستوى الثقافي أو العلمي لصاحب المدونة، بينما يشكل شكل المدونة وتصميمها معيارا مهما لدى 35% من المدونين.

أما البلد الذي ينتمي إليه المدون فلا يشكل أهمية إلا عند 28% من مدوني الجزائر المستجوبين وآخر عامل لاختيار المدونات المتصفح هو الدين ف22 مدونا من أصل مائة مدونة يهتمون به كعامل لاختيار المدونات التي يتصفحونها.

#### المحور السادس: تحديات التدوين الإلكتروني في الجزائر:

جدول رقم 47: وجود صعوبات في ممارسة التدوين:



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

وجود صعوبات في ممارسة التدوين	التكرار	% النسبة
نعم	30	30%
لا	70	70%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (47) وجود صعوبات في التدوين لدى المدونين الجزائريين وتبين الأرقام أن 70% منهم لا يواجهون أية صعوبات في التدوين، في حين تقر نسبة 30% منهم بوجود صعوبات تعترضها في هذا المجال. وهذه النسب يمكن اعتبارها مفاجئة إلى حد ما نظرا للكثير من الكتابات والتعليقات للمدونين الجزائريين سواء على مدوناتهم أو على صفحاتهم عبر الفيس بوك أو خلال بعض اللقاءات التي عقدت لتدارس واقع التدوين، نجد أن هذه الكتابات تعدد الكثير من الصعوبات وإن اختلفت طبيعتها (وخصوصا التقنية منها) وإذا ما قارنا نتيجة هذا الجدول بما استنتجناه في جداول سابقة يبدو إجابات المبحوثين معقولة إلى حد ما فأزيد من ثلثي المدونين الجزائريين لا يجدون أي صعوبة في ممارسة التدوين وهي النسبة التي تقارب نسبة المدونين غير المنتظمين على التدوين (69%) وإذا ما عدنا للأسباب التي اختارها المدونون كعوامل تحول دون انتظامهم في التدوين نجد أن أهم سببين هما: وجود انشغالات أخرى (54%) وعدم الرغبة في التقيد بالزمن (32%).

جدول رقم 48: نوع الصعوبات التي يواجهها المدونون الجزائريون:

نوع الصعوبات التي يواجهها المدون	التكرار	% النسبة
شخصية	9	30%
اجتماعية	5	16.66%
تقنية	11	36.66%
لغوية	8	26.66%
سياسية	9	30%
مادية	11	36.66%
أخرى اذكرها	1	3.33%

يبين الجدول رقم (48) نوع الصعوبات التي يواجهها المدونون الجزائريون، فمن بين مائة مدون 30 مدونا، كما سبق بيانه، يواجهون صعوبات في ممارسة التدوين وقد حدد هؤلاء نوع الصعوبات التي يواجهونها فيما يلي: صعوبات مادية وتقنية (36.66%) بالدرجة الأولى، وصعوبات سياسية وشخصية بدرجة ثانية (30%) ثم نجد صعوبات لغوية عند 8 مدونين وأخرى اجتماعية عن خمسة مدونين من أصل ثلاثين مدونا يواجهون صعوبات في التدوين.

وترتبط المشكلات أو الصعوبات المادية لدى المدونين بصعوبة شراء نطاق مستقل أو الحصول على تصميم أفضل للمدونة خصوصا إذا كان المدون لا يزال في مرحلة التمدرس وبالتالي لا عائد مادي له. أما المشاكل التقنية فتتمثل في ضعف تدفق الانترنت وكثرة الإنقطاعات للخدمة وهو أمر معروف بالنسبة لخدمة الانترنت في الجزائر حيث يشتمل من هذا الأمر العديد من المستخدمين بما فيهم المدونون.

فيما يتعلق بالمشاكل السياسية هناك من المدونين من اعتبر أن كل شيء مراقب وهي صورة في الأذهان قد ترتبط بالرقابة الذاتية أكثر منها بوجود رقابة حقيقية. فعلى الرغم من أن العديد من التقارير تؤكد أن الانترنت في الجزائر غير مراقب لكن هناك من يصرّ على ان يخلق

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

لنفسه رقابة وهو ما سيعيقه بالضرورة على التدوين بكل حرية وبكل شفافية خوفا من المراقب المجهول". من جهة أخرى ذكر أحد المدونين المستجوبين وهو ..... أن مدونته محجوبة عن الجزائر أي أن الزوار في الجزائر لا يمكنهم رؤية محتوياتها وهو ما تأكدنا منه فعلا من خلال العديد من المحاولات لكن لا شيء يثبت بأن الحجب كان من جهة معينة.

بالنسبة للصعوبات اللغوية التي ذكرها المدونون فهي تتمثل في صعوبة اختيار المواضيع وانتقاء الكلمات والتعبير والصور المناسبة .. الأمر حسب أحد المدونين يتطلب جهدا كبيرا.

في حين تعود الصعوبات الشخصية والاجتماعية التي تحول دون ممارسة التدوين بشكل أفضل إلى انشغالات المدون اليومية ووجوده في حياتين على حد تعبير أحد المدونين وعدم القدرة على التنسيق وتنظيمهما. فكما سبق وأن ذكرنا فإن عددا لا بأس به من المدونين هم من الطلبة مثلا وغير الطلبة أيضا لديهم انشغالاتهم اليومية والتزاماتهم العائلية.

كانت هذه مجمل الصعوبات التي يواجهها المدون بنفسه في حياته التدوين في اجدول الموالي سنحاول التعرف على التحديات التي تواجه التدوين الالكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين.

جدول رقم 49: تحديات التدوين الالكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين:

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المتوسط	التكرار	5	4	3	2	1	تحديات التدوين الإلكتروني في الجزائر
2.94	99	11	19	40	11	18	عدم التزام المدونين بأخلاقيات التدوين
4.06	99	55	16	15	5	8	ضعف خدمات الانترنت في الجزائر
3.87	99	44	22	17	8	8	قلة انتشار الانترنت بين فئات المجتمع الجزائري
3.94	99	43	26	19	3	8	قلة الاهتمام بهذه الظاهرة من الانترنتيين الجزائريين
3.73	98	34	26	25	4	9	ضعف خدمات مواقع التدوين الجزائرية
3.34	99	20	26	33	8	12	نقص فعالية المدونين الجزائريين
3.55	99	30	24	24	12	9	نقص التنظيم والتكامل بين المدونين الجزائريين
3.24	99	22	20	32	10	15	اعتماد المدونين الجزائريين على لغات مختلفة
2.74	99	13	9	39	15	23	الرقابة والضغط السياسية على المدونين الجزائريين
4.05	99	51	19	18	5	6	قلة اهتمام الإعلام الوطني بتطوير هذه الظاهرة
3.42	99	25	23	30	11	10	المنافسة القوية من الشبكات الاجتماعية والجيل 3 للويب
2.66	99	9	9	39	23	19	تراجع صدى التدوين على المستوى العالمي

يبين الجدول رقم (49) التحديات التي يواجهها التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة

نظر المدونين الجزائريين، ويتضمن المقياس في الاستبيان 5 فئات أي أنه توجد 4 مسافات من

(موافق بشدة) إلى (معارض بشدة) وقد استخدمت 3 فئات للتقييم وهي: متدنٍ، متوسط، عالٍ .

وعليه فإن الفقرات ذات المتوسط الحسابي أقل من 2.33 يكون تقييمها: متدنٍ . الفقرات ذات

المتوسط الحسابي أقل من 2.33 يكون متوسطها الحسابي 2.33 إلى 3.66 يكون تقييمها متوسط

أما الفقرات التي يكون متوسطها الحسابي أكثر من 3.66 يكون تقييمها : مرتفع/عالٍ .

يظهر من خلال الجدول أن أعلى متوسط حسابي يظهر في العبارة رقم 2 "ضعف خدمات الانترنت في الجزائر" (متوسط حسابي 4.06) وهو ما يؤكد ما سبق التطرق إليه من أن هذه الخدمات وإن شهدت تطورا كبيرا من حيث توسع نطاق التغطية ونوعية الاتصال إلا أن الإنقطاعات المتكررة وضعف الاتصال حتى عندما يتعلق الأمر بالانترنت عالي التدفق يجعل من الاتصال عبر الانترنت في الجزائر من أهم العوائق والتحديات التي يواجهها تطور التدوين في الجزائر.

ثاني أعلى متوسط حسابي، حسبما يبينه الجدول، هو للعبارة العاشرة " قلة اهتمام الإعلام الوطني بتطوير هذه الظاهرة" (4.05) وهي ملاحظة يمكن التأكد من صحتها بمجرد أن تحاول استخراج أي مواضيع أو تقارير حول التدوين الجزائري من أرشيف وسائل الإعلام التقليدية وبالخصوص الجرائد. وخصوصا إذا قارنا هذا التجاهل بما يحظى به التدوين من اهتماما وأهمية في وسائل الإعلام العربية والغربية ففي مصر تخصص بعض الصفحات في الجرائد لنشر أهم ما تكتبه المدونات كما أن العديد من الحصص التلفزيونية والبرامج الإذاعية لا طالما أعطت الكثير من الاهتمام لهذه الظاهرة. ومع ذلك، فإن العام الجاري، كما سبق بيانه، قد شهد نوعا من الاهتمام المحتشم للإعلام الوطني بظاهرة المدونات وخصوصا الجزائرية غير أن معظم التغطيات الصحفية التي قامت بها الجرائد الوطنية، على سبيل المثال، كانت بدفع من المدونين أنفسهم الذين يشتغلون بالصحافة، بحيث يشاركون في اللقاءات ثم يقومون بإنجاز التغطيات الصحفية ونشرها وهذا يبقى غير كاف ويدفع للتساؤل عن موقع الصحافة الوطنية والإعلام الجزائري بشكل عام تجاه هذا الإعلام الجديد ووسائل التواصل التفاعلية مثل المدونات.

التحدي الثالث وفق إجابات المدونين الجزائريين بالنسبة للتدوين الإلكتروني في الجزائر هو " قلة اهتمام الانترنتيين الجزائريين بظاهرة التدوين الإلكتروني" وذلك بمتوسط حسابي يقدر

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

ب3.94. ومن المعلوم أن هناك إقبالا جزائريا معتبرا على شبكة الانترنت، ومعظمهم من فئة الشباب لكن الملاحظ أن رواد الانترنت في الجزائر "سليبيون" كما وصفهم تقرير "ويب ديالنا" وذلك على اعتبار أن 80.2% يؤكدون أنهم يترددون على مواقع مشاركة الفيديو والصور مثل اليوتيوب وفليكر لكن 23.5% منهم فقط ممن يبادرون هم بنشر صور أو فيديوهات و 40% منهم فقط يصرحون بأنهم يملكون صفحة شخصية على الانترنت أو مدونة أو موقع الكتروني.<sup>(1)</sup>

رابع أهم تحدي يواجهه التدوين الالكتروني في الجزائر هو "قلة انتشار الانترنت بين فئات المجتمع الجزائري" (بمتوسط حسابي 3.87) ويقدر عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر وفق إحصائيات مارس 2011 بـ 4.7 مليون متصفح بما يعادل 13.4% من سكان الجزائر وتحتل الجزائر المرتبة الخامسة إفريقيا بعد كل من نيجيريا ومصر والمغرب وجنوب إفريقيا.<sup>(2)</sup> وقد سجلت الجزائر تصاعدا ونموا سريعا ومهما في ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في السنوات الأخيرة، لكن هذا العامل قد لا يكون بالضرورة مؤثرا على تطور التدوين الالكتروني إذا ما أخذ بعين الاعتبار إحصائيات الدول المجاورة على سبيل المثال، ففي تونس تقدر نسبة الانترنتيين بـ 3% من عدد السكان الإجمالي لهذا البلد لكن تأثير المدونين ورواد الشبكات والاجتماعية والانترنت بشكل عام كان له دوره المؤثر جدا في ثورة الياسمين، وليس ببعيد عن هذا المثال، دولة المغرب التي يقدر عدد مستخدمي الانترنت فيها بحوالي 11% من سكان المغرب<sup>(3)</sup> إلا أن انتشار المدونات المغربية وتأثيرها أفضل حسب الكثير من المراقبين والمتخصصين من المدونات الجزائرية.

<sup>1</sup> Webdialna : **Etude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2009, p 4. Valable sur : [www.webdialna.com](http://www.webdialna.com)

<sup>2</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm> (visité le : 20/08/2011).

<sup>3</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

من الناحية العكسية، فإن تحديات مثل "عدم التزام المدونين بأخلاقيات التدوين"، "الرقابة والضغط السياسية على المدونين الجزائريين" و"تراجع مدى التدوين الإلكتروني على المستوى العالمي" تعتبر تحديات متوسطة أو الأقل أهمية مقارنة بسابقتها كعامل مؤثر على مسار التدوين الإلكتروني في الجزائر.

جدول رقم 50: آفاق التدوين في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين:

آفاق التدوين في الجزائر من وجهة نظر المدونين	التكرار	% النسبة
الانتشار بشكل أوسع	59	59%
التراجع والاضمحلال	5	5%
تبقى كما هي عليه الآن	22	22%
لا أدري	14	14%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (50) آفاق التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين ويرى أكثر من نصف عينة البحث 57% أن التدوين الجزائري سينتشر بشكل أوسع في غضون الخمسة أعوام القادمة في حين ترى نسبة 23% أنه سيبقى على ما هو عليه الآن في حين يتوقع خمسة مدونين التراجع والاضمحلال لواقع التدوين الإلكتروني في الجزائر ويكتفي 15% منهم بالإجابة بلا أدري.

ونرى من خلال هذه النتائج أن عدد المتفائلين بتطور ظاهرة التدوين الإلكتروني في الجزائر تمثل نسبة معتبرة تفوق النصف بقليل ويمكن القول أن هناك مؤشرات إيجابية أيضا تجد لهذا التفاؤل مبررا، فعام 2011 الجاري مثلا شهد صحوة إعلامية ملفتة خصوصا من الصحافة المكتوبة التي نشرت هذا العام العديد من التغطيات والتقارير حول التدوين الإلكتروني في الجزائر كما احتضنت العديد من اللقاءات مع المدونين، ضف إلى ذلك ازدياد التواصل والتفاعل بين المدونين الجزائريين فيما بعضهم البعض بعد أن كانت السنوات الفارطة تتميز بالمبادرات الفردية واللجوء على مجتمعات تدوينية أخرى كنوادي التدوين العربية وحتى الأجنبية، ومؤشر آخر وهو صدور العديد من المبادرات التشجيعية للتدوين من المدونين أنفسهم كمسابقة مالك بن نبي للتدوين ويوم التدوين الجزائري dzblogday.. الخ.



جدول رقم 51: مقترحات المدونين الجزائريين لتطوير التدوين الالكتروني في الجزائر:

النسبة %	التكرار		مقترحات المدونين الجزائريين لتطوير التدوين الجزائري
10%	10		إقامة ملتقيات، ندوات و مسابقات حول التدوين
27%	27		تطوير خدمات الانترنت والاستضافة في الجزائر
14%	14		على الإعلام الوطني أن يهتم بنشر هذه الظاهرة
15%	15		تكثيف لقاءات المدونين والتنظيم والتكثف فيما بينهم
22%	22		رفع مستوى المدونات و تطوير المدون لأدائه
21%	21		توعية المجتمع و تشجيع مختلف الفئات على التدوين
05%	05		مقترحات أخرى
10%	10		ليس لدي مقترحات محددة

يبين الجدول رقم (51) مقترحات المدونين الجزائريين لتطوير التدوين الالكتروني في

الجزائر وبما أن المدونين الجزائريين قد حددوا ضعف خدمات الانترنت في الجزائر كأكبر تحدٍ

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

بالنسبة للتدوين الجزائري فإنهم بالمقابل يقترحون تحسين هذه الخدمات والاهتمام بتقديم مواقع استضافة جزائرية أفضل للرفع من مستوى التدوين و ذلك بنسبة 27%.

نسبة 22% من المدونين يرون ضرورة رفع مستوى المدونات وتطوير المدون لأدائه من خلال الاهتمام بقضايا المجتمع و عدم الاكتفاء بالحديث الذاتي على حد قول أحدهم ويرى آخر أن "التنظيم و إدارة الوقت كفيلة بأن تطور مدوناتنا ونجعلها أكثر احترافية" وهذه المقترحات وغيرها توضح أن المدونين أنفسهم غير راض على بعض مظاهر التدوين في الجزائر ويعتبرون أنها تحتاج إلى مزيد من الجهد من طرف المدونين ومزيد من الاهتمام بها ويوقل أحدهم "على المدونين الجزائريين امتلاك حس نضالي من أجل ترقية التدوين".

من ناحية أخرى ترى نسبة 21 % من المدونين الجزائريين أن توعية المجتمع بأهمية هذه الظاهرة وتشجيع مختلف الفئات على التدوين يعدّ من الحلول الناجعة لتطوير التدوين الجزائري ويذكر البعض أن أهم الفئات التي يجب استقطابها لهذا العالم هم طلبة المدارس والجامعات إضافة إلى النخب كالمنقّفين والمشاهير. وإذا نظرنا إلى الإقبال الشبابي الكبير خاصة الطلبة على الانترنت وعلى المدونات نجد أن استغلال هذه الوسيلة، أي المدونات، في المجال التعليمي قد يكون له عائد مفيد جدا على الطلبة والتلاميذ وكذا على المسار التعليمي والتربوي بشكل عام خصوصا.

كما أن التكتل والتنظيم بين المدونين الجزائريين يعدّ من النقاط المهمة التي يرى المدونون أنها ستسهم في تطوير الظاهرة بالجزائر، هذا ما يراه 15 % منهم.

ونلاحظ أن عنصر الدعاية للمدونات يشكل مقترحا هاما أيضا من وجهة نظر المدونين الجزائريين حيث يقترحون في هذا الصدد: اهتمام الإعلام الوطني بنشر الظاهرة (14%) وإقامة

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

ملتقيات وندوات ومسابقات حول التدوين للتعريف به وتوضيح آلياته وطرق إنشاء المدونات وإدارتها (نسبة 10%).

من مجمل هذه المقترحات نلاحظ أنه ليس هناك حل واحد أو مقترح محدد بعينه، بل إن هناك مجموعة من الآليات وعدد كبير من الفاعلين الذين يمكنهم المساهمة في تطوير التدوين بالجزائر كأحد أهم وسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في العالم. فالمدون الجزائري مطالب ببذل جهد أكبر في الاهتمام بمدونته وتقديم الأفضل لقرائه، والإعلامي مطالب بالتعريف بهذه الوسيلة الجديدة وتبسيط آلياتها للناس والقراء وتغطية نشاطات المدونين كفاعلين في المجتمع كما أن الدولة مطالبة بتحسين خدمات الانترنت للمستخدمين بشكل عام والمدونين بشكل خاص، خاصة ونحن نرى مدى الاستفادة العالمية الكبرى من هذا الوسيط الإعلامي والتواصلية الجديد الذي لم يعد مجرد هواية للمراهقين إنما تطور ليصل كمهنة للمحترفين وهو ما نزال جد متأخرين عنه في الوقت الراهن.

### 2.2.3 نتائج الدراسة:

#### أ. النتائج العامة للدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول "واقع التدوين الإلكتروني الجزائري وتحدياته" توصلنا إلى النتائج الآتية:

#### ❖ يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية الآتية:

- مجتمع التدوين الجزائري مجتمع ذكوري، حيث يمثل الذكور نسبة 89% من مجموع المدونين الجزائريين أفراد العينة وعددهم 89، في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 11% وعددهن 11 مدونة.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- الفئات العمرية التي تقوم بالتدوين في الجزائر تغطي عليها فئة الشباب ممثلة أولا بالشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (20-24) سنة بنسبة 29% ثم الشباب ضمن فئة (25-29) سنة بنسبة 21% وتليها مباشرة فئة (30-34) سنة بنسبة 12% أي أن أكثر من نصف العينة هم شباب تتراوح أعمارهم بين الـ20 والـ30 أما فئة المراهقين من المدونين ما بين (15-19) سنة فعددهم عشرة. مع وجود فئات أكبر سنا تمارس التدوين بنسب أقل.
- المستوى التعليمي للمدونين الجزائريين هو مستوى عالٍ ، فنسبة 38 % منهم لهم مستوى جامعي (ليسانس) وعددهم 38 تليها نسبة 35 % من أفراد العينة ممن هم جامعيون في مرحلة ما بعد التدرج (دراسات عليا) وحوالي ربع العينة 26 % ويقدر عددها بـ26 مدونا لهم مستوى تعليم ثانوي.
- ربع أفراد العينة لازلوا أولون دراستهم مما يعني أن لا عائد مادي لهم ويقدر عددهم بـ 25 مدونا. الفئة الموالية من المدونين هي فئة الإداريين ويقدر عددهم بـ 18 مدونا (18 %) بينما نجد أن هناك 15 أستاذا أو تربويا و10 صحفيين يقومون بدورهم بممارسة التدوين في حين تتوزع بقية العينة بين من هم من دون عمل (9) وبين من يزلون الأعمال الحرة (8 مدونين) في حين لا يتجاوز عدد المختصين العاملين في مجال الإعلام الآلي الستة.
- معظم عينة الدراسة من داخل الجزائر فالمقيمون داخل الوطن نسبتهم 91 % وعددهم 91 مدونا. في حين أن تسعة مدونين ممن أجابوا على الاستبيان يقيمون خارج الوطن ونسبتهم بين أفراد العينة 9 %.
- وبالنسبة للتوزيع الجغرافي للتدوين الالكتروني للمدونين داخل الجزائر فإن هناك حضورا لكل المناطق في الوطن: شرق، غرب، شمال، جنوب لكن بنسب متفاوتة حيث أن مدن الوسط تنتصر القائمة بحوالي ثلث العينة وأغلبهم من العاصمة (19 مدونا).

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- غالبية المدونين الجزائريين يتصلّون بالانترنت عبر المنزل وذلك بنسبة 73 % من أفراد العينة وعدددهم 73 مدونا. 12 % من المدونين وهم 12 فردا يتصلون من مقرات عملهم و10 % منهم يتّجهون لمقاهي الانترنت للاتصال بالانترنت ويمدوّناتهم.
- أما سرعة اتصالاتهم بالانترنت ف55 % من مدونّي الجزائر المستجوبين يقيّمون اتصالاتهم بالانترنت بالسرعة "المتوسطة" و28 % منهم يستعملون الانترنت بسرعة "منخفضة" في حين 17 % منهم فقط يؤكّدون أن سرعة الانترنت لديهم "عالية".
- نصف العينة من مدونّي الجزائر يرون أنّ مهاراتهم في استخدام الانترنت "عالية" ويلبّيها مباشرة وبنسبة مقارنة 45 % ممن يرون أنّ مهاراتهم في استخدام الانترنت "متوسطة" في حين أنّ 4 % فقط يقيّمون مهاراتهم "بالضعيفة".

### ❖ للمدونين الجزائريين دوافع معينة تجعلهم يقبلون على التدوين وفق تصورات محددة

#### ويتأثرون به في عدة جوانب من الحياة وفيما يلي بعض الأرقام المستنتجة :

- 72 % من مدونّي الجزائر يرون أنّ التدوين هو أداة تشاركية تمكّنهم كناشطين من نشر أفكارهم، ويعتقد 60 مدونا بما يعادل نسبة 60% من أفراد العينة أنّ التدوين هو "وسيلة للتعبير الحر عن آرائهم كمواطنين". المفهوم الثالث الذي ينظر به مدونو الجزائر للتدوين هو أنه "إعلام بديل عن الإعلام التقليدي"، هذا ما اختارته نسبة 40 % منهم. وبدرجة رابعة يرى 32 % من أفراد العينة أنّ التدوين ما هو إلا "هواية يمارسونها في أوقات الفراغ".
- بناء على النتائج المتحصل عليها فإنّ هناك دافعين قويين للتدوين من بين دوافع التدوين السبع المختبرة بينما الدوافع الخمس الأخرى يمكن اعتبارها دوافع متوسطة أو ثانوية أما الدافعين القويين فهما:

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- "التفاعل الاجتماعي" يأتي على رأس القائمة من بين دوافع التدوين السبع الأخرى بمتوسط حسابي (3.80).
- ثم يليه دافع "التعبير عن الذات" بدرجة متوسط حسابي (3.66).
- ثم بقية الدوافع الخمس التي قيمها المدونون بدرجة موافقة أقل، وهي:
  - "النشر الإلكتروني" بدرجة متوسط حسابي (3.61)
  - "المشاركة الديمقراطية" (3.53).
  - دافع "السهولة التقنية" (3.07).
  - دافع "الترفيه عن النفس" (2.75)
  - ودافع "الكسب المادي" بدرجة (2.50)
- ومن بين العبارات المقترحة على المدونين كدوافع للتدوين نجد أن "نقل وتبادل المعلومات التي تهمني" جاءت في المرتبة الأولى من بين العبارات المقترحة بمتوسط حسابي (4.06).
- 51 من أفراد العينة المدونين بما يعادل النصف منها تتحقق أهدافهم من التدوين "أحيانا"، في حين "غالبا" ما تتحقق هذه الأهداف لدى 34 % منهم و 12 % منهم أقرّوا بأنّ أهدافهم من التدوين تتحقق "دائما".
- أكدّ 85% من المدونين أنّ تأثير التدوين كان "إيجابيا" على طريقة تجولهم عبر الإنترنت.
- 46% من المدونين الجزائريين يرون أنّ تعرضهم لوسائل الإعلام قد تأثر "إيجابيا" بعد ممارستهم للتدوين، وبنسبة مقارنة لها يرى (44%) منهم أنّ التدوين لم يؤثر على تعرضهم للإعلام.

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- 60% من المدونين المبحوثين يؤكدون على عدم تَوَثُرِ **علاقتهم بأسرهم** بممارستهم للتدوين كما أن 25% منهم يرون أن التدوين أثار على **علاقتهم بأسرهم** بشكل إيجابي أما نسبة 15% فيعتزفون أن المدونات أثرت بشكل سلبي على **علاقتهم بأسرهم**.
- بالنسبة **لعلاقتهم بأصدقائهم** فإن 50% من لمدونين الجزائريين أفراد العينة أكدوا أن هته العلاقات قد تحسنت بشكل إيجابي بممارستهم للتدوين، أما من رأوا أن صداقاتهم لم تتأثر بسبب التدوين، إجابا أو سلبا، فنسبتهم 40%.
- من جانب آخر، فإن 84% من المدونين أفراد العينة يقولون أن التدوين أثر على **أسلوبهم في التفكير** بشكل إيجابي وهذا مرده التفاعلية التي تتيحها المدونة بحيث تسمح بالنقاش وتبادل الآراء والأفكار والخبرات مما يساهم في تنقيح فكر الإنسان واستيعابه للعديد من الأطروحات والأفكار.
- عبر 87% من المبحوثين عن تأثرهم بشكل إيجابي بالتدوين من خلال **أسلوبهم التواصل** وهي أكبر نسبة بين كل الجوانب المذكورة حول تأثيرات التدوين.
- نصف العينة لم يتأثر **مسارها الدراسي** بممارستها للتدوين غير أن 40% من المدونين يجدون أن المدونة قد أثرت على مسارهم الدراسي بشكل إيجابي الأمر الذي يوحي بأن المدونة يمكن أن تكون أداة تعليمية جيدة إن تم استغلالها بشكل أكبر وعلى نطاق أوسع.
- اعتبر قرابة النصف من العينة 48% أنهم تأثروا إيجابا في **مسارهم المهني** بعد ممارستهم للتدوين بينما لم يؤثر التدوين بهذا الشأن عند 44% من المدونين مع الأخذ بعين الاعتبار بأن هناك من هو في مقاعد الدراسة والملاحظة نفسها بالنسبة للنتيجة السابقة.

❖ يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة وذلك من حيث:

✓ عادات التدوين:

- 35% من المدونين بدؤوا التدوين في الفترة ما بين 2007 و2008 ونفس النسبة 35% بدؤوا التدوين في الفترة ما بين 2009 و2010 وهو ما يوضح التأخر النسبي لانتشار التدوين بشكل واسع بين المدونين الجزائريين إذا ما قارناه بتطور انتشار التدوين عالميا. غير أن هناك مدونات جزائرية ظهرت قبل عام 2005.
- شبكة الانترنت هي المصدر الأول لاكتشاف المدونين لخدمة المدونات وذلك بنسبة 40%، يليها الأصدقاء والمعارف بنسبة 23% ثم وبدرجة أقل يقول 17% من أفراد العينة أنهم تعرّفوا على المدونات بحكم دراستهم أو مجال عملهم.
- قرابة السبعين مدونا (69%) غير منتظمين في التدوين، في حين أن 31 مدونا فقط (31%) منتظمون في تحديث مدوناتهم وتغذيتها بتدوينات جديدة.
- يمكن اعتبار التدوين في الجزائر نشاطا أسبوعيا بالنسبة للمنتظمين في ممارسته ذلك أن 25.80% (8 مدونين) و22.58% (7 مدونين) من المدونين يدونون أكثر من مرة في الأسبوع ومرة واحدة في الأسبوع على التوالي. 19.35% من المدونين نشيطون بمعدل مرة في اليوم وعددهم 6 فقط وثلاثة مدونين فحسب يدونون أكثر من مرة في اليوم.
- السبب الرئيس لانقطاع المدونين الجزائريين عن ممارسة التدوين هو أن لديهم انشغالات أخرى" وذلك بنسبة 78.26%، في حين أن قرابة النصف من أفراد العينة "لا يحبون التقيد بالزمن" (46.37%). 26.08% من المدونين "لا يجدون موضوعا للتدوين في كل وقت" و20.28% من أفراد العينة لا يدونون دائما بسبب "الكسل".
- لا يتعدى الوقت المستغرق في كتابة تدوينة أكثر من ساعة عند 45% من المدونين الجزائريين والذين صرّحوا أنهم يستغرقون ما بين نصف ساعة وساعة في كتابة ونشر تدوينة



## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

واحدة، و32% منهم يستغرقون ساعتين إلى ثلاث ساعات في التدوين، في حين لا يحتاج 11% من أفراد العينة سوى أقل من نصف ساعة.

- لدى مدوني الجزائر نية كبيرة في مواصلة التدوين مستقبلا ف72% منهم ينوون الزيادة في ممارستهم للتدوين ويعتزم 16% منهم أن يبقوا على نفس الوتيرة التي هم عليها حاليا. 11 مدونا (11%) يقرّوا بعد مستقبلهم التدويني في حين أنّ مدونا واحدا فقط يعتزم الإنقاص من ممارسته للتدوين ولا أحد من أفراد العينة ينوي التوقف عن التدوين مستقبلا.

### ✓ أنماط التدوين:

- قرابة نصف العينة (48%) لا يملكون سوى مدونة واحدة ونسبة 32% لديهم مدونتين في حين يدون 11% منهم على ثلاث مدونات ويمتلك تسعة مدونين 9% أكثر من ثلاث مدونات.
- هناك العديد من المواضيع التي حصلت على نسب متقاربة من حيث اهتمام المدونين الجزائريين بالتدوين حولها، غير أنّ أكثرها اختيارا هي الاهتمام بمواضيع: القضايا الاجتماعية (56%) أولا، التجارب الشخصية (54%) ثانيا، والهوايات والاهتمامات (52%) ثالثا. المواضيع الأقل اختيارا هي مواضيع الاقتصاد والمال والأعمال (18%) وأخيرا الرياضة (9%).

- 74% من عينة البحث يعتمدون على منصات التدوين المجانية. بينما يدون 28% منهم بالاعتماد على استضافات ذاتية وبرمجيات مجانية. مدون واحد فقط من أفراد العينة يعتمد على استضافة ذاتية وبرمجيات تجارية.

- بالنسبة لرضا المدونين الجزائريين على خدمة الاستضافة التي يعتمدون عليها فإن 46.46% من مدوني الجزائر المستجوبين يرون أن خدمة الاستضافة التي يستعملونها "جيدة"، ويرى

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

28.28 % منهم أنها "جيدة جدا"، و23% يعتقدون أنها "متوسطة"، و3.03% فقط من

المدونين يقيمون خدمة الاستضافة التي يعتمدون عليها "بالضعيفة".

• أكثر من ثلثي المدونين لم يشاركوا في التدوين على مدونة جماعية (68.68%) في حين أن

حوالي ثلث المدونين ساهموا في الكتابة على مدونات جماعية (31.31%).

• لا يجد المدونون الجزائريون أية مشكلة في التدوين بهويتهم الحقيقية ف 69% من المدونين

يعرفون أنفسهم من خلال الاسم الكامل (الاسم واللقب) وهي نسبة تفوق بكثير نسبة الذين

يعرفون أنفسهم من خلال الأسماء المستعارة 19% والذين يستخدمون أسماءهم الشخصية

وعددهم 12 ونسبتهم 12% من أفراد العينة.

• وعن الأسباب التي دفعتهم إلى التدوين بأسمائهم الكاملة يطرح المدونون الجزائريون ما يلي:

○ 20.28% من المدونين لا يجدون سببا منطقيا للاختفاء خصوصا وأن العديد منهم

يكتب لجمهور معروف بالنسبة لهم وهم الأصدقاء والمعارف.

○ 14.49% كانت إجاباتهم بأنه لا يوجد عندهم سبب محدد لهذا الاختيار.

○ ونسبة 13.04% من المحبيين يبررون اختيارهم بأن هدفهم هو التعريف بأنفسهم

وبأفكارهم.

○ والسبب الرابع هو حماية حقوق الملكية الفكرية للكاتب والمدون وهو أمر مهم جدا

ومقلق في نفس الوقت في عالم الانترنت وقد اختارت هذه الإجابة نسبة 11.59%

من المدونين.

• هناك 58 مدونا بما يعادل نسبة 58% منهم ينشرون صورهم الشخصية كصور تعريفية لهم

وهي نسبة تفوق نسبة الذين يعتمدون على صور مستعارة كصورة للبروفایل profile image

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

على مدوناتهم إذ يقدرّون بـ42 مدونا في حين أن مدونا واحدا لا يضع على مدونته صورة تعريفية أصلا.

• 52% من العينة يقولون أنهم لا ينشرون أي شيء يتعلق بحياتهم الخاصة، وقرابة النصف الأخر من المدونين (42%) يقولون أن ما ينشرونه على مدوناتهم نوعا ما خصوصي، في حين أن ستة مدونين فقط يقولون أن ما ينشرونه على مدوناتهم خصوصي جدا.

• أفراد العينة يدونون باللغة العربية بالدرجة الأولى بنسبة 83%، ثم تليها اللغة الفرنسية بنسبة 28%، ثم تليها اللهجة أو اللغة العامية الجزائرية بنسبة 21%، وبعدها اللغة الانجليزية بنسبة 19%، في حين أن اللغة الأمازيغية كالبائلية أو الشاوية لا يتم التدوين بها إلا عند 3% من أفراد العينة.

• المصدر الرئيس الذي يتعين به المدونون الجزائريون في كتابة تدويناتهم هو "تجارب المدون وثقافته الشخصية" وذلك بنسبة 89%، ثم المصدر الثاني: المواقع الالكترونية بنسبة 64%، ثم تليها مصادر ثانوية أخرى وهي بالترتيب: الكتب 48%، وسائل الإعلام التقليدية 39%، ومدونات الآخرين بنسبة 39%.

• 84% من مدونّي الجزائر لم يتدربوا على كيفية التدوين، في حين أن 15% منهم استعانوا بالتدريب من أجل إنشاء أو إدارة مدوناتهم الالكترونية.

• 15 مدونا من أصل 16 تدربوا على التدوين قاموا بالتدرب بمفردهم واعتمادا على مصادر معينة ثم التجريب. ومدون واحد فقط التحق بدورة تدريبية وكانت الدورة خارج الوطن حيث قدّمت له من طرف مركز الجزيرة للتدريب والتطوير.

✓ التفاعل مع الجمهور:

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- معظم المدونين يتوجهون إلى الجمهور العام بنسبة 77%، ومع ذلك فهم يتوجهون أيضا إلى أهل التخصص في المجال الذي يدونون فيه وذلك بنسبة 41%، المدونون الآخرون والشباب مستهدفون بنسبة 38%، كما أن الأصدقاء والمعارف يعتبرون جمهورا لـ 32% من أفراد العينة، في حين لا يتوجه سوى 25% من المدونين للمسؤولين وأصحاب القرار بكتاباتهم التدوينية. ونسبة 11% من المدونين يقرّون أنهم لا يستهدفون أحدا بل يكتبون لأنفسهم.
- العدد الأكبر من المدونين يتابعون الإحصائيات "دائما" بنسبة 42%، 25% من المدونين يتابعونها "غالبا"، و24% منهم يتابعونها "أحيانا".
- معظم المدونين الجزائريين يسمحون بالتعليقات على مدوناتهم في كل المواضيع (96%) في حين يسمح أربعة منهم بهذه الخدمة لمواضيع دون غيرها. ولا يوجد أي مدون يمنع خدمة التعليق على مدونته.
- يستخدم المدونون الجزائريون العديد من الخدمات والأدوات على صفحاتهم لأغراض مختلفة وهي:
  - الصور وتستخدمها نسبة كبيرة من المدونين وذلك بنسبة 85% حيث عادة ما يرفق المدونون صورة مناسبة لأي موضوع يتناولونه على مدوناتهم.
  - في المرتبة الثانية نجد أن المدونين الجزائريين يستعينون بالفيديوهات بنسبة 60%
  - وبخدمة تغذية rss بنسبة 59%
  - وعدد المدونين الذين يربطون مدوناتهم بتويتر يقل عن النصف وتقدر نسبتهم بـ 44%.
  - أما خدمة blogroll فلا تستعملها سوى نسبة 41% من أفراد العينة .

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- وتأتي خدمات أخرى بدرجات أقل وهي خدمة trackback الروابط المرجعية بنسبة 25% وخدمة podcasting أو الصوت 11% فقط من المدونين يستخدمون هذه الأداة في مدوناتهم.
- وخمسة من المدونين أضافوا استعانتهم بربط المدونة بالفيس بوك واعتماد نشرة بريدية تسمح بوصول جديد المدونة إلى بريد المسجل بالخدمة.
- طرق تواصل المدونين مع زوار مدوناتهم:
  - تقدر نسبة المدونين الذين يردون على تعليقات زوارهم كوسيلة للتواصل معهم بـ 92%.
  - نسبة 48% منهم يتواصلون مع زوارهم عبر البريد الإلكتروني.
  - 42% من أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية وشبكات الاتصال الفوري.
  - حوالي ربع العينة 26% قد يصل تفاعلهم مع زوارهم إلى حد اللقاء الشخصي.
  - 17% من المدونين سبق وأن تواصلوا مع زوار مدوناتهم عبر الهاتف.
  - و 4 مدونين فقط لا يتواصلون تماما مع زوار مدونتهم.
- لزيادة التعرض لمدوناتهم من قبل الزوار، هناك طرق عديدة يعتمد عليها المدونون ولكن بنسب متفاوتة:
  - "الاشتراك في الشبكات الاجتماعية" في المرتبة الأولى بنسبة 71%.
  - تسجيل المدونة في محركات البحث الخاصة بالمدونات بنسبة 61%.
  - يقوم 47% من المدونين "بكتابة عنوان المدونة عند التعليق على مدونات الآخرين".
  - يتبادل 37% من المدونين "نشر روابط المدونات مع مدونات أخرى على شكل تبادل إعلاني".

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

- نسبة 33% منهم يقومون بكتابة عنوان المدونة على توقيعاتهم الالكترونية.
- و 30% منهم "يحدثون الناس مباشرة عن مدوناتهم".
- هناك 3% من المدونين فقط يقومون "باستعمال الإعلان التجاري للإشهار والدعاية لمدوناتهم".
- يعتمد على المدونات الجزائرية كمصدر للمعلومات في:
  - مدونات أخرى 55%
  - ومواقع الكترونية 44%
  - البحوث الأكاديمية 25%.
- 25% من المدونين لا يدرون إن كانت تدويناتهم قد استعملت كمصدر للمعلومات أو لا.
- المدونون الجزائريون هم قراء للمدونات فمن يتابعون مدونات غيرهم "دائماً" يقدرون بنسبة 38% ومن يتابعون غيرهم "أحياناً" بنسبة 36% وهناك من يقرأ مدونات الآخرين "غالبا" وعددهم 25 مدونا أي 25%. ويوجد مدون واحد فقط يتابع مدونات غيره بشكل نادر ولا يوجد أي مدون لا يتابع مدونات الآخرين.
- أما من حيث التعليق على مدونات الآخرين فإن 45% من مدوني الجزائر يعلّقون على تدوينات غيرهم "أحياناً" فقط ، 26% "غالبا" ما يفعلون ذلك و 15% يعلّقون "دائماً" على ما يقرؤون من مدونات غيرهم، في حين 13% منهم "نادراً" ما يعلّقون على ما يقرؤون واثنان منهم لم يعلّقوا "أبداً" على تدوينات غيرهم.
- 85% منهم يركّزون على مضمون المدونة في اختيارهم للمدونات التي يتصفحونها، في حين يبدو عامل اللغة عاملاً مهماً أيضاً في تحديد المدونات المتصفحّة حيث يعتمد عليه 61%

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

منهم وينظر 55% من أفراد العينة للمستوى الثقافي أو العلمي لصاحب المدونة، بينما يشكل شكل المدونة وتصميمها معياراً مهماً لدى 35% من المدونين. أما البلد الذي ينتمي إليه المدون فلا يشكل أهمية إلا عند 28% من مدوني الجزائر المستجوبين وآخر عامل لاختيار المدونات المتصفح هو الدين فهدونا من أصل مائة مدون يهتمون به كعامل لاختيار المدونات التي يتصفحونها.

❖ يبقى المدونون الجزائريون متفائلين بمستقبل التدوين الإلكتروني في الجزائر رغم إقرارهم بوجود تحديات تعوق تطور التدوين الإلكتروني في الجزائر مع عدم وجود صعوبات على المستوى الفردي، ويقدمون بعض المقترحات لتطوير هذه الظاهرة في الجزائر، وفيما يلي بعض الأرقام المتعلقة بذلك:

- 70% من المدونين لا يواجهون أية صعوبات في التدوين، في حين تقرر نسبة 30% منهم بوجود صعوبات تعترضها في هذا المجال. وقد حدد هؤلاء نوع الصعوبات التي يواجهونها فيما يلي: صعوبات مادية وتقنية (36.66%)، صعوبات سياسية وشخصية بدرجة ثانية (30%) ثم نجد صعوبات لغوية عند 8 مدونين وأخرى اجتماعية عن خمسة مدونين من أصل ثلاثين مدوناً يواجهون صعوبات في التدوين.
- التحديات التي يواجهها التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين تتمثل في:

○ ضعف خدمات الانترنت في الجزائر (بمتوسط حسابي 4.06).

○ قلة اهتمام الإعلام الوطني بتطوير هذه الظاهرة (4.05).

- قلة اهتمام الانترنتيين الجزائريين بظاهرة التدوين الالكتروني وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ3.94.
- قلة انتشار الانترنت بين فئات المجتمع الجزائري (3.87).
- أكثر من نصف عينة البحث 57% يتوقعون أن التدوين الجزائري سينتشر بشكل أوسع في غضون الخمسة أعوام القادمة في حين ترى نسبة 23% أنه سيبقى على ما هو عليه الآن بينما يتوقع خمسة مدونين التراجع والاضمحلال لواقع التدوين الالكتروني في الجزائر ويكتفي 15% منهم بالإجابة بلا أدري.
- ويقدم المدونون الجزائريون الفاعلون في مجال التدوين اقتراحات عملية يعتقدون أنها ستسهم في تطوير التدوين الالكتروني في الجزائر وهي كالاتي:
  - تحسين خدمات الانترنت والاهتمام بتقديم مواقع استضافة جزائرية أفضل للرفع من مستوى التدوين و ذلك بنسبة 27%.
  - نسبة 22% من المدونين يرون ضرورة رفع مستوى المدونات وتطوير المدون لأدائه.
  - نسبة 21% من المدونين الجزائريين تؤكد على توعية المجتمع بأهمية هذه الظاهرة وتشجيع مختلف الفئات على التدوين.
  - كما أن التكتل والتنظيم بين المدونين الجزائريين يعدّ من النقاط المهمة التي يرى المدونون أنها ستسهم في تطوير الظاهرة بالجزائر، هذا ما يراه 15% منهم.
  - عنصر الدعاية للمدونات بشكل مقترحا هاما أيضا من وجهة نظر المدونين الجزائريين حيث يقترحون في هذا الصدد: اهتمام الإعلام الوطني بنشر الظاهرة (14%) وإقامة ملتقيات وندوات ومسابقات حول التدوين للتعريف به وتوضيح آلياته وطرق إنشاء المدونات وإدارتها (نسبة 10%).



**ب. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:**

سعت الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

1. يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور، ذوي مستوى تعليمي عال ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت ومعظمهم يقطنون بالعاصمة.

2. يعتبر دافعا الترفيه والنشر الالكتروني أهم دافعين (وعلى التوالي) لدى المدونين الجزائريين.

3. يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: من حيث عادات التدوين: المدونون الجزائريون بدؤوا متأخرين في ممارسة التدوين وهم غير منتظمين في التدوين، ومن حيث أنماط التدوين: يدونون في مواضيع متنوعة، ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدون باللغة العربية ولم يتلقى تدريباً حول التدوين، ومن حيث تفاعلهم مع جمهورهم: يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

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

**الفرضية الأولى:**

وفقاً للدراسات السابقة ولمختلف التقارير التي أصدرتها مؤسسات عالمية فإن المدونين في مختلف البلدان هم في معظمهم شباب وذكور مستوى تعليمي عالٍ غير أن الاختلافات بين المجتمعات عادة ما تكمن في فئة الجنس حيث نجد أن بعض الدول تكاد تتساوى فيها نسبة

## الفصل الثالث \_\_\_\_\_ الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

الذكور والإناث المدونين إلا أن هذا الأمر لا ينطبق على عالم التدوين العربي ومنه الجزائري حيث نسبة المدونات الإناث أقل من نظرائهم الذكور وذلك لأسباب سبق بيانها.

وبناء على المستوى التعليمي الذي يتميز به المدونون فمن المتوقع أن تكون مهاراتهم في التعامل مع الانترنت عالية، خصوصا وأن السنوات الأخيرة شهدت اهتماما واسعا بتعليم وتعلم مهارات الكمبيوتر و الانترنت سواء على مستوى المؤسسات التعليمية أو على المستوى الخاص، إلا أن واقع النتائج المتحصل عليها يقول أن المدونين الجزائريين يمتلكون مهارات تتراوح بين "المتوسطة" و"العالية" فالنسب متقاربة بين المستوى المتوسط والمستوى العالي ويرتبط الأمر بطبيعة الوسيلة، المدونة، التي تتميز بالسهولة مما يسمح لغير المختصين والمحترفين بإنشائها وإدارتها حتى وإن كانت مهاراتهم متوسطة .

أما بالنسبة للتوزيع الجغرافي للمدونين الجزائريين فعلى الرغم من توزعهم عبر مختلف أنحاء الوطن وحتى في الخارج إلا أن أكثر المدن التي يتواجد بها المدونون هي العاصمة الجزائرية.

وعليه يمكننا القول أن الفرضية الأولى قد تحققت في عدة أجزاء منها ولم تتحقق في جزء آخر، بحيث ثبت فعلا أن من الخصائص الديموغرافية للمدونين الجزائريين كثرة الشباب والذكور وأصحاب المستوى التعليمي العالي، كما أن عددا كبيرا منهم يتواجد في العاصمة إلا أن هؤلاء المدونين لا يمتلكون بالضرورة مهارات عالية في التعامل مع الانترنت بل لديهم مهارات متوسطة أو عالية.

### الفرضية الثانية:

تتعدد الدوافع التي تحفز المدونين عبر العالم على دخول هذا العالم وكما لاحظنا في أجزاء سابقة من هذا البحث فإن الكثير من الدراسات اختارت دوافع مختلفة افترضت أنها الحافز للمدونين في

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

ممارسة التدوين وقد ثبت أن هذه الدوافع تختلف من مجتمع لآخر ومن فئة لأخرى وتتحكم بها العديد من العوامل. وبما أن بعض الدراسات حول استخدامات الانترنت في الجزائر قد أكدت على أن الدافع المعرفي ودافع الترفيه هما الأكثر جذبا للانترنتيين الجزائريين فقد افترضنا أن دافع الترفيه عن النفس والنشر الالكتروني هما الذين حفزا المدونين الجزائريين للإقبال على التدوين بدرجة أكبر من غيرهما من الدوافع المقترحة إلا أن ذلك لم يثبت من خلال النتائج الميدانية للدراسة، حيث خلصت النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات هما أكثر الدوافع جذبا للمدونين الجزائريين ولعل تأثيرات التدوين الايجابية على أسلوب المدونين في التواصل وأسلوبهم في التفكير، وفق ما أفادت به إجاباتهم، يؤكد تحقق الإشباع المطلوبة لديهم بحجم معتبر.

وعليه، فإن الفرضية الثانية قد انتفت صحتها.

### الفرضية الثالثة:

يتميز السلوك التدويني لدى مدوني الجزائر ببعض الخصائص العامة: فمن حيث العادات استنتجنا أن النسبة الأكبر من منهم بدأت التدوين في سنوات متأخرة (2007 وما بعدها) رغم وجود السابقين لهذا المجال إلا أنهم قلة قليلة. وتعد الاستمرارية والتواتر في التدوين من أهم أسباب نجاح المدونة وأهم العوامل لكسب جمهور لها، وقد لاحظنا من خلال متابعتنا للمدونات الجزائرية أن جل مدونياتها ينقطعون عن التدوين من فترة إلى أخرى وهو ما قد يؤثر على درجة الاهتمام بمدوناتهم ومن خلال الدراسة الميدانية أكد المدونون بالفعل هذه الملاحظة واعتبروا أن لديهم انشغالات أخرى تدفع بهم للانقطاع عن التدوين والسبب الثاني هو عدم رغبتهم في التقيد بالزمن.

مما يعني أن الفرضية الثالثة قد ثبت صدقها من حيث الخصائص العامة للمدونين المتعلقة بعادات التدوين لديهم.

وتأخذ العديد من المواضيع اهتمام المدونين الجزائريين فهم يدونون حول القضايا الاجتماعية، التجارب الشخصية، الهوايات والاهتمامات، والمواضيع السياسية والثقافية وغيرها أي أن هناك تنوعا فيما يتناوله المدونون الجزائريون. ولا يعتبر هؤلاء المدونين أنفسهم مضطرين للكتابة بأسماء مستعارة لأنهم يكتبون ما هم مقتنعون به ولأنهم يرغبون في التعريف بأنفسهم وبأفكارهم. ويفضل جل المدونين استعمال اللغة العربية على اعتبار أنها لغتهم الأم كما أن هدفهم هو الارتقاء بالمحتوى العربي على الانترنت من خلال مساهمتهم في إضافة مواضيع جديدة. ولم يتلقى المدونون الجزائريون أي تدريب حول التدوين الالكتروني على اعتبار أن إنشاء المدونات لا يحتاج الكثير من الدراسة في مجال الكمبيوتر والانترنت والمدونون هم بالأصل يمتلكون مهارات متوسطة أو عالية في هذا المجال.

وعليه فإن الفرضية الثالثة قد صدقت من حيث تنوع مواضيع المدونين وتدوين جلمهم باللغة العربية وعدم تلقينهم أي تدريب في مجال التدوين إلا أن المدونين الجزائريين يدونون في أغلبهم بأسمائهم الكاملة مما يعني انتفاء الفرضية في هذه الجزئية.

وبما أن المدونات الالكترونية هي وسيلة تواصلية تفاعلية بالدرجة الأولى فإن المدونين الجزائريين يتفاعلون مع زوار مدوناتهم بالعديد من الوسائل وأهم هذه الوسائل على الإطلاق هي التعليقات فكل المدونين الجزائريين يتيحون هذه الخدمة على مدوناتهم كما يقوم جلمهم بالرد على التعليقات التي تصلهم على المدونة ويتفاعلون أيضا من خلال رسائل البريد الالكتروني ووسائل الاتصال الشبكي وقد يصل التواصل بين الزوار وبين بعض المدونين إلى حد اللقاء الشخصي. ويهتم المدونون الجزائريون بمتابعة عداد الزيارات لديهم ويستعملون طرقا عدة لرفع عدد المتصفحين

## الفصل الثالث الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة الميدانية

لتدويناتهم مما يعني اهتمامهم بعنصر التفاعل والتواصل مع الآخرين. ويعتبر المدونون قراء للمدونات، أي أنهم بالإضافة إلى ممارستهم للتدوين فإنهم يقرؤون لغيرهم بل أن أهم جمهور للمدونات هم المدونون أنفسهم، حيث يكون المدونون من خلال تدويناتهم وقراءتهم لمدونات غيرهم ثم التعليق والردود على التعليقات التي تصلهم، يكونون مجتمعا مميزا يسمى عند المتخصصين بالفضاء التدويني blogosphere.

ومن خلال ما سبق فإن الفرضية الثالثة في هذا الجزء المتعلق بخصائص المدونين من حيث التفاعل قد ثبتت صحتها بشكل تام.

### الفرضية الرابعة:

اعتبر أكثر من ثلثي المدونين الجزائريين أنهم لا يواجهون كمدونين صعوبات في ممارسة التدوين والنسبة التي رأت أن هناك صعوبات تعترضها حددتها بعدة أشكال أهمها الصعوبات التقنية والمادية لكنهم من جانب آخر يقرون أن هناك تحديات تواجه التدوين الإلكتروني في الجزائر ويحددون أهمها ب: التحديات التقنية وهي ضعف خدمة الانترنت في الجزائر وقلة انتشار الانترنت بين أوساط الجزائريين و التحديات الإعلامية التي تتمثل في قلة اهتمام الإعلام الوطني بالظاهرة في الجزائر ومع ذلك يذكر المدونون الجزائريون تحديات اجتماعية تتمثل في عدم اهتمام الانترنتيين الجزائريين بممارسة التدوين.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الرابعة قد أثبتت صدقها بأن هناك تحديات تقنية واجتماعية تحول دون تطور التدوين الإلكتروني في الجزائر، غير أن هناك أيضا تحديات إعلامية لا تقل أهمية عن سابقتها.

خاتمة

## خاتمة:

حاولنا في بحثنا هذا التعرف على الملامح العامة لظاهرة التدوين الالكتروني في الجزائر، وكما تبين في الأجزاء السابقة للبحث فإن المدونين الجزائريين يتلاقون في صفاتهم مع الكثير من المدونين في العالم من حيث أنهم شباب متعلم ويملك مهارات جيدة في التعامل مع التكنولوجيا، الانترنت على وجه الخصوص، وهو ما يجعلنا نقول أن المدونين يعتبرون من نخبة البلاد ومستقبلها وإقبالهم على التدوين الالكتروني يبين أهمية هذه الأداة وفوائدها وضرورة الاهتمام بها.

وعلى عكس العيد من الدول في العالم الثالث والعالم العربي، فإن المدونين الجزائريين يهتمون بالتدوين الالكتروني بدافع "التفاعل الاجتماعي" و"التعبير عن الذات" مما يجعل هذه الوسيلة في الجزائر أداة للترباط الاجتماعي والبناء الذاتي للمدونين أكثر منها وسيلة للإعلام البديل أو التأثير في قضايا الرأي العام والتعبئة السياسية على غرار بعض الدول المجاورة. وهو ما يدفعنا للقول بأن المدونات يمكن أن تكون وسيلة تعليمية وتربوية مؤثرة جدا في واقع المنظومة التواصلية الجزائرية إذا ما تم استغلالها بشكل جيد، فكما سبق وأن ذكرنا فإن المدونين هم شباب متعلم ومقبل على المبتكرات الجديدة ويرغب في التواصل وتطوير مهاراته الشخصية وهو ما يؤهل المدونات للقيام بهذا الدور.

غير أننا، وكما استخلصنا من نتائج الدراسة، نجد أن المدونات لا تزال تعاني من بعض المعوقات والعقبات في سبيل تطورها بالجزائر، فنسبة كبيرة من المدونين الجزائريين غير فعالين في الحقيقة في عالم التدوين بسبب انقطاعهم المستمر عن التدوين وتزويد الخدمات السيئة للانترنت في الجزائر وقلة انتشارها بين أوساط الجزائريين من صعوبة انتشار التدوين وفعاليتها. كما أن مستخدمي الانترنت في الجزائر لا يقبلون كثيرا على هذه الخدمة التفاعلية مقابل خدمات أخرى تبدو أقل أهمية في تحسين مستوى الفرد والمجتمع على غرار المحادثة الالكترونية (الدرشة)، الألعاب الالكترونية وغيرها،

وهنا تتحمل وسائل الإعلام الوطنية مسؤولية لا بأس بها في تجاهل هذا الوسيط المهم وعدم التعريف به وشرح أهميته وفوائده.

وعلى الرغم من أن التدوين الإلكتروني في الجزائر يعدّ وسيطا اتصاليا جديدا وفضاء خصبا للتعبير عن الآراء والأفكار وعرض الأعمال أو المهارات، وعلى الرغم من أن ظاهرة المدونات في بلدنا لم تحظى بعدُ بذات الاهتمام الذي لقيته في دول مجاورة كمصر وتونس والمغرب أو بعض دول الخليج فما بالك بدول متقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا التي يكاد التدوين يتحوّل فيها إلى صناعة إعلامية واتصالية واقتصادية جديدة، إلا أن هذا الفضاء لا يزال يملك فرصة مهمة جدا في التطور والرقى ولا يزال الاستثمار في هذا الوسيط الاتصالي الجديد يعدّ بمستقبل جيد في الكثير من المجالات كالتعليم والإعلام والتواصل الاجتماعي والبناء الذاتي للأفراد، كما سبق بيانه. ذلك أن هذا العالم يتطور بالفعل في الجزائر ويتقدم بخطوات ثابتة، وإن كانت بطيئة، لكن الملاحظ الجيد لمسار المدونات الجزائرية يجد أنها في نمو مستمر.

ومع هذا، لا بد من الاعتراف بأن هذا النمو رهين بالعديد من العوامل ومرتبط بالكثير من الفاعلين، بدء بالمدونين أنفسهم مرورا بالباحثين والإعلاميين وهيئات المجتمع المدني وختاما بمؤسسات الدولة المطالبة بالمزيد من التحسينات في البنى التحتية الاتصالية التي لا تزال غير كافية لتحقيق إنجازات حقيقية في مجال الاتصال الإلكتروني سواء تعقّى الأمر بالمدونات أو بخدمات أخرى لا يزال المتصفح الجزائري محروما منها أو غير مستفيد منها بشكل جيد بسبب العوائق التقنية والمادية.

ومن ناحية أخرى، لا يزال التدوين الجزائري أيضا مجالا خصبا كموضوع للبحث العلمي حيث وعلى الرغم من العمر "المتوسط" للمدونات الجزائرية إلا أن الدراسات العلمية التي أجريت حولها في مختلف التخصصات وبما فيهم هذه الدراسة لم توفي حقها بعد ويحتاج هذا الموضوع وغيره من المواضيع



المتعلقة به، كالإعلام الجديد والويب 2 وبعض الخدمات الاتصالية الجديدة الأخرى، يحتاج من الباحثين المزيد من الاهتمام خلال المزيد من الدراسات المتخصصة والدقيقة.

ونحن نعتبر بحثنا المتواضع هذا نقطة في بحر وهناك الكثير من النقاط الأخرى التي يجب تغطيتها والتركيز عليها ومحاولة إيجاد الحلول المتعلقة بها كمعرفة تأثير المدونات على التعليم بمختلف أطواره، إجراء تحليل للمضامين التي تنتجها المدونات الجزائرية، استكشاف العلاقة بين المدونات الجزائرية والإعلام التقليدي ومحاولة الكشف عن الاختلافات الجنسية في التدوين بين الذكور والإناث وغيرها من المواضيع...

# قائمة المراجع

## 1. المراجع باللغة العربية:

### 1. الكتب العربية:

1. إيهاب الزلاقي: المدونات العربية حرية التعبير مجسدة، خصم عنيد: إنترنت والحكومات العربية، تحرير سالي سامي؛ ترجمة داليا زيادة، تقرير صادر عن الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان (ديسمبر 2006). تاريخ الزيارة [2010/02/01] متاح على: <http://old.openarab.net/ar/node/108>
2. ابراهيم عبد الله المسلمي: مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر
3. أحمد ناجي: المدونات من البوست إلى التويت، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، القاهرة، 2010.
4. أديب خضور: دور الإعلام في مواجهة المخدرات، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999.
5. إفريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتاب، القاهرة، 1991
6. أمين سعيد عبد الغني: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط 1، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر الجديدة، 2008.
7. أولجا جوديس بيلي وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد صلاح، ط 1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009.
8. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
9. حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر، 2003
10. حمدي حسن: وظائف الاتصال الجماهيري: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1998.
11. حمدي الأسيوطي: الحماية القانونية في قضايا النشر الإلكتروني، "خطوات على الطريق... الدعم المتبادل بين الأنترنت وحقوق الإنسان"، الشبكة العربية لحقوق الإنسان، 2008، متاح على <http://old.openarab.net/node/531>
12. دان جيلمور: الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة نيفين نور الدين، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة- مصر، 2010.
13. دافيد ميلر وآخرون: أخبرني أكاذيب: الدعاية والتضليل الإعلامي في الحرب على العراق، ط 1، ترجمة إبراهيم العريس، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام، أدوكارت (الشرق الأوسط)، بيروت - لبنان، أبريل 2007.
14. رجاء وحيد الدويدري: البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط 1، دار الفكر، دمشق - سوريا، 2000

15. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
16. سعد بن سعود بن محمد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، ط 1، دار الكتاب الحديث، الرياض، 1427هـ.
17. سهير جاد: وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1، 2003.
18. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
19. عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 1997.
20. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2008.
21. عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع: رؤية سوسبولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
22. عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003.
23. عبد الفتاح مراد، الأصول العلمية والقانونية للمدونات على شبكة الانترنت، دار الفتح للتجليد الفني، مصر، ط 1، 2006.
24. عبد الله اليوسف الجبوري: نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، الجامعة الكندية العربية الحرة، 2009.
25. علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، سلسلة أطروحات الدكتوراه (53)، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2005.
26. فايز جمعة صالح النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2008.
27. فرانك كيلش: ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟، ترجمة: حسام الدين زكرياء، سلسلة كتب عالم المعرفة، 253، الكويت، يناير 2000.
28. فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط 1، دار الفكر، دمشق - سوريا، 2002.

29. فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه- نظرياته- وسائله، ط 1، دار الفجر، القاهرة - مصر، 2003
30. ماجد سرور: استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا: الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدنيين ونشطاء الانترنت (تشبيك)، مؤسسة عالم واحد للتنمية والمجتمع المدني، ج.م.ع، يوليو 2009.
31. محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط 2، مكتبة العبيكان، الرياض - السعودية، 1998.
32. محمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
33. محمد سعيد أحجيوج: ألفباء التدوين، كتاب الكتروني (الاصدار الثاني، أبريل 2009). متاح على:  
<http://abcblogging.com/abcBlogging2.pdf>
34. محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
35. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2004
36. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
37. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، 1999
38. محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي دمياط، 2006.
39. محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر، ط 1، 2001.
40. محمد محمود بني بونس: سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط 1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007.
41. مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشيعات، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
42. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
43. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000
44. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
45. منال محمد أبو الحسن فؤاد: دوافع استخدام الأطفال للحاسبات الآلية وعلاقتها بالجوانب المعرفية، ط 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2003.
46. مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2006.

47. ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 1993.
48. نصر الدين لعياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
49. هاني محمود علي: المدونات نافذة الحرية والإبداع، كتاب الكتروني، فيفري 2011.
50. هيثم ناصر: دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير، مركز حماية وحرية الصحفيين.
51. هيثم هادي الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.
52. وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.

## (2) المعاجم والموسوعات:

- (1) إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975.
- (2) اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة ( مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وعلامية)، كتب عربية، 2006.
- (3) سميح دغيم: موسوعة مصطلحات العلوم الاجتماعية والسياسية في الفكر العربي والإسلامي، ط 1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 2000.
- (4) طارق سيد أحمد الخلفي: معجم مصطلحات الإعلام، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- (5) عبد المنعم حنفي: موسوعة عالم علم النفس، دار نابلس، لبنان، 2005، مج 3، ج 15.
- (6) لسان العرب، 678/1، 679، 3438/5، موسوعة الشروق، المجلد الأول.
- (7) مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، ج 1-2، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، اسطنبول، تركيا.
- (8) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996.

## (3) الرسائل الجامعية والدراسات الأكاديمية:

01. إيهاب حمدي جمعه مجاهد: مساحات البوح: المرأة العربية والإنترنت، دراسة مسحية لمدونات المرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونون العرب (مكتوب)، الجامعة الأمريكية، القاهرة، 2007.

02. باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت: دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، غ منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.
03. سهيلة بوضياف: المدونات الالكترونية في الجزائر - دراسة في الاستخدامات والإشباعات-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، السنة الجامعية 2009-2010.
04. عبد الله بن يحيى حسن آل محيا: أثر استخدام الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني على مهارات التعليم التعاوني لدى طلاب كلية المعلمين في أبها رسالة دكتوراه في المناهج وطرق التدريس، غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2008.
05. ناجي السنباطي: الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية دراسة مقارنة ، أعدت هذه الدراسة لإتحاد المدونين العرب كجزء من مشروع إصدار كتاب ورقي عن الصحافة الرقمية (صحافة التدوين) .
06. نصيرة عقبي: جمهور التلفزيون ونظرية الاستخدامات والإشباعات: دراسة مسحية في الاستخدام والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2002 - 2003.
07. عبدالله ولد الخاطري، المدونات العربية: دراسة تحليلية، متاح على : [www.eddor.com](http://www.eddor.com)
- (4) المجالات العلمية:**
01. أسامة غازي المدني: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، ع 26، السنة 13، يوليو 2009.
02. الصادق رابح: إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال (السعودية)، العدد 6.
03. شيماء إسماعيل عباس إسماعيل: المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، - cybrarians journal -، ع 13 (يونيو 2007). تاريخ الزيارة > <http://journal.cybrarians.info/no13/blogs.htm> : متاح على : 2009-12-20.
04. عبد الرحمن فراج. "المدونات الإلكترونية blogs"، مجلة المعلوماتية، العدد 14، جوان 2006.
05. عبد الصبور فاضل: المدونات المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية لعينة من مدونات موقع "اتحاد المدونون العرب" (مكتوب)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، يوليو/ ديسمبر 2008، العدد 2، المجلد 9
06. عصام منصور: المدونات الإلكترونية: مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، العدد الخامس، مايو 2009

07. عصام منصور: المدونون صورة للرواة الجدد على الإنترنت، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، العدد الثاني، مايو 2008
08. محمد عبده راغب عماشة: التعليم الإلكتروني والويب 2.0، مجلة المعلوماتية، العدد 24، جوان 2009، متاح على الرابط: <http://informatics.gov.sa/cgi-sys/suspendedpage.cgi?id=260> تاريخ الزيارة (10.03.2010).
09. محمود عبد الستار خليفة: الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0 - cybrarians journal -. ع 18 (مارس 2009) . - تاريخ الزيارة > 5 - 9 - 2010 < . - متاح على: <http://www.cybrarians.info/journal/no18/web2.0.htm>
10. نصر الدين غراف: الويب 2.0: استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 14، 2011، ص 114.
- (5) المؤتمرات والملتقيات:**
01. أحمد حسين: ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ورقة عمل لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، (15-17 / 03 / 2009).
02. الصادق الحمامي: عالمهن المنكشف: المدونات النسائية العربية، ورقة عمل نشرت في كتاب المرأة العربية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" وصندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة "اليونيفيم"، 2007.
03. الصادق رابح، الفضاء المدونّ ناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة؟، ورقة بحثية قدمت للمؤتمر الدولي الحادي عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال "الإعلام ومجتمع المعرفة"، طنجة (المغرب)، 17-21 نوفمبر 2006.
04. الصادق رابح: المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.
05. دشن بن محمد القحطاني: المدونات الإلكترونية وحرية الرأي والتعبير، ورقة عمل لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي،
06. شريهان توفيق، شيرين كدواني: المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الأول "الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة"، قسم الإعلام- جامعة أسيوط، 19-20 فيفري 2008.
07. عبد الجواد سعيد محمد ربيع: التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.
08. هند بنت سليمان الخليفة، سلطنة بنت مساعد الفهد: المدونات العربية الحاسوبية: دراسة تحليلية، الندوة الوطنية الأولى لتقنيات المعلومات، الرياض، المملكة السعودية، 2006.



09. هديل محمد الحضيف: المدونات في السعودية: تطورها ودورها في التعددية الإعلامية وحرية التعبير، ورقة عمل

مقدمة لحلقة دراسية للإعلاميين ضمن جلسة بعنوان "نحو إعلام مستقل ومتعدد"، تنظيم جامعة سلطان قابوس بالتعاون مع مكتب اليونسكو، مسقط، عمان.

## **(6) التقارير والوثائق والنشريات:**

01. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: المدونات الشخصية على الوب خلال الحرب في لبنان، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غربي آسيا، العدد 6، الأمم المتحدة، نيويورك، 2006 .

02. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: مواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: شبكات تبادل المعرفة ، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غرب آسيا، العدد 09، الأمم المتحدة ، نيويورك 2008.

03. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: بودكاستينغ: الطريقة الأسهل والأسرع للحصول على المحتوى المطلوب، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غرب آسيا، العدد 05، الأمم المتحدة ، نيويورك 2006

04. سعيد المصري وآخرون: المدونات المصرية: فضاء إجتماعي جديد، تقارير معلوماتية تصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، السنة الثانية، العدد 17، مايو 2008.

## **(7) الجرائد والمجلات:**

1. ابراهيم محمد حمزة: مدونات الأدباء هل تحل أزمة النشر والانتشار؟، جريدة القاهرة، العدد 20، 9 جانفي 2009.

2. ادريس لكريني: المدونات العربية وقضايا المجتمع، جريدة القدس العربي، السنة العشرون العدد 5898 ، الأربعاء 21 ايار (مايو) 16 جمادى الاولى 1429 هـ

3. الخير شوار: الجزائريون يقتحمون المدونات ويسألون لماذا نحن أكثر احتشاما من العرب والآخريين؟، جريدة الشرق الأوسط، العدد 10368، الأربعاء 18 أبريل 2007

4. أيمن حماد: التدوين وحرية التعبير على شبكة الانترنت، ركن دراسات، جريدة الجمهورية، مصر، العدد 20172، السبت 21 مارس 2009.

5. حسان الشامي: الاقتصاد الجزائري شهادة نجاح، جريدة العرب الأسبوعي، السبت 7 – 2007/4/13، السنة الثانية، العدد 99.

6. جمال الزرن: المدونات وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، ع 130، 2007، متاح على:

<http://jamelzran.jeeran.com/archive/2007/7/280497.html>

7. زكي حسين الوردي: صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت، جرنال العراق، ع 4، 9 يوليو 2007، تاريخ الزيارة (16- 12- 2008)، متاح على: [http://journal-iraq.com/lessons-  
details.aspx?back=1&articleid=16](http://journal-iraq.com/lessons-details.aspx?back=1&articleid=16)
8. غ. فاروق: ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر، إعلام تك، العدد 20، 8-15-2007
9. مروان حرب: الشباب العربي يعارض حكاه بالانترنت، المحقق، العدد 86، من 3 إلى 9 نوفمبر 2007.

### (8) الحصص والمقابلات التلفزيونية:

1. حسين عبد الغني: تزايد مستمر لعملية التدوين في مصر، تقرير إخباري، قناة الجزيرة الفضائية، تاريخ البث: 2008/7/4، القاهرة. مدة التقرير 2:47 د
2. يوسف بلوج، "الأدب الالكتروني كأدب جديد لجيل جديد"، حوار إذاعي في حصة "صريح" بإدارة المذيع: عبد الرزاق بوكبة، القناة الإذاعة الثقافية، تاريخ الحصة: سبتمبر 2010.
3. يوسف بلوج، "مداخلة حول التدوين في الجزائر"، مقابلة تلفزيونية في برنامج "نات ماغ net mag"، قناة نسمة التونسية، تاريخ المقابلة 2011/08/02.

### (9) مقابلات شخصية:

1. مقابلة مع السيد يحيى أوهيبة/ مؤسس ورئيس النادي الجزائري للتدوين. تاريخ المقابلة: 21 / 09 / 2011.
2. مقابلة مع السيد رياض بن قلة/ مؤسس ومدير موقع بلوغيني bloginy. تاريخ المقابلة: 22 / 09 / 2011.

### (10) مواقع ومدونات عربية:

- موقع ويكيبيديا بالعربية (تاريخ الزيارة 6-4-2007) <http://ar.wikipedia.org>
- موقع الجزيرة.نت (تاريخ الزيارة: 2010/05/10) <http://www.aljazeera.net>
- موقع اتحاد كتاب العرب (تاريخ الزيارة 2010/04) <http://www.arab-ewriters.com/>
- موقع مدونات مكتوب (2011/03/30) <http://www.maktoobblog.com>
- موقع الحوار المتمدن (تاريخ الزيارة 2010/10/17) <http://www.ahewar.org/>
- مدونة الدكتور طلال ناظم الزهيري <http://docstu.maktoobblog.com/>
- مدونة الدكتور عبد الله الزين الحيدري (تاريخ الزيارة 10 نوفمبر 2007) <http://abdallahidri.jeeran.com/>
- مدونة تلمسان ليست للبيع (12/12/2009) <http://www.bilad-13.maktoobblog.com/>

## II. المراجع الأجنبية:

### 1) Les ouvrages :

1. Alain Joannés, **Le journalisme à l'ère électronique**, Librairie Vuibert, Collection Lire Agir ; Paris, septembre 2007.
2. Benoit Desavoie et all : **Les blogs : Nouveau média pour tous**, M21 Editions, Paris, 2005.
3. David C. Wyld: **The blogging revolution : Government in the age of Web 2 .0**, E.Government series, IBM Center for the Business of Government, 2007
4. David Meeran SCOTT: **The new rules of viral Marketing: How word of mouse spreads your ideas for free**, The creative commons license, attribution 3.0, 2008
5. Fackson Banda : **Citizen journalism & Democracy in Africa: an exploratory Study**, school of journalism & media studies, Rhodes university, highway AFRICA.
6. Joan Van Tassel: Going Viral: **Mass Media Meets Innovation**, The twenty-first-century media industry : economic and managerial implications in the age of new media, edited by John Allen Hendricks, LEXINGTON BOOKS, United Kingdom, 2010.
7. Mark Briggs : **Journalism 2.0 : How to survive and thrive**, A digital literacy guide for information age, an anitiative of J-Lab and the Knight Citizen News Network, 2007
8. T. Neil Sorka: **Understanding the political influence of blogs : A study of the growing importance of the blogosphere in the U.S Congress**, the Institute for politics, democracy & The internet, Washington, January 2007.
9. Robert S. Fortner,P. Mark Fackler: **The handbook of glabal communicationand media ethics**, volume 1, Wiley-Blackwell, 2011.
10. Philip Sheldrake: **Social web analytics eBook**, Race point group, Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike 2.0 UK: England & Wales License, July 2008. Available at: [www.socialwebanalytics.com](http://www.socialwebanalytics.com)

## 2) **Les études scientifiques**

1. Bruce Etling and athers : **Mapping the arabic blogosphere-culture.politics and dissent**, Berkman center reserch , june 2009. available at : <http://blogs.Law.harward.edu>
2. Dan Li : **Why do you blog : a uses and gratifications inquiry into bloggers ' motivations**, Master thesis of arts, Marquette university, milwaukee, wisconsin, august 2005.
3. Elmine Wijnia : **Understanding Weblogs : communicative perspective**, available at : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.118.7972&rep=rep1&type=pdf>
4. James Torio: **Blogs a Global conversation**, A Master thesis on the Social phenomenon of blogs, school of Syracuse university, august 2005

5. Jia Lin, Alexander Halavais : **Mapping the blogosphere in America**, available at : <http://www.blogpulse.com/papers/www2004linhalavais.pdf>
6. Heather E. Mudd : **A Teacher Action Research Project on Digital Fluency via Blogging**, a Master Thesis of Science, College of Education, Florida State University, 2008
7. Herring, Scheidt, Bonus and Wright: **Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs**, 2004.
8. Patrick W. O'Donnell, **Users and the marketing efficacy of MP3 music blogs**, A Master Thesis of Science, Department of Communication, Spring Semester, 2006, The Florida state University.

### 3) **Les revues scientifiques :**

1. Aaron Patric Campbell : **Weblogs for Use with ESL Classes**, The Internet TESL Journal, Vol. IX, No. 2, February 2003, available at: <http://iteslj.org/Techniques/Campbell-Weblogs.html>
2. Bonnie A. Nardi et al : **Why we blog**, COMMUNICATIONS OF THE ACM, December 2004 , Vol 47, No 12.\_
3. Ellen Taricani: **Communities of Blogging: Extensions of Our Identities**, American Communication Journal, 2007. Available at : <http://acjournal.org/holdings/vol9/fall/articles/blogging.html>
4. Junghoon Moon and others, **Improving Quality of life via blogs and Development of a virtual Social identity**, Journal of information Technology Management, VolXV11,Number,3, 2006.\_
5. Henry Farrell, Daniel W. Drezner : **Introduction:Blogs, politics and power: a special issue of Public Choice**, Public Choice (2008), Volume 134, Numbers 1-2, 1-13.
6. Marc lynch: **Blogging the New Arab Public**, Arab Media & Society (February, 2007).
7. Paul Berger: **Is the British blogosphere lagging behind ?**, the online journalism review, Annenberg school for communication & journalism, (novermber 17, 2005).

8. R. Kwai Fun IP, C. Wagner: **Weblogging: A study of social computing and its impact on organizations**, Decision Support Systems (2007), Volume 45, Issue 2, May 2008
9. Rosanna E. Guadagno, Bradley M. Okdie, Cassie A. Eno : **Who blogs? Personality predictors of blogging**, Computers in Human Behavior, 24, 2007, p 1994. Available at : [http://osil.psy.ua.edu/pubs/GuadagnoOkdieEno\\_CHB07.pdf](http://osil.psy.ua.edu/pubs/GuadagnoOkdieEno_CHB07.pdf)
10. Sarah Pedersen and Caroline Macafee: **Gender, differences in British blogging**, Journal of computer- mediated communication, 12 (4), article 16, Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html>

#### 4) **Conferences et forums:**

1. Bernier, Christiane et Laflamme, Simon : **«Femmes, hommes et usages d'Internet: ségrégation ou différenciation ?»**, in Actes des travaux du Groupe de Travail "Sociologie de la communication", XVII<sup>e</sup> Congrès des sociologues de langue française, Tours. En ligne:<http://www.univ-tlse2.fr/aislf/gtsc/index.htm>. **date de visite (31/10/2008)**.
2. Marti A. Hearst, Susan T. Dumais: **Blogging Together: An Examination of Group Blogs**, a poster paper presented in the 3rd International Conference on Weblogs and Social Media, AAAI Press (2009), p.p 226.229 .available at: <http://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/182/500>
3. Motahare Akhoondi: **The personal Sphere of Expression : Exploration of Iranian Weblogs and Comments**, paper posrted in « new media... new technology »conference, university of Bahrain, (15-17 april 2009) .
4. Scheidt, L. A.: **Adolescent diary blogs and the unseen audience**, Presented at the Digital Generations: Children, Young People, and New Media, The Centre for the Study of Children, Youth and Media, Institute of Education, University of London, London UK., (2004, July 27). <http://tinyurl.com/2wjp5ab> visited: 23/12/2008.

#### 5) **Les sites et les blogs:**

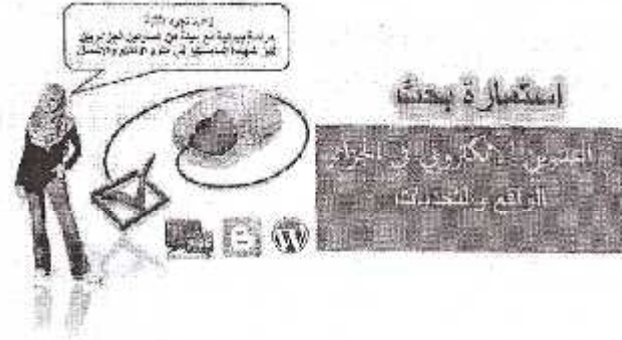
1. <http://archive.ifla.org/> Ifla: International federation of library associations and institutions visited : 10/10/2010.
2. Webdialna : **Etude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2009.
3. Webdialna : **Etude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien**, septembre 2010.
4. <http://actech.dzblog.com/> blog de l'Action technologique (visité le: 21/03/2008).
5. [abdoumenfloyd.centerblog.net](http://abdoumenfloyd.centerblog.net) blog de abdou bendjoudi (visité le : 28/09/2011)

6. <http://techcrunch.com/>
7. En.wikipedia.com/site wikipedia en anglais (2009-02-16) تاريخ الزيارة
8. Fr.wikipedia.com/ site Wikipedia en français (2009-03-21) تاريخ الزيارة
9. <http://www.internetworldstats.com/> site de statistiques sur l'internet
10. [www.technorati.com](http://www.technorati.com)
11. <http://www.mobilealgerie.com/> site mobile Algérie visité le : 07/06/2011.

# الملاحق

- استمارة الاستبيان.
- الملخص باللغة العربية
- الملخص باللغة الفرنسية
- الملخص باللغة الانجليزية

## التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات



الرجاء ملء الإستمارة كاملة والضغط على زر "المصادقة" في نهاية الصفحة  
في حالة تلقي أي صعوبات، رجاء إرسال رسالة إلكترونية إلى  
znoudjoud@gmail.com

كم من مدونة تديرها أو تدون فيها؟

بعض الأسئلة تحتاج إلى إجابة محددة، إذا كنت تدون في أكثر من مدونة، رجاء أجب عليها بناء  
على المدونة الرئيسية بالنسبة إليك

ما هو التدوين بالنسبة إليك؟

- هواية أمارسها في أوقات الفراغ
- وسيلة للتعبير الحر عن رأيي كمواطن
- إعلام بديل عن الإعلام التقليدي
- وسيلة نشر بخصصة الفن
- أداة دعابة نسوية جديدة
- أداة تشاركية تمكني كمتسط من نشر أفكاري
- أخرى أذكرها

كيف تعرفت على المدونات؟

◦ بالمصادفة أثناء تجوالي على الانترنت

◦ من الأصدقاء والمعارف



بحكم العمل / الدراسة  
أخرى انكرها

برنامج تلفزيوني/إذاعي  
موضوع فيه جريده/مجلة  
من مواقع إلكتروني معين

### ما تقديرك لمدى أفع التدوين الآتية لديك؟

رجاء أكثر درجة من الدرجات من 1 - 5 نكل إجابة حيث 5 تعني موافق بشدة، 4 موافق، 3 محايد، 2 معارض و 1 تعني معارض بشدة

5	4	3	2	1
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### هل يتحقق الهدف من ممارستك للتدوين

لا يتحقق أبدا	نادرا	أحيانا	عاليها	دائما
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### هل أثرت ممارستك للتدوين الإلكتروني على

مؤثر	سلبيا	إيجابيا
طريقة تجولك على الانترنت	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
تعرضك لوسائل الاعلام	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
علاقتك بأسرتك	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
علاقتك بأصدقائك	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
أسلوبك في التفكير	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

إيجابي	سلبيا	لم يتذكر
•	•	•
•	•	•
•	•	•
•	•	•

أسلوبك في التواضع  
مسارك الدراسي  
مسارك المهني  
أخرى أذكرها

## المحور الثاني: عادات التدوين لدى المدونين الجزائريين

متي بدأت التدوين؟

• السنة

هل تدون

• بانتظام؟

• دون انتظام؟

ما معدل نشاطك في التدوين؟

- أكثر من مرة في اليوم
- مرة كل يوم
- أكثر من مرة في الأسبوع
- مرة في الأسبوع
- مرتين أو أكثر في الشهر
- مرة في الشهر

إن كنت تدون دون انتظام، فما هي الأسباب؟

- العمل
- أذي اإشغالات أخرى
- لا أجد دائما موضوعا للتدوين حولها
- لا أحب التقيد بالزمن
- أخرى أذكرها

عادة، كم عدد الساعات التي تقضيها في العمل على مدونتك (أو في كتابة تدوينات)؟

- أقل من نصف ساعة
- 0.5 - 1 ساعة
- 2 - 3 ساعات
- 4 - 5 ساعات
- أكثر من 5 ساعات

هل تنوي مستقبلا

- أن تزيد من ممارستك للتدوين؟
- أن تقصص من ممارستك للتدوين؟
- أن تبقى على ما أنت عليه؟
- أن تتوقف عن التدوين؟
- لا تدري

## المحور الثالث: أنماط التدوين لدى المدونين الجزائريين

ما نوع المواضيع التي تتناولها في مدونتك؟

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> الشؤون المحلية         | <input type="checkbox"/> الثقافة والتن والأدب         |
| <input type="checkbox"/> المستجدات الدولية      | <input type="checkbox"/> الاقتصاد وعلم المال والأعمال |
| <input type="checkbox"/> القضايا الاجتماعية     | <input type="checkbox"/> التكنولوجيا وعالم الانترنت   |
| <input type="checkbox"/> السياسة والحياة العامة | <input type="checkbox"/> عالم التدوين                 |
| <input type="checkbox"/> الرياضة                | <input type="checkbox"/> قضايا الإعلام                |
| <input type="checkbox"/> الخواطر والأملات       | <input type="checkbox"/> مواضيع تعليمية               |
| <input type="checkbox"/> الدين والإيديولوجيات   | <input type="checkbox"/> قضايا تتعلق بمهنتي           |
| <input type="checkbox"/> التجارب الشخصية        | <input type="checkbox"/> أخرى أذكرها                  |
| <input type="checkbox"/> هواياتي وأهتماماتي     |   |

ما خدمة الاستضافة التي تستخدمها لإنشاء وعرض مدونتك؟

- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> اعتمد على إحدى منصات التدوين               |
| <input type="checkbox"/> استضافة ذاتية بالاعتماد على برمجيات مجانية |
| <input type="checkbox"/> استضافة ذاتية بالاعتماد على برمجيات تجارية |
| <input type="checkbox"/> أخرى أذكرها                                |

ما رأيك في الخدمات التي يقدمها البرنامج / الموقع الذي تستخدمه لمدونتك؟

جيدة جدا  جيدة  متوسطة  ضعيفة  ضعيفة جدا

إذا سبق لك وأن غيرت خدمة الاستضافة الخاصة بمدونتك، ما هي الأسباب؟

هل سبق أن شاركت (أو تشارك حاليا) في مدونة جماعية

نعم  لا

هل تدون باستخدام

اسمك الكامل (الاسم والمقب)؟  اسمك الشخصي فقط؟  اسم مستعار؟

مهما كانت إجابتك السابقة، بزر اختيارك رجاء

في الصورة أعرففك (صورة البروفايل) لك على المدونة هل نشر



صورة منعاره؟



صورتك الشخصية؟

كيف تقيم تداولك لحياتك انخاسة من خلال مدونتك

- Ⓐ ما أشره على مدونتي خصوصي جدا
- Ⓑ ما أشره على مدونتي نوعا ما خصوصي
- Ⓒ لا أشر في شيء، يتعلق بحياتي الخاصة

ما اللغة (اللغات) التي تستخدمها في التدوين

- Ⓐ اللغة العربية الفصحى
- Ⓑ اللغة العامية الجزائرية
- Ⓒ اللغة الأمازيغية: قبايلية، شراوية، مزابية...
- Ⓓ اللغة الفرنسية
- Ⓔ اللغة الإنجليزية
- Ⓕ لغة أخرى أذكرها

مهما كانت إجابتك السابقة، برر اختيارك رجاء

ما المصادر التي تستعين بها في التدوين؟

- Ⓐ وسائل الإعلام التقليدية
- Ⓑ الكتب
- Ⓒ تجاربك وثقافتك الشخصية
- Ⓓ المواقع الإلكترونية
- Ⓔ مدونات الآخرين
- Ⓕ أخرى أذكرها

هل تدرت على كيفية التدوين؟

لا  
Ⓒ

نعم  
Ⓓ

إن كانت إجابتك بنعم، كيف تدرت على التدوين؟

- Ⓐ اتحقت بدرجة تدريبية: اسم الجهة المنظمة للدورة، إن أمكن
- Ⓑ بواسطة صديق لديه خبرة في التعامل مع المدونات
- Ⓒ بمفردك، بالاعتماد على بعض المصادر ثم التجريب
- Ⓓ وسائل أخرى أذكرها

المحور الرابع: تفاعل المدونين الجزائريين مع الجمهور

من هو الجمهور المستهدف في تدوينتك؟

- لا استهدف احدا، اكتب نفسي
- أصدقائي ومعارفي
- المدونون مثلي
- أهل التخصص
- سكان منطقتي
- الكتاب
- المسؤولون وأصحاب القرار
- الجمهور العام
- جمهور آخر أكره

هل تتابع إحصائيات المرور على مدونتك من طرف الزوار؟

- دائما
- غالباً
- أحياناً
- نادراً
- أبداً

هل تسمح بالتعليقات على مدونتك؟

- نعم على كل المواضيع
- نعم على مواضيع دون أخرى
- لا

هل توظف هذه الخدمات/ الأدوات على مدونتك؟

- Blogroll الربط بمواقع أو منونات أخرى
- Trackback الروابط المرجعية
- تغذية RSS
- التدوين المصغر Twitter
- البودكاست أو الصوت (podcasting)
- الصور
- الفيديو
- أخرى أكرها

كيف أتواصل مع قراء مدونتك؟

- بإلزامي على التعليقات التي تصنني من الزوار
- من خلال البريد الإلكتروني
- عبر وسائل الاتصال الشبكي والفوري: منسجر، الفايس بوك
- قد تصل إلي حد اللقاء الشخصي
- الهاتف
- لا أتواصل مع قراء مدونتي
- أخرى أذكرها

ماذا تفعل لزيادة التعرض لمدونتك من طرف الزوار؟

- أحدث الناس مباشرة عن مدونتي
- أمارس الإعلان التجاري
- أبادل نشر روابط المدونات مع مدونين آخرين
- الإشتراك في الشبكات الاجتماعية
- أشارك في التجمعات التدوينية عبر البريد

- أشارك في التجمعات التدوينية عبر البريد
- أسجل مدونتي ضمن محركات البحث الخاصة بالمدونات
- أكتب عنوان مدونتي عند التعليق على مدونات الآخرين
- أكتب عنوان مدونتي في كل توقيعاتي الإلكترونية
- اعتمد كثيرا على الو.اط المتعددة لجذب الزوار
- لا أفعل شيئا
- أخرى أذكرها

هل سبق وأن تم الاعتماد على تدويناتك كمصدر للمعلومات في

- مدونات أخرى
- مواقع إلكترونية
- إحدى وسائل الإعلام التقليدي
- بحث علمي / أكاديمي
- من طرف مسؤول / صاحب قرار
- من طرف هيئة المجتمع المدني أو المواطنين بشكل عام
- أخرى أذكرها
- لا، لم يعتمد على مدونتي كمصدر للمعلومات
- لا أدري

هل تقرأ مدونات الآخرين؟

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| أبدا                     | نادرا                    | أحيانا                   | غالبا                    | دائما                    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

هل تقوم بالتعليق على تدوينات الآخرين؟

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| أبدا                     | نادرا                    | أحيانا                   | غالبا                    | دائما                    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

على أي أساس تختار المدونات التي تتصفحها؟

- اللغة
- الدين
- البلد
- المستوى الثقافي أو العلمي لصاحبها
- (المضمون) مجال التدوين
- الشكل أو التسميم
- معيار آخر أذكره

## المحور الخامس: تحديات التدوين الإلكتروني في الجزائر

هل تواجه صعوبات في ممارسة التدوين الإلكتروني؟

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| لا                       | نعم                      |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

قيم تتمثل هذه الصعوبات؟

- شخصية
- اجتماعية
- تقنية
- لغوية
- سياسية (رقنية، ضغط..)
- مادية
- أخرى اذكرها

ما تقديرك لمعوقات التدوين الإلكتروني الآتية، في الجزائر؟  
 رجااء اختر درجة من الشرائح من 1- 5 لكل إجابة حيث 5 تعني موافق بشدة، 4 موافق، 3 حيد، 2 معارض و 1 معارض بشدة

5	4	3	2	1	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	عدم التزام المدونين بأخلاقيات التدوين
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ضعف خدمات الانترنت في الجزائر
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	قلة انتشار الانترنت بين فئات المجتمع الجزائري
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	قلة الاهتمام بهذه الظاهرة من طرف الانترنتيين الجزائريين
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ضعف خدمات مواقع التدوين الجزائرية
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	نقص فعالية المدونين الجزائريين
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	نقص التنظيم والتكامل بين المدونين الجزائريين
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	اعتماد المدونين الجزائريين على لغات مختلفة: العربي، الفرنسي
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	الرقنية والضعف السياسية على المدونين الجزائريين
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	قلة اهتمام الإعلام الوطني بتطوير هذه الظاهرة
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	المنافسة القوية من طرف الشبكات الاجتماعية وأنجل، الثالث للويب
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	تراجع مدى التدوين على المستوى العالمي

ما توقعاتك للتدوين الإلكتروني في الجزائر على المدى المتوسط (خمس سنوات

- الانتشار بشكاً، أوسع
- التراجع والاضمحلال
- تبقى كما هي عليه الآن
- لا أدري

ما هي مقترحاتك لتحسين وتطوير التدوين الإلكتروني في الجزائر؟

المحور السادس: البيانات الديموغرافية

## الجنس

انثى

ذكر

## العمر

35 - 39 سنة

أقل من 15 سنة

40 - 44 سنة

15 - 19 سنة

45 - 49 سنة

20 - 24 سنة

أكثر من 50 سنة

25 - 29 سنة

30 - 34 سنة

## المستوى التعليمي

جامعي: مرحلة التدرج  
جامعي: مرحلة ما بعد التدرج

ابتدائي

اكتافي

ثانوي

## المهنة

## تعيش حاليا في

(الجزائر) الرجاء ذكر اسم المدينة

(خارج الجزائر) الرجاء ذكر البلد الذي تعيش فيه

## (مكان الاتصال بالانترنت) عادة

المنزل

العمل

(مكان الدراسة) مدرسة، جامعة

مقهى الانترنت

لدى الأصدقاء، العائلة

الهاتف النقال

(مكان عام) مطار، مكتبات عامة

مكان آخر أنكره

## كيف تقيم سرعة اتصالك بالانترنت؟

عالية

متوسطة

منخفضة



## كيف نفهم مهاراتك في استخدام الانترنت

عالية

متوسطة

ضعيفة

عنوان / اسم المدونة الخاصة بك

هذا، يمكنكم إضافة أي ملاحظة أو معاومة تنفيذ موضوع البحث:

! Bien entendu, toutes vos réponses restent confidentielles.

Je vous transmets la synthèse de mon étude, si vous le souhaitez, qui peut se révéler enrichissante pour votre propre blog.

! Un grand merci pour votre contribution.

أولئك الذين لا يمكنهم إكمال هذا الاستبيان - يرجى

إرساله لنا عبر البريد الإلكتروني: [info@...](mailto:info@...) فنحن نشكركم بشدة لمساعدتنا.

شكرا جزلة المساهمة

## الملخص باللغة العربية

يعتبر التدوين الإلكتروني من أحدث أشكال التواصل الإنساني عبر الإنترنت وهو الظاهرة الأقرب تجسيدا لما يعرف بالإعلام الجديد وإعلام المواطن. إنه يتيح لمستخدميه من المدونين العديد من المميزات والإمكانيات ذلك أن أساسه هو فكرة النشر الذاتي التي تعتمد على مبدأ المشاركة وتبسيط التقنية، وهو ما سمح له بالانتشار بشكل سريع وفطري في العالم، غير أن تطوره يختلف من بلد إلى بلد ومن مجتمع إلى آخر حيث تؤثر في تطوره العديد من العوامل والظروف.

في الجزائر، هناك مدونات إلكترونية جزائرية تنشط منذ فترة غير أن الاهتمام الإعلامي والعلمي بها لا يكاد يرتقي لمستوى الظاهرة وحجمها حيث أنها غير معروفة الخصائص ولا التوجهات، كما لا توجد أرقام واضحة ولو تقريبية عن حجم المجتمع التدويني الجزائري. وفي دراستنا هذه استهدفنا معرفة دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين واكتشاف خصائصهم الديموغرافية والعامة مع التعرف على وجهات نظرهم فيما يتعلق بتطوير الظاهرة في الجزائر.

وعليه حاولنا الإجابة في هذا البحث على التساؤل الرئيس المركب الآتي: ما واقع التدوين

### الإلكتروني في الجزائر؟ وما هي التحديات التي يواجهها؟

وللإجابة على هذا التساؤل افترضنا أربع فرضيات علمية هي:

- يتمّ المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور، ذوي مستوى تعليمي عالٍ ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الإنترنت ومعظمهم يقطنون بالعاصمة.

- يعتبر دافعا الترفيه والنشر الإلكتروني أهم دافعين (وعلى التوالي) لدى المدونين الجزائريين.

- يتمّ المدونون الجزائريون بخصائص عامة: من حيث عادات التدوين: المدونون الجزائريون بدؤوا متأخرين في التدوين وهم غير منتظمين في ممارسته، ومن حيث أنماط التدوين: يدونون في مواضيع متنوعة، ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدون باللغة العربية ولم يتلقى تدريبا حول التدوين، ومن حيث تفاعلهم مع جمهورهم: يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

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

وقمنا بتقسيم بحثنا إلى ثلاثة فصول: الفصل الخاص بموضوع الدراسة، الفصل الثاني حول التدوين الالكتروني ويشمل ماهية المدونات وأجزائها، أنواعها، خصائصها، دوافع التدوين واستخداماته المختلفة، وتطوره عبر العالم الغربي والعربي وفي الجزائر وفي الفصل الثالث عرضنا الإجراءات المنهجية للبحث ونتائج الدراسة الميدانية.

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي واستعنا بأداتي الملاحظة والاستبيان وقد تم توزيع الاستمارة الالكترونية على أزيد من 300مدون وتلقينا الإجابات من 100مدون شكّلوا أفراد عينتنا البحثية ومنه تحصدنا على النتائج الآتية:

1. يتمّ المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية التالية: معظمهم شباب، ذكور، ذوو مستوى تعليمي عالٍ، يمتلكون مهارات تتراوح بين المتوسطة والعالية في التعامل مع الانترنت ويقطن عدد كبير منهم في العاصمة.
2. يعتبر دافعي "التفاعل الاجتماعي" و"التعبير عن الذات" أهم دافعين للتدوين لدى المدونين الجزائريين.

3. يتمّ المدونون الجزائريون بخصائص عامة: فالمدونون الجزائريون لا يدونون بانتظام وبدؤوا نشاطهم التدويني متأخرا نوعا ما عن غيرهم وهم يدونون في مواضيع متنوعة أهمها القضايا الاجتماعية والتجارب الشخصية. جل المدونين الجزائريين يفضلون الكتابة باسمهم الحقيقي والكامل ويستعملون اللغة العربية بشكل أكبر من اللغات الأخرى كما أنهم لم يتلقوا أي تدريب عن التدوين الالكتروني.

من ناحية أخرى فإن المدونين الجزائريين يفضلون التواصل مع زوارهم بأكثر من وسيلة ويأتي السماح بالتعليقات والردود عليها على رأس هذه الوسائل فضلا عن أنهم قراء للمدونات ولا يكتمل نشاطهم التدويني إلا بالتفاعل مع مجتمع المدونين أمثالهم بالقراءة والتعليق والاقتباس.. الخ

4. يبقى المدونون الجزائريون متفائلين بخصوص مستقبل التدوين في الجزائر رغم اعترافهم بوجود عوائق تقنية واجتماعية تحول دون تطوره كما يؤكد معظمهم أنهم لا يواجهون صعوبات في ممارسة التدوين.

5. يقترح المدونون الجزائريون تحسين خدمات الانترنت في الجزائر، رفع مستوى المدونات الجزائرية مع تطوير المدون لأدائه، وتوعية المجتمع بأهمية هذه الظاهرة بشتى الوسائل كخطوات تسمح بتطور هذه الظاهرة في الجزائر.

## Résumé en français

Le blogging est de la dernière forme de communication humaine à travers l'Internet, un phénomène connu comme le plus représentable de ce qu'est nommé les nouveaux médias et médias citoyens. Il permet aux utilisateurs du blogs de nombreuses fonctionnalités et de possibilités, en comptant sur l'idée d'auto-édition basée sur le principe de participation et de la simplification de la technique, qui lui a permis de se propager rapidement et instinctive dans le monde, mais son développement varie d'un pays à l'autre et d'une société à l'autre, affectant dans son développement Bon nombres des facteurs et des circonstances.

En Algérie, il ya des blogs algériens qui sont actifs ça fait un bon temps, mais l'attention des médias et les scientifiques est à peine à la hauteur du phénomène et sa valeur. Donc, le dzblogging est non connu au niveau de ses caractéristiques ou de ses tendances. Il n'ya pas de chiffres précis, même approximativement, sur la taille de la blogosphère algérienne. Dans cette étude, on a ciblée la connaissance des motifs des blogueurs algériens et la découverte des caractéristiques démographiques et générales d'eux, en identifiant leurs points de vue concernant le développement du phénomène en Algérie.

Par conséquent, dans cette étude, nous avons essayé de répondre à la question principale composée suivante: Quelle est la réalité du blogging en Algérie? Quels sont les défis auxquels est-il confrontés?

Pour répondre à cette question, nous supposons quatre hypothèses scientifiques sont les suivants:

- Les blogueurs algériens ont les caractéristiques démographiques suivants : la plupart d'eux sont jeunes et de sexe masculin, avec un niveau d'éducation élevé et ont des compétences élevées dans le traitement d'Internet et la plupart d'entre eux vivent dans la capitale.
- L'Entertainment et l'édition électronique sont concédées comme les motivants principales (et respectivement) du blogging chez les blogueurs algériens.
- Les caractéristiques générales des blogueurs algériens sont: en termes d'habitudes de blogging: les blogueurs algériens ont commencé tard cette habitude et ils ne sont pas régulières dans l'exercice, et en termes de modèles de blogging: ils bloguent dans une variété de sujets, et se cachant derrière des pseudonymes, pour la plupart d'eux ils préfèrent écrire en arabe, ils n'ont pas reçu de formation sur le blogging. Au sujet de l'interaction avec leur public: les blogueurs algériens interagissent avec leurs visiteurs en plus qu'un moyen et la plupart d'eux sont des lecteurs de blogs.
- Il existe des obstacles techniques et sociaux qui entravent le développement du blogging en Algérie du point de vue des blogueurs algériens.

Nous avons divisé notre recherche en trois chapitres: le chapitre I concerne le sujet de l'étude, le chapitre II sur le blogging en générale et comprennent ce que sont les blogs et leurs pièces, les types, les caractéristiques, les motivations des blogs et leurs usages différents, et son évolution dans le monde occidental et le monde arabe et biensur en Algérie. Au troisième chapitre on a exposé nos procédures méthodologiques pour la recherche et l'étude pratique.

Le chercheur dans cette étude, a utilisé la méthode descriptive et deux outils de collectes de données : l'observation et le questionnaire qui a été distribué sous forme électronique au plus de 300 blogueurs mais le chercheur n'a reçu que 100 réponse (100 blogueurs) qui se sont formés et nommés par la recherche sur laquelle vous obtenez les résultats suivants:

1. Les blogueurs algériens ont les caractéristiques démographiques suivants: la plupart entre eux sont des jeunes, hommes, ayant le niveau d'éducation élevé, ils ont les compétences, allant de moyen à élevé dans le traitement de l'Internet, dont beaucoup vivent dans la capitale.
2. « l'interaction sociale » et « expression de soi » sont les motivations les plus importantes pour les blogueurs algériens.
3. Les caractéristiques générales des blogueurs algériens: les blogueurs algériens ne bloguent pas fréquent et ils ont commencés leurs expérience de blogging un peu tard que les autres. ils bloguent dans une variété de sujets dont les plus importants sont « enjeux sociaux » et « les expériences personnelles ». La plupart des blogueurs algériens préfèrent écrire leurs noms réels et complets. Ils utilisent la langue arabe plus que d'autres langues, et ils n'avaient pas reçu de formation dans le sujet de blogging.

D'autre part, les blogueurs algériens préfèrent communiquer avec leurs visiteurs en utilisant plus d'un outil et viennent d'autoriser les commentaires et les feed back en premier. ce qui signifie qu'ils sont des lecteurs de blogs ainsi que blogueurs, ils interagirent avec la communauté des blogueurs en lisant, commentant, citant... etc ..

4. Les blogueurs algériens restent optimistes sur l'avenir de blogging en Algérie, en dépit de leur reconnaissance de l'existence d'obstacles techniques et sociaux qui empêchent son développement comme la plupart d'entre eux confirment qu'ils n'ont pas des difficultés dans la pratique du blogging.
5. Les blogueurs algériens proposent d'améliorer les services Internet en Algérie, élever le niveau de blogs algériennes en améliorant le performance des blogueurs algériens et la sensibilisation des communautés sur l'importance de ce phénomène de diverses manières, comme des étapes permettant le développement de blogging en Algérie.

## English summary

Blogging is from the latest forms of human communication through the Internet, it is a phenomenon known as the closest embodiment of what named the new media and citizen media. It gives its users many features and capabilities based of self publishing which works on the principle of participation and simplification of the technique. This allowed it to spread quickly and instinctive in the world but its development varies from country to country and from one society to another, because it's influenced in its development of many factors and circumstances.

In Algeria, there are active Algerian blogs since a time ago but the media and Scientifics attention by it is low. There is no precise characteristics and trends, as there are no clear figures, even an approximate size of the Algerian community of blogging. In this study we targeted to know the motivations of Algerians bloggers to blog and to discover the demographic and general characteristics and to identify their views regarding the development of the phenomenon in Algeria.

Therefore in this study, we tried to answer the following main compound question: What is the fact of blogging in Algeria? What are the challenges to face it?

To answer this question, we assume four scientific hypotheses which are:

- Algerians bloggers are characterized by the following demographic characteristics: mostly of them are young and male, with a high level of education and have high skills in dealing with the Internet and most of them are living in the capital: Algiers.
- entertainment and electronic publishing are the main (and, respectively) motivations to algerian bloggers.
- Algerian bloggers are Characterized by general characteristics which are: in terms of the habits of blogging: Algerian bloggers began late in blogging and they are not regular in the exercise, and in terms of patterns of blogging: they are blogging in a variety of topics, and hiding behind pseudonyms, they mostly record in Arabic and did not receive training on blogging. they interact with their audience: they interact with their visitors w5th more than a mean and they are readers of blogs as well.
- There are technical and social barriers impede the development of blogging in Algeria from the standpoint of Algerian bloggers.

The research is divided into three chapters: the chapter I is about the subject of the study, Chapter II is about on the blogging and includes what are the blogs and their parts, types, characteristics, motiveations of blogging and its different uses, and its evolution over the Western world , the Arab world and Algeria. In the third quarter, we exposed our methodological procedures for the research and the practical study.

the researcher has used the descriptive method and observation tool with the questionnaire which has been distributed in online form to more than 300 bloggers . the researcher received an answer from 100 bloggers. The 100 responders has formed our sample and we get the following results:

1. Algerian bloggers are characterized by the following demographic characteristics: they are mostly young, male, people with high educational level, they have the skills, ranging from medium to high in dealing with the Internet, many of whom live in the capital.
2. "social interaction" and "self-expression" are the most important motivations for the sample of Algerian bloggers.
3. The Algerian bloggers are characterized by general characteristics: Algerian bloggers don't blog regularly and has started blogging later than others. They are blogging in a variety of topics, most important of them are: "social issues" and "personal experiences". Most Algerian bloggers prefer to write their real and complete name and use the Arabic language more than other languages, as they had not received any training for blogging.

On the other hand, the Algerian bloggers prefer to communicate with their visitors by more than one way and come to allow the comments and responses to it at the top of these manners. They as well as readers of blogs and blogging activity completed only with interact with the community of bloggers read and comment on their likes and quotes, etc. ..

4. Algerian bloggers remain optimistic about the future of blogging in Algeria, despite their confession of the existence of technical and social barriers prevent its development. Although, most of them confirm that they do not face difficulties in the practice of blogging.
5. Algerian bloggers propose to improve internet services in Algeria, raising the level of blogging with the development of the Algerian blogger performance, and awareness the community of the importance of this phenomenon in various ways, as steps to the development of this phenomenon in Algeria.