

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

تمثلات استخدام الصحفيين الجزائريين

للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر

دراسة استطلاعية لعينة من صحفيي (قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس)

ما بين سبتمبر 2022 وسبتمبر 2023

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال استراتيجي

اسم الأستاذ(ة):

أ.د/ كريم بلقاسي

الأستاذة المساعدة د/ جميلة أوشن

اسم الطالبة:

فلة فيدوم

العام الجامعي 2025/2024

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

تمثلات استخدام الصحفيين الجزائريين

للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر

دراسة استطلاعية لعينة من صحفيي (قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس)

ما بين سبتمبر 2022 وسبتمبر 2023

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال استراتيجي

اسم الأستاذ(ة):

أ.د/ كريم بلقاسي

الأستاذة المساعدة د/ جميلة أوشن

اسم الطالبة:

فلة فيدوم

العام الجامعي 2025/2024

الملخص:

فرضت التكنولوجيا الحديثة على وسائل الإعلام، التأقلم والتجدد في عملها الإعلامي، وفي حصولها على مصادر الخبر، حيث تنشر المعلومات والأخبار بسرعة فائقة، عبر المواقع الإلكترونية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، وهو ما جعل وسائل الإعلام تواكب هذا التحول، وتبحث لنفسها عن مصادر جديدة، أكثر قربا من الواقع ومن الجمهور نفسه المتواجد بكثافة عبر المنصات الرقمية.

في هذا الإطار، سعت دراستنا إلى استكشاف تمثيلات الصحفيين الجزائريين لاستخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار، بالاعتماد على المنهج المسحي الوصفي، وتوظيف أداة الاستبيان على عينة قصدية من صحفيي قناتي الشروق والنهار ومحري موقعي سبق وأوراس، وذلك خلال الفترة الممتدة بين سبتمبر 2022 وسبتمبر 2023.

توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة أجبتنا من خلالها على التساؤلات المطروحة، حيث أفرزت أن المؤسسات الإعلامية ما تزال تعتمد بشكل أساسي على وكالات الأنباء في الحصول على المعلومات، غير أنها تجد نفسها مضطرة لتوظيف منصات التواصل الاجتماعي، حتى تتمكن من الحفاظ على جمهورها، باعتقادها على قبولية المضمون الإعلامي عبر هذه المواقع، بما يناسب ويتلاءم مع المتطلبات الجديدة للمستخدمين.

كما كشفت الدراسة عن بروز دور "الصحفي المواطن" الذي يمد المؤسسات الإعلامية بالمعلومة الخام، ما يدفعها إلى إعادة صياغتها ونشرها عبر قنواتها الرسمية. وتؤكد هذه النتائج أن التدوين الإلكتروني أصبح عنصرا مكملا للمصادر التقليدية، لا يمكن للمؤسسات الإعلامية تجاهله في بيئة إعلامية متغيرة.

الكلمات المفتاحية:

أخبار رقمية، بيئة إعلامية، تدوين إلكتروني، صحافة رقمية، صحافة مواطنة، صحفي، مؤسسة إعلامية، مصادر خبر، حارس بوابة.

Abstract:

Modern technology has imposed adaptation and renewal on media outlets in their journalistic work and in obtaining news sources. Information and news are rapidly disseminated through websites and social networking sites, which has prompted media outlets to keep up with this transformation and seek new sources that are closer to reality and the audience itself, which is densely present on digital platforms.

In our study, we attempted to approach the concept of the journalist's representation of the new media environment and the act of blogging as a source of news by employing a descriptive survey method and a questionnaire tool on a purposive sample of journalists and editors from the Algerian news channels "EL-chorouk" and "EL-nnahar," as well as the Algerian websites "Sabaq" and "Oures" during the period from September 2022 to September 2023.

The study yielded important results that answered the posed questions, including the following:

Media institutions cannot abandon news agencies in obtaining information.

The use of social media platforms by media institutions is necessary to retain their followers by adapting the media content on these platforms to suit the users' demands. Media institutions have realized the importance of presenting news and disseminating their content on websites since users are present on these platforms.

Information is now readily available, and those who used to search for information are the ones who bring it and place it in the hands of media institutions, known as citizen journalists. To maintain their strength and role as news-providing institutions, media outlets reintroduce news through their channels using social networking sites as a guide.

Keywords:

Journalist, Media Environment, New Media, Media Institution, Gatekeeper, Filtering bubbles, Algorithms, Preventive Censorship, Access to News, Digital Blogging.

كلمة شكر

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى أستاذي المشرف

الأستاذ الدكتور/ كريم بلقاسي

الذي لم ييخل على بعلمه وخبرته وتوجيهاته الثمينة طيلة مراحل إعداد هذه الأطروحة.

لقد كان دعمه العلمي والإنساني دافعا قويا لمواصلة هذا العمل،

وكانت ملاحظاته الدقيقة ونقده البناء منارات ساعدتني في تجاوز العقبات البحثية والمنهجية.

أقدر عاليا صبره الكريم، وحضوره الدائم في اللحظات الحاسمة،

وأدين له بالكثير من الفضل، لما تعلمته تحت إشرافه من صرامة أكاديمية ورؤية بحثية رصينة.

فله مني كل الشكر والتقدير والاحترام.

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة/ د. جميلة أوشن

المشرفة المساعدة في هذا العمل

أثمن كثيرا دعمها المتواصل وتشجيعها الهادئ،

كل الشكر والامتنان...

الإهداء

هذا العمل إلى روح والدي الطاهرة، وأدعو من الله أن يتقبله كصدقة جارية له.
أبي الذي رحل قبل أن يرى هذا العمل، لكنه لم يغيب يوما عن وجداني، يظل والدي رحمه الله حاضرا في قلبي، فقد كان يؤمن بي وينتظر هذا اليوم بشوق، وإن غاب جسده فدعاؤه وأثره باق في كل خطوة من هذا النجاح.

رحمات ربي تنغشاه، عساه من أهل الجنة، مغفور الذنب مع الشهداء والصالحين وحسن أولئك رفيقا.
وإلى أُمي الغالية حفظها الله ورعاها. على صبرها ودعمها ودعائها الذي كان السند الحقيقي لي،
وكانت دعواتها زادي، وصبرها سندي.

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل من آمن بي وشجعني في صمت،
إلى صديقتي وزميلتي البروفيسور كريمة بوفلاقة وإلى الزميل المحترم الدكتور عامر طارق

والدكتور عبد الحق شادلي

إلى الغالية ليلي سعيدي

إلى معاشو الحبيبة غنية

إلى كل من أحملهم في قلبي

أهدي ثمرة هذا الجهد الذي أخذ أكثر من عشر سنوات من عمري إليكم جميعا،
عرفانا وامتنانا لا تسعه الكلمات.

الإطار المنهجي

1. إشكالية وتساؤلات الدراسة.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. مجالات الدراسة.
6. الضبط المفاهيمي للمصطلحات.
7. منهج الدراسة وأدواته.
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
9. الدراسات السابقة.

الإطار النظري

الفصل الأول: التمثل والاستخدام في وسائل الإعلام الجديدة

- المبحث الأول: تجليات المجتمعات الافتراضية
- المبحث الثاني: مقاربات الاستخدام ونماذجه
- المبحث الثالث: ماهية التمثل في الدراسات الإعلامية
- المبحث الرابع: أهمية دراسة التمثلات في دراسة علاقة الصحفي بوسائل الإعلام الجديدة
- المبحث الخامس: التمثلات السوسيو — مهنية للإعلام التقليدي والجديد

الفصل الثاني: التأسيس النظري للتدوين الإلكتروني في وسائل الإعلام الرقمي

المبحث الأول: التدوين الإلكتروني، التعريف والخصائص

المبحث الثاني: استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديدة

المبحث الثالث: الأدوار الإعلامية الجديدة في النسق التقليدي

المبحث الرابع: الأطروحات اللاغية والمكملة للإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي

المبحث الخامس: أبعاد الفعل التدويني الإلكتروني لبناء الهوية الصحفية

الفصل الثالث: تحولات المؤسسات الإعلامية، من النموذج الأفقي إلى النموذج

المتعدد

المبحث الأول: تظهر الإعلام التقاسمي والتشاركي

المبحث الثاني: مصادر المعلومات وأنماط القوائم بالاتصال في البيئة الرقمية

المبحث الثالث: المؤسسات الصحفية في عصر تكنولوجيا المعلومات TIC/NTIC

المبحث الرابع: المؤسسات الصحفية من الصحفي إلى صحافة المواطن

الفصل الرابع: السيوسولوجية الجديدة للعمل الصحفي

المبحث الأول: الخلفية النظرية لحارس البوابة لتوظيفات الصحفي بين التنظير، التقييم وانتقاء الأخبار

المبحث الثاني: التأطير في الدراسات الصحفية Framing

المبحث الثالث: الهوية المهنية للصحفي المحترف / المدون

المبحث الرابع: الأخلاقيات الصحفية في الميديا الجديدة

المبحث الخامس: إنتاج المضمون الصحفي بين التدوين الإلكتروني والحوكمة الخوارزمية والفقاعات الرقمية

الإطار التطبيقي

الفصل الخامس: التحليل الكمي والكيفي للدراسة من خلال الاستمارة

في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الأول: عرض تاريخي ومؤسسي لقناتي الشروق والنهار الإخباريتين وموقعي سبق وأوراس

المبحث الثاني: اختيار وتصنيف الأخبار ومصادرها

المبحث الثالث: الاستخدام الاجتماعي والتقني للتدوين الإلكتروني

المبحث الرابع: المؤسسة الهوياتية للصحافي في ظل القطيعة الإلكترونية

الفصل السادس: التحليل الإمبريقي وفق أداة الاستبيان

المبحث الأول: وصف عينة الدراسة البشرية

المبحث الثاني: التوصيف الكمي لاستبيان صحافيي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الثالث: التوصيف الكيفي لاستبيان صحافيي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الرابع: القطيعة السيوسولوجية عبر النيو الميديا في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

النتائج العامة والتوصيات

خلاصة

مقدمة

شهد المشهد الإعلامي الجزائري في السنوات الأخيرة تسارعا ملحوظا في التحولات الناتجة عن البيئة الرقمية، حيث فقدت المؤسسات الإعلامية التقليدية بمختلف أشكالها جزءا كبيرا من احتكارها للمعلومات. وقد برزت منصات التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية كمصادر بديلة للأخبار والتفسيرات والتمثيلات. وقد أتاح هذا الفضاء الجديد للمستخدمين الانتقال من كونهم متلقين سلبيين إلى فاعلين مباشرين في حقل إنتاج المحتوى، مما أدى إلى تغيير جذري في ملامح العملية الاتصالية وفرض تحديات جديدة على الفاعلين المهنيين تتعلق بالسرعة، والتشاركية، والتعددية في المصادر.

إن الظاهرة الرقمية قد أحدثت تغييرات ملحوظة في أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي، ولكن تأثيرها الأعمق تجلى في داخل غرف الأخبار نفسها، حيث أصبح الصحفيون يعتمدون على المنصات الرقمية لرصد الأحداث، قياس اتجاهات النقاش العام، والانطلاق نحو صياغة مداخل أولية للخبر. وفي الجزائر، تجلى هذا التحول بوضوح في المؤسسات الإعلامية، مثل قناتي الشروق والنهار، وموقعي سبق وأوراس، التي أصبحت تعتمد بدرجات متفاوتة على المحتوى الذي يولده المستخدمون "UGC"، سواء في تغطية الحوادث، أو متابعة القضايا الاجتماعية، أو رصد المسارات السياسية.

إن هذا الواقع الجديد لا يمثل مجرد تحديث تقني، بل يعكس تحولا أعمق في هيكل السلطة المعرفية داخل الحقل الإعلامي، حيث لم يعد الصحفي هو الوحيد القادر على الوصول إلى الحدث أو صياغة روايته. فقد أتاح الفضاء الرقمي، بانتشاره الواسع وتفاعليته، لفاعلين غير مؤسسيين المشاركة في تشكيل المعنى وتقديم روايات جديدة، بعضها يوثق الأحداث بشكل مباشر، بينما يعيد البعض الآخر صياغة الوقائع وفقا لقراءات شخصية أو جماعية.

تتجلى هنا أهمية المقاربات النظرية التي تناولت انتقال سلطة المعنى من المؤلف إلى المتلقي بعد حدوث الموت الرمزي للحوامل الإعلامية التقليدية. هذه الفكرة، التي تعتبر بنيوية، تم استلهاها من مفهوم موت المؤلف الذي طرحه "رولان بارت"، والذي تبناه أيضا "ميشال فوكو". إن مفهوم موت المؤلف يشير إلى قراءة المحتوى دون الإشارة إلى أسماء المؤلفين، مما يعكس رغبة في عدم إبراز هويتهم. وبالتالي، فإن موت المؤلف يعتبر بمثابة ميلاد المتلقي في نظرية التلقي، حيث تتحول الحوامل إلى نصوص، ويصبح المتلقي قارئا لهذه النصوص.

يمكن أن يتحول القارئ إلى سوبرمان وفقا لمفهوم "فريدريك نيتشه"، ساعيا وراء المعنى الخفي في أعماق النص، دون القدرة على الإمساك بجوهر المعنى. وهذا ما أشار إليه "رولان بارت" عندما قال إنه لا يمكن مقارنة المعنى إلا بالمعنى، وهي إحدى أبرز الإشكاليات المطروحة حاليا.

لقد ألغى "جاك دريدا" سلطة الدليل، مما أدى إلى القضاء على المدلول وتفكيك المعنى في انزلاقات متعددة، مما يجعل من الصعب أو حتى مستحيلا الإمساك بالمدلول. يمكن تشبيهه بالهدية الروسية، حيث كلما تم فتح صندوق، يظهر صندوق أصغر داخله، وهكذا دواليك. وبالتالي، يصبح كل معنى بمثابة صندوق، مما يعيق إمكانية القبض على المعنى بشكل نهائي.

تتميز الأطروحات البحثية في الدراسات العلمية في صيغتها النهائية بطابع التعمق بدلا من الاستكشاف. وقد أظهرت نتائج دراستنا السابقة في مرحلة الماجستير أن الإعلام التقليدي لم يفقد دوره، بل دخل في علاقة تفاعلية مع الإعلام الجديد، حيث تتسم هذه العلاقة بطابع المهجنة بدلا من القطيعة.

إن الوسائط الرقمية لم تلغ الإعلام التقليدي، وإن عبارة "نهاية الصحافة والوسائل التقليدية" لا تعدو أن تكون تعبيراً رمزياً من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن هذه النهاية يمكن اعتبارها بمثابة بداية لنمط جديد يستمد بعض الخصائص من الوسائط القديمة، بينما ينفصل عن بعضها الآخر بخصائص جديدة.

إلا أنها فرضت عليها تغيير دورها ورمزيتها، وإعادة تشكيل وظائفها، وتطوير أدواتها، واستيعاب واقع إعلامي يتسم بتعدد مداخل الخبر وتداخل المسارات المهنية والشعبية. ومن هنا، تبلورت القناعة بأن المرحلة الثانية من البحث ينبغي أن تنتقل من توصيف الظاهرة إلى تحليل الكيفيات التي يدرك بها الصحفيون هذه التحولات، وكيف يعيدون موضوعة هويتهم المهنية في سياق علاقتهم بالتدوين الإلكتروني. لذا، قررنا مواصلة البحث، مع اعتماد نوع جديد يتمثل في إعلام النحن أو إعلام المواطن أو المواطن الصحفي. وتعتبر هذه التسميات متعددة، إذ لم تتبلور بعد في الدراسات الحالية.

عند اسقاطنا هذا الطرح السيميوفلسفي على الوسيط الافتراضي، تتضح معالم إنتاج صحفي جديد يعتمد على الموت الرمزي للصحفي في شكله التقليدي أو الاحترافي. يتم توظيف محتويات بديلة في عوالم افتراضية أنشأها مواطنون هواة، مما أدى إلى ظهور نماذج من صحافة المواطن، صحافة مواقع التعليق، صحافة اليوتيوب، والمنتديات، بالإضافة إلى صحافة المدونات كنوع قائم بذاته. وهذا بدوره يثير إشكالية حول طبيعة

العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، سواء في المستقبل التكميلي أو البديل الذي نتبناه في هذا البحث.

إن اختيار موضوع هذه الأطروحة يستند إلى ملاحظة أساسية. فعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تتناول العلاقة بين الإعلام الجديد والجمهور، وكثرة الأبحاث التي تناولت تاريخ الصحافة الجزائرية ومؤسساتها، إلا أن الدراسات التي تحلل تمثلات الصحفيين اتجاه التدوين الإلكتروني لا تزال نادرة جداً. ذلك أن الصحفي هو العنصر الرئيسي الذي يتخذ القرارات التحريرية، ويحدد ما ينشر وما يهمل، وكيف تصاغ الرواية الإخبارية. لذا، فإن فهم تصورات الصحفيين الجزائريين تجاه المصادر الرقمية للأخبار، وخاصة التدوين الإلكتروني، يعتبر مدخلا ضروريا لفهم عمق التحول الذي يمر به النظام الإعلامي.

يصبح هذا الجانب أكثر أهمية عند ملاحظة أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية ليست مجرد محطات بث أو مواقع إلكترونية، بل هي فضاءات لصنع القرار المهني، حيث تتداخل فيها مصالح مؤسسية وقيم تحريرية وضغوط زمنية وتحولات اقتصادية وسياسية. وبالتالي، فإن العلاقة بين الصحفي والتدوين الإلكتروني ليست مجرد علاقة تقنية بسيطة، بل هي علاقة مهنية واجتماعية وتنظيمية تتأثر بمجموعة من العوامل، مثل درجة الثقة في المحتوى الشعبي، طبيعة الخط التحريري، مهارات التحقق الرقمي، الضغوط الزمنية، والخلفيات المهنية للصحفيين. بذلك حاولت المؤسسات الإعلامية أن تتكيف مع الخطاب المروج له، واستمدت منه بعض الجديد، فأصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين، شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل المؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز.

تتجلى أهمية إشكالية بحثنا في كونها تلامس جوهر التحول في الممارسة الصحفية، حيث لم يعد التدوين الإلكتروني مجرد ظاهرة تواصلية، بل أصبح جزءاً لا يتجزأ من دورة الخبر، بما يحمله من إمكانيات ومخاطر. كما تنبع دوافع الدراسة من الحاجة إلى فهم العلاقة المهنية الجديدة التي تربط الصحفي بالمحتوى الذي ينتجه المستخدمون، خاصة في ظل تزايد الاعتماد عليه في التغطيات الميدانية، ومواجهة تحديات التحقق الرقمي وانتشار الأخبار الكاذبة والدعاية الرقمية.

تسعى هذه الأطروحة إلى تقديم تحليل مركب يتناول الواقع الإعلامي في الجزائر، مع الأخذ في الاعتبار التحولات الاتصالية العالمية. كما تهدف إلى تفسير تصورات الصحفيين اتجاه التدوين الإلكتروني، مما يساهم في تحقيق فهم أعمق لآليات إنتاج الخبر في الجزائر ضمن بيئة إعلامية هجينة تتداخل فيها المؤسسات والمنصات، والممارسات المهنية والمواطنة، والمعلومات الموثوقة والشعبية، وكذلك الحقائق والخوارزميات.

الإطار المنهجي

1. إشكالية وتساؤلات الدراسة.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. مجالات الدراسة.
6. الضبط المفاهيمي للمصطلحات.
7. منهج الدراسة وأدواته.
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
9. الدراسات السابقة.

1. إشكالية وتساؤلات الدراسة:

أفرزت البيئة الإعلامية الجديدة - الإيكوميديا - أنماطا إعلامية مبتكرة، دخلت مجال المنافسة مع وسائل الإعلام عامة، ومع البث الذي تبثه القنوات الفضائية وشبكات الكابل، وكذلك تلك المواقع الإذاعية الشهيرة الموجودة أو نلاين، بالإضافة لمواقع الصحف البارز أو نلاين. وأبرز مساحات المنافسة تلك ما نراه من التدوين الإلكتروني والمساحات الخاصة التي توفرها المواقع الكبرى مثل "My Space و Google و Yahoo"، ويضاف إليها محطات إذاعات الأنترنت الخاصة والمحدودة التي يمكنها بواسطة برنامج صغير مثل "Jet Audio" أو غيره أن توفر بثا منتظما بمجرد توفر القدرة على استئجار مساحة محدودة على سيرفر، بالإضافة لمواقع بث الفيديو التي بدأت تشتهر وتكثر مثل "You Tube أو Meta Cafe" وغيرها، بالإضافة إلى ظاهرة المنتديات، فضلا عن استمرار الشكل البدائي لما بعد التفاعلية المتمثل في القوائم البريدية والمواقع المجانية. هذه الصور التنافسية الجديدة بدأت تحد من درجة مصداقية البث الفضائي المتحزب أونلاين، وتوفر سبل هز هذه المصداقية من خلال وسائل ملموسة من المحتوى الإعلامي تصل لدرجة التوثيق المرئي عبر تقنيات الفيديو.

غير أن تغير الأنماط الإعلامية، جعل من المراحل الخاصة بالعمل الإعلامي المهني الكلاسيكي تقليدا مهنيا، ربما لن يصمد كثيرا أمام المتغيرات الإعلامية المرتبطة بضرورة ملاحقة الحدث أو نلاين. والتي يمكن الإشارة إليها سريعا فيما يلي:

- مشاركة الجمهور المتلقي.
- المواقع الإخبارية والمعلوماتية المستقلة.
- المواقع الإخبارية المتخصصة ذات المعالجة الناضجة.
- المواقع الإعلامية التي تشارك أصحابها في إنتاج محتواها أو تطوعوا لإنتاجه.
- الأنواع المختلفة من الإعلام الارتجالي أو المسمى "Thin Media" (المجموعات البريدية والنشرات الإخبارية).
- المواقع الإذاعية الشخصية.

من الصعب تفسير سبب إهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال. كما أنه من المهم فهم كيفية تصور الصحفي للإعلام البديل، ونوع العلاقة الوظيفية بين الإعلام الورقي التقليدي والإمكانات التي يوفرها الإعلام البديل في مجالات السرعة والتفاعلية والمعلومات.

فالصحفي بقناتي الشروق والنهار، وموقعي سبق وأوراس، يعتبر الصحفي التكنولوجيا وسيلة لفهم أفضل للبيئة الجديدة، بالإضافة إلى التحولات التي تؤثر على المؤسسات الإعلامية، حيث انكسر التلقي الأفقي للمعلومات وأصبح يخضع للعمودية، مما جعل الجميع يساهم في صناعة المعلومات. لذا، فإن وسائل الإعلام كمؤسسات لها وظيفة اجتماعية، مما يستدعي دراسة دورها ومكانتها. وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية التالية:

كيف يتمثل الصحفيون الجزائريون في قناتي الشروق والنهار الإخباريتين وموقعي سبق وأوراس التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

التساؤلات:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع التدوين الإلكتروني؟
2. كيف يتمثل الصحفيين لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟
3. ماهي دوافع وأهداف لجوء الصحفيين الجزائريين لاستخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار؟
4. ماهي التصورات الذهنية التي يحملها الصحفيون الجزائريون عند توظيف مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟
5. ما هو تقييم الصحفيين الجزائريين لمصداقية مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

أولا: الأسباب الذاتية

- تنبع فكرة هذه الدراسة التخصص الدراسي للباحثة، ووعيتها العميق بالتحولات التي يشهدها الحقل الصحفي في الجزائر، خاصة فيما يرتبط بتطور أساليب جمع الأخبار والاعتماد المتزايد على الوسائط الرقمية.

- رغبة الباحثة في الإسهام في إثراء الدراسات الأكاديمية الجزائرية في مجال الإعلام الجديد، من خلال تناول موضوع معاصر لم ينل بعد ما يكفي من الاهتمام البحثي.
- اهتمام الباحثة المستمر بمتابعة القضايا الراهنة، وما تطرحه من تغيرات اجتماعية ومهنية يفرضها الإعلام الرقمي على الممارسة الصحفية، باعتبارها من أبرز التحديات التي تواجه الإعلاميين في السياق الجزائري والعالمي المعاصر.

ثانيا: الأسباب الموضوعية

- تزايد استخدام الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي، دون أن يواكب ذلك دراسات علمية كافية توثق هذا التحول المهني والإعلامي.
- وجود فراغ بحثي ملحوظ في الدراسات الإعلامية الجزائرية فيما يتعلق بالتدوين الإلكتروني، سواء باعتباره ظاهرة اتصالية جديدة، وباعتباره مصدر للأخبار، خصوصا من منظور تمثلات الصحفيين الجزائريين.
- الأهمية المتزايدة للمدونات ومنشورات المواطنين (الصحفي المواطن) في تغطية الأحداث العاجلة، مما يجعل التدوين مصدرا لا يمكن تجاهله في بيئة الإعلام المعاصر.
- التباين الملحوظ في تعامل المؤسسات الإعلامية الجزائرية مع محتوى التدوين الإلكتروني، مما يثير إشكاليات بحثية حول سياسات التحرير والمعايير المهنية المعتمدة في التعامل مع هذه المصادر.
- الحاجة إلى تقديم مقارنة علمية تسعى إلى فهم الكيفية التي يدرك بها الصحفي الجزائري مصادر الخبر غير التقليدية، وما يترتب عن ذلك من تأثيرات على أخلاقيات المهنة وآليات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي.

3. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من معالجتها لموضوع حديث في حقل الإعلام والاتصال، يتمثل في تمثلات الصحفيين الجزائريين لاستخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، خاصة في ظل التحولات الرقمية التي غيرت بيئة العمل الصحفي، فهي تسعى إلى رصد واقع هذه الممارسات في مؤسسات إعلامية بارزة مثل قنوات الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس، وتبيان كيفية تعامل الصحفيين مع هذه المصادر الجديدة، وحدود اعتمادهم عليها مقارنة بالمصادر التقليدية.

كما تكمن قيمتها في قدرتها على الكشف عن طبيعة التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيات الحديثة في إنتاج الأخبار وصياغتها، ودور حارس البوابة الجديد في إعادة تشكيل مسارات المعلومة، وبذلك تقدم الدراسة إضافة علمية ومهنية تساعد على فهم أعمق للممارسات الصحفية الراهنة، وتفتح آفاقا لتطوير السياسات التحريرية بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي.

4. أهداف الدراسة:

تتمثل الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها فيما يلي:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام صحفيي قناتي النهار والشرق وموقعي سبق وأوراس لمواقع التدوين الإلكتروني.
- رصد كيفية توظيف الصحفيين للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، وتحليل أبعاد هذا التوظيف في القنوات والمواقع المدروسة.
- الكشف عن الدوافع والأهداف التي تدفع الصحفيين الجزائريين للجوء إلى مواقع التدوين الإلكتروني في الحصول على الأخبار.
- استجلاء التصورات الذهنية التي يحملها الصحفيون اتجاه التدوين الإلكتروني عند اعتماده كمصدر للخبر.
- تقييم نظرة الصحفيين لمصادقية المدونات الإلكترونية، ومدى اعتبارها مصدرا موثوقا في العمل الصحفي.

5. مجالات الدراسة:

أ- المجال الزمني للدراسة:

تمتد الدراسة على فترة زمنية محددة وهي: من سبتمبر 2022 إلى سبتمبر 2023، اختيرت هذه الفترة لأنها تسمح برصد وتحليل أنماط الاستخدام الصحفي للتدوين الإلكتروني، كمصدر للخبر في ظل تطور وسائل الإعلام الجديد. وهي مرحلة مفصلية في تطور الممارسة الصحفية الرقمية في الجزائر، تميزت الفترة الحالية بزيادة ملحوظة في استخدام التدوين الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي، حيث اعتمد الصحفيون الجزائريون بشكل متزايد على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، سواء للحصول على المعلومات بسرعة أو للتغطية العاجلة. وهذا يجعل هذه الفترة مناسبة لتحليل تمثيلات الصحفيين وأنماط استخدامهم

للتدوين الإلكتروني. بالإضافة إلى ذلك، أتاحت هذه الفترة الزمنية جمع معطيات ميدانية تعكس واقع الممارسة الصحفية الراهنة، مما يوفر إمكانية الوقوف على التحولات المهنية بدقة وموضوعية أكبر.

ب- المجال المكاني للدراسة:

يتحدد المجال المكاني في المقرات الرسمية للمؤسسات الإعلامية الأربع محل الدراسة، وهي مؤسسات تنشط على المستوى الوطني وتستقطب جمهورا واسعا، وتشمل:

(1) **قناة الشروق:** مؤسسة إعلامية خاصة، جزائرية، تابعة لمجمع الشروق الإعلامي. يقع مقرها في الجزائر العاصمة، تأسست رسميا في عام 2011، وبدأت البث في 2012، وتعتبر من أكبر القنوات الإخبارية في الجزائر.

تقدم محتوى متنوعا من أخبار، برامج اجتماعية، برامج ترفيهية، دراما، وغيرها. تعد من القنوات الجزائرية الخاصة البارزة التي سعت إلى مواكبة الجودة التقنية في البث (HD) وتحديد أسلوب الغرفة الخبرية.

(2) **قناة النهار:** مؤسسة إعلامية خاصة، جزائرية، بدأت البث التجريبي في 6 مارس 2012، يقع مقرها في الجزائر العاصمة. تغطي الأخبار الوطنية والدولية، وتوفر موقعا إلكترونيا موازيا (النسخة المصورة - نسخة الأنترنت) ما يجعلها حالة هجينة بين التلفزيون التقليدي والوسط الرقمي.

(3) **موقع سبق:** موقع إلكتروني إخباري، جزائري، صادر عن مؤسسة سبق برس للإعلام والدراسات، ومقرها في الجزائر العاصمة، انطلق في 8 أوت 2015. يركز على الأخبار الوطنية والعالمية، يقدم نصوصا تحليلية وأخبارا عاجلة، ويعد من المنصات الرقمية التي لا تتبع نمط الإعلام التقليدي (تلفزيون/صحيفة) بالكامل.

(4) **موقع أوراس:** موقع إلكتروني إخباري، جزائري، أطلقت المنصة في 22 فيفري 2019، يبت محتواه من العاصمة الجزائرية، بالشرافة. ويتميز بحضور قوي على المنصات الرقمية مثل الفيسبوك واليوتيوب. تقدم تغطية سريعة للأحداث، تحليلات، تقارير ميدانية، وتوازن بين الخبر والرأي. تركز على الشكل الرقمي كمنصة أساسية.

تم اختيار قناتي الشروق والنهار، وموقعي سبق وأوراس، لكونها تمثل نماذج متنوعة من المؤسسات الإعلامية الجزائرية، تجمع بين الإعلام السمعي البصري التقليدي والإعلام الرقمي. ويتيح هذا التنوع إمكانية مقارنة أنماط استخدام التدوين الإلكتروني وتمثيلات الصحفيين له داخل بيئات تحريرية مختلفة، سواء من حيث طبيعة

الإنتاج الإعلامي أو مستوى الاعتماد على المنصات الرقمية. كما تتميز هذه المؤسسات بحضور إعلامي، مما يجعلها مناسبة لرصد الممارسات الصحفية المرتبطة بالتدوين الإلكتروني وتحليلها بصورة تعكس واقع الإعلام الجزائري.

ج. المجال البشري للدراسة:

يشمل المجال البشري عينة قصدية من الصحفيين الجزائريين العاملين في قناتي الشروق والنهار، وموقعي أوراس وسبق. تم اختيارهم بناء على خبرتهم الفعلية في استخدام التدوين الإلكتروني ضمن عملهم الصحفي. هؤلاء الصحفيون ينشطون على المنصات الرقمية مثل المدونات وتويتر والفيسبوك، ويتمتعون بإمكانية الوصول إلى الأنترنت واستخدامه في أداء مهامهم الإعلامية.

6. الضبط المفاهيمي للمصطلحات:

✓ الاقتراب:

لفظ اقتراب هو أقرب للواقع من النظرية في مجال دراسة الظاهرة السياسية، باعتبار أن الاقتراب هو أسلوب المعالجة والفهم الذي يكسب الدراسة طابعها الخاص، ويحدد في الوقت نفسه محاور البحث وقضاياها الأساسية، وبالتالي يمكن اعتباره بمثابة اتجاه أو ميل الباحث إلى اختيار إطار مفاهيم معين، كما أنه يحدد نوعية المفاهيم والطرق التي يستخدمها الباحث في دراسته نظريا وامبريقيا. (طاشمة و ناجي، 2014، صفحة 192)

✓ الاستخدام:

يشير مفهوم الاستخدام حسب "proulx" إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية. إن مفهوم الاستخدام يحيل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا، ويسأل علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أنّ الاستخدام فزيائيا، يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية، أو تكنولوجيا قابلة للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية.

إن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا، إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا، وعلى صعيد آخر، فإن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات، تبرز بشكل متكرر، وفي صيغة عادات اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يوميات المستخدمين. كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خصوصية وتميز

جوزيان جوي "josiane jout" بين مفهوم الاستخدام، والممارسة، حيث ترى أن مفهوم الاستخدام مفهوم ضيق، يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منظم للتقنية، في حين أن الممارسة هي أكثر صياغة، ولا تغطي استعمال التقنيات فقط، بل تغطي أيضا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم وتمثلاتهم، التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأداة. (الوهاب، 2007، صفحة 71)

ويعني حجم التعرض للإنترنت، ومكانته بين وسائل الإعلام، وأشكال التعرض وتوظيفها للأغراض المختلفة ومن بينها الاستخدامات. فمفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية، التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته. (الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، 2007)

التعريف الاجرائي:

أما عن تعريفنا الاجرائي للاستخدام، فيقف بعيدا عن الانحصار الفيزيائي للوسيلة ومدى توفرها، خاصة في حالة التمثيلات، كحالة وجودية تعبر عن شبكة من التصورات، مرتبطة بسياقات وهوية المتمثل والتي تختلف بحكم مكونات الهوية الجزئية، من تجارب شخصية بعيدا عن التجربة المعممة، أي السياق السوسيو-ثقافي الموحد للجماعة.

وهنا يرتبط بما تمليه آلية الضبط الاجتماعي لبيئة الصحفي، هوما نسعى إليه في دراستنا التي أرادت إحياء التمثيلات في أطرها الجزائية بين قناتي النهار والشروق، موقعي سبق ووأراس، وعليه يخرج الاستخدام هنا في دراستنا من فكرة التملك الفيزيائي للوسيلة كآلية مهنية في إنتاج الأخبار، لا بوصفه مجرد امتلاك مادي للتكنولوجيا، ومن منطق الاتاحة لمجرد الاتاحة إلى منطق الفكرة والدفاع الايديولوجي عنها. بل بوصفه ممارسة واعية ومقصودة تتجاوز الاستعمال العشوائي للوسيط الرقمي، إلى نمط اجتماعي ومهني مندمج في عاداتهم التحريرية. ويمتد الاستخدام من خلال السلوكيات اليومية للصحفي، في تعامله مع أدوات التدوين الإلكتروني، والتصورات المهنية التي يبنها حول مصداقية المدونات كأحد مصادر الخبر، وتعبير عن علاقة الصحفي المعرفية، والتقنية مع فضاء التدوين الإلكتروني، داخل سياق الممارسة الصحفية الجزائرية المعاصرة.

✓ الصحفي:

من هو الصحفي وكيف يمكن تفريقه من مفهوم الإعلامي الذي يبدو أنه قريب منه، إن لم نقل أحيانا يلتحمان، ويمكن التفريق بين الإعلامي والصحافي، من خلال سرد التعريفات فالإعلامي كل من يستطيع رصد الظاهرة الإعلامية، يحللها ويفسرها، ويستنبط النتائج التي تخدم العملية الإعلامية وتطورها، ويهيئ فرص معالجة الاشكاليات الاتصالية التي تفرزها الظاهرة الإعلامية المعنية بالبحث.

أما الصحفي هو كل من يمتحن العمل الصحفي، ويساهم في إعداد مكونات العملية الإعلامية، ويمتلك المواصفات تلك التي تشترطها وظيفته الصحفية المهنية، وفي مقدمتها القدرة الكفاءة والخبرة. فمهنة الصحفي في عالم اليوم تعرف تحولات جذرية، إنها تمر من مقولة (هذا ما أعرفه إلى هذا ما تعلمته). (Gillmor)

التعريف الاجرائي:

الصحفي هو الشخص الذي يزول مهنة الصحافة، يكون تابع لمؤسسة صحفية ما والصحفي في دراستنا هذه هو الصحفي الجزائري من قناتي الشروق والنهار، وموقعي سبق وأوراس. ومهمته هو جمع ونشر المعلومات عن الأحداث الراهنة، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام، خاصة أن المعلومة أصبحت متاحة، المشكل اليوم تكمن في صحة الأخبار المتداولة، وكيفية تأقلم الصحفيين في اختيار وانتقاء الأخبار من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

✓ التمثلات:

التمثل هي مجموعة من المعلومات، المعتقدات الآراء نحو موضوع معين في شكل بنية معرفية تشمل مجموعة من المعلومات المخزنة والمرتبطة بخصائص موضوع التمثل. (Abrik, 2003, p. 59).

هي أنساق تفسيرية يوظفها الصحفي، لفهم العالم من حوله وتفسيره، بكيفية قد تتعارض في كثير من الأحيان مع العلم. لذلك يجد الباحث صعوبة في محوها، بل كثيرا ما تتعايش التمثلات جنبا إلى جنب مع الحقائق العلمية في أذهان الصحفي، فمفهوم التمثل جديد نتيجة الرد على المرجعيات السياقية إلى المرجعيات النسقية، فالتمثل رهين بالسياق الاجتماعي والثقافي، الذي يصدر فيه فالوسط السوسيو-ثقافي. ويلعب دورا أساسيا في ترسيخ بعض التمثلات، وتنبثق هذه الأخيرة من مجموع المعلومات المنقولة عن طريق وسائل الاتصال والكتب وتمثل المجتمع للمفاهيم العلمية.

التعريف الاجرائي: التمثلات هنا ليست مجرد آراء عابرة، بل هي مرجعيات تفسيرية، يبني من خلالها الصحفي فهمه للعالم الرقمي الجديد، وقد تتعايش أحيانا مع الحقائق العلمية، أو حتى تتعارض معها. وتكتسب هذه التمثلات طابعها الخاص من الوسط المهني للمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي، وثقافية الجزائرية، وكذا درجة انخراط الصحفي في الإعلام الجديد، وعليه، فإن تمثلات الصحفيين في هذه الدراسة تعد أداة تحليل أساسية، لفهم كيف يتصور الصحفي الجزائري مكانة التدوين الإلكتروني في صناعة الخبر، وكيفية توظيفه أو مقاومته في ممارسته اليومية.

✓ الإعلام البديل:

الإعلام البديل هو ترجمة (alternative media) ويعني إعلاما ليس حكوميا أو تقليديا، والإعلام البديل هو الموضوعات التي تهدف بصراحة ووضوح، إلى تحدي مواقع تركز السلطة، على وسائل الإعلام والمشروعات التي تقف ضد الوسائل المسيطرة لصناعة الإعلام. سواء كانت خطبا سياسية أو غيرها، وقد أصبح التدوين الإلكتروني اليوم أشبه بالإعلام البديل، لأنه يحول الإنسان إلى حالة فريدة، فبعد أن كنا نرى الرسالة الإعلامية على أنها عبارة عن أفكار ومتلقي ومرسل، بمقدور أي إنسان أن يصنع بنفسه الرسالة الإعلامية. (عيشة، 2010، صفحة 160)

التعريف الاجرائي: الإعلام البديل نقصد به الإعلام الذي نشأ مع ظهور شبكة الأنترنت، والذي يعتمد أساسا على المشاركة بطريقة تفاعلية، وما يميز هذا النوع من الإعلام، هو وجود معنى حقيقي لحرية التعبير، وإبداء الرأي تجاه العديد من القضايا والأحداث والأخبار، وكذلك يكون مصدرا للخبر.

✓ القطيعة:

في اللغة العربية يشتق مصطلح القطيعة من الفعل قطع، ويقال قطع الشيء أي فصله أو أنهى اتصاله. والقطيعة تعني في أصلها: الانفصال، الانقطاع وترك التواصل أو الصلة بين شيئين أو أكثر.

وتعرف القطيعة هي الانقطاع والانفصال بعد الوصل، وتقال في العلاقات الاجتماعية أو التواصل

الفكري والمعرفي. (منظور، لسان العرب، 2005)

أما في العلوم الإنسانية والاجتماعية تشير القطيعة إلى الانفصال المعرفي أو المنهجي عن منظومة فكرية سابقة، واستبدالها بأخرى جديدة تنتمي إلى سياق مختلف من حيث المفاهيم والأساليب. فقد عرف القطيعة المعرفية على أنها انتقال جذري من بنية معرفية إلى أخرى، بحيث لا يمكن الاستمرار في الاعتماد على الأدوات أو الفرضيات السابقة دون مراجعتها أو تجاوزها.

يجب علينا إيجاد صيغة متوازنة للحوار بين الأجيال، لأن الفجوة بينها تعني البدء من جديد، بينما تكون محاولات التقارب مع بعض الضوابط خطوة نحو التقدم. يكفيننا أن نتجه نحو المستقبل من خلال ثوابتنا الدينية الأصيلة، وأن نستفيد من نقاط القوة في كل قرن، وكل جيل، وكل مجتمع، بما يتوافق مع ديننا، ليكون ذلك ذخيرة لنا في بناء مستقبلنا. (الله، 2017، صفحة 107)

هو مفهوم فلسفي ظهر في أعمال "غاستون باشلار"، ويشير إلى التغيير الجذري في طريقة فهمنا للعلم. يحدث هذا عندما نتجاوز المعارف القديمة أو "البدايات" التي لم تعد تفسر الظواهر بشكل جيد، ونستبدلها بأنظمة معرفية جديدة تكون أكثر علمية ودقة. كما يؤكد، أن العلم لا يتطور فقط بطريقة تراكمية، بل يمر بلحظات من الانقطاع المعرفي أو القطيعة مع الأفكار السابقة، مما يؤدي إلى ظهور أنماط جديدة من التفكير العلمي والتفسير. كل مرحلة علمية تتجاوز ما سبقها ليس فقط بإضافة أفكار جديدة، ولكن أيضا بتجاوز الرؤى القديمة التي كانت تعتبر يقينيات في وقتها. تعتبر القطيعة ضرورية لفهم كيفية تطور العلم، إذ لا يمكن للعلم أن يتقدم دون التخلص من عوائق المعرفة كما يسميها العقل العلمي بيني نفسه ضد العقل الذي قبله، أي ضد المعرفة العامة الأولى". (Bachelard, 1938, p. 14)

إن لحظة القطيعة تمثل تجاوزا للعوائق المعرفية التي تفرضها التصورات السابقة، وأن التقدم العلمي لا يحدث بشكل خطي، بل يأتي من خلال انقطاعات وتغيرات منهجية. (Cizungu, 2017, pp. 140–148) من ناحية أخرى، هناك ثلاثة أسئلة رئيسية تتعلق بمفهوم القطيعة، وهي: من أين تأتي القطيعة؟ وماذا تقطع؟ وكيف تحدث هذه القطيعة؟ وتؤكد الدراسة أن القطيعة ليست مجرد رفض للمعرفة السابقة، بل تمثل أساسا لإنتاج معرفة علمية جديدة. (Kim, 2010, p. 117)

وفي دراستنا هذه، يمكن استخدام هذا المفهوم لفهم التغيرات، في كيفية رؤية الصحفيين الجزائريين لاستخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار، حيث أن اعتمادهم على أدوات غير تقليدية قد يمثل قطيعة

إبستمولوجيا مع الممارسات الصحفية التقليدية، خاصة من حيث العلاقة مع المصدر، ومنهجية التحقق، ومعايير النشر.

كما يقول "محمد الوقيدي" ليست هناك قطيعة إبستمولوجيا حاسمة ونهائية، فكل فترة من تاريخ المعرفة العلمية عوائقها وعندما تحدث قطيعة أبستمولوجيا داخل فكر علمي لكي تسمح بفصل ذلك قيام فكر علمي جديد.

التعريف الاجرائي:

القطيعة في دراستنا هذه تفهم على النحو التالي، القطيعة الإعلامية، هي التغيير النوعي الذي طرأ على الممارسات المهنية للصحفيين الجزائريين، نتيجة اعتمادهم للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، هي الانفصال التدريجي أو الجدزي عن الأشكال التقليدية في إنتاج وتحرير الأخبار، كالاتماد الكلي على المصادر الرسمية كوكالات الأنباء مثلا. لصالح أنماط جديدة، تقوم على التفاعل والمصادر المفتوحة والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون. (User Generated Content)

مثل التدوين الإلكتروني، وبهذا المعنى، فإن مفهوم القطيعة يشير إلى:

قطيعة معرفية: مع الأنماط الكلاسيكية في انتاج المعرفة الإعلامية

قطيعة مهنية: في ممارسات جمع الخبر واعداد التقارير

قطيعة ثقافية: مع نماذج السلطة الأحادية في الإعلام، باتجاه الانفتاح على الجمهور كشريك معرفي.

عندما يعتمد الصحفي الجزائري على التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، فإنه يقطع تدريجيا مع أنماط الإنتاج التقليدي للأخبار التي كانت تحتكرها المؤسسات، ويدخل في نمط جديد من الصحافة التشاركية التفاعلية، وهو ما يمثل قطيعة معرفية ومهنية في آن واحد. فقد تحول الاستخدام من المصدر الرسمي إلى المصدر الرقمي، التغريدات، المنشورات، التدوينات...، كما أن الصحفي ابتعد عن التسلسل الهرمي التقليدي للأخبار، وتحول في تمثالات الصحفي لدوره المهني من ناقل تقليدي للأخبار إلى متفاعل مع المحتوى الرقمي.

✓ فقاعة التصفية:

هو مصطلح صاغه الباحث والناشط الإلكتروني "Eli Pariser"، عام 2011، ويقصد به الحالة التي يحاط فيها المستخدم بمعلومات وآراء تتفق مع معتقداته السابقة بسبب خوارزميات التخصيص التي تعتمد على محركات البحث وشبكات التواصل الاجتماعي، مما يؤدي إلى عزله عن المعلومات المتنوعة والمخالفة لتوجهاته. وتظهر نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التخصيص التي تصفي تلقائياً المحتوى الذي يتعرض له المستخدم بناءً على:

- سلوكه الرقمي السابق
 - تفضيلاته
 - شبكاته الاجتماعية
 - المحتوى الذي يستهلكه أو يتفاعل معه. (Pariser, 2011)
- التعريف الإجرائي:** هي الظاهرة الناتجة عن اعتماد الصحفيين على مصادر رقمية، مثل التدوينات والمحتوى الإلكتروني المفلتر عبر الخوارزميات، ما يؤدي إلى تعرضهم لمحتوى متجانس ومحدود من الآراء والمصادر، ويؤثر في تنوع وجودة الخبر الصحفي المنتج. وتتضح فقاعة التصفية في الممارسة الصحفية، من خلال الاعتماد على منصات تعرض محتوى متشابه، وتكرار نفس المصادر والمعلومات الرقمية في مختلف المواد الإعلامية.
- فالاعتماد على التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، قد يعرض الصحفي إلى تحيزات لاشعورية في انتقاء المعلومات، بسبب البيئة الرقمية المفلترة، وبالتالي فإن فقاعة التصفية تؤثر مباشرة على جودة الخبر، تنوع المصادر، التحقق من المعلومات والموضوعية الصحفية.

7. منهج الدراسة وأدواته:

أ. منهج الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات المطروحة أعلاه، وإلى تسليط الضوء على جوانب معينة من تمثيلات الصحفيين، في قطاع الإعلام في الجزائر للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر. وسنركز في تحليلنا على الجوانب المتعلقة بالتمثيل (représentation)، الذي له صلة بتقييم الصورة التي يكونها الصحفي عن التدوين الإلكتروني وأدواته التكنولوجية. سواء كانت هذه الأخيرة مألوفة لديهم أم لا، وتلك المتعلقة

بالاستخدام (usage)، والمتمثلة في تحديد الشروط الواقعية لاستخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

وأخيرا تلك المرتبطة بالتملك (L'appropriation)، والتي تبحث في تحديد درجة ونمط إدماج هذه الوسائل التكنولوجية، في العادات والممارسات المهنية للصحافي الجزائري.

إن هذا التملك يمر عبر معرفة المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، كما تمر أيضا عبر الكفاءة العلمية في مجال التعامل مع الكمبيوتر والقيام بالاتصالات والبحث عن المعلومات المختلفة.

إن تبني مقارنة التمثل والاستخدام الاجتماعي، سيسمح لنا توسيع دراسة العلاقة بين الفرد (الصحافي) المستخدم، بالأداة التقنية، إلى تحليل شامل للمكانة التي تحتلها الممارسات، في أساليب الحياة اليومية المهنية للفرد الصحافي. حيث تشكل هذه الأخيرة، المجال الذي يكتسب من خلاله الصحافي النماذج الإدراكية التي يستخدمها لتفسيراته.

إن البحوث الوصفية، تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كيفيا أو كميا، وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية. وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر حاضرها ومستقبلها. (عليان، 2010، صفحة 40)

كما تهدف الدراسات الوصفية، إلى إعطاء صورة كلية عن الظاهرة، وموضوع البحث، كما تهدف أيضا إلى التعرف على كينونتها، حيث يقوم الوصف بدراسة الظواهر المجهولة، وبذلك تستهدف هذه الدراسات تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة، أو موقف معين. تغلب عليه صفة التحديد، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية وحقيقية دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها. (شلي، 1997، صفحة 64)

فبينما تكشف الدراسات الوصفية في معظمها عن ماهية الظاهرة، تسعى الدراسات المقارنة أو التحليلية كما يسميها البعض، في محاولة تفسير كيف ولماذا تحدث الظاهرة، وهي في هذا تقارن جوانب التشابه والاختلاف بين المتغيرات المختلفة، ويتبع أسلوب الأبحاث المقارنة عن طريقة الاتفاق، "لجون ستيوارت

مل" الذي يذهب فيها، إلى أنه، إذا كان لـ الحالتين أو أكثر للظاهرة المدروسة طرف مشترك واحد فقط، فإن الطرف الذي يتفق فيه وحده كل الحالات يكون هو السبب لهذه الظاهرة. (حسين، 2006، صفحة 131)

ولأن أسباب التعدد المنهجي كثيرة، كما يقول "آلان لارامي، Alain Laramée" و"برنار فالي، Bernard Vallée"، أنه لا يوجد منهج يبحث كل شيء وأي شيء، بل توجد منهجيات علمية فعالة ولكنها لا تمثل آليا مجموعة وصفات كاملة وغير قابلة للخطأ، بمعنى أنه لا توجد وصفات للبحث، إنما توجد استراتيجيات للبحث، وعليه ارتأينا العمل بمنهجين في هذه الدراسة استدعتهما طبيعتها المقارنة والتحليلية وهما المنهج المسحي والأسلوب المقارن. (عظيمي، 2009)

يعرف المنهج على أنه، مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف. (أنجس، ترجمة سبعون، وآخرون، 2006، صفحة 98)، وهو عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة، التي يعتمد عليها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة والتحليل. (عظيمي، 2009، صفحة 18)

وهو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك. (مرسلي، مناهج البحث علوم الإعلام والاتصال، 2005، صفحة 286)

وعرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي، بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب حدوثها وصفتها. (عبيدات، عدس، وكايد، 2012)

وتعرف بأنها تلك الدراسات التي تستخدم منهج المسح والمنهج الوصفي. (مصباح، 2008، صفحة 50)، بمعنى أن هناك من الباحثين، من يخص في الدراسات المنهجية منهج الوصف كمنهج وليس كنوع، أو أسلوب ضمن الدراسات المسحية.

وتتجلى أهميته في أن التحليل المقارن يكون طريقا نحو اكتشاف المتغيرات الجديدة في الظواهر، لا تظهر للعيان إلا عن طريق التفسير المقارن، ويساهم أيضا في توفير درجة عالية من العمومية، بواسطة القوانين التي يمكن اكتشافها عن طريق المقارنة. (مصباح، 2008، صفحة 94)

لفظ اقتراب هو أقرب للواقع من النظرية في مجال دراسة الظاهرة السياسية، باعتبار أن الاقتراب هو أسلوب المعالجة، والفهم الذي يكسب الدراسة طابعها الخاص، ويحدد في الوقت نفسه محاور البحث وقضاياها الأساسية، وبالتالي يمكن اعتباره بمثابة اتجاه أو ميل الباحث إلى اختيار إطار مفاهيم معينة، كما أنه يحدد نوعية المفاهيم والطرق، التي يستخدمها الباحث في دراسته نظريا وامبريقيا. (ناجي، 2014، صفحة 191)

تتمحور الدراسة حول مساءلة الممارسة الصحفية في عصر التدوين الإلكتروني، وتركز تحديدا على مدى تبني هذه المؤسسات الصحفية بصحفيها كذوات وهويات، للآليات التي تشكل خصائص التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، وحظها من تطبيقاته. مع العلم أننا ننطلق من افتراض أن المؤسسات الصحفية تتفاوت في فهم التدوين الإلكتروني، من فضاء ثقافي وسوسيولوجي، إلى آخر افتراضي فبعضها مازال تقليدي الرؤية والممارسة، والبعض الآخر الذي ينتمي إلى فئة المجددين، بادر إلى استثمار الإمكانيات الهائلة التي يتيحها هذا التدوين الإلكتروني.

تستثمر الدراسة في أسلوب الوصفي التحليلي، إلى جانب التأريخ للظاهرة، لفهم جدلية الاتصال والانفصال، بين الجديد والقديم، وصناعة المضامين وتأثير المراقبة الاجتماعية داخل غرف التحرير، فالدراسات الوصفية المسحية*، التي تسعى إلى جمع المعلومات حول ظاهرة اجتماعية معينة بهدف وصف هذه الظاهرة، وفهم وتحليل العوامل المساهمة في تكوينها والمؤثرة فيها، وذلك من خلال استجواب عينة من أفراد مجتمع البحث.

فالدراسات المسحية التي أثبتت كفاءتها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم وآرائهم، بشأن مختلف القضايا، والموضوعات والظواهر التي يعيشونها في حياتهم اليومية، فاستخدام أسلوب مسح الرأي العام للتحقق

* يقول محمد الأمين موسى أستاذ الإعلام المرئي في الشارقة: أين نحن من نظريات التواصل؟ هل ساهمنا بنظرية كونية أو نظرية محلية انطلاقا من تميزنا الثقافي؟ ماذا عن النتائج. وماذا فعلنا بها؟ ماهي مساهماتنا المنهجية في تطوير دراسة علم التواصل... هل نحن واعون بأهمية المنهج كأداة رئيسية لتحصيل المعرفة؟ أن الخلل في المكونات الثلاثة ينعكس سلبا على إيجاد المكون الرابع، فمن غير أفكار أصيلة و واضحة وتراكم بحثي مقبول ومنهج لائق للتحقيق، يصبح التأريخ صعبا ونتائجه هزيلة لا يفيد ابستمولوجيا= لسنا ندعي التميز عن كل هذه السياقات المنهجية المذكورة وإنما محاولة لتحديد إشكالية التسبب المنهجي، فالكثير من البحوث الميدانية لا تحترم أدنى مستويات القياس، وكذلك بالنسبة للبحوث الكيفية التي تتضارب مع كل تراكم معرفي فنحن هنا نسجل البحث والاستمرارية النظرية والمنهجية للدراسة التي تتم، فالיום نجد أن هناك كُثُرا لا بأس به من الكتابات في مجال الإعلام إلا أن جلها يشكو الضعف النظري و التسبب المنهجي، و الاستثناءات قليلة في هذا المجال. وحديثا، تأثرت هذه الكتابات بالتوجه نحو الإنتاج السريع والبحث عن الربح والشهرة وما إلى ذلك

من فروض البحث، والإجابة عن السؤال الرئيس لمشكلة البحث، وقد وضعنا دراسة تطبيقية على عينة من الصحفيين، وكذلك المؤسسات الإعلامية، لفهم التحولات والتأثيرات بالجديد من التكنولوجيا والتدوين الإلكتروني.

خاصة وأن البحث ينطلق من الموضوع، وليس من الباحث كهدف يفرق بين البحث النوعي والكمي، بالإضافة إلى أن المؤسسات الإعلامية، محل الدراسة تتبنين في التصور الجزائري مفهم قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس، وعليه وانتقلنا لتكييف الدراسة وامبريقيا بتوزيع الاستمارة، على الصحفيين، نظرا لأن الميدان يتيح لنا فهم صناعة الخبر اليوم في عصر الإعلام عبر الوسائط الجديدة، من بعده المادي الحضور التقليدي للصحافي، واحتوائه للحضور الافتراضي.

ب. أدوات الدراسة:

بما أن دراستنا هي دراسة ميدانية وهي الخروج إلى الميدان لذلك فهي تنتمي إلى الدراسات الميدانية ونستعمل فيها الدراسات المسحية التي أثبتت كفاءتها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم وآراءهم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعايشونها في حياتهم اليومية. وأدوات الدراسة التي تمكننا من القبض على الظاهرة في بنيتها الكامنة نستعمل أداة الاستمارة المناسبة أكثر للبحوث المسحية.

وأخضعت الباحثة الاستمارة اختبار الصدق والثبات، وحكمتها من قبل المختصين.

احتوت الاستمارة على ستة محاور ومحور خاص بالبيانات الشخصية، وكل محور يحتوي على عدد من الأسئلة المرتبطة بكل محور، واجمالا تحتوي الاستمارة على 26 سؤال بالإضافة إلى الأسئلة الستة الخاصة بمحور البيانات الشخصية. أردنا من خلال هذه الاستمارة الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. اعتمدنا عليها كأداة رئيسية لجمع أكبر عدد من المعلومات الخاصة بالدراسة والمساعدة للوصول إلى نتائج دقيقة.

كما وضعنا ملاحظة في واجهة الاستمارة، من أجل توضيح ما نقصده من مفهوم التدوين الإلكتروني، ومن هم المعنيون بمألاً الاستمارة. وجاء في هذه الملاحظة أننا نقصد بالتدوين الإلكتروني: "المحتوى الذي يقدمه مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية، ويقوم الصحفي بالاستعانة به لتحرير أو لتدعيم مادته الإخبارية". فإذا كنت لا تستعين بتلك المساهمات؛ فالرجاء عدم ملء الاستمارة.

إن الاستمارة وسيلة من وسائل الحصول على المعلومات، وهي تصنيف في مجموعة من الأسئلة، تحتوي على أبرز نقاط موضوع البحث، وقصد الحصول على نتائج علمية، لا بد من بذل العناية الكاملة عند إعدادها، وإتباع الخطوات العلمية في صياغتها.

هي كلمة مشتقة من الفعل استبان، يقال استبان الأمر بمعنى أو ضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر. ويعرف أيضا هو تلك القائمة من الأسئلة، التي يحضرها الباحث بعناية، في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوثين من أجل الحصول على إجابات، تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب مختلفة.

ولا بد أن تتضمن عددا من الأسئلة المرتبطة منطقيا بمشكلة معينة تخضع للبحث والدراسة، ويجب أن يراعي في صياغة استمارة البحث شرطين أساسيين:

1- ملائمة كل سؤال لمشكلة البحث

2- ارتباط الأسئلة بعضها ببعض لكي تشكل بناء متكاملا لاستمارة البحث يصلح للحصول على المعلومات المطلوبة. (عمار و الذنيبات، 2007، صفحة 82)

فالاستمارة وسيلة من وسائل الحصول على المعلومات، وهي تصنيف في مجموعة من الأسئلة تحتوي على أبرز نقاط موضوع البحث، وقصد الحصول على نتائج علمية لا بد من بذل العناية الكاملة عند إعدادها، وإتباع الخطوات العلمية في صياغتها، سواء فيما يتعلق بشكل الأسئلة المعمقة للحصول على التمثيلات، باعتبار أن هذه الأخيرة تحتاج آليات بحثية، تفرضها طبيعة الإشكالية وهدفها الأساسي، بحيث تكون مفهومة لدى العينة المسحوبة ولا تثير أي غموض أو تأويل.

ووزعت الاستمارة بطريقة إلكترونية، والاستمارة الإلكترونية عرفها فلورس "Raul Paramo Flores"، أنها جميع البيانات المعبأة ذاتيا والتي يرسل المبحوث من خلالها المعلومات عبر الأنترنت من خلال جهاز إلكتروني، ويشمل الدعوة للمشاركة في الاستمارة على الأنترنت أو عن طريق البريد الإلكتروني، الواتساب، فيبر، ماسنجر.

تعريف الوثيقة الألمانية للمعايير النوعية للاستثمارات على الأنترنت، وتسمى بمعايير الجودة فتعرفه أنه تفاعل أترناتي بين المبحوث والاستثمار وتحدد من خلالها أربعة أنواع:

- 1- استثمار إلكتروني عبر موقع رسمي " مخبر، جامعة "
- 2- تحميل الملف من خلال رابط تشعبي عبر الأنترنت
- 3- تحميله في شكل ملف على الحاسوب من خلال " serveur " الأنترنت
- 4- تحميله في شكل ملف على الحاسوب. (دليو، 2014، صفحة 223)

تم استخدام الاستثمار الإلكترونية، وزعت على عدد من الصحفيين الجزائريين لقناتي النها الاخباريتين وموقعي سبق وأوراس، بعد تحكيم الاستثمار من قبل خمسة أساتذة من كلية علوم الإعلام والاتصال سأذكر فيما يلي أسماء الأساتذة المحكمين:

- 1- البروفيسور كريمة بوفلاقة، جامعة الجزائر -3-
- 2- البروفيسور نورة شلوش، جامعة الجزائر -3-
- 3- البروفيسور وهيبة بوزيفي، جامعة الجزائر -3-
- 4- البروفيسور نصيرة تامي، جامعة الجزائر -3-
- 5- البروفيسور سبتي رشيدة، جامعة الجزائر -3-

كما اخضعت الاستثمار لقياس الصدق والثبات كما كان توزيع الاستثمار عبر تقنية "SPSS"

أ. قياس الصدق والثبات للاستثمار:

صدق الاتساق الداخلي لسؤال التصورات:

16- ما هي تصوراتك عن استخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

وقد تم التحقق من السؤال 16، حول تصورات العينة عن استخدام مواقع التدوين الإلكتروني، كمصدر للخبر من خلال معاملات ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية بحساب معامل الارتباط بيرسون والنتائج مبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (01) يبين صدق الاتساق الداخلي تصوراتك لسؤال استخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

الدرجة الارتباط بالبعد	الفقرة	
0.648**	التدوين الإلكتروني ينتقص من مصداقية الخبر	عبارات سلبية
0.637**	التدوين يهشم مصادر الخبر التقليدية المهنية مثل وكالات الأنباء	
0.563**	زيادة احتمال الوقوع في الأخبار الكاذبة وتزييف الحقائق	
0.438**	فتح مهنة الصحافة أمام دخلاء وهواة غير مهنيين وغير مؤهلين	
0.517**	تهديد فرص العمل المتاحة للصحفيين المحترفين	
0.770**	دفع الصحفيين إلى تطوير مهاراتهم واكتساب فنيات الإعلام الرقمي	عبارات إيجابية
0.683**	توثيق الخبر وزيادة مصداقيته	
0.470**	أداة للتفاعل مع الجمهور والمشاركة في صناعة الخبر	
0.734**	زيادة السرعة والمرونة في انتقاء الأخبار	
0.712**	التقليل من الجهد والتكاليف المبذولة للحصول على الأخبار	

دلالة عند 0.05*

دلالة عند 0.01**

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل الارتباط قد تحقق وهو دال في كل العبارات حيث كانت أدنى قيمة له 0.438 وأعلى قيمة 0.734، وكلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01، وهذا ما يؤكد على أن عبارات سؤال التصورات حول استخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر صادقة وتعبر وتقيس ما وضعت لقياسه.

ب. ثبات السؤال التصورات:

لقياس مدى ثبات عبارات السؤال سادس فإننا قمنا باستخدام معامل الفا كرونباخ، للتأكد من استقرار الإجابات في حالة القياس مرة أخرى، وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول (02) معاملات ثبات عبارات التصورات حول التدوين

العبارات	عدد الأسئلة	قيمة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach
عبارات سلبية	05	0.458
عبارات إيجابية	05	0.703

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن قيمة الفاكرونباخ للعبارات الخاصة بهذا السؤال تراوحت بين 0.458 إلى غاية 0.703، وهي ما تشير إلى ثبات جيد يمكن أن يعبر على استقرار نتائج الإجابات إلى حد كبير.

وتشير القيم المحسوبة لمعامل الارتباط بيرسون إلى دلالة إحصائية قوية، مما يعزز صدق العبارات.

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ/مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من الصحفيين الجزائريين، الناشطين مهنيًا في أربع مؤسسات إعلامية تمثل نموذجًا للإعلام التقليدي والرقمي في الجزائر، وهي قناتي الشروق والنهار الإخباريتين، وموقع أوراس وكذا موقع سبق.

وقد تم اختيار هذه المؤسسات نظرا لتنوع أنماطها الإعلامية (مرئية/رقمية)، وتفاوت بنيتها المهنية، وكذلك لاعتمادها بدرجات مختلفة على التدوين الإلكتروني في التغطية الإخبارية.

تم تحديد هذا المجتمع نظرا لعلاقته الوظيفية المباشرة بموضوع البحث، وسهولة الوصول إليه عبر استمارات إلكترونية موجهة وقنوات اتصال مهنية.

ب-عينة الدراسة:

تتمحور الدراسة حول مساءلة الممارسة الصحفية في عصر التدوين الإلكتروني، وتركز تحديدا على مدى تبني هذه المؤسسات الصحفية بصحافيها كذوات وهويات، للآليات التي تشكل خصائص التدوين

الإلكتروني، وحظها من تطبيقاته. مع العلم أننا نطلق من افتراض أن المؤسسات الصحفية، تتفاوت في فهم الإعلام الجديد، من فضاء ثقافي وسوسولوجي إلى آخر افتراضي، فبعضها مازال تقليدي الرؤية والممارسة، والبعض الآخر الذي ينتمي إلى فئة المجددين بادر إلى استثمار الإمكانيات الهائلة التي يتيحها هذا الإعلام.

لذا تكون عينة تتكون من أسلوب الحصر الشامل الذي نطلق من آلية عينة كرة الثلج، وذلك بالنظر إلى صعوبة الوصول المباشر إلى جميع الصحفيين محل الدراسة. التي تبدأ من صحافي إلى آخر وهو ما يحتاجه البحث النوعي من تعمق في رمزية الذات المهنية وطرق تشكيلها بناء على التمثيلات التي يتبناها هؤلاء الصحفيين والتي تمس مصداقيتها الاستمارة الاستبائية بعدها الإمبريقي، خاصة وأن البحث ينطلق من الموضوع وليس من الباحث كهدف يفرق بين البحث النوعي والكمي، بالإضافة إلى أن المؤسسات الإعلامية محل الدراسة تتبنيان في التصور الجزائري.

اخترنا عينة الدراسة بطريقة العينة القصدية، وهي من العينات غير الاحتمالية، نظرا لأن مجتمع بحثنا مشكل من الصحافيين، باعتبارهم يمتلكون معرفة تقنية، واستعمالا مهنيا للإنترنت، ما يجعلهم أكثر قدرة على التفاعل مع موضوع البحث.

وكذلك يمكن الاستناد إلى نظرية تبني المستحدثات التكنولوجية، التي أثبتت أن الشباب/الصحفي الأكثر إقبالا على الجديد في ميدان التكنولوجيا وكذلك اهتمامات الصحافي بالإنترنت كوسيلة للولوج للأخبار أو الهروب من الروتين اليومي عن طريق الدردشة.

بلغ عدد أفراد العينة 100 صحفي وصحفية، وزعوا على المؤسسات الأربعة كما يلي:

تم توزيع الاستمارة إلكترونيا، على عينة من صحفيي قناتي الشروق والنهار، لكل منهما لكونهما تمثلا لمؤسسات ذات طابع تقليدي تعتمد على العنصر البشري بدرجة أكبر في غرف التحرير، مقارنة بالمؤسسات الرقمية (أوراس وسبق) التي تعتمد غالبا على أنماط إنتاج رقمي مختصرة، وأصغر من حيث عدد الصحفيين.

تحصلنا وبعد توزيع الاستمارة إلكترونيا على مجتمع البحث على الأعداد التالية التي اعتمدنا عليها في التحليل الكمي للدراسة، نذكرها فيما يلي:

- قناة الشروق: 41 صحفي.

- قناة النهار: 32 صحفي.
- موقع الأوراس: 16 صحفي.
- موقع سبق: 11 صحفي.

إن عينة الدراسة من الصحفيين التابعين لهذه المؤسسات الإعلامية تمس فقط الصحفيون الذين يستعينون بالمحتوى الذي يقدمه مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية، لتحرير أو لتدعيم مادته الإخبارية. فإذا كان لا تستعين بذلك المحتوى، فهو لا يمثل عينة الدراسة.

9. الدراسات السابقة:

تختلف أنواع الدراسات البحثية بين الدراسات السابقة والارتباطية والمشاهدة، خاصة وأن أدبيات الدراسة أشمل وأعم، (مرسلي، مناهج البحث علوم الإعلام والاتصال، صفحة 84) وتتنوع دراستنا بين دراسات أجنبية وعربية جزائرية نرتبها كالآتي:

أ. الدراسات الأجنبية:

1. دراسة Einar Thorsen إينار ثورزن:

الموضوع:

"Live Blogging and Social Media Curation: Challenges and Opportunities for Journalism"

"التدوين المباشر وجدة وسائط التواصل الاجتماعي، التحديات والفرص لعالم الصحافة"

دراسة منشورة سنة 2013، من قبل: "مركز الصحافة وبحوث الاتصال، Centre for Journalism & Communication Research"، بجامعة "Bournemouth University" البريطانية:

تنطلق الدراسة من توصيف المشهد الإعلامي الذي صار يخضع لسلطة النشر قبل التحقق من مصداقية الخبر، بسبب ثقافة الـ أون لاين، "on ligne"، وهو المشهد الذي صار متقبلا من قبل الصحفيين خاصة عند مناقشة القضايا ذات الشأن السياسي أو الشعور العام، "public sentiment". حيث صار المواطن

الصحفي والمدون والنخب تروي قصصها وتنقل حداثتها عبر التصوير والتعليق ومناقشة القضايا المسكوت عنها، وفق الطرح البديل أو نسق الإعلام البديل، وهو ما طرح تحديا لدى الصحفي المحترف، المساس بالتقاليد الإعلامية التي تقوم على الاحترافية والموضوعية والصدق.

تناقش هذه الدراسة إضافة إلى الرهانات الاحترافية، سلطة التدوين والتشبيك الاجتماعي وكيفية إعادة طرحه للعلاقة بين الصحفي وجمهوره، الصحفي الذي صار يستغل هذه الوسائط الجديدة وبيئة الأنترنت لتطوير محتواه الإعلامي وجمع أخباره لصناعة محتوى محترف، إذ قدم أمثلة بالصحفيين المحترفين أو لهما "Sparrow Andrew" الذي يملك مدونة في صحيفة الغارديان "Guardian"، والثاني "Andy Carvin" عبر حسابه في تويتر، لمناقشة أحداث "الربيع العربي".

الدراسة التي كانت غنية نظريا، في تعريف وقاع التواصل الاجتماعي والمدونات في كافة أشكالها وعلاقتها بالعمل الصحفي، وما تطرح من أفق الرفض أو المساعدة وفق أطروحة الإعلام التكاملي، وإلى حد ما الإعلام الجديد.

فالتدوين المباشر نقل المبدأ الخطي للصحفي، في التوجه من الواحد إلى الجماعة إلى منطق السيل الإخباري عبر شهود العيان، وعليه تتحقق فكرة صحافة النحن من الكل إلى الكل. كما أنّ الفكرة الموسعة للتدوين الإلكتروني وإخراجه من المدونات فقط وجدت طرحها في هذه الدراسة إذ يعتبر الباحث "إينيار" أنّ التغريد تدوين المهم أن يتسم بآلية التعبير عن الرأي في شأن ما ركز بدوه على الأطر السياسية على وجه الخصوص. (Thorsen, 2013, pp. 123-145)

أهم ما تناولته الدراسة:

5) تحديات الاحترافية

6) سلطة المدون والمواطن الصحفي

7) إعادة تشكيل العلاقة بين الصحفي والجمهور.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في فهم النسق الاجتماعي للتدوين وإخراجه من ثقافة الموقع الواحد إلى طرح الإعلام البديل، أي ما تتسم به الرؤى والآراء السياسية من اختلاف وتعميق للرأي في الشأن السياسي من قبل الصحفيين في بيئتها الأولية " الأنترنت " .

وفهم نسق الإعلام البديل وصحافة "النحن" بدل "الواحد إلى الجماعة".

2. دراسة " Homero Gil and others ، هارميروجيل وآخرون ":

الموضوع:

"Blogging as a journalistic practice: A model linking perception, motivation, and behavior"

"التدوين كممارسة صحفية، دراسة مرتبطة بالتمثل والدافع والسلوك"

المنشورة سنة 2011، من قبل منشورات صاج الأكاديمية الأمريكية " Sage Publications "، في العدد 12 (02) من باب الصحافة، جامعة تكساس الأمريكية University of Texas at Austin, USA:

تنطلق هذه الدراسة من محورية الاتصال السياسي والخطاب الإعلامي الجماهيري والسيكولوجيا اليومية للمواطن المدون في هذا السياق السياسي وانطلقت الدراسة من أسئلة أربعة:

- 1- ما هي حدود التدوين؟
- 2- هل يعتبر المدون تدوينه عملا صحفيا وكيف يتجلى كتمثل مؤثر في عمله؟
- 3- ما هي القضايا والمواضيع التي يتم التدوين حولها؟
- 4- هل للمدون سلوكيات شبيهة بالصحفي المحترف؟

وقد خلصت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن المدون الذي يعتبر نفسه صحفيا له القدرة على التأثير وقيادة الرأي في الشأن السياسي العام، وله سلوك إعلامي محترف.

هذه الدراسة التي نقلت وجهة النظر في أطروحتها إلى المجال الآخر أي من كيف يشعر الصحفي المدون إلى كيف يشعر المدون الصحفي، هذه الدراسة التي جعلتنا نقتنع بأداة المقابلة غير المقننة والمعمقة التي تحتوي منهجيا جل الإشكالات التي يطرحها التمثل والسلوك والدافع أكثر منها في أداة تقنية مختزلة لخصوصية الشعور واختلافاته في بيئة أخرى " أمريكا في هذه الدراسة".

الدراسة أيضا طرحت الفرق بين مدون المدونة " Why bloggers blog: understanding motivation" ومدون غيرها من الوسائط وهي محاولة لفهم الدوافع راء البقاء في محيط افتراضي مشبك فقط للمدونين، وفي جزئية " Blogging and journalism"، التدوين والصحافة طرح فكرة أن الصحفي يمكنه أن يكون مدونا والمدون يمكنه أن يكون صحفيا ما إن توفرت شروط النقاش والحاجة إلى التغطية ونقل الحدث.

وبأن الحديث عن التمثلات وممارسة الصحافة، تجلى واضحا أن هناك اختلافات في ممارسة التدوين كعمل مواطني من "Citizen blogs" إلى ولادة إعلام التدوين الإلكتروني، "Media Blogs"، وأن البحوث الآن تتجه نحو الامتيازات الخيالية للصحفي المدون لفهم سلوكيات المواطن المدون. (Homero Gil de Zuniga, et al., 2011, p. 590)

أهم ما تناولته الدراسة:

- حدود التدوين الإلكتروني
- تمثيل المدون كصحفي
- دوافع الاستخدام
- السلوكيات الشبيهة بالصحفي المحترف.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في الحصول على بيئة التمثل التي حاكيناها في دراستنا لطرح آليات استنباط واستقراء الابعاد والمؤشرات الجزائرية للتمثل ودوافعه وسلوكياته في مؤسستين إعلاميتين تتسمان بنقل الرأي الموضوعي في الجزائر، وحرية إلى حد ما.

3. دراسة "Iannis PLEDEL":

الموضوع:

Blogs: Les promesses d'un média à travers ses représentations collectives. Illusions ou réalités à portée de clic ?

التدوين الإلكتروني: وعود الوسيلة من خلال تمثالاتها الجمعية. أو هام أو حقائق في متناول النقرة؟

المنشورة سنة 2006 والصادر عن كراسات الصحافة في عددها الـ 16 خريف 2006 "LES CAHIERS
"DU JOURNALISME NO16 – AUTOMNE".

الدراسة التي اهتمت بتاريخ المدونات مفرقة بين مدونة الرأي ومدونة الحدث، إلى ولادة شكل جديدة من المدونات تحت مسمى الآنية أو الحدث "blogs d'actualité" كمدونات دخلت نسق المسيرة الإعلامية التقليدية مثل الصحافة الورقية، الاذاعة والتلفزيون. وهوما أخرجها من مخيال المذكرات "journal intime" ومن الأنترنتين إلى صحفيين يمارسون نقل الرأي والتعليق عليه وعلى الحوادث في مدوناتهم هذا الاستخدام الإعلامي للتدوين الإلكتروني جعلها وسائط متعددة تدخل في إطار الإعلام التشاركي، وتؤدي دورا مهنيا ناجحا، من هذا المنظور، سنرى أن التدوين الإلكتروني تعرض في العقلية وفي الخطب باعتبارها هروبا من الصحافة الإعلامية التي يتم الحكم عليها بطريقة سلبية غالبا وتنتقد بسبب افتقارها إلى المعلومة المواطنية والمعلومة المضللة. وتداول الرأي مهما اختلفت خلفياته.

التدوين الإلكتروني، باعتباره وسيلة إعلام جديدة، من شأنها أن تلد صحافة جديدة أو جدها مشارك أو مواطن. الهدف من هذا المقال هو بالتحديد التشكيك في هذا الأمر بشكل مسبق ومشترك بين مستخدمي الأنترنت. السؤال الأساسي هو كيف تستند حرية المعلومات التي تشكل جزءا من التمثل الجمعي، أي الخطاب المشترك عند التدوين الإلكتروني، إلى تدوينات وأعراف جماعية تتعارض مع هذه الحرية والاستقلال الذاتي. المعلوماتية للأفراد. سنحاول أن نوضح أن هذه الصور الجماعية لا ينبغي اعتبارها أخطارًا على الديمقراطية من الخارج، بل توترات داخلية حيث تلعب فكرة معينة عن الديمقراطية ضد الآخر.

إن شعبية التدوين الإلكتروني في السنوات الأخيرة، في رأينا، تأتي من اقتران الطرائق التقنية الفردية والبيئة الاجتماعية المؤدية إلى ظهور تمثالات جمعية. والتي تتكون من مجموعة من الأفكار المهيمنة التي تأتي من

تقارير وأدوات الهيمنة في لحظة معينة في مجتمع معين، فخضت لمخيل جمعي على غرار أي وسيلة عندما تلج عالم الإعلام من المحتمل أن تزيد من إمكانات ديمقراطية ومشاركية وحرية والحق في التعبير والمعلومة.

وقد تناولت المقالة جملة من المحاور على غرار البيئة التقنية والاجتماعية للتدوين الإلكتروني، كوسيلة لمزيد من الحرية والديمقراطية التشاركية وكذا أن التدوين الإلكتروني، فضاء اتصالي متجلي تقنيا، وسائط إعلام جماهيرية كوظيفة ودور، كما تحدثت عن البعد الاجتماعي لتملك الوسيط دون معرفة أسس النشر المعلوماتي على الأنترنت "la diffusion d'information sur le Web" من باب أنها فضاء للنشر بامتياز كما تناولت محور التدوين الإلكتروني كوساطة أو ديمقراطية في تناول اليد اضافة إلى خلق بيئة التمثيل الجمعي على التدوين الإلكتروني ومن المفارقة أن يبدو أن الفضاء الافتراضي هو المكان المثالي، في مجتمع فردي، كمكان لإظهار ودعم هذه الصورة الجمعية للتدوين الإلكتروني، لصالح الديمقراطية وضد وسائل الإعلام التقليدية فلقد بدأ الصحفيون يفقدون احتكارهم أو لمقبوليتهم كما يحللونا "monopole, ou oligopole"، للتعبير العلني مع ظهور التدوين الإلكتروني، وهي التكنولوجيا التي توفر للجميع القدرة على الاستغناء عن هذه الوسائل التقليدية لمجرد الاحتكار بالبحث وسلطة التلقي المطلق لصالح النشر الحر، والتمظهر في العقلية والخطب كبديل للصحافة التي تنتقد بشكل متزايد في منصات الصحافة التشاركية، إما أنهم (الصحفيون التقليديون) يستحضرون خطهم التحريري بشكل صريح، أو التعبيرات التي يستخدمونها لإنشاء الحوار تكشف ضمنا عن رؤيتهم السلبية. (Pledel, oct. 2006)

أهم ما تناولته الدراسة:

- نشأة مدونات الرأي والحدث
- البعد الديمقراطي التشاركي
- التوتر بين حرية المعلومات والتمثيلات الجماعية.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في فهم التمثيلات الجمعية إزاء فعل مواطني مرتبط بممارسة الحق في التعبير والنشر والرأي والتداول ضمن ثقافة البديل من منظور فلسفي اجتماعي، باعتباره ممارسة مواطنة ديمقراطية.

4. دراسة " Eli Pariser " :

الموضوع:

The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You

فقاعة التصفية: ما لا يريدك الأنترنت أن تعرفه

يتحدث الكاتب في كتابه عن "فقاعة التصفية" أحد أبرز التحولات الجذرية في الفضاء الرقمي المعاصر، والتي تتمثل في التأثيرات العميقة التي تتركها خوارزميات تخصيص المحتوى على تشكيل الوعي الفردي والجماعي. يعتبر الكتاب من أوائل الدراسات التي حذرت من الآثار غير المرئية للتكنولوجيا على الديمقراطية والمجتمع.

فقاعة التصفية هي الحالة التي يحاصر فيها المستخدم بمحتوى رقمي مخصص يعتمد على بياناته الشخصية وسلوكياته السابقة، مما يؤدي إلى عزله عن المعلومات والآراء التي لا تتماشى مع ميوله وتوجهاته الفكرية .

تكلم عن الفرز الخوارزمي، فتتولى الخوارزميات دور المحرر الصحفي، لكنها تفتقر إلى القيم المهنية والأخلاقية، حيث تعطي الأولوية للمحتوى القابل للنقر على حساب المحتوى الجدير بالمعرفة.

وتحدث أيضا عن التحيز المعرفي الذي يساهم الانكفاء داخل فقاعة التصفية في تعزيز ما يعرف بـ "confirmation bias"، أي الميل لتصديق ما يتوافق مع المعتقدات الحالية، مما يضعف الحوار العام ويعمق الانقسام المجتمعي، والتحول من الصحافة الموضوعية الى صحافة الخوارزميات.

لم تعد وسائل الإعلام الرقمية تحكمها قرارات تحريرية قائمة على المهنية، بل أصبحت خاضعة لمنطق البيانات والنقرات والمحتوى المخصص، مما أثر سلبًا على جودة الخبر وتنوعه.

فقاعة التصفية تعني العزلة المعرفية الناتجة عن تخصيص المحتوى عبر الأنترنت بشكل غير مرئي، كذلك الخوارزميات تحدد ما يظهر للمستخدم بناء على تفاعلاته مثل قوغل والفاسبوك. وتحول أولويات الإعلام التقليدي نحو الإثارة والنقر مما يؤدي الى انخفاض تأثيره لصالح المحتوى الخوارزمي. (Pariser, 2011)

أهم ما تناولته الدراسة:

- العزلة المعرفية
- التحيز المعرفي
- الانتقال من الصحافة الموضوعية إلى صحافة الخوارزميات.

أفادتنا من هذه الدراسة:

مرجع مهم لفهم "فقاعة الترشيح" وكيفية تأثير الخوارزميات على وصول الناس للمعلومات، لكن هناك بعض الجوانب التي قد تحد من الاستفادة منه، فهو تحليل نظري أكثر من كونه دراسة أكاديمية، تعتمد على بيانات كمية أو نوعية عميقة. كما أن صدوره في عام 2011 يجعله غير شامل لأحدث التطورات التقنية والإعلامية، خاصة مع ظهور منصات جديدة تستخدم خوارزميات أكثر تعقيدا. بالإضافة إلى ذلك، الأمثلة التي يتناولها تتعلق بالبيئة الإعلامية الغربية، مما يقلل من إمكانية تعميم نتائجه على سياقات إعلامية وثقافية أخرى. لذلك، لابد من دراسة القضايا الفكرية المتعلقة بالفقاعات المعلوماتية، مع ضرورة دعم ذلك بدراسات حديثة وبيانات ميدانية أكثر شمولا. وتوضيح التحولات الجديدة في دور الصحفي وعلاقته التفاعلية مع الجمهور.

ب. الدراسات الجزائرية والعربية:

5. أطروحة دكتوراه لإبراهيم بعزیز:

الموضوع:

مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، دراسة على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر:

وهي أطروحة على مستوى جامعة الجزائر 03 كلية الإعلام، وتطرح المسألة البحثية المتعلقة بتجليات أنماط إعلامية جديدة تبعا لتغير الملامح البيئة الإعلامية الرقمية كمشهد للتسارع التقني، مما أو جد حرية توليد المحتوى وإنتاجه من قبل المستخدمين عالميا وعربيا وحتى جزائريا، نظرا للغلق الإعلامي الممارس على هؤلاء في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم وأخبارهم كصحفيين، من مبدأ تشاركي، وهوما تعبر عنه ظاهرة الاقبال المتزايد على التطبيقات التواصلية أساسا والتطبيقات الإعلامية في شكل هامشي ساير المرحلة الأولى للتواصل

ليشكل فيما بعد مشهدا إعلاميا قائما بداته عبرت عنه منصات مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وصحافة المواطن وصحافة مواقع التعليق لذا اهتمت هذه الدراسة بمعرفة الدوافع الكامنة وراء هذا الاستخدام وصناعة المحتوى بمختلف الأشكال والأنواع.

كما تناولت الأطروحة ظاهرة صحافة المواطن كشكل عام يشمل المدونات واليوتيوب والفيسبوك كأشكال تواصلية مختلفة لها علاقة ببعضها من حيث الاستخدام الإعلامي لها إضافة إلى علاقتها بالمتغيرات السياسية والاجتماعية عامة وعليه انطلقت الأطروحة من الإشكالية الآتية:

ما هي الرغبات والدوافع الكامنة وراء استعمال الأفراد لتطبيقات ومواقع صحافة المواطن، وما هي الانعكاسات المترتبة عن هذه الاستخدامات خاصة على قطاع الإعلام؟

كما سعت الدراسة إلى تقديم تأصيل مفاهيمي واسع لهذا المشهد من مشاركة الجمهور العادي ومنه حتى الإعلامي في صناعة المحتوى وفقا لطرح العلاقات بين الإعلام التقليدي والإعلام عبر الوسائط الحديثة بين التلاقي والتلاقي وبين التكامل، وما يهمننا في الدراسة من نتائج أنها توصلت إلى أن أغلبية الباحثين والتي شكلت نسبة 83 % تستعمل المدونات، إلى جانب مواقع التشبيك الاجتماعي.

كما بينت الدراسة أن نسبة 79.6% هم من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، كما شكلت نسبة 53.8% من الباحثين الذين اعتبروا أن نشاط إنتاج ونشر المضامين المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر وسائل الإعلام التقليدية، هي نشاط مكمل للنشاط الإعلامي عبر وسائل الإعلام التقليدية، بينما اعتبرت نسبة 24% أنه نشاط بديل للإعلام التقليدي، ونسبة 18% اعتبرته نشاطا منافسا. (عزير، 2013/2014، الصفحات 1-418)

أهم ما تناولته الدراسة:

- دوافع إنتاج المحتوى
- علاقة الإعلام التقليدي بالجديد
- نسب استخدام الفيسبوك والمدونات.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في تناولها للمدونات الإلكترونية كأحد أبرز أشكال صحافة المواطن، حيث اعتبرت فضاء مفتوحا يمكن الأفراد من إنتاج ونشر مضامين إعلامية نصية أو متعددة الوسائط بشكل مستقل عن المؤسسات الإعلامية، باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة عبر الأنترنت، مما يعكس تحول الجمهور من متلق سلبي إلى منتج للمعلومات.

ركزت الدراسة على أن المدونات تمثل وسيلة بديلة للتعبير عن الرأي ونشر الأخبار، مدفوعة بدوافع شخصية أو اجتماعية أو سياسية، مع إمكانية أن تشكل مصدرا خبريا مباشرا، خاصة في الأحداث التي يتعذر على الإعلام التقليدي تغطيتها.

كما أشارت إلى دورها في إحداث تفاعلية عالية بين الناشر والجمهور، وتعزيز حرية التعبير، لكنها في الوقت نفسه تطرح إشكاليات تتعلق بالمصداقية والمعايير المهنية، مما يجعلها بحاجة إلى تقييم نقدي عند اعتمادها كمصدر للخبر.

6. مقال للدكتور صادق رابح بعنوان:

الموضوع:

من تجليات إدماج التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الحديثة في المؤسسات الصحفية.

المنشور سنة 2005 في إطار المؤتمر الدولي صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، خلال يومي 22 و 23 نوفمبر 2005، بكلية الاتصال بجامعة الشارقة.

وتنطلق هذه الدراسة من تأسيس فلسفي سوسيولوجي لدلالة الفضاء في منطق المؤسسات الصحفية نتيجة ادماجه بالتكنولوجيات الحديثة كحلقة بحثية متعددة التخصصات بين علم الاجتماع وعلم الاقتصاد وعلم الإعلام والاتصال وانطلقت الدراسة من تساولين رئيسيين مفادهما:

1- ماهي انعكاسات تسرب وإدماج الأنترنت في الحقل الصحفي على المؤسسات الصحفية

2- هل تغير الشبكات الرقمية طبيعة المهنة الصحفية أي ما هي الاختلالات الهوياتية التي ستنج عن هذا التحول

الدراسة التي سائرت إشكاليتنا البحثية من حيث اهتمامها بالفاعلين الجدد في منظومة العمل الإعلامي وهم المدونون من خلال فضاء المدونات ونسقية التدوين الإلكتروني، خاصة وأن هذه الممارسة تطرح إرهاباتها على معنى الخبرة الإعلامية والذين لم يتم تأهيلهم حسب المعايير المهنية للصحافة الكلاسيكية وهي الدراسة التي إجابات عن محاور كبرى حول هذا التزاوج الرقمي / إعلامي من خلال:

- السوسيولوجيا السياسية لاستخدامات التجديدات التكنولوجية
- تطبيق تداولية مدرسة "بالو ألتو" على حقل مهني بعينه
- نظريات السير ثقافة والتعدد

الدراسة التي وظف التدوين الإلكتروني الاصطلاحية المهنية للصحافة الإلكترونية، كفضاء تساءل فيه الوسيلة السلعة الرمزية، التي يقوم عليها الوجود الإعلامي ومنه المحتوى التحريري والرصد المعلوماتي، "Informational watch" أين تم دمج الأنترنت كأداة انتاجية وتوزيعية ودراسة معمقة للأثر التكنولوجي، وفي عرض حديثه عن التفاعلات الاجتماعية والتوسط السوسيو-تقاني أولى الباحث أهمية لأطروحة الانتشار التكنولوجي، وعلاقاته بالاستخدام والدافع وراء هذا التفاعل التقني وتطبيقه في المؤسسات الصحفية خاصة. من حيث التمثل السريع للتجديدات التقنية من قبل الصحفيين / المستخدمين، وبعيدا عن الهوية أجبر الصحفيون على التكيف مع التجديدات التكنولوجية التي فرضت عليهم، كم طرحت الدراسة علاقة أخلاقيات المهنة والقواعد القانونية للتفريق بين المدونات وعمل الصحافة ومن باب حقوق المؤلف بالأساس والتأكد من صدقية الخبر وتقاطع المصادر، وفي حديثه عن نظريات السير ثقافة والمعالجة الإعلامية لظاهرة التعدد. ويرى الدكتور صادق رابح أن أحد أسباب لجوء الصحفيين إلى عالم التدوين الإلكتروني والفضاءات الرقمية يكمن في الإبداع وتحديد آدائه المهني وتوظيف التقنيات الأنفوغرافية على الخبر لإضفاء التشويق لأنه أمام قارئ أنترناتي.

الدراسة أفادت في شرح اقتصاد الشبكات وأطره المادية على المهنة الصحفية سواء في شكلها الكلاسيكي أو الرقمي وكجزء من المحور التنافسي الاقتصادي أظهرت الدراسة مفهوم التوسط الإعلامي

"Broker information"، تتجلى قيمتها المضافة في دقة وملاءمة وشمولية المعلومات المطلوبة. (رايح، 22-23 نوفمبر 2005)

أهم ما تناولته الدراسة:

- ضعف توظيف الصحف العربية لمزايا الأنترنت
- كثرة النسخ الورقي
- غياب التفاعلية.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في معرفة البنى الفلسفية للتدوين الإلكتروني في علاقتها الرئيسة بعالم الإعلام والممارسة المهنية كشق تبناه أطروحتنا نظريا.

7. دراسة للدكتور أحمد بخيت:

الموضوع:

أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية

ورقة بحثية قدمت في إطار المؤتمر الدولي صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، خلال يومي 22 و 23 نوفمبر 2005، بكلية الاتصال بجامعة الشارقة.

الدراسة التي اهتمت بالبيئة الإعلامية الإلكترونية ووسائلها الجديدة ومنظومتها الأخلاقية الخالصة وخاصة "التدوين الإلكتروني، Blogging" بعد تنامي الاعتماد عليها كوسيلة إخبارية وإعلامية اتصالية متميزة وانطلقت الدراسة من تساؤلات مفادها:

إلى أي مدى ينعكس التحول الجديد على طبيعة عمل الوسائل الإعلامية سواء في بيئتها التقليدية أو الإلكترونية؟ وإلى أي مدى يمكن الانتفاع من التقاليد الأخلاقية المتبعة في المؤسسات الإعلامية العاملة في البيئة التقليدية ضمن سياق البيئة الإعلامية الإلكترونية؟

الدراسة التي اهتمت بأخلاق العمل الإعلامي في بيئته الرقمية، وخاصة لدى المدونين وهو موضوع يختلف بين أنصار المحتوى الكلاسيكي والرقمي خاصة. من حيث تحول الجمهور إلى مستهلك مع هذه البيئة الإعلامية الجديدة مبتعدا عن الوسائل الإعلامية التقليدية وهوما يستدعي بحث المعايير والأخلاقيات التي يجدر على الصحفي إتباعها عند نشر محتواه الرقمي وفق مسمى الضوابط الأخلاقية الخاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الرقمية، والذي أضافته الدراسة أنها اهتمت بالقيم التي يركز عليها المحتوى الرقمي من قبل الصحفي الكلاسيكي أثناء استخدامه لهذه الوسائط بين الثبوت والتقلب والتجدد، نظرا للتطورات المتسارعة خاصة وأن الصحفي ذاته الشخصية لم تتغير بغض النظر عن تغير البيئة. وهنا تطرح إشكالية العمل المزدوج وفق هوية البيئتين في وقت يحملون فيه نفس الهوية الإعلامية، فبينما تطبق الوسائط التقليدية ضوابطها على الصحفي وفق المناخ المؤسسي كعامل لتوجيه والإرشاد والالتزام المهني لديهم. كما طرحت الدراسة المفارقة بين الضوابط التي تحرم الصحفي من حرية التعبير والإعلام التفاعلي الذي يجعل الصحفي مشاركا، واحترام حق المواطن في المعرفة كما لا يمكن إغفال أن هناك جزئية معتبرة من الصحفيين وجدت صعوبة في التعامل مع البيئة الجديدة نظرا لنفس الأخلاقيات التي تراها ستنتهك الدراسة أيضا وأكبت المواضيع الحقوقية التقليدية كنشر الإعلان والحق في الرد والتصويب والمصدر والملكية الفكرية والخصوصية الإلكترونية، التي وجدت تنظيمها في الشكل التقليدي ووسائل الفضاءات الافتراضية، من حيث سرعة الحذف والتمويه والتضليل الذي قد يعيب عملية التحكم وكذا ثقة الصحفيين التقليديين في هذه البيئة. (بحيث، 2006، الصفحات 325-401)

أهم ما تناولته الدراسة:

- الضوابط الأخلاقية
- العلاقة بين البيئة التقليدية والرقمية
- تحديات الحقوق والملكية والخصوصية.

أفادتنا من هذه الدراسة:

في معرفة الرأي الآخر إزاء هذا المولود الإعلامي الجديد، المتمثل في التدوين الإلكتروني الحديث من منظور إعلامي. من المفروض أن تخرج عن نسق الشخصية والشخصنة، إلى احترام نفس البنية الإعلامية الكلاسيكية وهي الدراسات التي تمنحنا أفقا لعدم مثولنا أمام وجهة مغلقة إزاء أطروحتنا.

في إطار الدراسات التي تناولت الطبيعة الخاصة للإنترنت، وكيف جعلته موجودا في قلب وسائل الإعلام الجديدة والقديمة المتحررة من أثقال الماضي، فالإعلام الجديد وبعد أن أصبح له مرادفات في عالم الإنترنت، واستخدامه من طرف الصحفي لتملك التقنية أولا، ثم استخدامها ثانيا للحصول على بيئة وفهم أفضل بشكل حقن خبراته في التقنية، لذا يعتبر الموضوع جديد ولم يتم التطرق إليه. فما زال الموضوع في المهد وفي حدود بحثنا وجدنا دراسات تهتم بالموضوع من زاوية جانبية أو زاوية كلية يأتي شرحها لفهم الرؤية طالما أنّ الوضع لا يزال مخيبا على مستوى المضامين في وسائل الاتصال الأخرى، فالرؤية هي الطريق أو قل هي المنهج في السير لذا نسرد الدراسة التالية.

8. دراسة عباس مصطفى صادق:

الموضوع:

صحافة الإنترنت قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي.

شملت هذه الدراسة (331) موقعا إلكترونيا عربيا وهي: مواقع صحف يومية وأسبوعية وشهرية، في الفترة ما بين 1998 وسنة 2000 وأوضحت أن الصحافة العربية على شبكة الإنترنت مازالت ضعيفة في استخدام أساليب ومميزات النشر الإلكتروني، وأن ذهنية النشر الورقي ما زالت هي السائدة، وأشارت الدراسة إلى أن الصحافة العربية، بصفة عامة مازالت في مرحلة البداية بالنسبة لوجودنا في الشبكة، وأن غالبية مواقع تلك الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة، بل نسخة إلكترونية للصحيفة التي صدرت في الصباح، مما أدى إلى إهمال الإمكانيات التفاعلية للإنترنت. وكانت بعض المواقع تنشر مادتها بصيغة الصورة مما أفقدنا ميزة أرشفة المعلومات وإمكانية قص ولصق المادة لمن يريد، وبينت نتائج الدراسة أن (76.4%) من الصحف تقوم بتحديث مادتها. بما في ذلك الأخبار، بعد مرور 24 ساعة، ورصدت الدراسة عدم وجود الأرشفة في (44.9%) من المواقع، وأن (75.3%) منها لا توفر ساحات الحوار، وأن (92.1%) منها لا تقدم استطلاعات للرأي (52 موقع إلكتروني)*. (صادق، 2003)

أهم ما تناولته الدراسة:

- ضعف توظيف الصحف العربية لمزايا الإنترنت
- غلبة النسخ الورقي

* دراسة عباس مصطفى صادق: متاح على الموقع، اطلع عليه 16 جانفي 2015 على الموقع:
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/859487FC-AFA4-44E6-8712-9579EC55B545.htm>

- غياب التفاعلية.

وقد أفادتنا هذه الدراسة:

ربط إشكالية التقليدي بالحديث وتحليل محدودية الصحافة العربية الإلكترونية. فهذه دراسة تقترب من دراستنا فيما يخص تملك التكنولوجيا وإشكالية التقليدي ضمن الحديث أو الحديث ضمن التقليدي، فدراستنا تذهب إلى أبعد من هذه الدراسة لتبحث في سيورة صناعة الخبر، من مادته الخام إلى مادة مصنعة موجهة للجمهور، وإشكالية المضمون الإلكتروني وكيف يستفيد الصحفي الجزائري منه إلى جانب معايير الأخبار الخارجية والداخلية في المؤسسة الإعلامية.

9. دراسة نجوان أحمد عاصم عبد الجواد:

الموضوع:

خوارزميات المنصات الرقمية ودورها في تشكيل الرأي العام (أزمة فلسطين نموذجاً)

الأدوات الرقمية الجديدة في العمل الصحفي مع ظهور الإعلام الرقمي، برزت مجموعة من الأدوات التي أحدثت تحولاً جذرياً في طريقة أداء الصحفيين لمهامهم، ومن أبرزها:

- أنظمة إدارة المحتوى: تتيح هذه الأنظمة النشر الفوري والمباشر للمحتوى.

- التحرير متعدد الوسائط: يمكن الصحفي من دمج النصوص مع الفيديو والصوت.

- استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي: يستخدم في التحقق من المعلومات ومراقبة تفاعل الجمهور.

- أدوات البث المباشر والتدوين اللحظي: غيرت هذه الأدوات من نمط البحث عن المعلومات في شكلها التقليدي هذه التغيرات تتطلب من الصحفيين اكتساب مهارات تقنية جديدة وتوسيع نطاق مسؤولياتهم لتشمل المونتاج والتصميم الرقمي والتفاعل الفوري.

الأخلاقيات الصحفية الجديدة: في ظل البيئة الرقمية المفتوحة، ظهرت تحديات أخلاقية ملحوظة، منها سرعة النشر مقابل التحقق من المعلومات، والحاجة للسبق الصحفي قد تؤدي إلى إغفال قواعد التحقق والموثوقية.

حماية الخصوصية: في عالم تتداخل فيه الحياة العامة مع الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي.

التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية. لذا، تبرز الحاجة إلى تطوير مبادئ أخلاقية جديدة تأخذ بعين الاعتبار السياقات الرقمية التي يعمل فيها الصحفيون.

المسؤوليات المتزايدة للصحفي الرقمي: لم يعد الصحفي في العصر الرقمي مجرد كاتب محتوى أو ناقل خبر، كما كان في البيئة التقليدية بل أصبح منتجا متكاملًا للخبر، يجمع بين التحرير والتصوير والتصميم وأحيانًا البرمجة.

ومدير تفاعل يتفاعل مع تعليقات الجمهور ويشركهم في العملية الخبرية، أيضا مراقب رقمي يطلب منه متابعة التحليلات (Analytics) الخاصة بالموقع وتفاعل الجمهور. ويتطلب هذا الأمر إعادة تدريب الصحفيين، ومراجعة برامجهم التعليمية لتناسب مع التحولات الرقمية الجذرية. والعلاقة التفاعلية مع الجمهور. فتحول الجمهور من كونه متلقيا سلبيا إلى شريك نشط في العملية الإعلامية من خلال كتابة التعليقات والمشاركات، أصبح هناك إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين. وكذلك الضغط على التغطيات من خلال التفاعل الجماعي أو النقد. وهذا يستدعي تطوير مفاهيم مثل الصحافة التشاركية أو الصحافة الحوارية، التي تعيد تعريف دور الصحفي والمؤسسة الإعلامية على حد سواء. (الجواد، جانفي 2024، الصفحات 671-727)

أهم ما تناولته الدراسة:

- أدوات الصحافة الرقمية
- الذكاء الاصطناعي
- البث المباشر
- التحديات الأخلاقية
- الصحافة التشاركية.

حدود الاستفادة من هذه الدراسة:

في أنها تبرز دور الخوارزميات في تشكيل الرأي العام عبر المنصات الرقمية، مع التركيز على نموذج الأزمة الفلسطينية كمثال تطبيقي. لكن، اعتمادها على تحليل محتوى منصات معينة (الفيسبوك، تويتر، إنستغرام) خلال فترة زمنية محددة قد يحد من إمكانية تعميم نتائجها على أزمنة أو سياقات أخرى. كما أن طبيعتها الوصفية والتحليلية تجعلها مفيدة بشكل أساسي في تقديم إطار نظري وتفسيري لآليات التأثير

الخوارزمي، بينما تظل الحاجة قائمة لدراسات كمية وميدانية أو سع لقياس التأثيرات بدقة على شرائح مختلفة من الجمهور.

-حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

رغم القيمة العلمية التي وفرتها الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، إلا أن الاستفادة منها في إطار هذه الدراسة ظلت محكومة بمجملتها من الحدود الموضوعية والمنهجية. فقد تبين أن أغلب هذه الدراسات، خاصة الأجنبية منها، نفذت في سياقات مهنية وجغرافية مغايرة للسياق الجزائري، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية ضمن بيئات رقمية متقدمة، ما يجعل إسقاط نتائجها وتصوراتها على واقع الصحافة الجزائرية أمرا يتطلب كثيرا من الحذر والتحليل.

كما لوحظ أن معظم هذه الدراسات لم تذهب بعيدا في تحليل التمثيلات المهنية للصحفيين، بل اكتفت بوصف استخدامهم للإعلام الجديد دون الغوص في البنى المعرفية التي تحكم هذا الاستخدام، الأمر الذي يشكل فجوة بحثية حاولت هذه الدراسة سدها، إضافة إلى ذلك، فإن الدراسات الجزائرية القليلة المتوفرة في المجال اتسمت إما بعموم الطرح، أو بالتركيز على مظاهر الاستعمال التكنولوجي للوسائل الحديثة دون التطرق العميق إلى التدوين الإلكتروني كمصدر خبري مستقل، ودون التمييز المنهجي بين الإعلام التقليدي والرقمي داخل المؤسسات الوطنية.

كما مثل التباين في الأدوات المنهجية المستعملة في تلك الدراسات تحديا آخر، إذ لم تكن دائما ملائمة لقياس تمثيلات الصحفيين أو تحليل مواقفهم من التدوين الإلكتروني، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

وبذلك، فإن هذه الدراسة حرصت على تجاوز تلك الحدود من خلال تكييف المفاهيم الغربية بما يلائم الواقع الإعلامي المحلي، وتوظيف أدوات منهجية تسمح بالجمع بين ما هو كمي وكيفي، قصد الوصول إلى فهم أعمق لتمثيلات الصحفيين الجزائريين، اتجاه التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، في ضوء الممارسات اليومية والتفاعلات المهنية داخل بيئة إعلامية متحولة.

الإطار النظري

الفصل الأول: التمثل والاستخدام في وسائل الإعلام الجديدة

المبحث الأول: تحليلات المجتمعات الافتراضية

المبحث الثاني: مقاربات الاستخدام ونماذجه

المبحث الثالث: ماهية التمثل في الدراسات الإعلامية

المبحث الرابع: أهمية دراسة التمثيلات في دراسة علاقة الصحفي بوسائل الإعلام الجديدة

المبحث الخامس: التمثيلات السوسيو- مهنية للإعلام التقليدي والجديد

الفصل الثاني: التأسيس النظري للتدوين الإلكتروني في وسائل الإعلام الرقمي

المبحث الأول: التدوين الإلكتروني، التعريف والخصائص

المبحث الثاني: استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الرقمية

المبحث الثالث: الأدوار الإعلامية الجديدة في النسق التقليدي

المبحث الرابع: الأطروحات اللاغية والمكملة للإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي

المبحث الخامس: أبعاد الفعل التدويني الإلكتروني لبناء الهوية الصحفية

الفصل الثالث: تحولات المؤسسات الإعلامية، من النموذج الأفقي إلى النموذج

المتعدد

المبحث الأول: تظهر الإعلام التقاسمي والتشاركي

المبحث الثاني: مصادر المعلومات وأنماط القوائم بالاتصال في البيئة الرقمية

المبحث الثالث: المؤسسات الصحفية في عصر تكنولوجيا المعلومات TIC/NTIC

المبحث الرابع: المؤسسات الصحفية من الصحفي إلى صحافة المواطن

الفصل الرابع: السيوسولوجية الجديدة للعمل الصحفي

المبحث الأول: الخلفية النظرية لحارس البوابة لتوظيفات الصحفي بين التنظير، التقييم والاختيار الخيري

المبحث الثاني: التأطير في الدراسات الصحفية Framing

المبحث الثالث: الهوية المهنية للصحفي المحترف / المدون

المبحث الرابع: الأخلاقيات الصحفية في الميديا الجديدة

المبحث الخامس: إنتاج المضمون الصحفي بين التدوين الإلكتروني والحوكمة الخوارزمية والفقاعات الرقمية

الفصل الأول: التمثل والاستخدام في وسائل الإعلام الجديدة

يمثل هذا الفصل مدخلا مفاهيميا، لفهم كيفية تشكيل الصحفيين لتمثلاتهم للتدوين الإلكتروني، من خلال إطار المجتمعات الافتراضية. فلم يعد عالم الأنترنت مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبح فضاء اجتماعيا يتمتع بوجود اجتماعي، يعادل الواقع المادي، خاصة مع تزايد اعتماد الصحفيين الجزائريين على التدوين الإلكتروني كأداة إعلامية لجمع المعلومات والأخبار.

المبحث الأول: تجليات المجتمعات الافتراضية

1. المفهوم والنشأة:

نشأت المجتمعات الافتراضية مع اتساع نطاق الأنترنت، حيث يتجمع أفراد لا تحدهم حدود جغرافية وتظل هوياتهم مجهولة. يتفاعلون من خلال وسائل الاتصال الحديثة، ويتغير عددهم وفقا لطبيعة المنصات وسهولة استخدامها. ساهمت هذه الفضاءات في تشكيل واقع اجتماعي جديد بعيد عن الرقابة، مما أتاح للأفراد الفرصة للمشاركة في صناعة الأخبار والتعبير عن اهتماماتهم، والتخفيف من الضغوط النفسية من خلال هوياتهم الافتراضية.

تعرف أيضا المجتمعات الافتراضية بأنها روابط اجتماعية، تتكون من خلال التفاعل المنتظم على الأنترنت. (Rheingold, 2000, p. 60)، كما أشار باحث آخر إلى أن فهم المجتمعات الرقمية يستلزم دراسة العلاقة بين الجمهور وتطور المعايير الصحفية. (Donsbach, 2009, p. 101)

إن الأنترنت لا يقتصر على إعادة إنتاج المجتمع فحسب، بل يسهم أيضا في إعادة تشكيل أنماط التواصل الداخلية فيه. (Yochai, United States, p. 212)

يهتم علماء النفس بدراسة الواقع الافتراضي نتيجة لزيادة الوقت الذي يقضيه الأفراد أمام الكمبيوتر، حيث يعيش الكثيرون حياة مختلفة تحت هويات بديلة. في غرف الدردشة والألعاب الإلكترونية، يتقمص المستخدمون شخصيات جديدة ويؤدون أدوارا غير مادية، مما قد يترك آثارا نفسية حقيقية رغم أنها تحدث في بيئة افتراضية. ويهتم علماء النفس بشكل خاص بدراسة ظاهرة قضاء أعداد متزايدة من الأشخاص أو قاتا طويلة أمام شاشة الكمبيوتر، حيث يعيشون حياة أخرى تحت هويات مختلفة عن هويتهم الأصلية، سواء من خلال المشاركة في غرف الدردشة أو ممارسة بعض الألعاب على الأنترنت، التي يتقمصون خلالها أدوارا وشخصيات تختلف عن شخصياتهم المعتادة. (العلوي، 2006، صفحة 126)

تظل الأعمال التي يقوم بها الأفراد في الواقع الافتراضي، خاصة في الألعاب متعددة الأدوار، غامضة. فهي ليست خيالاً بالكامل، إذ يتفاعل فيها أشخاص حقيقيون، لكنها أيضاً ليست أفعالاً واقعية لأنها لا تؤثر على العالم الحقيقي. يشير الباحثون إلى أنها تمثل نوعاً جديداً من الواقع بين الحقيقي والخيالي.

يتيح الفضاء الافتراضي للأفراد عيش حياة ثانية وتجارب مختلفة عن واقعهم، مثل تغيير الجنس أو الوضع الاجتماعي. تصبح الحدود بين الواقعين غير واضحة، وقد تكتسب الحياة الافتراضية أهمية أكبر من الحياة المادية. يمكن للفرد تبني هويات متعددة، مما يجعل الهوية الشخصية مرنة ومتغيرة فيما بعد الحادثة. (عبد، 2016، صفحة 148)

1.1 بداية المجتمعات الرقمية (1970-1980):

ظهرت أولى المجتمعات الرقمية في أواخر السبعينات من خلال أنظمة البولتن بورد "BBS"، حيث كان المستخدمون يتصلون عبر المودم، لتبادل الملفات والمشاركة في النقاشات النصية.

بعدها ظهرت شبكة النقاش "Usenet" في عام 1980، حيث منحت المستخدمين إمكانية إنشاء مواضيع ومتابعتها ضمن مجموعات، مما أسس لأسس التفاعل المشترك في المنتديات. كانت هذه البنى التحتية التفاعلية بمثابة الأساس للتواصل الرقمي المجتمعي في بداياته. (Driscoll, 2022, p. 33)

أ. ظهور المدونات والمجتمعات النصية (1985-1993): تأسست منصة "The WELL" عام 1985، وكانت نموذجاً مجتمعياً متقدماً يجمع بين الحوار المفتوح والثقافة الرقمية الناشئة. (Howard, The Virtual Community, Homesteading on the Electronic Frontier, Second edition, 2000, p. 18)

ب. عصر الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية (2002-2010): بدأ مفهوم المجتمعات الرقمية يتأصل في الثقافة اليومية مع ظهور منصات مثل "My Space" و "Friendster" في عام 2002، وفي عام 2003 "LinkedIn" (Guy, p. 6)، مما ساهم في توسيع الأنشطة الاجتماعية والمهنية. وفي العقود اللاحقة، برزت مصطلحات مثل المجتمع الافتراضي للممارسة لتجسد المجتمعات المهنية الإلكترونية التي تتعاون في التعلم والإبداع. (Etienne, p. 73)

ج. منصات الواقع الافتراضي (2020 - حتى الآن): مع تقدم تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز وظهور مفاهيم مثل الميتافيرس "Metaverse"، أصبحت المجتمعات الافتراضية أكثر تفاعلية، حيث تبنى على التفاعل مع كائنات افتراضية. هذا التطور يفتح آفاقا جديدة للتواصل والتعاون.

2. وظائف المجتمعات الافتراضية:

شهدت العقود الأخيرة تحولا كبيرا في التفاعل الاجتماعي بفعل تقنيات الاتصال الرقمي، مما جعل المجتمعات الافتراضية عنصرا محوريا في الحياة الرقمية.

لم تعد هذه المجتمعات مجرد فضاءات للترفيه، بل أصبحت تؤدي أدوارا متعددة تشمل التكوين المهني والتعلم التشاركي والدعم النفسي. تتكون من أفراد ذوي اهتمامات مشتركة يتفاعلون عبر منصات رقمية، وتكتسب خصائص تنظيمية مشابهة للمجتمعات الواقعية.

يساهم تنوع أشكالها في تعدد وظائفها كأدوات لتبادل المعرفة وبناء الهوية الرقمية، تبرز أهمية دراسة هذه المجتمعات في فهم التحولات السوسولوجية والإعلامية وتأثيرها على القيم الاجتماعية. بناء على ذلك، سنتناول فيما يلي أهم الوظائف التي تقوم بها المجتمعات الافتراضية:

أ. **التعليم والتعلم المستدام:** توفر المجتمعات الافتراضية فضاءا للتعلم الجماعي وتبادل الخبرات، مما يبيّن معرفة مشتركة. هي مجتمعات ممارسة تعتمد على التفاعل لتحسين الأداء، وتدعم تبادل الموارد والأفكار، مما يعزز إنتاج معرفة جماعية ويقوي مهارات الأفراد في سياق تعليمي مشترك. (Etienne, Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity, 1998, p. 91)

ب. **التعاون المهني وتبادل المعرفة والخبرات:** تعرف مجتمعات الممارسة المهنية الافتراضية "Virtual Communities of Practice"، بأنها تجمعات رقمية لمختصين في مجال معين لتبادل الخبرات وتطوير المهارات. تعتبر وسيلة فعالة لتحسين الأداء المهني ودعم التعلم المستمر والتعليم عن بعد.

تعزز هذه المجتمعات التواصل غير المتزامن، وتشجع التعلم التشاركي، وتدعم استخدام أدوات التعلم الرقمي، كما تساهم في تطوير المحتوى الأكاديمي من خلال ضمان الوصول إلى معلومات دقيقة وموثوقة. (B, 2014)

ج. تعزيز الثقة والتواصل الاجتماعي: تلعب المجتمعات الافتراضية دورا هاما في بناء الثقة بين أعضائها من خلال تقييم سمعتهم بناء على جودة مشاركتهم. يستفيد الصحفيون والمهنيون من هذه الفضاءات لتبادل المعلومات، مما يعزز الثقة المتبادلة ويؤسس سمعة فردية احترافية. هذه الثقة تشجع الأعضاء على الالتزام والتعاون في المجتمع الرقمي. (Ezer)

د. التفاعل الاجتماعي والهوية الاجتماعية: في المجتمعات الافتراضية، تبنى العلاقات على الاهتمامات والقيم المشتركة دون لقاءات وجها لوجه، مما يعزز الهوية الجماعية ويوفر بيئة داعمة عاطفيا. يقدم الأعضاء دعما معلوماتيا وعاطفيا من خلال تبادل النصائح والخبرات، مما يعمق الشعور بالتضامن والانتماء رغم غياب الاتصال المباشر. (Hajli, p. 141)

يمثل هذا المفهوم أساس الهوية الجماعية الرقمية. يشعر الأفراد بأنهم جزء حقيقي من مجتمع مشترك، مما يعزز الولاء المتبادل والمشاركة الفعالة. تشير الدراسات إلى أن هذا الشعور يعزز الالتزام السلوكي والاجتماعي في البيئات الافتراضية. أظهرت الدراسات أن العوامل العاطفية، مثل التعاطف والتفاعل الوجداني، تلعب دورا حيويا في تعزيز الروابط بين الأفراد. حتى الكلمات القصيرة أو الرموز التعبيرية مثل "الإيموجيز" تحمل قوة عاطفية تساهم في تعزيز التعاطف وإحساس الدعم. (Chmiel)

تتكون الهوية الجماعية من الحدود الرمزية، والمعايير المشتركة التي يلتزم بها أفراد المجتمع، مثل قواعد النشر أو رموز الأداء. وهذا يدل على أن المجموعات الرقمية لا تختلف كثيرا عن المجتمعات التقليدية، في كيفية تنظيم سلوك أعضائها. (Chang, p. 720)

تجاوزت المجتمعات الافتراضية الطابع الترفيهي لتصبح بنى اجتماعية مؤثرة في تشكيل الهوية المهنية للصحفيين، حيث أصبحت فضاءات لإنتاج وتداول المعرفة وبيئة لازدهار التدوين الإلكتروني، مما يؤثر في أساليب العمل الصحفي وطرق نشر المعلومات في المجال الرقمي.

3. أنواع المجتمعات الافتراضية:

أوضح العديد من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال أن المجتمعات الافتراضية ليست متجانسة من حيث البنية والوظيفة، بل يمكن تصنيفها إلى أنماط متنوعة بناء على مجالاتها وأهدافها وطبيعة تفاعل أعضائها. ومن أبرز هذه التصنيفات ما يلي:

أ. مجتمعات الممارسة (Communities of Practice): أشار "Etienne Wenger" للمجتمعات الممارسة، إلى أنها تتكون من أفراد يتشاركون اهتمامات مهنية أو معرفية مشتركة، ويتعاونون بانتظام لتطوير مهاراتهم وخبراتهم في مجال معين. كما يمكن اعتبار المجموعات المهنية المغلقة على الفيسبوك أو غرف التحرير الإلكترونية على منصات مثل "Telegram" أمثلة حية لمجتمعات ممارسة افتراضية.

تتميز هذه المجتمعات بالتفاعل المتخصص المنتظم، حيث تتشكل حول هدف مهني محدد، مثل التحرير الصحفي أو التحقق من الأخبار. وهذا التفاعل يؤثر بشكل مباشر على تطوير المهارات المهنية والمعايير التحريرية. (Etienne, Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity, 1998, p. 6)

ب. مجتمعات الاهتمام "Communities of Interest": يصنف هذا النوع من المجتمعات، باعتبارها تجمعات افتراضية مفتوحة، تتشكل حول اهتمامات مشتركة، مثل السياسة والثقافة والإعلام والقضايا الراهنة. ولا يشترط أن يكون لأعضاء هذه المجتمعات خلفية مهنية متشابهة، بل يكفي أن يكون لديهم دافع معرفي أو عاطفي مشترك. في مجال الإعلام، وتعتبر مجموعات النقاش حول السياسات التحريرية، وحرية الصحافة والصحافة المواطنية مثالا على هذا النوع، حيث يشارك فيها الصحفيون والمدونون والنشطاء الرقميون والجمهور العام.

تتميز هذه المجتمعات بكونها مفتوحة، وغير هرمية في تنظيمها، كما أنها تضم تنوعا في الخلفيات الثقافية والمهنية للمشاركين. وتعتبر مصدرا غنيا للمعلومات البديلة والتفاعلات الحرة. (Howard, The Virtual Community, Homesteading on the Electronic Frontier, Second edition, 2000, p. 5)

ج. مجتمعات التجارة والعلامات التجارية "Brand and Consumer Communities": أشار "Castells" لاحقا، إلى أن العديد من المجتمعات الافتراضية، بدأت تتشكل حول المنتجات والعلامات التجارية، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالهوية الاستهلاكية الجماعية، وغالبا ما تتحول هذه الفضاءات إلى أدوات جديدة للتسويق والاتصال الجماهيري، تعتمد على تعزيز الولاء، مثل المجتمعات الإعلامية التي تتجمع حول منصات رقمية محددة، مثل منتديات مستخدمي "Adobe" أو أدوات التحرير الرقمي. (Manuel, 2009, p. 148)

د. المجتمعات الشبكية "Networked Communities": إن التحولات الكبيرة في البنية الاجتماعية، التي أحدثتها الأنترنت أدت إلى ظهور ما يعرف بالمجتمع الشبكي، وهو نمط جديد من التنظيم الاجتماعي، حيث تنتقل السلطة والتأثير من المؤسسات إلى الشبكات المرنة والموزعة. تتميز هذه المجتمعات

باللامركزية وسرعة التفاعل، بالإضافة إلى قدرتها على التكيف مع المتغيرات الرقمية. وتوفر المجتمعات الافتراضية للصحفيين مساحة لتبادل المعرفة خارج سلطة غرف التحرير التقليدية، حيث تلعب المجموعات الرقمية دور المحررين الجدد في توجيه الرأي العام. مع تطور وسائل الاتصال الحديثة، أصبح الإعلام الإلكتروني امتدادا للإعلام التقليدي، معتمدا على تقنيات رقمية تجمع النص والصوت والصورة، مما يتيح تفاعلا مباشرا بين المرسل والمتلقي. يتميز هذا الإعلام بسرعة الانتشار، وانخفاض التكلفة، وقوة التأثير، مما يجعل الفضاء الافتراضي مجالا مفتوحا تديره دول ومؤسسات وأفراد بقدرات متفاوتة. قد يكون من الأفضل أن نتوجه إلى فريق الخبراء المعني بدراسة موضوع الإعلام الإلكتروني في جامعة الدول العربية، حيث توصلت اللجنة إلى تعريف واضح للإعلام مع ظهور المجتمعات الافتراضية ينص على ما يلي: (قنديلجي، 2015، صفحة 70)

الإعلام الإلكتروني هو نظام خدمات إعلامية حديثة يعتمد على تقنيات الاتصال لإنتاج المحتوى بشكل آلي أو شبه آلي، مستفيدا من الوسائط الرقمية. يتم عبر الأنترنت، ويتميز بسهولة الوصول وسرعة التحديث. تشمل أشكاله التسجيلات الصوتية والمرئية، الوسائط المتعددة، والأقراص المدمجة. تستطيع الهواتف المحمولة الآن بث القنوات التلفزيونية الترفيهية والإخبارية بفضل تطور شبكات الهاتف والأنترنت. وبلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة أكثر من أربع مليارات حول العالم.

لم يعد تأثير الثورة الرقمية مقتصرًا على الإعلام فقط، بل شمل طبيعة الجمهور ودوره في العملية الاتصالية. تلاشت الحدود بين المرسل والمتلقي، وأصبح الجمهور مشاركا في إنتاج الرسالة الإعلامية. مع انتشار الأنترنت وتطور تكنولوجيا الإعلام، برز الإعلام الإلكتروني كنمط جديد يتيح إنشاء المحتوى بطريقة آلية، معتمدا على دمج تقنيات الاتصال والمعلومات لإنتاج مواد إعلامية متعددة الوسائط تبث عبر المنصات الحديثة. (قنديلجي، 2015، صفحة 72)

4. الخصائص الأساسية للمجتمعات الافتراضية:

يتجسد الانتماء في المجتمعات الافتراضية رغم غياب اللقاء المباشر، حيث يشعر المشاركون بأنهم جزء من جماعة ذات هوية مشتركة من خلال التفاعل المستمر وتبادل الخبرات. ورغم اختلافه عن الانتماء التقليدي، ينجح في خلق روابط عاطفية حقيقية في الفضاء الرقمي. (راشد و سمير، 2018، صفحة 32)

تستند المجتمعات الافتراضية إلى التكنولوجيا كعنصر أساسي وليس كوسيط عابر، وتظهر علاقتها بالجال العام من خلال قدرتها على إنشاء فضاءات تواصل بديلة، تمارس فيها السلطة الرمزية والاجتماعية. (Manuel, 2009, p. 60)، أي تساهم هذه المجتمعات الرقمية في تشكيل هوية جماعية، حيث يمكن للفرد أن يكون جزءا من مجتمع يهتم بالتصوير، أو من المدافعين عن البيئة، أو مشاركا في منتدى طبي. وتبنى هذه الهوية ليس على الأسس الجغرافية، بل على الاهتمامات والممارسات واللغة المشتركة.

إن المجتمعات الافتراضية تتميز بوجود قواعد سواء كانت ضمنية أو صريحة، بالإضافة إلى هياكل تعليمية وممارسات مشتركة تنشأ نتيجة طبيعة التفاعل. (Etienne, Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity, 1998, p. 87) سنتطرق إلى هذه الخصائص:

أ. **الإعلام في المجتمعات الافتراضية متوافر دائما:** يمكن لأي إعلامي أو شخص عادي الوصول إلى المعلومات ونشرها فورا عبر المواقع أو الصحف الإلكترونية دون ترخيص، وفي الوقت الذي يريده، مع توفر أرشيف إعلامي مفتوح للجميع.

ب. **الإعلام في المجتمعات الافتراضية له خاصية الشمولية:** أصبح المحتوى أكثر تنوعا وشمولا، حيث أتاح الإعلام الإلكتروني للصحفيين إنشاء مواقع وصحف ومدونات تعبر عن أفكارهم دون قيود على المساحة أو الشكل.

ج. **الإعلام في المجتمعات الافتراضية له خاصية المرونة:** يتيح الإعلام الإلكتروني للمستخدم الوصول السهل للمحتوى، حيث تساعد المعرفة الأساسية بالإنترنت في تجاوز العقبات. كما أن قوة الجهاز المستخدم تعزز سهولة التصفح ومرونة التعامل مع المحتويات.

- د. الإعلام في المجتمعات الافتراضية له خاصية الانسيابية ومغزل عن الرقابة: منح الإعلام الإلكتروني حرية كبيرة بتجاوز الحدود والقيود، مما أتاح حرية أكبر في التعبير ونقل المعلومات بسرعة وشفافية دون عوائق.
- هـ. الإعلام في المجتمعات الافتراضية كذلك فإن هو نوع مجاني: وبهذا، ساهم، إلى حد ما، في تقليل الهيمنة الكبيرة لرأس المال والشركات الكبرى على الإعلام في مختلف أنحاء العالم.
- و. الإعلام في المجتمعات الافتراضية له خاصية الانفتاح والاستقلالية: بناء على ما ذكرناه في الفقرة السابقة، نجد أن الكثير من وسائل الإعلام الإلكترونية في عدة دول حول العالم تتمتع باستقلالية عن المؤسسات الرسمية والحكومية. (قنديلجي، 2015، صفحة 75)
- ز. الإعلام في المجتمعات الافتراضية قام بتسهيل موضوع التعبير عن الذات، والحوار الحضاري: عمل الإعلام على تعزيز ثقافة احترام الآراء المتنوعة من خلال التفاعل مع الجمهور، مما أتاح لجميع فئات المجتمع المشاركة في إنتاج المحتوى بدلاً من اقتصره على النخبة.
- ح. ساهم الإعلام في المجتمعات الافتراضية بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل: ساهم الإعلام الإلكتروني في تعزيز التواصل بين المرسل والمتلقي وزيادة التفاعل، حيث أتاح للجمهور التعبير عن آرائهم وتبادل وجهات النظر، وشكل شبكات اتصال متنوعة تدعم الحوار وتقبل الاختلاف.
- ط. الإعلام في المجتمعات الافتراضية يتطور بشكل سريع ومتواصل: أصبح الإعلام الإلكتروني ظاهرة عالمية أساسية في الاقتصاد الحديث والإدارة الحكومية، بفضل النمو المستمر في استخدام الإنترنت.
- ي. الإعلام في المجتمعات الافتراضية يساهم في انتشار الثقافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع: يساهم الإعلام الإلكتروني في نشر الثقافة الرقمية والتعليم الإلكتروني، ويعمل كحقيبة درس رقمية للطلاب. كما أدى إلى توسع التسويق والتجارة الإلكترونية وزيادة عدد المستخدمين، مع انخفاض تكاليف النشر الإلكتروني مقارنة بالنشر الورقي. (قنديلجي، 2015، صفحة 76)
- ك. الإعلام في المجتمعات الافتراضية هو إعلام المستقبل: يمثل الإعلام في المجتمعات الافتراضية مستقبل العمل الإعلامي، حيث يعتمد على التكنولوجيا الحديثة التي تقلل التكاليف وتوسع الجمهور. مع انتشار أجهزة النشر الإلكتروني والهواتف المحمولة، أصبح الوصول إلى المواقع والصحف الرقمية متاحاً في أي وقت. ويتميز هذا الإعلام بالتفاعل السريع واستجابة الجمهور الفورية.

ل. الإعلام في المجتمعات الافتراضية له خاصية التحديث: تتميز خاصية التحديث في الإعلام الإلكتروني بتجديد المحتوى لحظيا دون مواعيد نشر ثابتة، مما يتيح السبق والتفاعل المباشر، ويعزز المحتوى بالصور والفيديو والتحليلات ومقالات الرأي، مما يزيد من تفاعل الجمهور.

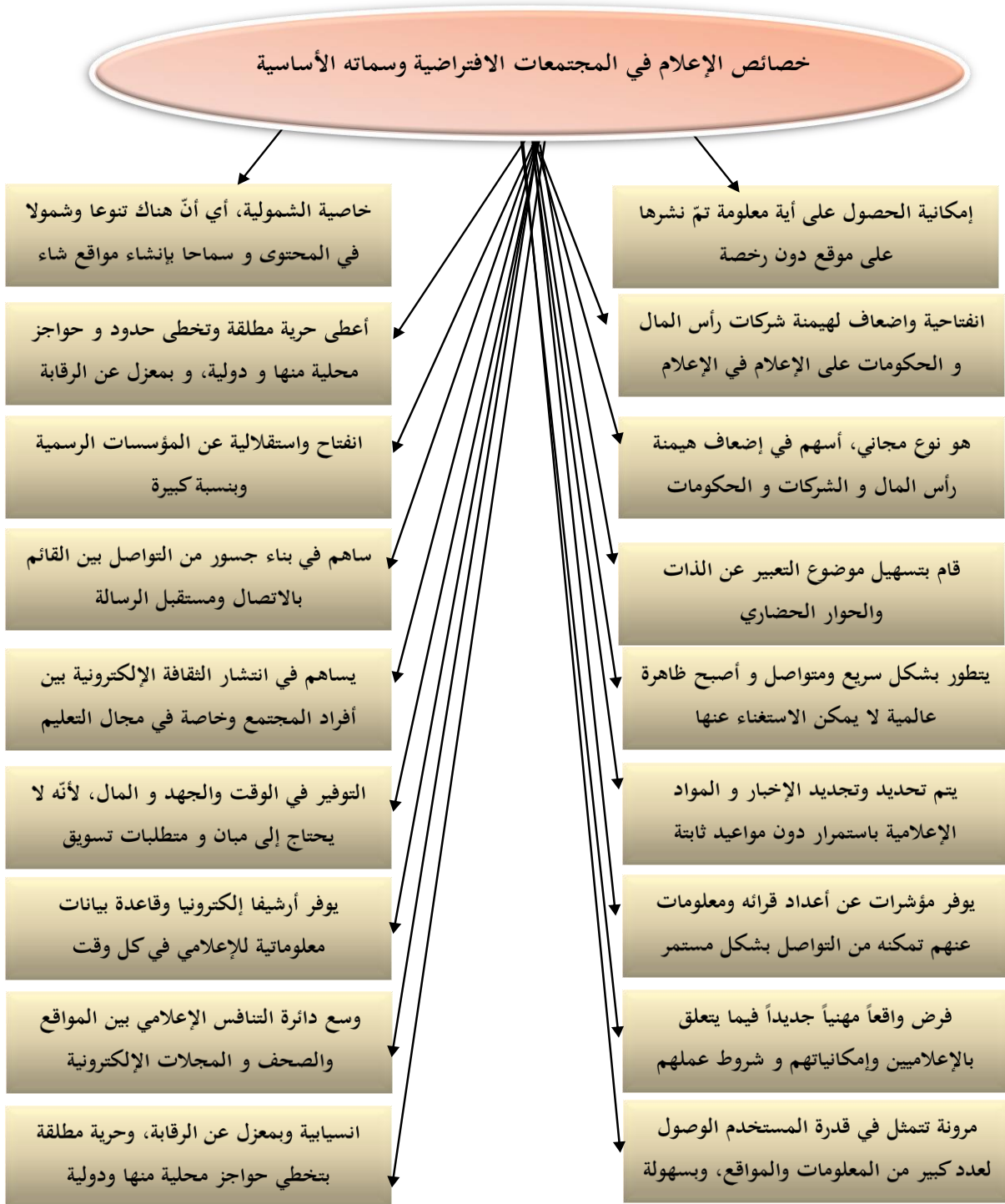
م. الإعلام في المجتمعات الافتراضية لا يحتاج إلى مقر: يساهم الإعلام الإلكتروني في تقليل الوقت والجهد والتكاليف، حيث لا يحتاج إلى مقر ثابت أو مطابع أو ورق، ويعمل عبر الأنترنت، مما يقلل عدد العاملين والمصاريف مقارنة بالإعلام التقليدي. يعتمد غالبا على الإعلانات كمصدر رئيسي للتمويل.

ن. الإعلام في المجتمعات الافتراضية أظهر إمكانيات حقيقية: كشف الإعلام الإلكتروني عن إمكانات جديدة، منها جمع إحصاءات دقيقة حول زوار المواقع وخصائصهم، مما يسهل التواصل الفعال وتحسين المحتوى. (قنديلجي، 2015، صفحة 77)

س. الإعلام في المجتمعات الافتراضية يوفر أرشيفا: يوفر الإعلام في المجتمعات الافتراضية أرشيفا إلكترونيا يسهل الوصول إلى المعلومات السابقة، مما يعزز التوثيق ودقة المتابعة.

ع. الإعلام في المجتمعات الافتراضية واقعا مهنيا جديدا للإعلاميين: فرض الإعلام الإلكتروني واقعا مهنيا جديدا على الإعلاميين، حيث يجب أن يكونوا ملمين بالتقنيات وشروط الكتابة للأنترنت والصحافة الإلكترونية، التي تجمع بين الصحافة والتلفزيون والكمبيوتر.

ف. الإعلام في المجتمعات الافتراضية أدى إلى التنافس: وسع الإعلام في المجتمعات الافتراضية التنافس بين المواقع والمنشآت والصحف والمجلات الإلكترونية من خلال مقالات وبرامج تعليقات تميز كل منها. (قنديلجي، 2015، صفحة 78) ويعكس المخطط التالي نبذة عن خصائص وسمات الإعلام في المجتمعات الافتراضية:



الشكل رقم (1) يمثل خصائص وسمات الإعلام في المجتمعات الافتراضية نقلاً عن عامر قنديلجي (قنديلجي، 2015، صفحة 78)

يمثل فهم الأنواع المختلفة للمجتمعات الافتراضية، مدخلاً أساسياً لفهم تمثيلات الصحفيين للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر. فكلما تداخلت الأدوار بين الصحفي والمدون والمستخدم، فقد أصبح الصحفي أكثر وعياً بخصائص هذه الفضاءات، وأكثر قدرة على استثمارها مهنيًا أو نقدها نظريًا.

المبحث الثاني: مقاربات الاستخدام ونماذجه

أدت الوسائط الرقمية إلى تغييرات عميقة في علاقة الفرد بالتكنولوجيا، مما جعلها تفاعلية ومعقدة تتأثر بالسياقات الاجتماعية والثقافية. يبرز أهمية تحليل استخدام الصحفيين لوسائل الإعلام الجديدة، مثل التدوين الإلكتروني، من خلال فهم دوافعهم ورؤيتهم لهذه الأدوات.

يهدف البحث إلى دراسة المقاربات والنماذج النظرية التي تفسر الاستخدام الإعلامي للتكنولوجيا الرقمية، مع تحليل حدودها وإمكاناتها في الصحافة الجزائرية المعاصرة.

تتوافق نظريات الإعلام مع السياقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما يؤدي إلى اختلافات عند نقلها خارج سياقها الأصلي. وسائل الإعلام التي تتبع هذه النظريات تفتقر غالبا لحرية انتقاد الأنظمة السياسية، رغم نشرها لقيم قد تتعارض مع المرجعيات الدينية. المحتوى الإعلامي إما مستمد من الغرب أو منتج محلي يتبع نفس النمط. في ظل هذا الواقع، ظهرت معالجات نقدية للفكر الإعلامي، حيث ساهمت فلسفات الإعلام في تشكيل هذا الواقع. (السماصري، 2008، صفحة 25)

سنستعرض الآن المقاربات المستخدمة في هذه الدراسة، مع الإشارة باختصار إلى نظرية الإعلام التي تفسر تفاعل عناصر الاتصال الجماهيري والقوى المجتمعية المؤثرة فيها.

تعتمد الدراسة على مقارنة متعددة الأبعاد لفهم كيفية استخدام الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، مع التركيز على الاستخدام الإعلامي، والتمثيلات الاجتماعية، والتبني المهني للتكنولوجيا، ودوافع السلوك الإعلامي. لذا، تم اختيار أربع نظريات رئيسية لمعالجة الإشكالية البحثية من جوانب متنوعة.

1. نظريات الإعلام:

1.1 نظرية الاستخدامات والاشباعات "Uses and Gratifications Theory":

ظهرت هذه النظرية في ستينيات القرن العشرين، كاستجابة للنظريات التي اهتمت بتأثير الوسيلة على المتلقي، وقد انتقلت من التركيز على ما الذي يفعله الإعلام بالمتلقين. (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 523)

تبرز هذه المقاربة دور المتلقي كفاعل رئيسي، حيث تعلي من قيمته ككائن عقلائي يستفيد من الوسائط وفقا لاحتياجاته النفسية والاجتماعية.

تم اختيارها لفهم الدوافع الذاتية للصحفيين نحو التدوين الإلكتروني، والاحتاجات المهنية والنفسية والاجتماعية التي يسعون لتلبيتها. تقدم رؤية داخلية دون افتراض تأثير الوسيلة، مما يتماشى مع مفهوم التمثل الذاتي. كما توضح أسباب اختيار الصحفي للتدوين كمصدر بديل عن الوسائل التقليدية والعوامل المؤثرة على ثقته بهذا المصدر.

لا تقتصر دوافع الاستخدام على الجوانب التقنية فحسب، بل تمتد لتشمل تلبية احتياجات تتعلق بالإبداع والمشاركة والتأثير الرمزي. وهذا ما تؤكد هذه الدراسة، التي تربط بين التفاعل الرقمي والإشباع المتعدد الأبعاد في البيئة الشبكية. (Rogers, 2003, pp. 11-38)

شهدت الدراسات الإعلامية منذ السبعينيات تحولا في فهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث أصبح المتلقي فاعلا نشطا يساهم في صياغة المعنى واختيار الوسيلة وتكييف المحتوى وفق احتياجاته، مدعوما بنظريات تعزز هذا المنظور التشاركي. تبرز مقارنة الاستخدامات والاشباعات "Uses and Gratifications" كنموذج تفسيري أساسي لسلوك الأفراد تجاه الوسائط الإعلامية.

هذا التطور غير من المقاربات الإعلامية، كذلك فمن الاستخدامات والاشباعات، إلى، من التلقي إلى التفاعل. يستخدم الأفراد وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم المعرفية والنفسية والاجتماعية والترفيهية. يعتمد هذا على فرضية أن المتلقي لديه سلطة الاختيار، وأن تأثير الوسيلة يعتمد على كيفية استخدامها وفقا لاهتماماته واحتياجاته. (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 510)

2.1 نظرية التمثل الاجتماعي، "Social Representations Theory":

ظهرت نظرية التمثلات الاجتماعية في الستينيات، التي تفترض أن الأفراد يشكلون أنظمة معرفية جماعية لفهم الواقع من خلال التجربة والتفاعل. بالنسبة للصحفيين، يتكون تمثلهم للتدوين الإلكتروني من خبراتهم المهنية وضغوط المؤسسات وطبيعة المحتوى. التمثلات هي منظومات معرفية جماعية تنشأ في المجالات الثقافية والاجتماعية. (Moscovici, 1961, p. 24)

استنادا إلى هذا التصور، فإن فهم الصحفي للتدوين الإلكتروني لا يحدث في فراغ معرفي، بل يتشكل من خلال مجموعة من المحددات المتداخلة سنتطرق إليها فيما يلي:

أ. التجربة المهنية اليومية: تشمل مستوى التفاعل مع المنصات الرقمية، بالإضافة إلى الإقبال على استخدامها كمصدر للمعلومات أو كمساحة للنشر البديل.

ب. ضغط المؤسسة الإعلامية: تلعب السياسات التحريرية، والضغوط الزمنية، وتوفر الموارد، دورا في تشكيل قيمة التدوين الإلكتروني في ذهن الصحفي.

ج. نوعية المحتوى المتداول في الفضاء الرقمي: تتعلق بمستوى المصداقية، الأسلوب المستخدم، وسرعة التفاعل، مما يؤثر على درجة الثقة أو التحفظ تجاه هذا النوع من المحتوى.

تؤثر هذه العناصر في تصور الصحفي للتدوين الإلكتروني، حيث يعتبره البعض أداة تدعم الاستقلالية، بينما يراه آخرون فضاء غير موثوق يهدد المعايير المهنية. لذا، الصحفي الإيجابي تجاه التدوين يستخدمه أكثر، بينما يتجنبه من لديه تصورات سلبية.

أكد العديد من الباحثين، بعد "Moscovici"، مثل "Jodelet"، أن التمثيلات لا تعكس الواقع كما هو فحسب، بل تعيد تشكيله بما يتناسب مع الرهانات والهويات المهنية. لذا، فإن دراسة كيفية تمثيل الصحفيين للتدوين الإلكتروني، تعتبر خطوة أساسية لفهم التحولات التي تشهدها الممارسة الإعلامية في عصر الرقمنة. (Denise, 1989, pp. 47-60)

ظهرت مقاربات تفسيرية معقدة مثل نظرية التلقي الفاعل التي ترى أن الجمهور، بما في ذلك الصحفيين، يعيدون إنتاج المعنى من خلال تفاعلهم مع الوسيط، مما يجعل التدوين فضاءا للتفاوض الدلالي. كما تبرز نظرية التمثيل الاجتماعي أن استخدام الوسيلة يتأثر بالتمثيلات الثقافية، مما يشكل تصور الصحفي للتدوين وفق خلفيته المهنية وضغوط مؤسسته.

3.1 نظرية تبني الابتكار، "Diffusion of Innovations-Rogers":

تنظر نظرية تبني التكنولوجيا إلى أن الأفراد يمرون بخمس مراحل: المعرفة، الإقناع، القرار، التنفيذ، والتأكيد، ويتأثر تبنيهم بالتجارب والثقافة الاجتماعية. تم اختيار هذه المقاربة لفهم تبني الصحفيين الجزائريين للتدوين في المؤسسات الإعلامية، وتفسير تباين استخدامه بين الفعالية والتردد. كما تظهر تأثير بيئة العمل، مثل

علاقات الزملاء ومواقف المسؤولين. على سرعة أو إعاقة التبني، مما ينعكس في نتائج الاستبيان التي تظهر اختلافات واضحة في استخدام التدوين الإلكتروني.

4.1 نظرية الفعل الاجتماعي، "Theory of Social Action-Weber":

تظهر هذه المقاربة أن استخدام الصحفيين للتدوين الإلكتروني يتجاوز كونه تقنية، فهو يحمل معاني مهنية ورمزية وسياسية. يستخدمه البعض لتجاوز الرقابة أو لبناء جمهور مستقل أو لإبراز هويتهم بعيدا عن سياسات المؤسسة. ترتبط النظرية بمشكلة الدراسة لفهم الدوافع والمعاني الذاتية وراء الاستخدام، وفقا لماكس فيبر الذي يرى أن السلوك يفهم من خلال مقاصده. يصبح التدوين تعبيرا عن اختيارات ثقافية ومهنية، وليس مجرد أداة تقنية. كما تؤكد الدراسة أن المتلقي أصبح مشاركا في إنتاج المعنى، مما يجعل مقاربات الاستخدام ضرورية لفهم الدوافع النفسية والاجتماعية التي تحدد تفاعل الأفراد مع الإعلام الجديد.

2. مقاربات الاستخدام:

برز تيار سوسيولوجيا الاستخدامات كمسار بحثي يتعد عن نظريات الحتمية التكنولوجية*، حيث يسعى لدراسة ظواهر الاستخدام، وتركز سوسيولوجيا الاستخدامات على العلاقات الاجتماعية والتقنية التي تتشكل بين الأفراد أو الجماعات والأشياء التقنية. (بوخوفة، صفحة 4)

تركز دراسات الاستخدام على المعاني الاجتماعية التي يمنحها الأفراد للتقنيات، حيث يعتمد تبني التكنولوجيا على دلالات الاستخدام أكثر من خصائصها التقنية. نشأ علم اجتماع الاستخدامات من إطار نفعي مستندا إلى روجرز، مما أتاح الدراسات الكمية. اليوم، يتقارب المساران الفرانكفوني والأنجلوساكسوني عبر ربط التقنيات بالثقافة، من خلال مدرستين: مدرسة الابتكار التي تركز على تصور التقنيات، ومدرسة المعرفة الموزعة التي تدرس النماذج المعرفية المرتبطة بها.

* الحتمية: يعرفها عزى عبد الرحمن بالقول أن الحتمية تعني عملية اعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر، كان يفسر تطور المجتمع على أساس الصناعة فقط، فتكون هذه حتمية تكنولوجية، أو يفسر على أساس الحركة الاجتماعية فتكون هذه حتمية اجتماعية... وهكذا. أنظر: عزى عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال "نحو فكر إعلامي متميز"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، الصفحة 10.

1.2 مقارنة الاستخدام في الفضاء الفرانكفوني:

تظهر الدراسات الفرنكوفونية أن استخدام التكنولوجيا يتأثر بالممارسات الثقافية والاجتماعية، وليس فقط بالمعايير التقنية. ركزت الأبحاث على انتشار الأجهزة في المنازل وأنماط الاستخدام المرتبطة بالعمر والطبقة الاجتماعية والجنس، وكشفت عن مفاجآت مثل ارتفاع امتلاك الماغنتوسكوب بين الفئات الشعبية والثرية. استخدمت هذه الأبحاث طرائق نوعية مثل الملاحظة والمقابلات لدراسة استخدام الميكرو حاسوب والشبكات منذ السبعينيات، وقدمت رؤى مهمة حول الاستخدامات الحقيقية للتقنيات. كما تميزت بين علم اجتماع الاستخدامات الذي يركز على الممارسات الفعلية وتحليل القبول الذي يعكس رؤية المؤسسات، ودعت مدارس نقدية إلى إبراز البعد السياسي والقدرة على المقاومة في الممارسات اليومية.

2.2 مقارنة الاستخدام في الفضاء الانجلوساكسوني:

تظهر الدراسات الأنجلوساكسونية أن فهم التقنيات الرقمية يرتبط بفهم الثقافة اليومية أكثر من التركيز على الجهاز نفسه. اعتمدت الأبحاث على مقاربات اثنوجرافية لدراسة استخدام الوسائط في العائلة والعلاقات الاجتماعية والقيم. سلط ديفيد مورلي الضوء على تفسير العائلات للمحتوى الإعلامي، بينما ركز "سيلفرستون وهادون" على إدماج التكنولوجيا في الحياة المنزلية. وقدمت "شيري توركل" تحليلات حول استخدام الحاسوب واختلافه حسب الجنس والهوية. تكشف دراسات "ميلر وسالتر" أن الأنترنت تستخدم ضمن ثقافات مادية يومية مرتبطة بالهوية والعمل والدين، مما يهدف إلى فهم كيفية إعادة تشكيل التكنولوجيا للأوساط الاجتماعية وتفاعلات الأفراد.. (David, 2000)

لا تتجنب الندوات والمؤتمرات، والصفحات الشخصية والبريد الإلكتروني هذا الإثبات، كما أظهرت العديد من الأبحاث التي أجريت في البلدان الغربية في فرنسا بودوين، فالكوفسكا 1999. (ميغريه و ترجمة مورييس، 2009، صفحة 178)

3. استخدام الصحفي للتدوين الإلكتروني

العلاقة بين الصحفي والأنترنت معقدة ومتشابكة، تتطلب ممارسة مستمرة. هذه الممارسة تجعل الأنترنت وسيلة تواصل ذات معنى اجتماعي وتقني، حيث يرتبط المعنى بالأداء التقني والتحكم في الأنظمة. يتضمن

ذلك تشغيل الشبكة، اختيار المحتوى، ومعالجته، سواء كان تخزيناً أو استرجاعاً أو إنتاجاً. لذا، المصطلح الأنسب هو "الاستخدام".*

ينظر إلى الاستخدام باعتباره نشاطاً اجتماعياً وثقافياً يرتبط بالسلوكيات الراسخة لدى الأفراد. ومع التكرار والاستمرارية، لا يبقى فعلاً عابراً، بل يتحول إلى عادات يومية تتكامل مع ممارسات الحياة وتندمج في الموروث الثقافي، وقد تتقاطع أو تتعارض مع ممارسات أخرى قائمة. (Bourdaloie, 2014)

مفهوم الاستخدام غامض، حيث تفهم الاستخدامات الاجتماعية أحياناً كممارسات تتشكل مع الزمن، وأحياناً كنماذج استعمال تتحول إلى عادات راسخة. يعتمد الصحفيون والمواطنون على التدوين الإلكتروني لنشر المعلومات، مما يبيّن علاقات جديدة تربط واقعهم الافتراضي بتجارهم الاجتماعية. التمثيلات الجماعية للإعلام المواطني تحولها إلى رمز مشترك وآلية للتفاعل، حيث تحتاج الهياكل الاتصالية التشاركية إلى تمثل جماعي يعزز الانتماء. تتداخل الأبعاد الاجتماعية والتقنية، ليصبح مستخدم التدوين عنصراً بنوياً في ثقافة جماعية تعيد تشكيل الفضاء الافتراضي كتصور مشترك للهوية والثقافة. (رابح، 2008، صفحة 586)

1.3 منطق الاستخدام:

تفضل سوسيوجيا الاستخدامات فكرة استقلالية المستخدمين، حيث يقوم هؤلاء بتطوير منطق خاص بهم يمكنه تفسير التحول التكنولوجي. ومن هنا، يركز هذا التيار على دراسة ما يفعله المستخدمون بالتقنيات بدلاً من التأثير فقط، مع مراعاة بيئة الاستخدام واتجاهات وممارسات المستخدمين. (بوخنوفة، صفحة 90)

يتعارض منطق الاستخدام مع مفهوم الاستهلاك، حيث يعتبر المستخدم فاعلاً يعيد تشكيل العرض بدلاً من كونه متلق سلبي. يظهر الاستخدام كسلوك ضمن سياق اجتماعي-تقني، حيث تسهم التكنولوجيا الاتصالية في تحويلها إلى أدوات رمزية تستخدم وفق احتياجات المستخدم. لذا، يصبح مشروع المستخدم وإبداعه أهم من الوظائف التقنية للآلة.

* يتعلق الاستعمال بالتقنية كأن يقوم الشخص باستعمال الكمبيوتر أي تقني أما الاستخدام فهو ذو بعد اجتماعي واتصالي وثقافي لأنه ذو حمولة ثقافية.

2.3 زمن الاستخدام:

يوضح "Serge proux"، أن الاستخدام يتشكل تدريجياً من تفاعل المستخدم مع التقنية حتى تستقر العلاقة بينهما. الاستخدامات ليست جاهزة مسبقاً، بل نتيجة تفاوض مستمر بين المستخدم وبيئته، بالإضافة إلى تأثير المصممين. الدراسات تشير إلى أن المقاربات الكمية محدودة لأنها تعطي صورة سطحية عن الاستخدام، مما يستدعي إعادة تعريفه ليشمل تمثيلات الأفراد للأشياء التقنية. (بوخنوفة، صفحة 10)

4. الجوانب الأدائية للتدوين الإلكتروني في الممارسة الصحفية:

يستخدم التدوين الإلكتروني كأداة مهنية متعددة الوظائف للصحفي، حيث يسهل جمع المعلومات والتفاعل والنشر. يعتبر منصة بديلة للحصول على الأخبار الأولية، خاصة عند صعوبة الوصول إلى الميدان. توفر التغريدات ومنشورات الفيسبوك والمدونات مصادر فورية تعزز دور الصحفي الشبكي في بيئة اتصال تفاعلية. (Rosen, 2005)

يعتبر التدوين الإلكتروني وسيلة فعالة لمتابعة اتجاهات الرأي العام الرقمي، حيث يتيح للصحفيين مراقبة المزاج العام تجاه حدث معين من خلال التفاعلات والتعليقات وأنماط الانتشار. فقد أصبحت شبكات التدوين الإلكتروني المصغر، مثل تويتر بمثابة نظام إنذار مبكر للمحررين والصحفيين. (Hermida, 2010, pp. 297-308)

تشكل الجوانب الأدائية للتدوين الإلكتروني جزءاً أساسياً لفهم كيفية استخدام الصحفيين للأدوات الرقمية في عملهم، مثل جمع المعلومات والتحقق منها والنشر والتفاعل مع الجمهور. ويشير عبد الحميد محمود إلى أن الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الرقمي هو تحول في الأدوار والسلوكيات المهنية، حيث تتطلب الأدوات الرقمية الجديدة من الصحفي إعادة تعريف ممارساته وفقاً لمتطلبات التفاعل والسرعة. (محمود، 2015، الصفحات 217-234)

يتوافق هذا مع ما أشار باحث آخر، حيث يوضح أن وسائل الإعلام الجديدة، تمنح الصحفيين مزيداً من حرية التعبير، لكنها في المقابل، تفرض عليهم خيارات تقنية جديدة، تتطلب مهارات وظيفية وأدوات مهنية غير مألوفة، في مجال الصحافة التقليدية. (الحفيظ، 2018، الصفحات 145-152)

في هذا الإطار، يعتبر التدوين الإلكتروني أداة ذات بعدين:

- البعد الأول: يستخدم كوسيلة لجمع المعلومات الأولية من الجمهور، وخاصة من الصحفيين المواطنين.
- البعد الثاني: يوفر مساحة بديلة للنشر خارج نطاق التحرير التقليدي. (Rosen, 2005)

تشكل هذه النظريات معا، إطارا شاملا ومتعدد الأبعاد لفهم ظاهرة معقدة، مثل استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر. فهذه الظاهرة لا يمكن اختصارها في تفسير واحد، بل تحتاج إلى:

- تحليل الدوافع (نظرية الاستخدامات)
- تحليل التمثلات الذهنية (نظرية التمثل)
- تحليل آليات التبنى والتفاعل المهني (نظرية الابتكار)
- تحليل المعاني الاجتماعية للفعل الإعلامي (نظرية الفعل الاجتماعي)

يتضح من ذلك أن الجوانب الأداتية، التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالبعد السلوكي والمهني، حيث تمثل امتدادا عمليا لتفاعل الصحفي مع وسائل الإعلام الجديدة، ومدى قناعاته بفعاليتها في المجال الإخباري. كلما كان هذا التفاعل إيجابيا، زادت قدرة الصحفي على دمج التدوين ضمن أدواته اليومية، ليصبح جزءا من منظومة إنتاج المعنى الإعلامي.

ما يمكن الوصول إليه في هذه المقاربة، أن التكنولوجيا مست هذه المقاربة كذلك، فمن الفعل الاجتماعي إلى نموذج التكنولوجيا كخيارات اجتماعية، "Social Shaping of Technology" ووفقا لهذا النموذج، لا تقتصر استخدامات الوسائط الجديدة على خصائصها التقنية فحسب، بل تتأثر أيضا بالخيارات الثقافية والاجتماعية التي تحددها المؤسسة والمستخدم.

يمكن أن يستخدم التدوين الإلكتروني بشكل إبداعي، أو تقليدي، وبالتالي، يمكن ربط التفاوت في استخدامات التدوين الإلكتروني بين الصحفيين، بطبيعة الخط التحريري، والمرونة التنظيمية، ومستوى التكوين الرقمي.

المبحث الثالث: ماهية التمثل في الدراسات الإعلامية

مفهوم التمثل أساسي في علوم الإعلام والاتصال، حيث يفسر العلاقة بين الفاعل الاتصالي والواقع الاجتماعي. هو عملية اجتماعية معرفية تنتج تصورات مشتركة حول العالم، بما في ذلك الظواهر الإعلامية. يساعد في تحليل إدراك الصحفيين والجمهور لأدوار الإعلام وكيف يعيد بناء الواقع عبر الصور والخطابات. يبرز أهميته في الدراسات الحديثة لكشف التحولات في البيئة الرقمية، حيث أصبح التمثل متغيراً ومتعددًا. يشكل جسراً بين الإدراك الفردي والبناء الاجتماعي للمعنى، موضحاً كيف يصنع الإعلام دلالاته وكيف يكون المجتمع تمثلاته عن الإعلام.

1. مدخل مفاهيمي:

1.1 ماهية التمثل: "Représentation"

مفهوم التمثل مشتق من الكلمة اللاتينية "Representation"، ويشير إلى جعل شيء غائب في مجال إدراكنا الحسي. في قاموس لاروس، يعرف التمثل بأنه صورة أو شكل أو رمز أو علامة تمثل ظاهرة، أو فكرة معينة. وفي علم النفس، يعني الإدراك أو الصورة الذهنية، وهو محتوى يشير إلى شيء ما أو حالة معينة أو مشهد ما. (français)

عندما نقول "تمثل الشيء له"، نعني أنه تصوّره. (عجيل، حروفش، و وآخرون، 2008، صفحة 764) والتمثل في اللغة هو الشبيه بصورة أو بكتابة أو بغيرهما، يقال مثل تمثيلاً الشيء لفلان، بمعنى تصوّره له بالكتابة ونحوها حتى كأنه ينظر إليه، ومثل تمثيلاً وتمثالاً الشيء بالشيء أي شبهه وجعله مثله. (معلوف، 1986، صفحة 903)

في اللغة، تعني بشكل غير مباشر التمثيل، تماماً مثل المسرحية التي تمثل أشياء معينة أو معاني. (السعيد و ترجمة محفوظ، 2000، صفحة 233)

وبالتالي، فإن التمثل يعتبر نوعاً من التصور، فنقول "تمثل الشيء" بمعنى تخيل مثاله بشكل حسي. كما يمكننا القول إن "مثل الشيء" يعني صورته أو استعاد صورته، مما يشير إلى حضور صورة الشيء في الذهن. (صليبا، 1982، صفحة 342)

أما التصور، فهو يعني تخيل الشيء، أو أن الشيء أصبح له صورة في عقل الشخص. والصورة في اللغة تعني الشكل أو الصفة أو النوع. وفي علم النفس، يعرف التصور بأنه ظهور صورة الشيء في العقل. (صليبا، 1982، صفحة 342)

بناء على ذلك، يعتبر التمثل عملية إعادة إنتاج التصور لدى الفرد، حيث يعبر عن الصور التي تدور في ذهنه، وهذا ينطبق أيضا على الجماعات. ويكون هذا التمثل متأثرا ببيئة الفرد، شخصيته، تجاربه، خبراته، ومستواه. (Seca, 2004, p. 22)

التمثل هو ما يكون حاضرا في الذهن، حيث يتجلى ما يتصوره الفرد كجزء من المحتوى الملموس لفعل فكري. يمكن أن يعتبر مرادفا لتخيل وجود شخص أو شيء غائب، من خلال تصور الصورة العامة للمعرفة. كما أنه يمثل شيئا آخر أو شخصا آخر، ليحل محله أو يقوم مقامه. (بدوي، 1984، صفحة 48)

ويعني أيضا مثل الشيء بالشيء يعني أنه يشبهه أو يجعله على نمطه. عندما نقول "مثل الشيء لفلان"، فنحن نصوره له بالكتابة أو بطرق أخرى، وكأنه يراه أمامه. لذا، التمثل هو التصوير والتشبيه، والفرق بينه وبين التشبيه هو أن التمثل هو نوع من التشبيه، لكن ليس كل تشبيه يعتبر تمثيلا. (صليبا، المعجم الفلسفي، 1982، صفحة 343)

والتمثل يعني استبدال شيء بآخر، أو تصوير شيء بشكل متساو، أو التعبير عن صورة بطريقة مختلفة لتحل محل الصورة الأولى. كما أن التمثل يتضمن استحضار صورة لموضوع غير حاضر في الذهن. يقال "تمثل فلان" بمعنى أنه ضرب مثلا، وتمثل بالشيء يعني أنه استخدمه كمثال. (منظور، لسان العرب، صفحة 15)

يقال تمثل الشيء له بمعنى تصور له. (عجيل، رمون حروفش، و وآخرون، 2008، صفحة 764)

التصور مرتبط بشكل وثيق بالمعتقدات حول طبيعة شيء معين أو المعلومات التي يمتلكها الشخص عن موضوع معين. (Shao, The representaion of gernder in contemporary chinese television advertising, and analysis of content meaning and production, 2011, p. 15)

إذن، التمثل هو إعادة إحياء التصور وإنتاجه مرة أخرى لدى الشخص، حيث يعبر عن الصور التي تدور في ذهنه، وهذا ينطبق أيضا على الجماعات. ويكون هذا التمثل متأثرا ببيئته، شخصيته، تجاربه، خبراته، ومستواه. (Seca, 2004, p. 22)

فالمسألة الأساسية هنا هي، هل يمكننا أن نقول إن الواقع مستقل عن تمثيله، أم أن أي تمثيل يمكن أن يكون مجرد تسجيل لذلك الواقع، هذا لا يعني أننا ننكر وجود شيء ما، بل يعني أننا نؤكد أن معرفتنا به تعتمد على وسائل التمثيل وتقنياته. ممارسات التمثيل تستخدم لتفسير الواقع الذي تمثله، وأحيانا لإنشائه. (طوني، لورانس غروسيبرغ، ميغال موريس، و ترجمة سعيد الغامبي، 2010، صفحة 215)

التمثيل هو الصورة الذهنية بأشكالها المتنوعة، عالم الوعي أو كيف يمكن أن تحل بعض الأفكار محل أخرى. (وهبة، المعجم الفلسفي، 2007، صفحة 213)

التمثيل هو ببساطة إعادة عرض شيء لنفسك، تخيل فكرة أو تصورهما. يتضمن ذلك تصوراتك، أحكامك، حدسك، إحساسك وإدراكك. الكلمة تحتاج إلى أن تشير إلى موضوع معين أو فرد محدد. التمثيل هو المرحلة التي تربط بين الإدراك الحسي للأشياء والفكر التصوري، ويشمل أطر الاسترجاع، الخيال والذاكرة. التصوير ليس دائما واعيا، بل يكون أحيانا ضمنا في خلفية ذهننا. نبدأ في الوعي به عندما يكون الموضوع حاضرا في حدسنا. (أنوود و ترجمة إمام ، معجم مصطلحات هيجل، 2000، صفحة 744)

فالإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمكنه أن يتصور العالم من خلال وعيه الخاص. عندها، سيتضح له أنه لا يعرف الشمس أو الأرض بشكل مباشر، بل يعرف عينا ترى الشمس وجسدا يشعر بالأرض. العالم هو مجرد تمثيل، وكل ما يوجد هو لأجل المعرفة. لذا، يمكننا القول إن هذا العالم هو مجرد موضوع بالنسبة لأي ذات تدركه، وبكلمة واحدة: تمثل. (شوبنهاور، ترجمة سعيد، و مراجعة فاطمة، 2006، صفحة 55) لأن التمثيلات ليست شهادة على العالم، بل هي العالم نفسه هي الشيء الذي من خلاله يمكننا أن نعرف العالم. (شاردو، دومينيك منغو، ترجمة عبد القادر ، و حمادي، صفحة 56)

يشير التمثيل إلى الإدراك، وهو تلك الصورة الذهنية الجميلة التي تتعلق بموضوع أو وضعية أو مشهد من العالم الذي نعيش فيه. (بوخنوفة، المدرسة، التلميذ، المعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثيل والاستخدامات، 2006/2007، صفحة 29) فالتمثيل هو شيء يتشكل وينتج عن الطريقة التي يرى بها الصحفي التدوين، وتلعب اتجاهاته ودوافعه وأفكاره دورا مهما. (طاهر، عبقرية الصورة والمكان، التعبير، التأويل والنقد، 2002، صفحة 29)

تمثل الشيء يعني إعادته إلى وعينا مرة أخرى، وإعادة تشكيله وبنائه رغم غيابه عن نظرنا. هذا يساعدنا في تحقيق أهدافنا خلال نشاطاتنا، وأيضا في فهم سلوك الآخرين دون أن يكون ذلك تفسيراً شخصياً أو

إلزاميا لظاهرة معينة. كما أظهرت الدراسة أن البنية النحوية، التي هي نتيجة للبنية الفكرية، تعكس كيف تظهر التمثيلات الاجتماعية، وما يثبت ذلك هو الاختلافات الموجودة في اللغات فيما يتعلق بتقسيم الضمائر. (Jodelet, 2003, p. 149) وهوتكييف عنصر ثقافي أو ثقافة بأجمعها، وذلك يشكل كامل ومن طرف واحد وغالبا ما يعد التمثل جانبا هاما من جوانب عملية التثقيف، قد يفسر من جانب آخر بالتغيرات التي حدثت على مستوى ثقافي فقط وإنما على مستوى نفسي.

2.1 ماهية التمثيلات:

تشكل التمثيلات في الخطابات الاجتماعية، حيث تعكس بعضها معرفة درايات العالم، بينما يعتمد البعض الآخر على معرفة اعتقادات تحتوي على أنساق تساعد الأفراد في التعبير عن آرائهم حول هذا الواقع. هذه الخطابات تظهر إما بشكل صريح من خلال علامات، رسوم، أيقونات، وعبارات، أو بشكل ضمني من خلال التلميحات. (هولنراس و ترجمة محمد، 1999، صفحة 131). وهي الأفكار التي تتكون في أذهان الناس حول أشياء أو عادات معينة، مثل الأمثال الشعبية، الحكايات، والأغاني التراثية. (شلي ك.، قاموس المصطلحات الإعلامية، 1998، صفحة 275)

تساعد التمثيلات في فهم العالم من حولنا، لكن لا يوجد شيء مثل التمثل المحايد للواقع. الأحداث والأشياء تصل إلينا من خلال وسيلة التمثل، وهذا لا يتعلق بالموضوعية أو الانحياز فقط، بل بالتزييف والتحيز اللذين يمكن أن نراهم في الصحافة والتلفزيون عند تناول الأخبار. المؤسسات السياسية والاقتصادية لها دور كبير في التحكم في الكتب والصحف والبرامج التلفزيونية. (روجي، 2005، صفحة 76)

يعود استخدام التدوين الإلكتروني إلى صورة أو انطباع أو فكرة في الذهن. قد تكون هذه الصورة ملتقطة بكاميرا أو مرسومة، أو حتى صورة لشخص أو شيء في خيال شخص ما. إنها ببساطة الفكرة التي تكونت لديه عن ذلك الشخص والانطباع الذي رسمه في ذهنه. (Harding, 1986, p. 259) فلقد أصبح المتلقي يتعامل مع صور للأحداث بدلا من مجرد تمثيلات لها، وكأن هذه الصور هي الأحداث نفسها.

تحول تفاعل المشاهد من مجرد تصورات عقلية للأشخاص والمواضيع إلى تجربة بصرية وإدراكية، مما يجعلها قريبة جدا من التفاعل الفعلي والواقعي. (الحמיד، عصر الصورة اللبية والايجابيات، 2005، صفحة 21)

إن هذه القدرة ليست مجرد استعداد فطري يميز الإنسان عن الحيوانات الأخرى، بل هي تتشكل من خلال الجدل المستمر في الحياة الاجتماعية بين الأنا والآخر، والذات والموضوع، والداخل والخارج، والفرد والجماعي، مما يؤدي من خلال الفعل الإنساني، إلى تحول مستمر بين الطرفين. (حيمر، في سوسيولوجيا الخطاب، من سوسيولوجيا التمثلات إلى سوسيولوجيا الفعل، 2008، صفحة 20)

3.1 مفهوم التمثلات الاجتماعية:

تعتبر التمثلات الاجتماعية "Les représentations sociales"، مفهوما أساسيا، في دراسة تفاعل الأفراد والجماعات مع الظواهر الجديدة. وقد تم تقديم هذا المفهوم لأول مرة في ستينيات القرن العشرين، تبحث في كيفية استقبال الجمهور للمعلومات والأفكار الجديدة، وكيفية تفسيرها وتحويلها إلى معرفة شائعة. إنه نظام من القيم والأفكار والممارسات يؤدي وظيفتين رئيسيتين:

أولا: إنشاء نظام يمكن الأفراد من توجيه أنفسهم والسيطرة على عالمهم المادي والاجتماعي.

ثانيا: تسهيل التواصل بينهم من خلال تزويدهم برمز مشترك يستخدم في التبادل الاجتماعي، بالإضافة إلى تسمية وتصنيف مختلف جوانب عالمهم بشكل واضح. (Moscovici, 1961, p. 24)

إن الحياة النفسية تمثل تيارا مستمرا من التصورات، ولا يمكن لأحد تحديد نقطة بدايته أو نهايته، ما يحدث هو أن هذه التصورات تتفاعل وتتداخل مع بعضها البعض. (دوركاي، 1996، صفحة 35)

التمثلات الاجتماعية هي نتيجة لرحلة فكرية يقوم بها الفرد من خلال تفاعلاته مع الآخرين، من خلال هذه العملية، يعيد تشكيل واقعه ويقدم تعريفا خاصا به، مما يساعده على الاندماج بشكل أفضل في المجتمع. (Abric & Guimelli Christan, 1998)

التمثلات الاجتماعية، هي تصورات فكرية تبدأ كأفكار فردية ومتناثرة، ثم تتجمع لتتحول إلى تصورات جماعية تشكل الآراء والمواقف. (Abric, Pratiques sociales et représentations, 1994, p. 15) وتشير التمثلات الاجتماعية، إلى نتاج النشاط العقلي للفرد في سياق التفاعلات الاجتماعية، حيث يقوم بإعادة تشكيل الواقع وتقديم تعريف خاص به، مما يشكل أساسا لاندماجه الاجتماعي. (christan, 1998, p. 23)

يمثل التمثل عملية ذهنية تعيد الشيء إلى الوعي رغم غيابه، من خلال إعادة بنائه لفهم السلوك والظواهر. تظهر التمثيلات الاجتماعية عبر البنى اللغوية والنحوية التي تعكس إدراك الأفراد للعالم. (Jodelet, 2003, p. 149)

التمثل مفهوم معقد يجمع عناصر معرفية وإيديولوجية ومعارف، تشمل المعتقدات والقيم والآراء التي يبنها الفرد حول موضوع معين، وتعمل هذه العناصر في تفاعل مستمر. (الرحمن، 2003، صفحة 112).

تؤثر التصورات على التفاعل مع التكنولوجيا الرقمية، خصوصا في البيئات التي تشهد تحولات، مثل المؤسسات الإعلامية في الدول النامية. (Livingstone, 2004, p. 9)

تعمل التمثيلات كجسر بين الرسائل الإعلامية وفهم الجمهور، حيث توفر رموزا مشتركة لفهم المستجدات. الصحفيون يطورون تمثيلات جماعية حول الوسائل الرقمية لفهم دورها ومعناها في مهنتهم. (Höijer, 2011, p. 32)

هذه العملية تؤدي إلى تغيير الأمور المشتركة وتخلق انطبعا بالواقعية، وعندما يتم تشكيل هذه التصورات، نجعلنا نغفل عن كونها عملية تواصل جماعي، وعندما يتفاعل الأفراد مع الآخرين، يتولد لديهم معارف ومعتقدات مشتركة ضمن جماعة اجتماعية. وتعتبر التمثيلات الاجتماعية مفهوما أساسيا في علم النفس الاجتماعي، وقد استخدمت في الإعلام لفهم علاقة الأفراد بالتقنيات الحديثة. فهي ليست مجرد إعادة تنظيم للواقع، بل تعيد تشكيله لتسهيل الفهم والاستخدام. تنتقل التمثيلات بين الإدراك والمفهوم، مما يمنحها شعورا بالواقعية رغم كونها نتاج تواصل اجتماعي. من خلال تفاعل الأفراد، تتشكل معارف ومعتقدات مشتركة، مما يجعل التمثل عملية جماعية تنتج تصورا مشتركا للظواهر الإعلامية. (Moscovici, Psychologie des representation sociales, 2019, p. 4)

التمثيلات هي خطابات اجتماعية تعكس معرفة الأفراد ومعتقداتهم، وتظهر من خلال علامات أو عبارات واضحة أو تلميحات غير مباشرة، وتساعد في فهم الواقع والتعبير عن آرائهم. (مولنراس و ترجمة جومري، 1999، صفحة 131)

التمثل هو مرحلة وسيطة بين الإدراك الحسي والتفكير، يعتمد على الذاكرة والخيال، وقد يكون واعيا أو ضمنيا. يتشكل من تكرار الخبرة، مما يمكن الفرد من استرجاع صورة أو فكرة عن الشيء في غيابه، كتمثل ذهني خاص لا يتطابق مع الإدراك الحسي المباشر. (هيجل و ترجمة إمام، 2000، صفحة 744)

لم يعد المتلقي يكون تمثلات ذهنية فقط، بل أصبح يتفاعل مباشرة مع الصور، مدركا إياها كأشياء الحدث نفسه، مما حول تفاعله من تصور عقلي إلى تجربة بصرية أقرب إلى الواقع. (الحמיד، 2005، صفحة 21)

الحياة النفسية هي تدفق مستمر من الأفكار المتفاعلة، ولا يمكن تحديد بدايته أو نهايته، الأهم هو تأثير هذه الأفكار على بعضها. (دوركاي و ترجمة حسن، 1966، صفحة 35) يتقاطع التمثل مع التخيل، حيث يشير التخيل إلى الفضاء الذي يخلقه الإنسان من خلال منح المعاني للأشياء لامتلاكها رمزيا وماديا، مبتعدا عن الحسّ المباشر نحو التصور والتمثيل والترميز والسرد. (دوران و ترجمة مصباح ، 2006، صفحة 183)

رأى دوركايم أن التمثلات الاجتماعية أساسية لفهم السلوك الجماعي، حيث اعتبر المجتمع كيانا متكاملًا يؤثر على أفراد من خلال أنماط معينة من التفكير والسلوك، مركزا على تأثير الإنتاج الفكري والثقافي للجماعات على الواقع الاجتماعي وضغوطه على الفرد. (مسلم، 2007، صفحة 83)

منذ السبعينيات، اعتمدت الدراسات الإعلامية المنظور البنائي، مركزة على كيفية صنع المعنى وبناء الواقع. يعتبر كل واقع تمثيلا وبناء اجتماعيا، لذا تفهم مفاهيم مثل العرق كبناءات اجتماعية، مما يتطلب إدراك بعدها البنائي لتجنب قناعات إيديولوجية خاطئة. (العباضي، وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، 2013، صفحة 73)

منذ السبعينيات، اعتمدت الدراسات الإعلامية المنظور البنائي، الذي يركز على كيفية صنع المعنى وبناء الواقع. وفقا لهذا الاتجاه، يعتبر كل واقع تمثيلا وبناء اجتماعيا. لذا، تفهم مفاهيم مثل العرق كإنشاءات اجتماعية تتطلب إدراك بعدها البنائي لتجنب القناعات الإيديولوجية الخاطئة. (محمود، 2015، صفحة 236)

على الرغم من وجود اختلافات حول مفهوم التمثلات، إلا أن معظم التعريفات تشير إلى ثلاثة جوانب مترابطة ومميزة:

أولا: هناك جانب الاتصال، حيث توفر التمثلات للأفراد رموزا أو شفرات تساعد في التبادل وتسمية جوانب عالمهم وتاريخهم الشخصي والجماعي بطرق فريدة.

ثانيا: يتعلق الأمر بإعادة بناء الواقع، إذ توجهنا التمثلات نحو طرق تحديد وتعريف مختلف جوانب حياتنا اليومية، وكيفية تفسيرها واتخاذ مواقف تجاهها.

ثالثا: هناك جانب التحكم في البيئة، حيث تتيح التمثيلات والمعارف العملية للفرد تحديد موقعه في بيئته والتحكم فيه. (الوهاب، 2007، صفحة 71)

التمثل هو إعادة حضور الشيء في الذهن من خلال تخيله، ويتضمن التصورات والأحكام والإحساس، ويشترط وجود صورة ذهنية للموضوع.

2. وظائف التمثيلات الاجتماعية:

أ. وظيفة الرمز المشترك: توفر التمثيلات الاجتماعية معرفة مشتركة تساعد الأفراد على التواصل وفهم الظواهر بسهولة.
ب. الوظيفة المعرفية: تمكن التمثيلات الاجتماعية الأفراد من دمج المعلومات الجديدة في أطر تفكيرهم، مما يسهل انتشار المعلومات بسرعة.

ج. وظيفة تأويل وبناء الواقع: التأويل وبناء الواقع هما آليتان يوميتان للفهم، حيث تؤثر القيم والسياقات في تشكيل التمثيلات والواقع.

د. وظيفة توجيه السلوك: التمثيلات الاجتماعية توجه السلوك والتفاعل، وتحمل معاني مشتركة تسهل التواصل وتساهم في تشكيل الاتجاهات والآراء.

هـ. وظيفة تعريف الهوية: تساعد التمثيلات الاجتماعية في بناء هوية الفرد أو الجماعة، من خلال تحديد مكانتهم ودورهم في المجتمع وفق القيم السائدة عبر التنشئة الاجتماعية.

و. وظيفة التبرير: تستخدم التمثيلات الاجتماعية لتبرير المواقف والاتجاهات، حيث تحدد كيفية رؤية المجموعات لبعضها وتفسر سلوكياتها المتبادلة. (مسلم، 2007، صفحة 95)

3. خصائص التمثيلات:

تتميز التمثيلات بمجموعة من الخصائص هي أن التمثل هو نشاط ذهني يتشكل من تفاعل الفرد مع بيئته لفهم الواقع، ويختلف بين الأفراد حسب تجاربهم وأفكارهم. هو عملية إبداعية تعيد بناء المعارف وتحويلها إلى صور ذهنية قد لا تعكس الواقع تماما. يمثل وسيلة لتنظيم المعرفة وفهم العالم، ويلعب دورا أساسيا في تكيف الفرد اجتماعيا وثقافيا.

4. أهمية التمثلات:

- التمثلات هي التصورات والأفكار المسبقة التي يحملها الأفراد عن التكنولوجيا أو الوسيلة.
- أما الاستخدامات هي الممارسات الفعلية التي يمكن قياسها ميدانياً.

ركزت الأبحاث في البداية على التمثلات بسبب نقص المعرفة حول الاستخدامات الحقيقية، إلا أن دراسة الاستخدامات بقيت ضرورية لفهم التفاعل الواقعي مع التكنولوجيا. ومع ذلك، يظل الاهتمام بالتمثلات مهماً لأنها تكشف الإشكاليات الكبرى وتساعد على إعادة صياغة الفهم في ظل التطور التقني وتعدد الخطابات. (العلوي، 2006، صفحة 26)

تظهر أهمية دراسة التمثلات الإعلامية في كشف البنية الذهنية التي تؤثر على سلوك الصحفيين تجاه التطورات التكنولوجية. تلعب التمثلات الاجتماعية دوراً مباشراً في الممارسات العملية، مما يفسر الفجوة بين ما يعلنه الصحفيون عن استخدام الأدوات الرقمية وما يقومون به فعلياً في غرف التحرير. (Denise, 1989, p. 36)

تتكون التمثلات من نواة ثابتة تحدد معناها ومحاور قابلة للتغيير تتكيف مع السياق. تعكس تمثلات الصحفيين حول التدوين الإلكتروني تفاعلهم مع بيئة رقمية متغيرة، مما يساعد في فهم تصورهم لدور الإعلام الجديد في صناعة الأخبار. (Abric, 1994, p. 17)

5. علاقة التمثل بالدراسات الإعلامية:

ساهم مفهوم التمثل في تجديد الدراسات الإعلامية من خلال فهم إدراك الصحفيين والجمهور للواقع داخل الخطاب الإعلامي. لم يعد الإعلام مجرد ناقل للمعلومات، بل منتج لتمثلات اجتماعية وثقافية تؤثر على فهم الأحداث وتوجيه الرأي العام. يساعد تحليل التمثلات في فهم الثقافة المهنية للصحفيين وتعريفهم للخبر والموضوعية والمصادقية كتمثلات جماعية. كما تستخدم لتحليل الخطاب الإعلامي ونظريات الأجندة والتأطير. مع الإعلام الجديد، أصبح الجمهور فاعلاً في إنتاج التمثلات عبر التدوين والتفاعل الرقمي، مما وسع المفهوم ليشمل الهوية الرقمية والمواطنة الاتصالية.

تدعو الفكرة إلى تواصل بين الماضي والحاضر، دون إنكار التراث. يعتمد هذا التواصل على شرطين، الفخر بالدين والتاريخ مع الحفاظ على القيم، والاقتراب الواعي من تجارب الأجيال السابقة بما يتناسب مع

الظروف الجديدة. مثال ذلك هو التحول من مجتمع الزراعة والبحر ذو الروابط الأسرية القوية إلى مجتمع النفط الذي غير طبيعة العمل والعلاقات الأسرية. المطلوب هو التكيف مع التغيرات الاقتصادية الحديثة مع الحفاظ على القيم والعادات والتلاحم الأسري. (الله ع.، 2017، صفحة 107)

6. علاقة الصحفي بالتمثل:

1.6 التحكم في الأداة أو الوسيلة:

التملك هو الهدف النهائي للاستخدام، حيث يدمج الفرد أدوات الثقافة الرقمية في حياته اليومية. يعتمد الاستخدام الاجتماعي للتقنيات على هذا التملك الذي يجمع بين الفهم والمهارة. عند تحقيق التملك، يظهر عنصر جديد في حياة المستخدم، مما يبرز قضايا تتعلق بعلاقته بالوسيلة وكيفية دمجها في ممارساته اليومية:

أ. **التملك والهوية والإبداع:** الهوية الرقمية تتشكل من خلال التكنولوجيا التي يستخدمها الفرد، حيث يصبح التملك تعبيرا عن الذات. يتبنى المستخدم التكنولوجيا عندما يفهمها ويضيف طابعه الشخصي، مما يجعل التملك عملية إبداعية تعكس الهوية والثقافة وتعتمد على المعرفة السابقة.

ب. **التملك والمعارف:** عندما نتحدث عن تملك شيء ما، فإن معرفتنا به تلعب دورا كبيرا، فالسعي الشخصي للتملك يرتبط بشكل وثيق باكتساب المعارف والمهارات. الأمر يتعلق بكيفية اكتسابنا لهذه المعارف، وكيف نتحكم فيها لنتمكن من فهم الرموز والمعارف العملية التي نحتاجها للتعامل مع التكنولوجيات الجديدة بشكل صحيح.

ج. **التملك والتحفيز:** المشروع الشخصي لكل فرد اتجاه التكنولوجيا، له دور مهم في عملية التملك، فمشروع الاستخدام يحدد بشكل كبير كيف ننظر إلى الشيء وكيف نستخدمه. (الوهاب، 2007، صفحة 72)

7. دور التمثلات في فهم تفاعل الصحفيين مع الوسائل الرقمية الجديدة:

تساهم دراسة تصورات الصحفيين اتجاه الوسائل الإعلامية الرقمية الجديدة، في فهم العلاقة بين التمثلات والوسائل الرقمية الحديثة، كالمدونات، الشبكات الاجتماعية ومنصات التدوين الإلكتروني، بشكل كبير في فهم كيفية تفاعلهم العملي مع هذه الأدوات، فعندما يظهر ابتكار تقني أو منصة جديدة، يبدأ الناس في تشكيل تصورات حولها لجعلها أكثر ألفة وفهما.

تتمثل الوظيفة الأساسية للتمثل الاجتماعي هنا في تحويل ما هو جديد وغريب إلى شيء مألوف من خلال ربطه بخبرات سابقة وتصنيفه ضمن أطر معروفة. (Höijer, 2011, pp. 3-16)

على سبيل المثال، قد يعتبر الصحفيون المدونة الإلكترونية نوعاً جديداً من المصادر الصحفية، يشبه العمود الصحفي أو المقال الشخصي، مما يدفعهم لتطبيق معايير المصداقية والتحقق التي اعتادوا عليها. تعرف هذه العملية، التي أطلق عليها "موسكوفيتشي" اسم "الرسو*"، Anchoring، بأنها تجعل التقنية الجديدة تبدو أقل غرابة وأكثر ارتباطاً بالممارسات الصحفية المعروفة.

في مجال الإعلام والاتصال، يمكن أن يتعامل الصحفيون مع ظهور التدوين الإلكتروني بطرق متعددة. فقد يعتبره البعض شكلاً من أشكال الصحافة الشعبية، "Citizen Journalism"، بينما ينظر آخرون إليه كنوع من التعبير الذاتي غير المهني. كما يمكن أن يربط هذا النوع من التدوين الإلكتروني بفقدان المصداقية مقارنة بالصحافة التقليدية. هدف الرسو هو:

- تحويل الغريب إلى شيء مألوف.
- تجنب الغموض أو الخوف من الأمور الجديدة.
- السيطرة على الإدراك الجماعي للظواهر الجديدة. (Moscovici, La psychanalyse, son image et son public, 1961)

تكشف التمثيلات المهنية للصحفيين عن تقبلهم للتقنيات الرقمية واستخدامها في غرف الأخبار. تمثل الصحفي للأداة الرقمية يحدد استعداده لتبنيها ودمجها في ممارساته. أظهرت هذه الدراسة أن إدخال برمجيات أتمتة الأخبار لم يكن كافياً لتغيير الممارسة، حيث قام الصحفيون بتكييف التقنية مع معاييرهم المهنية، مما يعني أن قيمة الأتمتة تتحقق فقط بتدخل الصحفي وفهمه المهني. (Dierickx, 2020, pp. 432-457)

* "الرسو" هو مفهوم ابتكره سيرج موسكوفيتشي في سياق نظريته حول التمثيلات الاجتماعية. ويشير إلى: عملية عقلية واجتماعية يتم من خلالها دمج مفهوم جديد أو غير مألوف ضمن إطار معرفي معروف لدى الأفراد أو الجماعة. بعبارة أخرى، عندما يواجه الناس فكرة أو ظاهرة جديدة وغير مألوفة، يسعون إلى ربطها بأفكار أو صور ذهنية سابقة لديهم، مما يساعدهم على فهمها وإعطائها معنى. عندما تظهر تكنولوجيا جديدة مثل "الذكاء الاصطناعي"، قد يرتبط ذهن بعض الأشخاص بفكرة "الروبوتات" أو "السيطرة على الإنسان"، وذلك بسبب تأثرهم بمفاهيم مألوفة لديهم من الأفلام أو الروايات السابقة. يساعد هذا الربط "الرسو" الأفراد على فهم الظاهرة الجديدة استناداً إلى مرجعياتهم السابقة.

تصور الصحفي للتقنيات الرقمية يؤثر على استخدامها في العمل الإعلامي، يرى البعض التدوين الإلكتروني فرصة للتفاعل، بينما يعتبره آخرون غير موثوق أو مهددا للمهنية. يعود هذا الاختلاف إلى الخبرة والجيل، حيث يتعامل الصحفيون الشباب بانفتاح أكبر مع الأدوات الرقمية، مقابل تحفظ الأكبر سنا على الأساليب التقليدية. (سلمى، 2023، الصفحات 89-90)

المبحث الرابع: أهمية دراسة التمثلات في دراسة علاقة الصحفي بوسائل الإعلام الجديد

أدت الثورة الرقمية إلى تغيير جذري في البيئة الإعلامية، مما زاد الفجوة والتداخل بين الإعلام التقليدي والرقمي، وأعاد تشكيل ممارسات إنتاج الخبر وهويات الصحفيين. يناقش هذا المبحث كيف يتصور الصحفيون في كلا الحقلين المصدقية والشرعية المهنية في سياق تنافسي متزايد. أدت التحولات السوسيو-تقنية إلى خلق ثلاثة عوامل:

- عالم الأفكار،
 - العالم الفيزيائي،
 - العالم الافتراضي الذي تعيده تكنولوجيات الاتصال، مما يعيد تعريف الواقع وإدارة الحقيقة.
- (الجبار، 2002، صفحة 90)

1. الإعلام التقليدي:

رغم انتشار وسائل الإعلام الجديدة، لا توجد أدلة كافية تدعم استبدالها للإعلام التقليدي، حيث لا يزال التلفزيون والإذاعة والصحافة المطبوعة مصادر رئيسية وموثوقة للأخبار.

1.1 مفهوم الإعلام التقليدي:

يشير الإعلام القديم إلى الوسائل التقليدية السابقة للإعلام الجديد، ويعتبر محايدا في تقليل النزاعات ودعم الأمن، خاصة في الدول المتأثرة بالحروب. رغم دوره في تعزيز الديمقراطية، لا يحظى بتطوير كاف. أثبتت تقنيات الصحافة التقليدية فعاليتها في إدارة النزاعات بدعم صحفيين محترفين ومنظمات مثل "IMPACS" التي تعزز دور الإعلام التقليدي في بناء السلام. (الجندي، 2016، صفحة 313)

لم يقدر الإعلام التقليدي أهمية المتلقي كما يفعل الإعلام الجديد، حيث أصبح المتلقي جزءا فعالا في العملية الاتصالية. اليوم، المتلقي هو المحرر والمذيع وصاحب القناة، مما يتيح له دورا رياديا لم يكن ممكنا سابقا. مفهوم الإعلام الجديد لا يزال موضوع نقاش أكاديمي، وقد شهد تطورا عبر التاريخ مع ظهور أشكال جديدة

من الإعلام. مع تقدم تكنولوجيا الاتصال، تداخل الإعلام الجديد مع التقليدي في مجالات السياسة والاقتصاد والثقافة، مما أعاد تشكيل العلاقة بينهما. من الضروري دراسة تأثيرات العصر الرقمي على الصحافة لضمان فعاليتها في بيئة الاتصال التفاعلي. (شريطي، 2014، صفحة 100)

2.1 أهمية الصحافة التقليدية:

تلعب الصحافة دوراً أساسياً في حل النزاعات من خلال كشف الانتهاكات وتحذير المجتمع. ومع ذلك، يفتقر الصحفيون غالباً إلى التدريب المتخصص في التغطية الحساسة. تركز المبادرات الدولية على تعزيز المهنية والاستدامة الاقتصادية لوسائل الإعلام في بيئات الحروب، لكن ضعف البنية التحتية وهجرة الكفاءات يعيقان بناء صحافة مستقلة. يتطلب تطوير إعلام تنافسي ومستقل سنوات من التدريب والدعم السياسي والقانوني، حيث لا يمكن لصحافة حرة أن تزدهر دون بيئة مؤسسية تدعمها. (الجندي، 2016، صفحة 314)

3.1 وسائل الإعلام التقليدية:

تتنوع وسائل الإعلام التقليدية ويمكن تصنيفها كما يلي:

➤ **وسائل الإعلام المطبوعة:** تشمل المواد التي تنتج بطرق الطباعة المختلفة، مثل الصحف والمجلات والكتب والكتيبات والنشرات.

➤ **وسائل الإعلام الصوتية:** هي الوسائط التي تعتمد فقط على الصوت، مثل الراديو والتسجيلات الصوتية المختلفة.

➤ **وسائل الإعلام البصرية:** تشمل الوسائط التي تعتمد بشكل حصري على حاسة البصر، بما في ذلك المعارض واللافتات والملصقات والهدايا وأشكال الإعلان المختلفة.

➤ **وسائل الإعلام السمعية البصرية:** تجمع هذه الوسائط بين الصوت والصورة، مثل الأفلام والتلفزيون والتسجيلات الفيديو والمسرح. تشير نسبة كبيرة من أبحاث الإعلام إلى أن كل وسيلة اتصال تمتلك درجات متفاوتة من القدرة على الإقناع مقارنة بالآخرى. (الجندي، 2016، صفحة 320)

4.1 أنواع وسائل الإعلام التقليدية:

- أ. الصحف: تعتمد الصحافة المكتوبة على الكلمة كمصدر للمعرفة، وتشمل الصحف والمجلات، لكنها تواجه تراجعاً في معدلات القراءة في العالم العربي رغم انتشارها.
- ب. التلفزيون: يعتبر التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً لأنه يجمع الصوت والصورة، مما يجعل رسائله أكثر جاذبية مقارنة بباقي الوسائل.
- ج. الراديو: من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية تأثيراً في تشكيل الرأي العام، تستهدف جميع فئات المجتمع، وتجذب برامجها المتنوعة الأفراد ذوي المستويات التعليمية العالية، فهي وسيلة متاحة للجميع ولديه القدرة على تجاوز الحدود. (الجندي، 2016، صفحة 321)

2. الإعلام الجديد:

أثار مفهوم الإعلام الجديد جدلاً بين الباحثين، فبعضهم يعتبره غير مؤهل ليكون إعلاماً تقليدياً لغياب الجماهيرية المؤسسية، بينما يراه آخرون إضافة نوعية بفضل تفاعليته. ومع تراجع النماذج التقليدية، يثبت الإعلام الجديد قدرته على تقديم نموذج اتصالي تفاعلي يتجاوز معوقات الاتصال الكلاسيكية. كما يصنف بعض الباحثين الوسائط بناءً على مستوى التفاعلية، معتبرين أن أي وسيلة تتيح تفاعلاً، حتى التلفزيون والراديو، يمكن إدراجها ضمن الإعلام الجديد. (جواد، 2017، صفحة 10)

تباينت آراء الباحثين حول الإعلام الجديد، فبعضهم يعتبره امتداداً للإعلام التقليدي، بينما يراه آخرون وسيلة تكنولوجية تفاعلية. ويحدد الإعلام الجديد بكل ما ينشر عبر الأنترنت، ويعتبر الإنتاج الرقمي جديداً عند ارتباطه بالنشر الشبكي. ومع تطور الوسائط الرقمية، أصبح الإعلام الجديد مؤثراً في تشكيل الرأي العام، مما يستدعي بحثاً معمقاً لفهم علاقة الجمهور به. (جواد، 2017، صفحة 14)

1.2 إشارات تاريخية للإعلام الجديد:

جاءت الترجمة الحرفية لمفهوم وسائل الإعلام الجديد، من اللغة الانكليزية "New media"، فكلمة "Media" تقابلها في العربية وسائل إعلام، وهي جمع مفردا "Medium"، وتقابلها في اللغة العربية وسيلة

إعلام، وعلى وفق هذا حين نقول "New Media"، نعني به وسائل الإعلام الجديد، وقد تباين الباحثون في تحديد هويته، وقدمت له تعريفات متعددة تنسجم مع رؤيتهم وفهمهم له، فضلا عن البيئة التي ينتمون إليها.

لا يوجد تاريخ محدد يمكن لنا أن نشير عبره بالدقة إلى ظهور مصطلح الإعلام الجديد، وتداوله، لكن أولى الإشارات بشأن هذا المفهوم كانت مع اختراع المطبعة في 1447 من قبل العالم الألماني "يوهان غوتنبرغ"، إن هذا الاختراع، أحدث نقلة كبيرة ساهمت في ولادة أحد أهم وسائل الإعلام الجماهيري، المتمثلة في وسائل الإعلام المطبوعة "صحف، مجلات" وطبعها وتوزيعها بشكل تجاري، في حين يرى الباحثان "غيتلمان، Gitelman"، و"بنكري، Pingree" أن أول استخدام لهذا المفهوم كان في 1840 مع اختراع التلغراف، مستندين إلى فكرة الانتقالية في مجال الإعلام الذي مثله هذا الاختراع، وما وفره من سرعة انتقال المعلومات بين دول العالم المتعددة.

وبقي المختصون والجمهور يصنفون كل اختراع يتعلق بالاتصال، على أنه وسيلة إعلام جديدة، كما حدث مع اختراع الراديو 1918 والتلفزيون 1925، ويشير بعض الباحثين إلى أن برامج الحوار "TV/ Talk Radio" التي بدأت بالبث في العقد الرابع من القرن الماضي، ماهي إلا نمطا من أنماط الإعلام الجديد، وكان الرئيس الأمريكي "فرانكلين روزفلت" يستخدمهما للتواصل مع الجمهور بشكل كبير وواسع، واستمرت هاتان الوسيلتان بتجديد نفسيهما عبر إنتاج برامج حية مباشرة تتواصل مع الجمهور.

إلا أن أول من استخدم مصطلح الإعلام الجديد كان "مارشال ماكلوهان، Marshal McLuhan" عام 1953 عندما تحدث عن التطورات التكنولوجية، ومقدرتها على جمع المعلومات، وتوصيلها إلى بقاع العالم عبر هذه الخاصية التكنولوجية الجديدة (التلفزيون). وازادت وتيرة استخدام هذا المصطلح 1960 مع تصاعد إنتاج البرامج الحية في الراديو والتلفزيون، وارتفاع مستوى تداوله مع ظهور برامج أخرى مثل برامج الصباح في أمريكا، واستمر التجديد مع برامج مثل: أوبرا والتابلويد، وظهور التلفزيون التفاعلي الذي يتسم بالتفاعلية، التي تعد إحدى أهم خواص الإعلام الجديد، فضلا عن إمكانية استخدامه بواسطة منصة الأنترنت كمتغير جديد. (جواد، 2017، صفحة 54)

وعلى الرغم من اختراع الأنترنت، في النصف الثاني من القرن الماضي وظهور بعض أشكال الاتصال بواسطة الشبكة العنكبوتية، ونقل المعلومات لاحقا، إلا أن استخدام مصطلح الإعلام الجديد، بشكل واسع

كان في 1990 إذ أطلق على التكنولوجيا الرقمية المستحدثة "Digital Technologies"، وباتت هذه التكنولوجيا علامة فارقة للتمييز بين الإعلام التقليدي "Old media" وبين الإعلام الجديد "New media"، ومع استمرار التطورات التكنولوجية وحصول اكتشافات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي منحت حيزا افتراضيا للمستخدمين، للتعبير عن أنفسهم ازداد استخدام هذا المفهوم.

وتعزز مفهوم الإعلام الجديد مع استمرار ظاهرة تفجر المعلومات، بشكل لم يكن متوقعا، فضلا عن تطور أساليب الاتصال، ومن ثم ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب "YouTube"، والمدونات "Blogs"، والفيسبوك "Facebook"، وتويتر "Tweeter"، ومحركات البحث السريع وغيرها، التي أتاحت للجمهور مجالا افتراضيا كبيرا، وساهمت في إلغاء المسافات الجغرافية، وكان لها دور جوهري في تعزيز الحوارات والنقاشات، بين الجمهور بغض النظر عن الثقافة والعرق، القومية وباتت عابرة للحدود.

2.2 الإعلام الجديد بين حداثة التقنية والتحول الثقافي:

يعد مفهوم الإعلام الجديد من أكثر المفاهيم خلافا، بسبب غياب تعريف موحد وتداخل التطور التكنولوجي مع التحولات الاتصالية. لا يقتصر الجديد على أدوات مثل الأنترنت والهواتف الذكية، بل يشمل تغيرا جذريا في إنتاج المحتوى وتلقيه، يقوم على التفاعل والتشبيك وتقاسم السلطة بين المرسل والمتلقي.

يربط بعض الباحثين الإعلام الجديد بالتقنيات الرقمية، بينما يرى آخرون أن الجديد يكمن في المنطق الرقمي الموحد الذي دمج مختلف الوسائط في لغة واحدة قابلة للمعالجة الحاسوبية. كما ينظر اتجاه ثقافي آخر إلى الإعلام الجديد من زاوية التقارب الإعلامي، حيث لا تحل الوسائط الجديدة محل القديمة، بل تتعايش معها داخل بيئة تفاعلية مشتركة. (Manovich, 2001, p. 351)

3.2 الإعلام الجديد وجدلية تسمياته:

لم يتفق الباحثون على تعريف موحد للإعلام الجديد، فبعضهم يربطه بالابتكارات التقنية، بينما يعتبره آخرون نتيجة تحولات تكنولوجية. ظهرت تسميات متعددة تختلف باختلاف البيئات، مثل الصحافة الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والبرامج التلفزيونية التفاعلية. وحتى المختصون لم يتمكنوا من صياغة تعريف شامل له.

أ. تعريف الإعلام الجديد:

قدم خبراء الإعلام والمختصون بهذا المجال تعريفات عدة لمفهوم الإعلام الجديد منطلقين من فهمهم لهذا المصطلح الجديد، فبعضهم يعده تطورا طبيعيا ينسجم مع ما آلت إليه الثورة التكنولوجية، وآخرون يعدونه أنموذجا لبرامج التلفزيون والراديو التفاعلية التي ظهرت وانتشرت مع بدء حقبة الخمسينيات والستينيات مثل برامج "Talk Show"، وأوبرا وصباح الخير أمريكا وغيرها من البرامج، في حين يعده آخرون تعبيرا عن استخدام منصة الأنترنت الناتج عن اندماج وسائط عدة متمثلة بالنص، الصورة والصوت، وفيما يأتي نستعرض بعضا من هذه التعريفات:

إذ يعرفه قاموس التكنولوجيا الحديثة "High-Tech Dictionary"، اندماج أو تكامل بين أجهزة الكمبيوتر "The integration of computers" والشبكات الكمبيوترية "Computer networking" والوسائط المتعددة.

كما عرفته موسوعة ويكيبيديا "Wikipedia dictionary"، الإعلام الجديد يمثل مصطلحا شاملا يتضمن التطورات الرقمية التي أثرت على الوسائل التقليدية، بما في ذلك إنتاج المحتوى بشكل رقمي وإدماج عناصر التفاعلية. لقد أصبحت برامج التلفزيون والراديو توفر للمشاهدين والمستمعين إمكانية المشاركة الفورية من خلال الاتصالات والبث المباشر، مما أدى إلى تقارب الإعلام التقليدي مع خصائص الإعلام الجديد.

كما يعرفه قاموس كامبريدج "Cambridge" بأنه المنتجات والخدمات التي تزودنا بالمعلومات أو الترفيه التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر والأنترنت عن طريق وسائل غير تقليدية كما يحدث مع التلفزيون والصحف.

ويعرفه قاموس الأنترنت الموجز "Condensed Net Glossary"، بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الأنترنت، ويشير هذا التعريف إلى الوسائل التقليدية التي استخدمت التكنولوجيا الرقمية، مثل الصحف المطبوعة، التلفزيون، الراديو وحتى السينما.

كما تعرفه موسوعة ويبيديا "Webopedia"، بأنه الأشكال العديدة المستحدثة، من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، وهذا التعريف يتسع ليشمل وسائل الإعلام التقليدية، وباتت صحف اليوم المطبوعة غير صحف الأمس، والحال نفسه ينطبق على الراديو والتلفزيون.

وتنفرد كلية "شريدان التكنولوجية، Sheridan"، بتقديم تعريف لمفهوم الإعلام الجديد، من واقع الممارسة بأنه يشمل أنواع الإعلام الرقمي كافة، على شكل تفاعلي رقمي وهناك سمتان تميزان الإعلام الجديد، عن الإعلام التقليدي وفقا لهذا التعريف:

- السمة الأولى: تتصل بطريقة بث المضمون.

- السمة الثانية: تتصل بالكيفية التي يتم عن طريقها الوصول إلى خدماته.

ووفق هذا التعريف يقسم الإعلام الجديد على أربعة أقسام، وهي كالآتي:

1. نمط يعتمد بشكل كامل على الأنترنت وتطبيقاته، وهو جديد تماما ويتميز بتحقيق قفزات نوعية وسمات فريدة، مع ظهور تطبيقات جديدة باستمرار يصعب حصر عددها.

2. الإعلام الجديد الذي يعتمد على الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية وقراءة الكتب والصحف، يتميز بنموه السريع مثل النوع الأول.

3. النمط الثالث من الإعلام الجديد يرتبط بوسائل الإعلام التقليدية، حيث أضيفت لها ميزات مثل التفاعلية، ودخلت التكنولوجيا في عملية إنتاجها.

4. يتميز النمط الرابع باستخدام الكمبيوتر من خلال الأنترنت أو الأقراص والكتب المحفوظة إلكترونيا. (جيا، 2017، صفحة 55)

يعتبر الإعلام الجديد المحتوى الذي يتم إنتاجه وتوزيعه عبر الأنترنت، مثل منصات الفيسبوك وتويتر ويوتيوب والصحف الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية.

ب. تسميات الإعلام الجديد:

تعددت تسميات الإعلام الجديد، مثل الإعلام البديل والرقمي والاجتماعي، لكنها تعبر عن جوانب محددة فقط. لم يتفق الباحثون على حدوده أو ما إذا كان جديدا أم مجرد تطوير للوسائل القديمة. يعتقد بعض الدارسين أن الصحافة والراديو والتلفزيون هي أدوات لنقل الرسالة، وأن تطور تكنولوجيا الاتصال هو امتداد طبيعي لتطور الوسائط. ستنطرق فيما يلي لعرض أهم التسميات المتداولة حول الإعلام الجديد:

- **الإعلام البديل:** يخلط البعض بين الإعلام البديل والإعلام الجديد، رغم أن البديل أقدم من التكنولوجيا الحديثة. ظهر كوسيلة يستخدمها الناس خارج هيمنة الإعلام الرسمي، واستعمل من قبل الحركات الاجتماعية والسياسية. يعتمد الإعلام البديل على الاتصال من أسفل إلى أعلى لمواجهة عدم المساواة الإعلامية، وقد يتقاطع مع الإعلام الجديد كما في الثورات العربية. يعتبر كل محتوى يصل للجمهور عبر قناة غير خاضعة للإعلام المهيمن إعلاما بديلا. (جواد، 2017، صفحة 58)

- **الإعلام الرقمي:** يعرف الإعلام الرقمي بأنه أي وسائل إعلام ترمز وتقرأ بشكل آلي، ويمكن إنتاجه ورؤيته، وتوزيعه، وإجراء التغييرات عليه، وحفظه على الكمبيوتر، مثل الصورة الرقمية "digital Imagery"، والفيديو الرقمي "digital video"، وصفحات الويب "Web page"، والويب سايت "Web sites"، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي "media social"، والبيانات وقواعد البيانات "Data and databases"، والصوت الرقمي "Digital audio" مثل ملفات "Mp3"، والكتب الإلكترونية "e-books" كمثال على الإعلام الرقمي وهي تتناقض مع وسائل الإعلام التقليدي، مثل الصحافة المطبوعة والأشرطة والأفلام. (Manovich, 2001)

- **الإعلام التفاعلي:** يقصد بالإعلام التفاعلي التركيز على العلاقة التفاعلية بين المرسل والمستقبل. (Rafaeli, 1988)

- **الإعلام الشبكي "Online media":** سمي الإعلام الشبكي لأنه يستخدم الأنترنت لعرض الأحداث والتواصل عبر الأجهزة المختلفة، مما يتيح للناس متابعة الأحداث ومشاركة المحتوى بسهولة. يبرز هذا المفهوم الطابع الموزع للعلاقات الاتصالية، حيث أصبح الاتصال مفتوحا ومتبادلا بين المستخدمين بدلا من كونه مركزيا كما في الإعلام التقليدي. (castells, Communication power, 2009)

- **إعلام المعلومات "Information media":** يعرف أيضا بإعلام المعلومات والتكنولوجيا، ويشير إلى الاستفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصال في نشر المعلومات وإنتاجها وتوزيعها على جمهور واسع وكبير يتجاوز الحدود القومية والجغرافية.

- **إعلام المجتمع "Society media"**: يرتبط الإعلام الاجتماعي بمشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى عبر منصات مثل المدونات، الفاييسوك، التويتر واليوتيوب. وقد مكن التطور التقني المستخدمين من إنشاء الصور والفيديوهات، مما زاد من التفاعلية وجعل الجمهور شريكا أساسيا في العملية الإعلامية.

- **الوسائط المتعددة "Multimedia"**: تشير الوسائط المتعددة إلى دمج النص والصوت والصورة والفيديو في رسالة تفاعلية، وتستخدم في الإعلام والاقتصاد. منذ بداية الألفية الجديدة، زاد استخدامها بفضل الأجهزة الرقمية القادرة على تخزين المعلومات وتقديم خدمات متطورة.

- **الإعلام الإلكتروني "Electronic communication"**: الإعلام الإلكتروني هو استخدام الوسائط الرقمية والأنترنت لنشر الأخبار والمعلومات، عبر منصات مثل الصحافة الإلكترونية والمدونات ووسائل التواصل، بهدف التأثير والترفيه والتعليم.

- **الوسائط المتشعبة "Hypermedia"**: تعتبر شخصية تيد نلسون من الأسماء البارزة في مجال تكنولوجيا المعلومات، حيث ينسب إليه الفضل في استخدام مصطلح "الوسائط المتشعبة" لأول مرة في عام 1965، بعد أن استمدته من مفهومي "Hypertext" و "Hypermedia" في عام 1963. تعتمد هذه الوسائط على إنشاء روابط تربط بين النصوص والصور والصوت، مما يتيح للمستخدمين التنقل بحرية داخل المحتوى، على عكس الوسائط المتعددة التي تجمع بين عناصر النص والصوت والصورة ضمن مسار خطي محدود.

- **إعلام الفضاء السيبراني "Cyberspace"**: الفضاء السيبراني يمثل البيئة الافتراضية التي تسهل التواصل عبر الأنترنت. وقد تم تقديم هذا المصطلح وانتشاره منذ التسعينيات، على الرغم من جذوره الأعمق في الفنون البصرية وأعمال الكاتب وليم غيبسون في الثمانينيات.

- **الإعلام التشاركي "Participatory media"**: تمكن وسائل الإعلام التشاركية وصحافة المواطن الجمهور من إنتاج ونشر المحتوى. ومع أن تسميات الإعلام الجديد متعددة، إلا أنها لا تعكس جوهره بالكامل. الإعلام البديل، الذي يعارض السيطرة الحكومية، قد يتقاطع مع الإعلام الجديد في بعض الوظائف دون أن يتطابق معه تماما. (جيا، 2017، صفحة 65)

ويشير مصطلح الإعلام الجديد إلى:

1. خبرات نصية جديدة: أنواع جديدة من أجناس الكتابة وأشكالها، الترفيه، المتعة وأنماط استهلاك وسائل الإعلام (ألعاب الكمبيوتر، النص التشعبي، المؤثرات السينمائية).
2. طرق جديدة لتمثيل العالم: الإعلام الذي (بالطرق التي لا تتضح دار للعالم) يوفر إمكانيات وخبرات جديدة لتمثيل ذلك العالم، كما الحال في البيئة الافتراضية الواسعة وشاشات الوسائط المتعددة القائمة على التفاعلية.
3. علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا: تغير في الاستخدام واستقبال الصورة ووسائط الاتصال والحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيات وسائل الإعلام.
4. تجارب وخبرات جديدة في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع: انتقالات تحولات في الخبرات الفردية والمجتمعية في التعامل مع الزمن، الفضاء، والمكان على كلا المستويين المحلي والعالمي والتي لها آثار على السبل والطرق التي نجرب ونختبر بها أنفسنا ومكانتنا في هذا العالم.
5. مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الإعلام: التحديات التي تواجه التميز بين الإنسان والآلة، الطبيعة والتكنولوجيا، الجسم، وسائل الإعلام كتكنولوجيا مصطنعة، الحقيقة والخيال.
6. أنماط جديدة من التنظيم والإنتاج: إعادة تخطيط واندماج واسع في وسائل الإعلام، الثقافة، الصناعة، الاقتصاد، التملك، الوصول، المراقبة والتعديل. (شريطي، 2014، صفحة 96)

5.2 أهداف الإعلام الجديد:

تسعى إدارة العلاقات العامة لتعزيز صورة المؤسسة أمام الجمهور من خلال تعريفه بخدماتها وزيادة حضورها الإعلامي وبناء الثقة عبر تقديم معلومات دقيقة، كما تعمل على تطوير العلاقات مع الجهات المختلفة وتعزيز التواصل الداخلي وزيادة الوعي الصحي والثقافي. تعتمد على أساليب علمية لدراسة الجمهور وتخطيط البرامج الإعلامية، مما يحسن الأداء المؤسسي ويرسخ صورة إيجابية كمصدر موثوق في المجتمع.

6.2 خصائص الإعلام الجديد:

التغيرات الحالية في تكنولوجيا الإعلام، تمثل المرحلة الرابعة من التحولات الكبيرة في العصر الحديث، بعد اختراع الطباعة، وخاصة المطبعة البخارية السريعة، التي جعلت توزيع الصحف والمجلات متاحاً للجميع. ثم جاء اختراع الراديو في عام 1920، وبعده التليفزيون في عام 1939. أما التغيير الذي نشهده اليوم، فهو يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والترفيه. هذه الميزة تجعل من السهل على الجميع الوصول إلى مصادر المعلومات والترفيه بأسعار معقولة، وهي سمة مشتركة بين الإعلام القديم والجديد. لكن الإعلام الجديد يضيف خاصية جديدة، وهي التفاعل وما بعد التفاعل.

التفاعل يعني أن وسائل الاتصال الجديدة يمكنها الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في محادثة بين شخصين. هذه الميزة أضافت بعداً جديداً مهماً لوسائل الإعلام الجماهيري الحالية، التي كانت عادة تتكون من محتوى يتم إرساله من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والترفيه في الوقت الذي يرغب فيه وبالطريقة التي تناسبه.

هذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية، تعتبر هذه المرحلة ثورة في نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بإمكان الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يناسبه، وبطرق متعددة الاتجاهات، وليس فقط من أعلى إلى أسفل كما كان في النموذج القديم. (الجندي، 2016، صفحة 98)

7.2 مميزات الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بالخصائص التالية نذكرها فيما يلي:

- أ. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل كبير من سلوكياتنا في التواصل: تدفع وسائل الإعلام الجديدة المستخدمين نحو مستوى أعلى من الانتباه والتفاعل مع المحتوى، على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يتم استهلاكها غالباً من قبل الجمهور دون تركيز أو قدرة على التذكر.
- ب. تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلى دمج وسائل الإعلام المختلفة: كانت وسائل الإعلام تعمل في السابق بشكل مستقل، بينما أصبحت اليوم، مثل صحيفة "نيويورك تايمز"، تعتمد بشكل كامل على الرقمنة، حيث تنشر عبر الأقمار الصناعية وتقرأ مباشرة على الإنترنت.

- ج. التلفزيون والإنترنت اندمجا بشكل كبير: الآن، يمكنك استخدام التلفزيون لمشاهدة البرامج، وأيضا لتصفح الإنترنت، وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني، كما يمكنك استخدام الكمبيوتر كجهاز لاستقبال برامج التلفزيون والراديو، وأصبحت شركات الكابل تعتمد على الأقمار الصناعية في بث برامجها، مما يجعل جميع وسائل الإعلام الجماهيري إلكترونية إلى حد ما.
- د. تكنولوجيا الإعلام الجديد جعلت حرية الإعلام حقيقة: بفضل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية، أصبح بإمكان أي شخص نشر رسالته والمشاركة في النقاشات العالمية بسهولة وبتكاليف منخفضة، مما أدى إلى توسيع حرية التعبير والوصول إلى المعلومات بشكل غير مسبوق.
- هـ. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط: لقد أحدث ثورة رائعة في المحتوى الذي يمزج بين النصوص والصور وملفات الصوت والفيديو، هذا النوع من المحتوى أصبح شائعا جدا في السنوات الأخيرة، خاصة بفضل صحافة المواطن، وله تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستحق أن نلقي عليها نظرة.
- و. تفتت الجماهير: يعني هذا أن المستهلكين لوسائل الإعلام أصبح لديهم المزيد من الخيارات الآن، وقتهم يتوزع بين العديد من الوسائل الممتعة مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية وألعاب الفيديو، بالإضافة إلى الوسائل التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون.
- ز. غياب التزامنية: هذا يعني أنه ليس من الضروري أن يكون المرسل والمتلقي موجودين في نفس الوقت، حيث يمكن للمتلقي الوصول إلى المحتوى في أي وقت يناسبه.
- ح. الانتشار وعالمية الوصول: يعني أن المحتوى يمكن أن يصل إلى معظم فئات المجتمع تقريبا، بالإضافة إلى قدرته على تخطي الحدود الجغرافية.

8.2 وظائف الإعلام الجديد:

يمارس الإعلام الجديد مجموعة متنوعة من الوظائف في المجتمعات المعاصرة، حيث يوفر سرعة الوصول إلى الأخبار عبر آلاف المواقع القادرة على نقل الأحداث في لحظتها، ويؤدي دورا معرفيا وسوسيولوجيا ذا أهمية من خلال مراقبة المجتمعات والتعلم منها، مما يعزز التركيز ويوسع آفاق المعرفة، ويقوي الحوار السياسي، ويدعم التنمية، ويؤثر في الاتجاهات والقيم الفنية والأدبية.

وعلى الجانب الآخر، يبرز الإعلام الجديد تحديات مرتبطة بغياب التحقق من المصادر، مما يعزز انتشار الدعاية والغزو الثقافي وهيمنة الخطابات غير الموثوقة. كما يتميز بتقديم كميات هائلة من المعلومات المتنوعة بفضل قدرات التخزين وسهولة الوصول التي توفرها التكنولوجيا الحديثة.

وقد أصبح له دور محوري في مجال التعليم، من خلال انتشار التعليم عن بعد، والفصول الافتراضية، والتعلم عبر الشبكات. كما تطورت وظائف الإعلان والتسويق عبره، إذ يوفر للمؤسسات فرصا واسعة للوصول إلى الجمهور، ويشكل موردا ماليا للمواقع الأكثر زيارة. ويؤدي الإعلام الجديد أيضا وظيفة التسلية والترفيه عبر المسابقات والألعاب الرقمية والمواد الإعلامية التي تلبي احتياجات المستخدمين بمختلف فئاتهم العمرية.

9.2 أفكار جديدة حول مفهوم الإعلام الجديد:

جاءت الرؤية العربية حول مفهوم الإعلام الجديد كصدى للأفكار التي طرحها الخبراء الغربيون، وكانت معظمها ترجمة لما قدمه الباحثون في أمريكا. لكن بعض الآراء أطلقت توصيفات جديدة للموبايل والحاسوب كوسيلتين إعلاميتين. الباحث عباس مصطفى صادق يطرح رؤيته للإعلام الجديد كحالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي تحملها الوسائل الحديثة مقارنة بالتقليدية، خاصة فيما يتعلق بالحالات الفردية "Individuality" التخصص "Customization"، الناتجة عن ميزة رئيسة هي التفاعلية. يعتبر عباس مصطفى أن الإعلام الفردي هو سمة الإعلام في القرن الواحد والعشرين، وأن الأنترنت هو إحدى أدواته، بينما كانت الجماهيرية سمة الإعلام في القرن العشرين. ويؤكد أن الإعلام الجديد ليس فقط إنترنت، فهناك تطبيقات جديدة ضمن هذا المفهوم لا تحتاج إلى الأنترنت، خاصة فيما يتعلق ببعض النصوص والصور ومعالجتها. كما يشير إلى أن من أهم سمات الإعلام الجديد هو إمكانية دمجها مع الإعلام التقليدي على منصة الكمبيوتر والشبكة العنكبوتية، مع التأكيد على التفاعلية كميزة تميز هذا المفهوم. الباحث السعودي فهد بن عبد الرحمن الشميمري يقدم رؤية عربية أخرى للإعلام الجديد.

حيث يحدد الإعلام التقليدي بثلاث وسائل فقط: المطبوع، المسموع، المرئي.

10.2 أجندة الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام:

يقول عالم الاجتماع Albert Bandura*، يلجأ الأفراد إلى وسائل متعددة لتحقيق أهدافهم في المجتمع، ومن بينها الإعلام الجديد الذي أصبح أداة رئيسية للتعبير والتفاعل وتشكيل الرأي العام على المستويين المحلي والدولي بعيدا عن رقابة السلطة. فقد أتاح للأفراد والمجموعات التواصل المباشر مع مؤيدين محتملين، وبناء حوارات متزامنة أو غير متزامنة تُسهّم في تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي.

كما توفر منصات التواصل خصائص تجعل المستخدم يصل بسرعة إلى معلومات شاملة حول الموضوعات التي يبحث عنها، مما يشبه حل المشكلات من خلال التوصيات الخوارزمية. ومع توسع المدونات، أصبح بإمكان الأفراد خصوصا الشخصيات المؤثرة، طرح قضايا سياسية واجتماعية لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، مما يولد نقاشات مفتوحة بين المستخدمين. وتستمر البيئة الرقمية في إنتاج وسائط جديدة تعمق مشاركة الجمهور في صياغة المواقف والآراء حول القضايا العامة. يكشف هذا التصنيف عن ترايد. (جيداد، 2017، صفحة 80)

11.2 دوافع الجمهور من التعرض للإعلام الجديد:

تعتبر الدوافع عنصرا أساسيا في عملية التواصل، فنشاط الجمهور واحتياجاته هو ما يحفز على التفاعل مع وسائل الإعلام. يتوقع الأفراد من الوسيلة أن تلبّي احتياجاتهم الاجتماعية والفردية، وبالتالي يرتبط قرارهم بالتفاعل بها بنوع هذه الاحتياجات. تختلف دوافع التفاعل مع الإعلام الجديد بين الفئات، فالشباب والنخب السياسية، ورجال الاقتصاد، يسعون جميعا إلى إشباع احتياجات محددة سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو ترفيهية، استنادا إلى تجاربهم وظروفهم، سيتم استعراض الدوافع الأساسية وراء تفاعل هذه الفئات مع الإعلام الجديد فيما يلي: (Blumer, 1969, p. 208)

أ. **تعرض السياسيين والناخبين:** يستخدم السياسيون وأعضاء الأحزاب الإعلام الجديد لتحقيق أهدافهم في التواصل والترويج، حيث يستغلونه لعرض أفكارهم والتفاعل مع الجمهور وكسب المؤيدين من خلال الصفحات والتغريدات ونشر أنشطتهم اليومية. وتظهر الدراسات أن الدوافع الرئيسية للنخب لاستخدام هذه

* عالم اجتماع، ويعد أحد واضعي نظرية التعلم الاجتماعي، والتي يطلق عليها أيضا نظرية التعلم بالملاحظة.

الوسائط تتمثل أولاً في تحقيق مكاسب مهنية وسياسية، وثانياً في الاطلاع على المعلومات والأحداث على المستويين المحلي والدولي.

ب. تعرض أعضاء النقابات المهنية للإعلام الجديد: أصبح الإعلام الجديد يوفر للباحثين إمكانية الوصول بسهولة إلى مكتبات إلكترونية وتطبيقات علمية متخصصة، مما يتيح تبادل الخبرات ونشر الأعمال الأكاديمية عبر مجموعات وصفحات رقمية. وتقدم هذه المنصات مصادر علمية متنوعة يمكن تحميلها أو قراءتها مباشرة، مثل مكتبة أساتذة وطلبة الدراسات العليا في الوطن العربي التي تضم آلاف المتخصصين، بالإضافة إلى مكتبات رقمية أخرى تدعم الباحثين في مجالات متعددة. (جيد، 2017، صفحة 160)

12.2 تعرض الشباب للإعلام الجديد:

ساهمت الثورة التكنولوجية في ظهور جيل من الشباب يتمتع بوعي أكبر وتفاعل متزايد، مع القضايا المجتمعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. فقد أتاح لهم استخدام تطبيقات الإعلام الجديد الوصول إلى محتوى جذاب وبيئة مناسبة للتعبير عن آرائهم ومشاركة الصور والفيديوهات المتعلقة بالأحداث. علاوة على ذلك، فإن المنصات الرقمية مثل يوتيوب قد سهلت إنشاء قنوات شخصية في غضون دقائق، مما أتاح للشباب فرصة إنتاج وبث محتوهم بشكل مستمر. (جيد، 2017، صفحة 166)

3. وسائل الإعلام الجديدة:

تعرف الطريقة الاتصالية الناجمة عن دمج تقنيات الاتصال الحديثة، مثل الحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة، بالإعلام الجديد. ومن أبرز وسائله:

1.3 مواقع الشبكات الاجتماعية:

منذ 2007، أصبحت الشبكات الاجتماعية مركزاً للتواصل السريع ونقل الأخبار، مما منح الأفراد قدرة على التعبير والمشاركة. غيرت أساليب نشر المحتوى، وزاد وقت الشباب فيها من وعيهم الثقافي ومهاراتهم القيادية، مما جعل منصات مثل الفيسبوك وماي سبيس أدوات فعالة في المشاركة الاجتماعية والسياسية، نتطرق إليها فيما يلي:

أ. **موقع الفايسبوك:** أصبح الفايسبوك شائعاً عالمياً منذ إنطلاقه في 2004 على يد "مارك زوكربيرغ" كمنصة جامعية في هارفارد، ثم توسع سريعاً إلى مدارس أخرى. أنجز "زوكربيرغ" الفكرة في أسبوع، مما ساهم في انتشاره الكبير بين الشباب.

ب. **موقع ماي سبيس:** من أوائل المنصات الاجتماعية، يتيح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية ومشاركة المحتوى والتواصل. شكل فضاء للتفاعل الثقافي والاجتماعي، حيث عبر ملايين الشباب عن قيمهم واهتماماتهم.

ج. **المدونات:** المدونات هي فضاء رقمي للنشر، تعرض فيه التدوينات زمنياً مع أرشفة وروابط دائمة. ظهرت عام 1994 على يد دايف وينر، وأصبحت أداة مهمة للإعلام الجديد للتعبير اليومي وآراء حول القضايا.

د. **الويكي:** الويكي منصات تعاونية تتيح للمستخدمين إضافة وتعديل المحتوى جماعياً، وأشهرها ويكيبيديا. كلمة ويكي تعني "بسرعة". ظهر أول موقع ويكي عام 1995 على يد "وارد كانينغهام، وبول يوف".

هـ. **البودكاست:** هو خدمة لتحميل ملفات الصوت أو الفيديو بسهولة عبر الرابط، ويمكن الاشتراك فيها عبر التطبيقات للحصول على المحتوى الجديد تلقائياً.

و. **المنتديات:** المنتديات هي برامج تفاعلية تتيح عرض الآراء ومناقشتها فوراً، حيث يمكن للمستخدمين الرد والتفاعل مع القضايا. تعتبر من أهم أدوات المشاركة والإعلام البديل، وبدأت في 1995 كمرحلة انتقالية بين النشرات الإلكترونية ومجموعات الأخبار.

ز. **مجتمعات المحتوى:** تستخدم المجتمعات الرقمية لتنظيم ومشاركة محتوى متنوع مثل الفيديو والصور. يعتبر يوتيوب أبرز مثال، حيث يتيح رفع الفيديوهات والتفاعل حولها، ويصنف من أكثر المواقع زيارة عالمياً. فليكر هو منصة مهمة لمشاركة الصور وأحياناً بديلاً لوكالات الأنباء في تغطية الأحداث.

ح. **التدوين المصغر:** تتيح الشبكات الاجتماعية إنشاء صفحات شخصية وتدوينات قصيرة. تويتر هو أشهر منصة للتدوين المصغر منذ 2006، حيث يسمح بإرسال رسائل تصل إلى 140 حرفاً، ومتابعة الأحداث والتواصل السريع. (الجندي، 2016، الصفحات 104-110)

المبحث الخامس: التمثلات السوسيو-مهنية للإعلام التقليدي والجديد

هناك تنافس حاد بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مع تراجع جمهور الوسائل التقليدية لصالح الوسائط الرقمية. هذا التحول دفع وسائل الإعلام التقليدية إلى إعادة بناء ذاتها وتحديث أساليبها لتصبح جزءاً من البيئة الإعلامية الجديدة.

1. مفهوم التمثلات السوسيو-مهنية:

شهدت الثمانينات تحولا إعلاميا كبيرا بفعل ثورة المعلومات وتطور شبكات الاتصال، حيث أدت تقنيات مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية إلى تسريع نقل البيانات، مما ساهم في انتقال الإعلام إلى مرحلة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات وبروز الأنترنت كوسيلة إعلام جماهيرية حديثة. (حسنين، 2006، صفحة 16)

يعتبر التطور الإلكتروني من أهم ثلاث تطورات تكنولوجية حديثة، إلى جانب العلوم البيولوجية والتكنولوجيا الفضائية، وسيؤثر بشكل عميق على المستقبل، خصوصا في الاتصال والإعلام. (عصام، 1984، صفحة 14) كما تتأثر العملية الإعلامية بالبيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، مما ينعكس على صياغة السياسة الإعلامية وأهدافها ومحتواها. (سيد، 2004، صفحة 18)

يتحدد تأثير وسائل الاتصال بنوع الوسيلة ومحتواها والقيم المجتمعية، وقد تسهم المضامين الإعلامية السلبية في إضعاف البنى الاجتماعية وتقويض القيم. (صباح، 2004، صفحة 315)

تمتلك وسائل الاتصال القدرة على تشكيل اتجاهات الأفراد وتغيير سلوكهم عبر الإقناع، مما يجعلها أداة قوية في توجيه الرأي العام نحو قضايا معينة بدون استخدام القهر أو العنف. (نشأت، 1999، صفحة 60)

وتزداد أهمية الإعلام مع التطور العلمي والتقني والصراعات العالمية. ومع تقدم تكنولوجيا الاتصال، أصبحت الصحافة الإلكترونية أكثر تأثيراً وصعوبة في الحجب، مما يجعل التخطيط الإعلامي ضروريا لضمان أداء فعال. (حسنين، 1988، صفحة 145)

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تطور السلوك البشري، رغم صعوبة إثبات تأثيرها بدقة. يتفق الباحثون على أن الإعلام يؤثر في القيم والاتجاهات، غالباً بتشكيل الآراء بدلاً من تغييرها، ومدة التأثير تختلف ولا تحدد بسهولة. (مكاوي حسن عماد السيد، 1999، صفحة 398)

التمثيلات السوسيو-مهنية هي تصورات جماعية للعاملين في الإعلام حول أدوارهم وقيم مهنتهم، وتتكون من التدريب والثقافة المهنية. مع ظهور الإعلام الجديد، تحولت هذه التمثيلات للتركيز على السرعة والتفاعل وإدارة الجمهور، بينما أصبحت قيم الصحافة التقليدية مثل الموضوعية محل تفاوض. اليوم، تتعايش تمثيلات تقليدية وشبكية في الحقل المهني، وتفسرها نظرية التمثيلات الاجتماعية كبناء جماعي للمعنى. (الله، 2004) وسوسيولوجيا الحقول والرساميل لفهم كيف تعمل ديناميات الاعتراف والهيمنة المهنية بشكل أفضل. (الصادق، 2008) وإلى أدبيات المجتمع الشبكي وثقافة التقارب، لنستعرض سوياً كيف يتم إعادة توزيع الخبرة والسلطة بين إعلام قديم وإعلام جديد في إطار بنى رقمية هجينة. (الرحمن، نظرية الختمية القيمة في الإعلام والاتصال، 2008)

تظهر دراسات الإعلام العربية أن التحولات في الوسائط التقليدية والجديدة ترتبط بتغير الثقافة وأساليب التلقي. تنتقد هذه الدراسات هيمنة التلفزيون الجماهيري وتبرز المدونات كفضاء جديد للتعبير والمشاركة. (Dominique, 2000)

2. تمثيلات الإعلام التقليدي:

تعرف تمثيلات الإعلام التقليدي بأنها مجموعة من الصور الذهنية والمعتقدات الاجتماعية، والمهنية التي يكونها الأفراد والمؤسسات، حول وسائل الإعلام الكلاسيكية مثل التلفزيون، والإذاعة، والصحافة الورقية. هذه التمثيلات ليست مجرد انطباعات فردية، بل تعكس بنية رمزية جماعية تحدد مكانة الإعلام التقليدي في الفضاء الاجتماعي والثقافي، وتمنحه سلطة رمزية في تشكيل الرأي العام وصناعة المعنى. (Moscovici, 1961)

من منظور نظرية التمثيلات الاجتماعية، إن التمثيلات هي نوع من المعرفة المشتركة بين الناس، تساعد على فهم الواقع والتفاعل معه من خلال رموز وقيم محددة. (Moscovici, 1961) وعندما نطبق هذه النظرية على الإعلام التقليدي، نكتشف كيف تتشكل صورة الصحفي المهني والمؤسسة الإعلامية الموثوقة في ذهن الجمهور، بناءً على التجارب التاريخية والعلاقات الاجتماعية التي تربط المتلقي بوسائل الإعلام.

يرى "بيار بورديو" أن الإعلام التقليدي هو حقلا مستقلا له منطقته الخاص ورأسماله الرمزي. في هذا الحقل، تنتج الممارسات المهنية من خلال صراعات حول الشرعية والتأثير. (Bourdieu, 1996) لذا، يمكننا القول أن التصورات المهنية للإعلام التقليدي تركز على مفاهيم مثل الموضوعية، الاستقلال التحريري والمسؤولية الاجتماعية. هذه المفاهيم تحدد هوية الإعلامي وتوضح حدود سلوكه المهني.

تشير نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، والاتصال للباحث عزى عبد الرحمن إلى أن الفعل الإعلامي مرتبط ارتباطا وثيقا بالقيم والثقافة للمجتمع الذي ينتمي إليه. وهذا يعني أن الإعلام التقليدي في العالم العربي يتأثر بالسياق الثقافي والديني بشكل أكبر من تأثره بالنماذج الغربية للمهنية والموضوعية. (الرحمن، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والاتصال، 2008)

إن التلفزيون، كوسيلة رئيسية في الإعلام التقليدي، ساهم في سقوط النخبة وبرزو الشعبي. لقد غير من طريقة تفكير الجمهور حول الثقافة والإعلام، محولا المشهد من النخبوية إلى الاستهلاك الجماهيري للرموز والمعاني. (الله، 2004) لقد شهدت تصورات الجمهور العربي للإعلام التقليدي تغييرات كبيرة مع ظهور وسائل الاتصال الجديدة مثل التدوين الإلكتروني، أصبح من الطبيعي أن يتساءل الناس عن مدى ثقتهم بالمؤسسات الإعلامية الكلاسيكية. (الصادق، 2008)

كان يعتبر الإعلام التقليدي طوال القرن العشرين، وسيلة رئيسية لتنظيم التواصل الاجتماعي، وبناء الوعي الجماعي، وصياغة الأجندة العامة. وهذا ما أعطاه طابعا مؤسساتيا قويا يختلف تماما عن انفتاح الإعلام الجديد. (McQuail, 2010) فلقد تغير هذا الدور بشكل كبير مع ظهور الشبكات الرقمية، التي أعادت توزيع القوة في التواصل بين الأفراد والمؤسسات. وهذا أحدث تغييرا في كيفية رؤية الجمهور للمصداقية والتأثير. (castells, The Rise of the Network Society, 2010) إن الثورة الرقمية لم تلغ الإعلام التقليدي، بل جعلته يعيد تعريف نفسه كوسيط منظم في عالم اتصالي مليء بالفوضى. (Dominique, 2000)

أصبحت تمثلات الإعلام التقليدي تمزج بين الحنين للمرجعية المؤسسية والرغبة في التفاعل بحرية، حيث تتوازن بين سلطة الخبر وسلطة المشاركة نذكرها فيمايلي:

أ. التمسك بالمعايير المهنية والضوابط: يعتبر الإعلام التقليدي نفسه حارسا للموضوعية والدقة، متمسكا بالضبط المؤسسي، الذي يميزه عن المحتوى المخصص للترفيه فقط. تعتمد المؤسسات الصحفية على منهجية تحريرية صارمة.

تشير دراسات إلى أن الصحفيين المحترفين يرون أن المصادر الاحترافية تتمتع بمصداقية أعلى، حيث تمتلك القدرة على التدقيق والضبط بشكل أفضل مقارنة بالمواطن العادي. (الدين، 2019)

ب. الخوف من فقدان السيطرة: استمر الصحفيون التقليديون في التشكيك في مصداقية المدونين ومفهوم الصحافة من قبل المواطن، حيث اعتبروا أن تدخل غير المتخصصين قد يؤدي إلى حدوث أخطاء جوهرية وتشويه للحقائق. وأظهرت دراسة أجريت في كشمير أن الصحفيين المحترفين لا يعتبرون الصحافة الشعبية تهديدا مباشرا لهم، إلا أنهم يعبرون عن شعور بعدم الأمان نتيجة المنافسة مع المعلومات السريعة وغير المدققة. يتكرر الأمر ذاته في السياقات الغربية، حيث أشار أحد المحررين في دراسة لمجلة "Wired" إلى أن ليس كل المدونات تتبع المعايير الجادة التي نلتزم بها. (Shachtman, 2002)

ج. تمثيل التدوين كمصدر غير احترافي: تسود في الإعلام التقليدي قناعة بأن المدونين يفتقرون إلى الأدوات المهنية اللازمة، حيث لا يمتلكون تدريباً أكاديمياً أو تحريرياً مؤسسياً، بالإضافة إلى غياب الأطر الأخلاقية. ينظر إليهم على أنهم (هاوون) يعتمدون في نشر محتوهم على حدسهم وتوجهاتهم الشخصية، مما يؤدي إلى حدوث أخطاء وعدم توازن في تقديم الأخبار.

انتقدت هذه الظاهرة بعبادة الهواة، فالتعديل الجماعي وتبادل المعلومات لا يمكن أن يحل محل المعرفة المؤسسية والتدقيق المهني. وقد أظهرت الدراسات أن الصحفيين والعاملين في مجال العلاقات العامة بمنحون المدونات تصنيفاً منخفضاً من حيث موثوقيتها كمصادر إخبارية. (Keen, 2014)

د. تمثيلات الإعلام الجديد: تعكس تمثيلات الإعلام الجديد، كيف يبني الأفراد أفكارهم ومعانيهم حول الوسائط الرقمية الحديثة، خصوصا التدوين الإلكتروني، كمساحة بديلة للتعبير والمشاركة وتبادل المعرفة. لقد غير التدوين طريقة التواصل التقليدية، حيث لم يعد المتلقي مجرد متلق سلبي، بل أصبح فاعلا تواصليا ينتج ويعيد توزيع المحتوى بناء على تصوره وهويته الرقمية. (Jenkins, 2006)

يعتبر التدوين الإلكتروني واحداً من أبرز مظاهر التحول من الإعلام التقليدي، إلى الإعلام الذاتي، فهو يمثل في المدونات شكلاً جديداً من التواصل المستقل عن المؤسسات الإعلامية التقليدية، مما جعل بعض الباحثين يرون فيه انبعاث حامل اتصالي جديد. (الصادق، 2008)

يمكننا أن نرى التدوين الإلكتروني كطريقة رائعة لإعادة تشكيل مجالات التواصل، حيث يصبح المدون بمثابة صحفي ومحلل وناقد في نفس الوقت، دون الحاجة للالتزام بالقيود التقليدية أو الأخلاقيات المهنية للإعلام. وهذا ما أشار إليه بيار بورديو بإعادة توزيع الرأسمال الرمزي بين الفاعلين في المجال الإعلامي. (Bourdieu, 1996) إلا أنه يجب ألا ننظر إلى الإعلام الجديد بشكل مثالي، صحيح أن الأنترنت أعطت حرية تعبير غير مسبقة، لكنه أيضاً أدى إلى ظهور أشكال جديدة من الفوضى المعلوماتية والعزلة في التواصل. (Dominique, 2000)

تظهر دراسات عربية جديدة أن التدوين في الفضاء العربي، بدأ كوسيلة رمزية لمقاومة السلطات الثقافية والسياسية، ثم تطور ليصبح جزءاً من اقتصاد الانتباه الذي يفرض قواعده الخاصة. (الرحمن، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام والاتصال، 2008)

تظهر هذه التمثيلات الفرق بين خطاب المدونين التحرري والمهيمنة الخوارزمية للمنصات، وبين الرغبة في الاستقلال المهني والاعتماد على شروط الظهور الرقمي. لذا، يصبح التدوين الإلكتروني مساحة لإعادة إنتاج التمثيلات السوسيو-مهنية، حيث تتداخل قيم الحرية، الذاتية، والمشاركة مع قيم المصادقية والمسؤولية الاجتماعية التي ورثها الإعلام من النموذج التقليدي. (McQuail, 2010)

يرى المختصون أن قوة الصحافة وحريتها تعكس مستوى تطور المجتمع وديمقراطيته، حيث تعتبر السلطة الرابعة القادرة على مراقبة أداء السلطتين السياسية والاجتماعية. ومع تعقيد الحياة وتزايد الفساد وتشابك المصالح، تبرز الحاجة إلى صحافة حرة تتحمل مسؤوليتها الرقابية والنقدية في كشف الخلل والدفاع عن حقوق الأفراد وحماية المصلحة العامة، إذ يعتبر النقد الصحفي وظيفة أساسية في الأنظمة الديمقراطية. (الفلاحي، 2014، صفحة 43)

3. سوسيولوجيا التمثلات المهنية للصحفيين في إطار التحول الرقمي للإعلام:

يساعد مفهوم التمثلات المهنية، في فهم كيف يتفاعل الصحفيون مع الوسائل الرقمية بشكل مختلف، فتصوراتهم المسبقة عما هي الصحافة وقيمها، تلعب دورا في مدى انفتاحهم على المنصات، وأي الاستخدامات يعتبرونها مقبولة مهنيا، والهوية المهنية للصحفي تتشكل حول مجموعة من القيم المهمة، مثل خدمة الجمهور، الموضوعية، الاستقلالية، السرعة، والأخلاق.

1.3 من التمثل إلى الممارسة:

أ. المنصات الرقمية للرصد اللحظي: إن التدوين الإلكتروني خاصة تويتر، يعمل كنظام "Ambient" journalist، "Always-on"، يمكن الصحفي من بناء نموذج ذهني للأحداث من شذرات متتابعة، مما يجعله قناة مبكرة لرصد الاتجاهات والإنذارات المبكرة للأخبار، هذا التمثل الإيجابي للمنصات يفسر استخدامها في الرصد الأولي والتنسيق "Contextualization"، وليس كبديل كامل للتحقيق الميداني.

ب. إعادة تعريف الحقيقة المهنية تحت هيمنة المنصات الرقمية: أصبحت الصحافة تعتمد على ادعاءات معرفة دقيقة ومتحقة، على منصات التواصل (توزيع/جلب جماهير/تحليلات)، أدخلت توترا بين السرعة وطريقة التحقق التقليدية، مما يستدعي إعادة معايرة مسارات التحرير الإستمولوجي داخل غرف الأخبار.

ج. الهوية المهنية بوصفها تمثلا موحها: عندما يمثل الصحفي المنصات كمكمل وظيفي وليس بديلا، ينتشر الاستخدام الاستراتيجي. وتحويل القصص إلى تنسيقات نصية، تحرير عناوين قابلة للمشاركة، واعتماد نوع اجتماعي للنشر. أما إذا تمثلها كمهدد للمعايير، فتظهر رغبة في الإبقاء على قنوات التحقق التقليدية، دون مزج فعال.

2.3 أنماط استخدام منصة مشتقة من التمثلات:

أ. الرصد والاستشعار: تستخدم تيارات التدوين الإلكتروني "Trend Sensors"، تساعد في توجيه أجندة المتابعة، يوصف ذلك بالتيار الرابط، الذي ينقل الصحفي من متابعة الخبر المفرد، إلى بناء صورة سياقية تراكمية.

- ب. إسناد معرفي جماعي: الربط وإعادة التغريد، يساهمان في تسنيق المعرفة من خلال ذكاء جماعي، يعزز التحقق التعاوني "Collective Verification" مع ضرورة ترشيد الضجيج "Signal-to-noise".
- ج. التوزيع والتفاعل: الاعتماد على خوارزميات المنصات، في الوصول خلق تبعية توزيع تؤثر في معايير الانتقاء داخل غرف الأخبار (قابلية المشاركة/الاندماج الجماهيري)، على حساب مؤشرات القيمة الخيرية التقليدية. (Westlund, 2019, pp. 259-270)

3.3 المتربات الإستمولوجية والأخلاقية:

- أ. التحقق من الأخبار: تتواجد آليات تعزز جودة الأخبار مثل التحقق الموزع وتصحيحات الجمهور، إلى جانب أخرى تضعفها مثل المعلومات المضللة ومشاركة الخوارزمية البارزة، مما يستدعي بروتوكولات تحقق هجينة تجمع بين معايير غرفة الأخبار، وذكاء الجمهور الشبكي. (Westlund, 2019, p. 260)
- ب. إعادة توصيف دور الصحفي: يتحول الدور من ناقل إلى صانع معنى/مفسر، حيث يطور أدوات للتنظيم الدلالي للتدفق "Sense-making tools"، وهو ما توقعه هيرميذا كاتجاه مستقبلي، لتصميم أنظمة تساعد الجمهور على التفاوض مع وعي المحيط. (Alfred, 2010, p. 307)
- ج. ثغرات الاعتماد على المنصات: تؤثر تغييرات سياسات التوزيع (مثل تعديلات فيسبوك 2017-2018) بشكل مباشر على الوصول وحضور الأخبار، مما يعمق اختلال القوة بين الناشر والمنصة. (Westlund, 2019, p. 257)
- تتيح دراسة مثل هذه التمثلات للباحثين فهم الأسباب وراء تبني التكنولوجيا أو مقاومتها في غرف الأخبار، بدلا من الاكتفاء بمراقبة الاستخدام الظاهر فقط.

4. أهمية منظور التمثلات في تحليل العلاقة المهنية بين الصحفي ووسائل الإعلام الجديدة:

من منظور مهني، يعتبر إطار التمثلات الاجتماعية أداة فعالة لفهم كيفية إدماج الصحفيين للتقنيات الرقمية، حيث يعتبر هذا الإدماج عملية اجتماعية وثقافية تتداخل فيها القيم المهنية والتصورات الذاتية، وليس مجرد تطور تقني.

مع انتشار التدوين ووسائل التواصل الاجتماعي، ظهر نموذج الصحفي الشبكي الذي يعيد تعريف دور الصحفي ليصبح منسقا للمعلومات في بيئة تفاعلية، حيث يجمع المحتوى من المنصات والمدونات ويقوم بفرزه وتقديمه للجمهور.

تكشف دراسة تصورات الصحفيين عن اختلافات في الاستعداد لتبني هذه الأدوار، فالنظر إلى التدوين كممارسة هامشية يؤدي إلى الاستمرار في التمسك بالقوالب التقليدية وتجاهل محتوى المستخدمين، بينما اعتباره فضاء يعزز التفاعل والنقاش يفتح المجال لدخوله في الممارسة اليومية وتطوير مهارات رقمية جديدة. (Beckett, 2008, p. 42)

يساعد منظور التمثيلات الاجتماعية في الكشف عن الأبعاد القيمية والأخلاقية التي تحكم علاقة الصحفي بالتقنيات الرقمية، حيث ترتبط تصوراتهم المهنية بقيم مثل المصداقية والمسؤولية وجودة الأخبار. تظهر الدراسات أن العديد من صحفيي المؤسسات التقليدية ينظرون بريية إلى محتوى الشبكات الاجتماعية لافتقاره إلى التحرير المهني، وهو موقف ناتج عن خبرتهم في غرف الأخبار حيث يعتبر دور حارس البوابة أساسيا للجودة.

5. التمثيلات كمدخل لكشف المواقف والممارسات الفعلية الجديدة داخل غرف الأخبار:

تساعد دراسة تصورات الصحفيين للتقنيات الرقمية في فهم الممارسات الظاهرة والخفية داخل غرف الأخبار، حيث تعمل تصوراتهم كقوة دافعة للسلوك المهني.

فالنظرة السلبية للتدوين الإلكتروني، مثل اعتباره غير موثوق أو مصدرا للشائعات، تؤدي إلى تجنب استخدامه أو إخضاعه لتدقيق صارم، بينما يؤدي التصور الإيجابي له كمصدر غني للمعلومات وصوت للمواطن إلى متابعته والتفاعل معه، وربما بناء شراكات مع مدونين مؤثرين.

كما يكشف تحليل هذه التصورات عن التناقضات داخل المؤسسات، إذ قد يعلن الصحفيون دعمهم للإعلام الرقمي بينما يشعر بعضهم بتهديد مهني من هيمنته، مما يدفعهم إلى الاعتماد على التغطية من خلف الشاشة بدلا من الحضور الميداني.

وتظهر هذه التصورات كيف تؤثر الآراء الشخصية في مدى تبني الصحفيين للسياسات الرقمية الرسمية، وفي إعادة تشكيل مفهوم الحضور الميداني والرقابة التحريرية في البيئة الإعلامية المعاصرة.

إن بعض الصحفيين يشعرون بالقلق من فقدان السيطرة على الأخبار، عندما تنتشر عبر الأنترنت، حيث يمكن إعادة نشرها وتحريفها دون أي رقابة، يعكس هذا القلق موقفا عميقا في ثقافة غرف الأخبار التقليدية، ويفسر حرص الصحفيين على اتخاذ إجراءات دقيقة، للتحقق من المعلومات المتداولة رقميا قبل نشرها وضبطها، وفقا للمعايير المهنية المعتمدة. (McNair, 2009, p. 118)

تؤكد الأدبيات السيكو-سوسولوجية أن التمثلات الاجتماعية، تعمل كدليل غير مرئي يوجه السلوكيات المهنية في أي مجتمع بشري، يرى بعض الباحثين أنه من خلال التأثير على تصورات الجماعة، يمكن التأثير على سلوكياتها وممارساتها. (سلمى، 2023، الصفحات 89-90)

يسمح تحليل تمثلات الصحفيين بفهم مدى اندماج الإعلام الجديد في الروتين التحريري، وكشف العوائق الذهنية التي قد تعيق رقمنة غرف الأخبار رغم توفر البنية التحتية التقنية. وبالتالي، يصبح أي مشروع لتحديث العمل الصحفي مرتبطا بإدماج هذه التمثلات ومعالجة المخاوف المرتبطة بها من خلال التدريب والحوار.

تظهر دراسة التمثلات آليات التبنى والمقاومة، وتوضح التحولات في الهوية المهنية والأدوار الصحفية، مما يكشف الفجوة بين الخطاب المؤسسي والمواقف الحقيقية للصحفيين. إن المجتمعات تعمل ضمن شبكات رمزية تؤثر في السلوك، مما يجعل تحليل تمثلات الصحفيين للتدوين الإلكتروني مدخلا ضروريا لفهم علاقتهم بالتقنيات الجديدة.

6. الإعلام الجديد كشكل صحفي:

أصبحت شبكة الأنترنت بفضل انتشارها الواسع من ناحية، وغزارة المعلومات التي تحويها من ناحية أخرى، أحد أهم مصادر الأخبار للصحافة ووسائل الإعلام المعاصرة، وقد واكبت المدارس الأكاديمية صعود شبكة الأنترنت كمصدر للأخبار والمعلومات الصحفية بنحت مصطلح "التحرير بمساعدة الكمبيوتر، Computer assisted reporting"، ثم مصطلح "التحرير بمساعدة الأنترنت، Internet assisted reporting" وخصصت له برامج دراسية في الكليات الجامعية المتخصصة في الصحافة ومنتديات على شبكة الأنترنت، وجمعيات صحفية عديدة في جميع أنحاء العالم، ويشير المصطلح السابق إلى استعمال الأنترنت، للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات حول ملايين الموضوعات.

إذا كانت الصحافة الإلكترونية تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في العديد من الجوانب المهمة، فإن الشيء المشترك بين اهتماماتها هو المحتوى الذي يعتبر معيار نجاح أي وسيلة إعلامية. فحتى لو كان نشر أفضل مقال عن أحدث الأخبار هو الأهم دائماً، فإن ما يميز الصحف الإلكترونية هو تقديم معلومات أكثر شمولاً وأفضل الطرق للوصول إليها. تشمل ذلك شبكات المعلومات، والشبكات الإخبارية، والمواقع الإخبارية على الأنترنت. سنتطرق إليها فيما يلي: (الدليمي، صفحة 260)

1.6 حرية وابداع ذاتي:

يعتبر الصحفيون التدوين الإلكتروني وسيلة تعبير صادقة وحرّة عن الذات، بعيداً عن القيود المؤسسية. وبفضل أدوات النشر الفورية، يستطيعون مشاركة الأخبار والأفكار على الفور، مما يمنحهم استقلالية كبيرة في اختيار المواضيع وطريقة معالجتها. تشير دراسة "Tolmie وآخرون" 2017، إلى أن الصحفيين يميلون إلى الاستفادة من هذه الحرية من خلال الاعتماد على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، لكنهم يعترفون أيضاً بأهمية التحقق من هذا المحتوى قبل استخدامه في الأخبار الرسمية.

2.6 الشعور بالاستقلالية والمهنية البديلة:

- **نموذج Producership***: قام أكسل برنس بتطوير هذا المفهوم لوصف بيئة إنتاج المحتوى الرقمي الجماعي، حيث يتداخل دور المستهلك مع دور المنتج. وقد وصف بأنه عملية التعاون المستمرة والبناءة في تطوير المحتوى. ويتميز هذا النموذج بالخصائص التالية: انفتاح المشاركة، هيكلية غير هرمية، تطور مستمر للمحتوى، ملكية مشتركة ومكافآت فردية

- **نموذج Gatewatching***: وفقاً لبرنس، يشير هذا المصطلح إلى الدور الجديد الذي يتبناه الصحفيون في مراقبة الأخبار وتقييمها بدلاً من حجبها. في هذه العملية، يقوم المدونون (الصحفيون) بتنسيق ونشر

* **Producership = الإنتاج أثناء الاستخدام أي: المستخدم لم يعد يكتفي بالاستهلاك، بل يُشارك في الإنتاج بنفسه. في الإعلام التقليدي:**

- هناك منتج للمحتوى (مثل الصحفي أو المؤسسة الإعلامية).
- وهناك مستهلك للمحتوى (الجمهور).

في الإعلام الجديد:

- الحدود تلاشت.
- أصبح الجمهور ينتج، ويشارك، ويصحح، ويعيد توزيع المحتوى.

أي أن "المستخدم" أصبح أيضاً "منتجاً". (**Producer + User = Producership**)

* مصطلح "Gatewatching" هو مفهوم حديث في مجال الإعلام الرقمي، ويعتبر من الأفكار الأساسية التي طرحها الباحث أكسل برنس. يُعتبر هذا المفهوم بديلاً أو تطوراً لمفهوم تقليدي في الصحافة يُعرف باسم "Gatekeeping" = مراقبة البوابات بدلاً من "حراسة البوابات"

وتوضيح الأخبار عبر مدوناتهم ووسائل التواصل الاجتماعي، مع الاستفادة من التفاعل الجماهيري أيضا. وتحدث هذه العملية في الوقت الفعلي تقريبا.

3.6 إعادة التهيئة المهنية في الإعلام الجديد:

كانت المهنة في الإعلام التقليدي، تفهم في إطار الضبط المؤسسي، حيث كانت تعتمد على عدة عوامل، منها: الانتماء إلى مؤسسات إعلامية مرخصة، احترام قوانين النشر، والامتثال لمواثيق أخلاقية موحدة مثل الموضوعية والتوازن والتحقق.

ومع ظهور "Web 2.0"، تغير هذا الفهم بشكل جذري. لم يعد إنتاج المحتوى الإعلامي مقتصرًا على المؤسسات فقط، بل أصبح متاحًا للأفراد مثل المدونين ومستخدمي اليوتيوب، وكذلك للمجتمعات الرقمية مثل المنتديات وشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى المشاريع التشاركية مثل ويكيبيديا .

إن ما يعتبر خبرًا موثوقًا لا يحدده فقط الصحفيون المؤسسون، بل يتم إعادة التفاوض عليه من خلال التفاعل الجماعي والتحسين التعاوني للمحتوى. لذا تتأثر الثقافة التشاركية على الاحترافية من خلال:

- ❖ **التحقق الجماعي:** يقوم المستخدمون بتصحيح الأخطاء وتبادل المعلومات الموثوقة.
- ❖ **الرقابة الأفقية:** الجمهور هومن يراقب ويحاسب الكاتب، وليس رئيس التحرير فقط.
- ❖ **التمويل الجماعي:** يوفر الدعم للمهنيين المستقلين بناء على الثقة، بدلا من الاعتماد على مؤسسات معينة. (Bruns, 2008, p. 83)

إعادة تعريف المهنة في العصر الرقمي لا تعني اختفائها، بل تشير إلى تحولها من مهنة مغلقة تقتصر على المؤسسات إلى مهنة تشاركية، ديناميكية، وشبه مفتوحة. هذه المهنة الجديدة تستند مصداقيتها إلى التفاعل، والمشاركة المجتمعية، والالتزام الذاتي بمعايير الشفافية، بدلا من ارتباطها بأي مؤسسة رسمية.

7. الإعلام الجديد امتداد للإعلام التقليدي:

يظهر مفهوم الإعلام الجديد ثراءً فكرياً ناتجاً عن غموض مصطلح الجديد نفسه، حيث يتردد الأفراد في قبول التغيير خوفاً من فقدان مكاسب الماضي. كما يعيش المشهد الإعلامي العالمي توتراً بين الإعلام التقليدي المحافظ والإعلام الجديد الأكثر ثورية، الذي يتميز بتوسيع مجالات التعبير ومشاركة الجمهور في النشر وصناعة المحتوى، وهي مجالات كانت خارج نطاق الإعلام التقليدي بسبب قيوده التقنية والتنظيمية.

ومع ذلك، لا يمكن الفصل بين القديم والجديد بشكل قاطع، فكل جديد يصبح تقليدياً مع مرور الوقت، ولا يزال الإعلام التقليدي يؤدي وظائف أساسية في تقديم معلومات موثوقة. وقد أدى ذلك إلى ظهور مفهوم الإعلام التقليدي الجديد، الذي يمزج بين القيم التحريرية التقليدية والتقنيات الرقمية والتفاعلية. في النهاية، تكمن جودة الإعلام الجديد ليس فقط في التكنولوجيا، بل في منظومة الأفكار والممارسات الاجتماعية التي تنبع من جذور الإعلام التقليدي نفسه. (الرزق، 2012، صفحة 5)

يظهر تحليل عزى أن الجديد في الإعلام لا يتجلى في التكنولوجيا نفسها، بل في التحولات التي تحدثها في نظام القيم الاتصالية والاجتماعية. فوسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، ليست ثورة تقنية، بل هي فضاءات جديدة لإعادة توزيع السلطة الرمزية والمعنى بين الأفراد والمؤسسات. ومع ذلك، يحذر عزى من الفراغ القيمي. (الرحمن، القيم والإعلام في ظل العولمة، 2011، الصفحات 59-63) الذي قد يرافق هذا الانفتاح الرقمي، حيث يمكن أن تتحول الحرية الاتصالية إلى فوضى رمزية إذا لم توجه بمعايير أخلاقية وإنسانية واضحة. ويعيد قراءة الظاهرة الرقمية من منظور إنساني نقدي، فالتفاعل الإلكتروني لا يقاس بعدد النقرات أو المتابعين، بل بنوعية المعنى الإنساني الذي ينتجه. وبالتالي، يقدم الحتمية القيمة كبديل علمي لمقاربات الحتمية الرقمية، (Azzi, 2013, p. 15) التي تعتبر الإنسان مجرد مستخدم بيانات، وليس كفاعل قيمي.

فالوسيلة لا تخلق القيمة، بل القيمة هي التي توجه الوسيلة وتمنحها معناها. ومن هذا المنطلق، تسعى النظرية إلى إعادة الاعتبار للإنسان كفاعل قيمي، وتعرف الاتصال بأنه عملية إنسانية قيمية تهدف إلى تحقيق المعنى، وليس مجرد نقل المعلومة. ويعتبر هذا التأسيس الفكري حجر الزاوية لأي قراءة نقدية للإعلام الجديد، الذي تحول في ظل الثورة الرقمية إلى منظومة عولمة تقنية ضخمة تهدد بتهميش الإنسان لصالح الخوارزمية. (الرحمن، 1998، صفحة 45) ولا يمكن فهم الوسيلة بمعزل عن القيمة التي توجهها، إذ تستخدم لتحقيق أهداف

إنسانية معينة، وتعتبر القيمة هي التي تمنح الفعل الاتصالي مشروعيته. وتصبح التقنية مجرد وسيط ثقافي يعاد تشكيله وفقاً للمرجعية الحضارية للمجتمع، مما يجعل النظرية أنثروبولوجيا بامتياز، لأنها تعتبر الإعلام ظاهرة إنسانية متجذرة في الثقافة قبل أن تكون ظاهرة تكنولوجية. (الرحمن، مدخل إلى النظرية الحتمية القيمة في الإعلام، 2003، صفحة 18)

تقدم الحتمية القيمة رؤية تدعو إلى إنشاء فلسفة إعلامية تستند إلى القيم الإنسانية بدلا من النماذج الغربية، حيث تعتبر أن الإعلام ليس مجرد انعكاس للواقع، بل هو قوة تعيد تشكيل الوعي وتوجه المعنى. في عصر المنصات الرقمية والخوارزميات، تؤكد النظرية على أن السلطة الحقيقية هي رمزية وقيمية، وأن من يمتلك منظومة القيم يمتلك القدرة على التأثير في الاتصال. وبالتالي، تعتبر ثورة الإعلام الجديد اختبارا حضاريا يعتمد نجاحه على قدرتنا على أنسنة الرقمنة، أي دمج البعد القيمي في ممارسة الاتصال المعاصر. (Azzi, 2013, p. 12)

8. التفاعل بين الإعلام التقليدي والشبكات الاجتماعية في النظام الاتصالي الجديد

بدأت رقمنة الإعلام بهدف توسيع نطاق الانتشار وتقريب الوسيلة من المتلقي، لكن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم فضاء إعلاميا معقدا يمزج بين الجوانب الاجتماعية والإخبارية. يمكن تلخيص القضايا الرئيسية في أربع نقاط:

أ. **حدود غير واضحة:** تبدو شبكات التواصل بلا حدود، مما يشكل أحد قيودها النظرية، إذ يصعب ضبطها مفاهيميا بسبب حالة "اليوتوبيا التقنية". كما كسرت الحدود بين الخاص والعام التي حافظ عليها الإعلام التقليدي، مما غير طبيعة الظهور الاجتماعي للأفراد.

ب. **تحول في أنماط التلقي:** لم يعد الجمهور يتوجه إلى الوسيلة، بل أصبحت الوسيلة تتكيف مع استخدامات الجمهور. انتهت تقاليد "أوقات الذروة" وقراءة الصحيفة الصباحية، ودخلنا عصر الاندماج والوسائط المتعددة حيث يهيمن المحتوى على حساب الوسيلة، وتتداخل المنصات في منظومة الوسائط المتعددة.

ج. **من ديمقراطية الرقمي إلى رقمنة الديمقراطية:** اعتمدت الدول الرقمنة لتوفير وصول واسع للمعلومات وتجاوز الإعلام الرسمي، مما عزز ثقافة المشاركة وشكل تحولا في الفكر الديمقراطي الدولي.

د. أزمة الصحافة الورقية: تتباين المواقف بين تمجيد المكتوب والتنبؤ بزواله أو الدعوة للعلاقة التفاعلية مع الرقمي. ورغم الاختلاف، هناك إجماع على أن الصحافة تعيش لحظة تاريخية جديدة تتطلب أدوات بحث جديدة تعيد تعريف الصحافة كظاهرة اجتماعية متغيرة. (الرزق، 2012، صفحة 18)

إن الصحافة التقليدية كانت المنظومة التي مكنت مقولات الاتصال الجماهيري، ولا تزال المقاربة الوظيفية التقليدية قائمة. أما الإعلام الاجتماعي وشبكاته، فإن استقلاليتها النسبية عن المؤسسات وغياب الحدود النظرية تجعله مدخلا جديدا لمقاربة نقدية لوسائل الإعلام، التي تسعى دائما إلى تحرير الفرد من هيمنة وسائل الإعلام الجماهيرية.

الفصل الثاني: التأسيس النظري للتدوين الإلكتروني في وسائل الإعلام الرقمي

أدى ظهور وسائل الاتصال الجديدة إلى تراجع سيطرة الإعلام التقليدي، مع بروز منصات غير خاضعة لرقابة الدولة، مما غير نمط التأثير نحو تواصل شعبي أكثر حرية. وأصبح التدوين الإلكتروني من أبرز مظاهر هذا التحول، حيث انتقل التواصل من إطار مؤسسي مغلق إلى فضاء رقمي مفتوح. وساهمت البيئة الشبكية في ظهور ممارسات جديدة مثل المدونات الشخصية والصحافة المواطنية، ليصبح التدوين الإلكتروني أداة مركزية في الخطاب الإعلامي الرقمي وبناء هوية صحفية جديدة تعتمد على الفردانية والتفاعل مع الجمهور. يسعى هذا الفصل إلى تأصيل المفهوم نظرياً من خلال تحديد جذوره المعرفية في دراسات الإعلام الجديد، وبيان خصائصه ووظائفه في البيئة الرقمية، بالإضافة إلى توضيح أبعاده الاتصالية والسوسيولوجيا، بوصفه ممارسة تجمع بين حرية التعبير والالتزام المهني، وبين التقنية والقيمة، وبين الصحفي والمؤسسة الإعلامية.

المبحث الأول: التدوين الإلكتروني، التعريف والخصائص

أصبح التدوين الإلكتروني أحد أبرز أشكال الإعلام البديل، حيث أتاح مساحة للتعبير الحر خارج الأطر التقليدية، وغير علاقة الجمهور بالإعلام من التلقي السلبي إلى المشاركة الفاعلة. كما اكتسب التدوين الإلكتروني أهمية في النقاشات الأكاديمية حول الديمقراطية الإعلامية وصحافة المواطن. يهدف البحث إلى تأصيل مفهوم التدوين الإلكتروني من خلال تعريفاته وخصائصه التقنية لفهم دوره كأداة للصحفيين. كما ساهم الفضاء الرقمي المفتوح في تجاوز الحدود الجغرافية وخلق قرية عالمية، مما أتاح انتشار دعائي يعكس صراعات دولية دون قدرة السلطات على التحكم فيه.

تظهر الشبكات الاجتماعية إمكانيات لتعزيز حرية الأفراد، لكنها قد تصبح أداة دعاية تخدم مصالح معينة. في الثورات العربية، ساهمت هذه المنصات في تعبئة الجماهير وإدماج فاعلين جدد، مما مكن الجمهور من المشاركة وكسر التبعية التقليدية. ومع ذلك، تتعارض هذه اللامركزية مع الشمولية التي تعتمد عليها الأنظمة الديكتاتورية، التي تستخدم الرقابة والتضليل لإضعاف النقد وتوجيه الجمهور.

إن عزل الظاهرة الاتصالية عن أبعادها الاجتماعية أو النفسية أو الاقتصادية أو التقنية إجراء قاصر علمية، لذلك يبدو أن علوم الإعلام والاتصال هي في مفترق طرق مناهج فكرية عدة وتخصصات مهنية متعددة، وجب التعامل معها بكثير من المرونة الفكرية والحذر الأكاديمي. (ماتلار، ترجمة العياضي، و والصادق، 2006،

ويعتقد منظرو الصحافة العامة أن هذه النظرية ليست مقتصرة على الغرب، بل هي ضرورة حتمية لكل الأنظمة الإعلامية في العالم. (رزق، 2007، صفحة 13)

أدى ظهور شبكة الأنترنت إلى تحول جذري في طبيعة الاتصال، حيث انتقل من نمط أحادي إلى نمط ثنائي، مع غياب حراس البوابة. هذا التحول أسهم في إضعاف السلطة وفقدان قدرتها على التحكم في تشكيل الواقع، مما أتاح بروز قوى جديدة تساهم في تمثيل هذا الواقع وتجسيده، وبالتالي أنهى احتكار الشكل المركزي للاتصال. (بحيث، الأنترنت: وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، 2004)

أدت وسائل الاتصال الحرة وغير الخاضعة للرقابة إلى تمكين الجمهور من ممارسة دعاية مضادة تتحدى احتكار السلطة للمعلومات. وقد تجلّى ذلك بوضوح خلال الثورة التونسية، حيث استطاع الأفراد إنتاج محتوى بصري ونشره على نطاق واسع رغم محاولات النظام لمنعه. وساهمت الثورة الرقمية في ظهور أشكال جديدة من التعبير والوصول إلى جماهير متنوعة، مما عزز التفاعل بين المتلقي والمحتوى. وأصبح المتلقي يلعب أدواراً محورية في منظومة إنتاج القيمة، من جمع وصياغة وتخزين وتوزيع المعلومات، بشكل يفوق ما كان ممكناً في السابق. (المصدر، 2020، صفحة 70)

1. العوامل المساعدة على ظهور التدوين الإلكتروني:

➤ الحاجة التكنولوجية:

إن من يمتلك تكنولوجيا المعلومات يمتلك القدرة على مواجهة الآخرين، بينما من لا يمتلكها لا يستطيع أن يبتعد عن تأثيرات الآخرين. كما أن احتمال اتساع الفجوة بين الدول العربية، والدول الغربية المنتجة للتكنولوجيا سيظل قائماً، طالما أن الواقع العربي يعاني من غياب التنسيق في سوق المعلومات العربية، التي تتقاسمها عدة موردين للبرامج والمعلومات، وطالما أن الصناعة العربية، لم تصل بعد إلى المستوى الذي يمكنها من تصنيع الكمبيوتر بشكل كامل. (الله م، 1999، صفحة 132)

تتفق جميع المصادر الدولية والأكاديمية، على أن العالم العربي يعتبر من بين أقل المناطق في العالم من حيث القدرات التكنولوجية، وأضعفها من حيث الإسهام والاستفادة من مجتمع المعرفة ومزاياه، التي بدأت الدول الغربية في الانتقال إليها منذ حوالي نصف قرن. وتشير بعض الدراسات إلى أن أو ضاع العرب في هذا المجال لن تشهد تحسناً في العقد المقبل. (الجمال، 2005، صفحة 178)

يعتقد فلاسفة ما بعد الحداثة أن مجتمع المعرفة يعتمد على أفكار افتراضية وشبكات اجتماعية جديدة، بينما يرى القانونيون والباحثون في العلوم السياسية أنه ناتج عن تداخل تكنولوجيا الاتصال مع عملية اتخاذ القرار والسيادة، مما يؤدي إلى إعادة تشكيل السلطة وتوسيع نطاقها. (محمد ث.، 2008، صفحة 228)

➤ الوظائف الديمقراطية للإعلام:

إذا كانت الوظائف السياسية لوسائل الاتصال الجماهيري تشير في معظمها إلى استغلال الأنظمة الحاكمة والأحزاب والتيارات السياسية للإعلام من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، فإن مجموعة المتغيرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والإعلامية الدولية المعاصرة، التي تميز المجال الإعلامي الجديد، تفرض علينا ضرورة تحديد وظائف ديمقراطية للإعلام. (العوير، 2007، صفحة 85)

مكن التدوين الإلكتروني فئات غير النخب الحاكمة من التعبير عن آرائها من خلال منصات رقمية متنوعة، وجعلها قادرة على إنتاج المعلومات بدلا من الاكتفاء باستهلاكها، متجاوزة بذلك قيود الإعلام التقليدي. ومع وصول عدد المدونات إلى حوالي 70 مليونا، ظهر مفهوم إعلام المواطن "Citizen Media"، بينما أطلق عليها البعض اسم صحافة الهواة "Amateur Reporting" مما يسهم في تعزيز نوع من المواطنة الرقمية والتنقل في مجال الديمقراطية الافتراضية، "Virtual Democracy". (توفيق وكدواني، 19-20 فيفري 2008، صفحة 10)

ازدادت أهمية التدوين الإلكتروني من الناحية الديمقراطية مع اعتماد المؤسسات الإعلامية الكبرى على المدونات أو المدونين المعروفين. وأصبح الصحفيون يعتمدون على المدونات السياسية كمصدر رئيسي للأخبار. وعلى عكس دعم الإعلام التقليدي للحكومات، يمنح الأنترنت الأفراد قوة أكبر، حيث تتيح المدونات نشر تفسيرات سياسية دون رقابة من حراس البوابة، مما جعل التدوين السياسي له تأثير كبير في الحياة العامة ويساهم في تعزيز المشاركة والديمقراطية بين الأفراد.

ساهم التدوين الإلكتروني في تعزيز الوظائف الديمقراطية للإعلام، مما زاد من مسؤولية الأفراد في اتخاذ القرارات الوطنية والمشاركة في إدارة الشأن العام. كما أن تبادل المعلومات والنقاش حول القضايا العامة قد زاد من اهتمام الناس وحفزهم على المشاركة والتفكير في حلول لمشاكلهم. (الله م.، 1999، صفحة 49)

أدى اتساع مجالات التعبير إلى بروز مطالب جديدة من فئات لم تكن تطالب بها سابقا، حيث يعزز الشعور بإمكانية تحقيق مطلب معين الجراءة على طرح مطالب أخرى. إن الإعلام الحر ساهم في تقويض شرعية الحكومات من خلال نفي امتيازها في اتخاذ القرارات وترويج المطالب، مما يضعف فعاليتها ويزيد من وعي الأفراد دون أن يؤدي إلى تفكك المجتمع إلى مجموعات متنازعة. (بانفيلد و ترجمة عزت نصار ، 1995، صفحة 16)

أدت المتغيرات الدولية السريعة إلى زيادة الحاجة لدور وسائل الاتصال الجماهيري في توضيح المفاهيم الجديدة وشرحها للجمهور. وتستدعي الديمقراطية عدم احتكار السلطة لنشر هذه الأفكار أو منعها، كما يجب أن يكون تنظيم الإعلام بعيدا عن السيطرة البيروقراطية أو المركزية. (الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، 2005، صفحة 325)

سنتطرق في هذا المبحث إلى تعريف المدونات وتاريخ ظهورها، مع التركيز على ما يميزها عن الأشكال الاتصالية الأخرى. وذلك تمهيدا لفهم دقيق لطبيعة هذا الفضاء الاتصالي

2. المدونات، مفهومها وخصائصها

1.2 المدونات كمصطلح ودلالة لغوية:

المدونات كمصطلح أو مفهوم لغوي مفردا مدونة أو (weblog)، تعني اصطلاحا سجل الشبكة، وتعريفها دفتر يوميات إلكتروني، وتم الاتفاق عربيا بأن مدونة كتعريب لـ (weblog) أو (Blog)، وكلمة تدوين هي تعريف لـ (Bloggng)، فالمدونات والتي بدأت في تسعينيات القرن الماضي كهواية، أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد وعمل الصحفيين، وسلعة إعلامية تؤثر في صناعات القرار.

وبالكشف للمصطلحات الغربية في منجد ثورة المعلومات والأنترنت أن كلمة (Bloggerahy)، التي تعني سيرة، وأن الثابتة فهي مصطلح "لوغ Log"، وتفيد دلالاته سجلا أو جدولا أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل، وفي صيغة الجمع بالإنكليزية تصبح (Bloggers) بلوغرز، ومنهم من يعتبرها مدونة (Blogsphere) أي تجمع بين الذاتية والكونية. (رمضان، 2013، صفحة 109)

تعرف المدونات، أو الصفحات الشخصية، بأنها تطبيقات على الأنترنت تعمل بنظام إدارة المحتوى، وهي أبسط وسيلة للتعبير عن صفحة ويب تحتوي على تدوينات مرتبة زمنياً. كل تدوينة تحمل عنواناً دائماً يمكن للقارئ الرجوع إليه لاحقاً، مما يسهل الوصول إلى المحتوى. صاحب المدونة هو المتحكم في كل ما ينشر، ويمكنه إضافة تدويناته بسهولة من بريده الإلكتروني أو حتى من هاتفه المحمول.

تعتبر المدونات ظاهرة عالمية تعتمد على التفاعل، حيث يشارك الأفراد من مجالات متنوعة للتعبير عن آرائهم وفق رؤاهم الشخصية. وقد أصبحت جزءاً أساسياً من ثقافة الشباب في الغرب والعالم العربي، حيث يستخدمونها للتأثير على الرأي العام ومواجهة القيود الحكومية. وتتميز المدونات بتنوع أساليبها اللغوية وطابعها الفردي، بالإضافة إلى توفيرها أرشيفاً يسهل الوصول إليه لتبادل الأفكار. لم تكن المدونات الشخصية نتيجة للأنترنت، بل ظهرت سابقاً في الصحافة المطبوعة عندما خصصت بعض المجلات الفرنسية أعمدة لكتابات صحفيين وكتاب أثناء سفرهم أو إعداد تقاريرهم، حيث كانت تحتوي على انطباعات ومعلومات إضافية. ورغم استخدام هذا الأسلوب في الصحف الفرنكوفونية، إلا أنه لم يجعل الفرنسيين هم أول من ابتكر المدونات، بل كانت مجرد مبادرات فردية داخل بعض المؤسسات الصحفية. (العباسي ن، 2005)

2.2 التعريف الدلالي:

بعد ما تعرفنا على المصطلح ومعانيه المتعددة، من المهم أن نفهم دلالاته، فيطلق اسم مدونة على موقع الشخص الذي يكتب مزيجاً من الأحداث، والسيرة الذاتية وآرائه على صفحة إلكترونية. (الرزق، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، صفحة 4)

تعتبر المدونة نوعاً من الكتابة الصحفية الرقمية، حيث تعرض فيها التجارب والقصص الشخصية ومناقشات الحياة اليومية بمختلف جوانبها، وغالباً ما تدعم بالصور والمقاطع الصوتية والفيديوهات التي ينتجها المدون بنفسه. وتعرف ويكيبيديا المدونة بأنها تطبيق إنترنت يعتمد على نظام إدارة المحتوى، وتستخدم الترجمة العربية الشائعة لكلمة "Blog" المشتقة من "Weblog" بمعنى سجل الشبكة.

تقتصر المدونة على لهجة فردية، حيث تختلف العادات اللغوية من شخص لآخر، ولكل فرد نغمة خاصة تعبر عن شخصيته، مما يجعلها مجموعة من اللهجات الفردية. (مارتان و ترجمة المهيري، 2008)

تسعى شركة (Google) لمنافسة (Yahoo) في استقطاب المدونين العرب من خلال طرحها بداية العام 2008م خدمة الأنترنت (Blogger) باللغة العربية، وتسمح هذه الخدمة لمستخدمي اللغة العربية حول العالم بالتواصل والتعبير عن أنفسهم والمشاركة في واحد من أكبر اتجاهات الأنترنت في وقتنا الحاضر، وتوفر (Blogger) وسيلة سهلة وفعالة تمكن الناس من تبادل وتقاسم آرائهم وأفكارهم مع الملايين من الأشخاص عبر الأنترنت، وتتيح خدمة (Blogger) لأي مستخدم أن يقوم بتأسيس مدونته الشخصية، وتعديلها وتحديثها عن طريق خطوات بسيطة يستطيع من خلالها أن يبدأ التدوين الإلكتروني، وأن يحمل عليها أفلام الفيديو والصور الخاصة به.

بعد نشر المحتوى على مدونة (Blogger) أمرا سهلا للغاية، ويمكن للمستخدم الحصول على تعليقات فورية من القراءة بسهولة وسرعة، والآن مع إطلاق نسخة (Blogs) يستطيع متحدثو اللغة العربية الانضمام إلى مجتمع كبير إضافة إلى أن (Google) سيقوم بتحسين خدمة المدونة الخاصة بها على مدار العام.

وبهذا الصدد قال "سيوبان كوين" أحد مديري خدمة المدونات بقوقل، نحن مسرورون بطرح "Blogs" باللغة العربية للجمهور، وتهدف خدمة "Blogs" إلى مساعدة الأفراد في التواصل، ومشاركة كل ما هو جديد مع بعضهم البعض بطريقة سهلة.

تسعى "Google" للاستحواذ على السوق العربية للأنترنت، فأعلنت رعايتها رسميا لمؤتمر (Blogotour، جولة التدوين) الذي أقيم في أول عام 2008 في المغرب ([www . blogotour . com](http://www.blogotour.com))، وخصصت جائزة المغرب للتدوين وسلمتها، في المؤتمر الذي استمر خمسة أيام. (<http://www.marocblogawards.com>)

جمع المدونين المغاربة كافة، إضافة إلى تنظيم جولة للمدونين المحترفين في خمس مدن مغربية العرض خبراتهم ودعوتهم لحضور فعاليات المؤتمر ومشاركتهم متعتهم وشغفهم بالتدوين، إضافة إلى إقامة ورشة عمل في كل مدينة المناقشة مواضيع تختص بالتدوين والبرامج المتعلقة به، إضافة إلى توزيع جوائز على 18 فئة مختلفة في مجال التدوين والبرامج المتعلقة به، إضافة إلى توزيع جوائز على 18 فئة مختلفة في مجال التدوين.

وتقول ياسمينه بريحي مديرة التسويق بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إنه لشيء عظيم أن ندعم المجتمع والمحتوى العربي مع طرح النسخة العربية (Blogs) ويعتبر العمل مع مؤتمر (Blogotour) مناسبة لقوقل،

حيث يحرص كلاهما على تشجيع المجتمع العربي على زيادة المحتوى وتأكيد أنه نتائج جولات المؤتمر بينت الاهتمام الشديد والحماس المتزايد تجاه التدوين باللغة العربية على شبكة الأنترنت. (رمضان، 2013، صفحة 115)

3.2 نشأة المدونات على الأنترنت:

بدأت ظاهرة المدونات على الأنترنت في منتصف تسعينيات القرن الماضي في الولايات المتحدة، حيث يعتبر موقع "Drudge Report" البداية الحقيقية للمدونات، إذ ساهم في نشر فضيحة مونيكا ليفينسكي، السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون.

يعتقد بعض المتخصصين في معلومات الأنترنت أن التدوين بدأ مع تأسيس "جاستن هول" في عام 1994، كأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، حيث كانت تعرف آنذاك بالمذكرات الإلكترونية. وقد ابتكر المدون الأمريكي جورج بارغر مصطلح "weblog" في عام 1997، وفي نفس السنة ظهرت خدمات التدوين مثل "Xanga" "Open Diary" في عام 1998، ثم "Blogger" و "Live Journal" في عام 1999، والذي اشترته شركة "Google" يمكن اعتبار عام 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر.

تعتبر المدونات اليوم جزءاً من الهوية الرقمية، حيث تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم. وقد تحولت إلى وسيلة فعالة للتواصل ونشر المعلومات، مما جعلها تكتسب أهمية متزايدة في عالم الإعلام.

بحلول عام 2004، أصبحت المدونات ظاهرة عامة مع انضمام العديد من مستخدمي الأنترنت إلى عالم التدوين، وأصبح عام 2005 هو عام المدونات. وفقاً لمشروع "بيو للأنترنت والحياة الأمريكية"، زاد عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات بنسبة 58% في عام 2004، ليصل العدد الإجمالي إلى حوالي 33 مليون قارئ.

أظهرت دراسات حديثة أن حوالي 11% من المستهلكين على الأنترنت يقرؤون المدونات شهرياً، وهذا العدد في تزايد مستمر. من الأحداث الكبيرة التي أعطت دفعة جديدة للمدونات كانت كارثة تسونامي في جنوب شرق آسيا، حيث كانت المدونات تسبق الصحافة في تغطية تفاصيل الكارثة، مما ساعد في تخفيف

الناس على التبرع. كما أن المدونات لعبت دوراً مشابهاً خلال إعصار كاترينا في الولايات المتحدة، مما جعلها أداة فعالة في توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

تعتبر المدونات اليوم أقرب إلى الصحف الإلكترونية أو المذكرات الإلكترونية، وهي ظاهرة جديدة تسهم في تشكيل هوية الأنترنت. يراها العديد من الباحثين كنوع من الإعلام البديل، حيث تعكس آراء الشباب وتسمح بالتعبير عن المشاعر حول الحرب والقضايا الإنسانية. (اللبنان، الصحافة الإلكترونية لدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، 2005، صفحة 118)

المدونات تتميز بسرعة الاستجابة لآراء الجمهور، مما يجعلها وسيلة فعالة للتواصل. بدأت المدونات تأخذ منحى جديداً عندما بدأت بتقديم تعليقات سريعة على الأحداث، مما أطلق عليه "التدوين الحي". ومع دخول كلمة "blog" قاموس "Webster"، أصبحت المدونات جزءاً من الثقافة الرقمية.

إن العلاقة بين المدونين والصحفيين التقليديين مثيرة للاهتمام، حيث بدأ العديد من الصحفيين في كتابة مقالات على الأنترنت، بينما رفض آخرون هذا الاتجاه. المدونات الشخصية فتحت آفاقاً جديدة في الإعلام، مما جعلها جزءاً من الحوار العام. باعتبار المدونات أداة مفيدة في تغطية الأحداث، وقد أثبتت فعاليتها في تقديم معلومات دقيقة وسريعة خلال الكوارث. كما ساعدت في إبقاء الناس على اطلاع بالأخبار عندما تعذر إصدار الصحف المطبوعة.

توسيع المدونات أثار تساؤلات حول دقتها، لكن من بين أفضل ميزات، هو إمكانية اكتشاف الأخطاء وتصحيحها. المدونات أصبحت منصة حرة لأصوات الناس، مما يعكس مبدأ حرية الصحافة في العصر الرقمي. المدونة هي وسيلة للتفاعل بين الأفكار والثقافات، مما يجعلها جزءاً من الحوار العالمي. فإقبال الشباب على المدونات يعكس رغبتهم في التعبير عن أنفسهم، حيث يمكنهم الكتابة بحرية دون قيود. المدونون يتفاعلون مع آراء الجمهور، مما يجعلهم أكثر قرباً من متابعيهم. هذه الديناميكية تعزز من أهمية المدونات كوسيلة للتواصل والمشاركة في الأحداث الجارية. (رمضان، 2013، صفحة 139)

تعتبر المدونات من أبرز أشكال التفاعل الإلكتروني، حيث تمثل مواقع شخصية على الأنترنت تعرض فيها أفكار وآراء مرتبة زمنياً ضمن نظام لإدارة المحتوى يتيح أرشفة التدوينات والعودة إليها. يشكل المدونون مجتمعاً عالمياً يستخدمون أدوات التدوين لإنتاج محتوى متجدد. وتتميز المدونات بتفاعل مباشر وفوري، مما

يُتيح للقراء إمكانية التعليق والمشاركة بطريقة لا توفرها وسائل الإعلام التقليدية. (توفيق وكدواني، 19-20 فيفري 2008، صفحة 3)

تشير التقارير العربية للتنمية الثقافية إلى أن المدونات أصبحت الظاهرة الإعلامية الأهم على الأنترنت، لكن الإعلام العربي لم يستفد منها بالشكل الأمثل. ففي الوقت الذي تم فيه إحصاء 490 ألف مدونة عربية، تشكل هذه المدونات فقط 7.0% من إجمالي المدونات في العالم، حيث يوجد 162 ألف مدونة منها في مصر، مما يمثل 31% من إجمالي المدونات العربية. (انتصار و الساموك، 2011، صفحة 31)

4.2 مزايا المدونات:

تشكل المدونات فضاء شخصيا يعمل بجانب المنتديات وغرف الدردشة وغيرها، وتميل أغلب المدونات العربية لأن تكون إخبارية أو إسلامية أو تقنية، مع طرح أفكار جديدة. ورغم كثرة المدونات عالميا، فإن لكل مدونة طابعها الخاص لأن المحتوى يكتب من تجارب وخيال المدون، مما يجعل التكرار نادرا. وتواجه بعض المواقع الإغلاق أو التغيير بسبب جرأة المحتوى أو ضعف التفاعل. المدونة عالم حر لصاحبها يمنحه قدرة أكبر على التعبير مقارنة بالمنتديات، وتبرز رؤاه الخاصة في مواضيع قد لا تجد مساحة في الإعلام التقليدي. كما تساعد تقنية "RSS" على متابعة تحديثات المدونات بسهولة. ولا يوجد ما يدفع المدون لتكرار مواضيع الآخرين، إذ يكتب وفق اهتماماته ومزاجه، مما يتيح للقراء اختيار ما يناسبهم. كما لعبت المدونات دورا مهما في الدول الدكتاتورية، خصوصا في السياسة والأدب، إلى جانب ظهور مدونات متخصصة في مجالات متعددة. (رمضان، 2013، صفحة 119)

5.2 أنواع المدونات الإلكترونية:

أ. شخصية: حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة، أو شعر خاص به، أو رسومات قام برسمها، بالتالي تصبح المدونة، كمعرض شخصي يمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم.

ب. اجتماعية: بحيث يتناول الناشر المواضيع الاجتماعية، ويكتب قصص من وحي المجتمع الذي يعيش فيه.

ج. خبرات سابقة: بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته وتجاربه في المدونة بالتالي تصبح المدونة، وكأنها CV سيرة ذاتية خاصة به، تعرض جميع قدراته ومهاراته.

بالإضافة إلى المدونات الأدبية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية العلمية، والرياضية... الخ، وهكذا نجد أن هناك أنواع كثيرة للمدونات، وعمليا محتوى كل مدونة هو الذي يحدد نوع المدونة.

وتعد المدونات أو التدوين الإلكتروني من أسرع الاتجاهات نموا على شبكة الأنترنت حسب موسوعة ويكيبيديا <http://en.wikipedia.org>، ويمكن زيارتها على مواقعها الإلكترونية ومن هذه الأنواع فيما يلي:

➤ **المدونات الإلكترونية التشعبية:** هذه المدونات تحتوي على الروابط التشعبية (link blogs)، وتعتبر المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (web link logs)، أو ل أنواع المدونات الإلكترونية التي تم نشرها على شبكة الأنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونية (weblog)، يحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الأنترنت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.

➤ **المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية، (Online diary blogs):** تتناول هذه المدونات الحياة اليومية مالمكها، والأفكار التي يحلم بها في ذلك اليوم، ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

➤ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات، (Article blog):** يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار، والأحداث وعلى أخبار وتقارير، وهي تكشف قدرة أقل من الحياة اليومية من المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

➤ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور، (Photo blogs):** تحتوي هذه المدونات على الصور مثل صور اليوم وغيرها، مما قد يلتقطها المدون في مسيرته خلال النهار، سواء في الشارع أم في السوق أم في العمل أم في البيت أم في المنطقة وغيرها.

➤ **المدونات التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي، (Pod cast blogs):** يقوم صاحب المدونة الإلكترونية ببث مقاطع البث الإذاعي (pod casts)، على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة، وبإمكان

المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها، علما بأن المصطلح (pod cast) مأخوذ من أجهزة (pod) أو هي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة (MP3) التي بإمكانها تشغيل ملفات (pod cast).

➤ المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي، (video cast blogs): يعد بث مقاطع البث المرئي (video casts)، أحدث اتجاه في أو ساط المدونات الإلكترونية ممثلة بمقاطع البث الإذاعي (pod casts) غير أنها تعد بواسطة الفيديو.

➤ المدونات الإلكترونية المبنوعة: تعتبر معظم المدونات الإلكترونية مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة سابقاً.

➤ المدونات الإلكترونية الجماعية: يتم فيها كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص. (رمضان، 2013، صفحة 121)

6.2 محتويات المدونات:

تتيح المدونات لجمهور مستخدمي الإنترنت الاطلاع على محتواها والتفاعل معه عبر المشاهدات والتعليقات، ويعرف هؤلاء بقراء المدونات. وتضم المدونة عادة التدوينات المنشورة في الصفحة الرئيسية، والأرشيف المصنف موضوعياً أو زمنياً، وصفحات تعريفية يختار المدون محتواها، وروابط لمدونات أو مواقع صديقة، وأيقونات مصوّرة للروابط، إضافة إلى لوحة تحكم يستخدمها المدون لإدارة المحتوى وتعديل شكل المدونة. (رمضان، 2013، صفحة 150)

3. ماهية التدوين الإلكتروني:

التدوين وكلمة تدوين هي المصدر من دَوَّنَ يُدَوِّن تدويناً بمعنى التسجيل، ومدون هو اسم الفاعل من دَوَّنَ. ويقول "روبير مارتان" في كتابه مدخل لفهم اللسانيات. (مارتان و ترجمة المهيري، 2008، صفحة 34)

يعتبر التدوين الإلكتروني "Blogging" نوعاً من أشكال الاتصال الرقمي الذي نشأ مع تطور الإنترنت، وزيادة فرص النشر الفردي.

ويعرف التدوين بأنه عملية كتابة ونشر محتوى على منصة رقمية تسمى المدونة "Blog"، حيث يعبر الأفراد أو الجماعات عن أفكارهم وآرائهم ومواقفهم تجاه مواضيع متنوعة بشكل دوري، وغالباً بأسلوب

شخصي وتفاعلي". (Blood, The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog, 2002, p. 7)

التدوين الإلكتروني هو إمكانية الأفراد في تخطي الوسائط التقليدية، للنشر والدخول إلى فضاء تواصل يتيح لهم التعبير بحرية وبشكل مباشر، دون قيود صارمة من المؤسسات. (Jenkins, 2006, p. 19)

ويعرف التدوين الإلكتروني أيضا بأنه أسلوب جديد من التعبير الاجتماعي، يجمع بين الجوانب الشخصية والعامة، ويتيح الفرصة لتكوين مجتمعات تواصلية بديلة للإعلام التقليدي. (Wolton, 2009, p. 88)

ويعرف أيضا أن التدوين الإلكتروني يعتبر أحد أشكال الاتصال الذاتي الجماهيري، حيث يقوم الفرد بإنتاج المحتوى وتوجيهه إلى الجمهور العام، دون الحاجة للمرور عبر الهياكل المؤسسية التي كانت تتحكم سابقا في إنتاج وتوزيع المحتوى. (العزیز، 2010، صفحة 34)

ما يميز التدوين الإلكتروني عن غيره من أشكال النشر على الأنترنت، هو التركيز على الصوت الشخصي. فالمدون لا يقتصر على تقديم المعلومات فحسب، بل يضيف إليها رأيه وموقفه، مما يجعل المدونة مساحة ذات طابع سردي وتشاركي في الوقت نفسه. (Shepherd, 2004, p. 72)

للتدوين الإلكتروني علاقة وثيقة بمفاهيم مثل صحافة المواطن والإعلام البديل، حيث يعتبر مجالا يتيح للأفراد الانخراط في العمل الإعلامي دون الحاجة إلى ترخيص أو توظيف من مؤسسات. وهذا يساهم في توسيع نطاق التعددية الإعلامية ويعزز من حرية التعبير في بيئات قد تفتقر إلى الشفافية الإعلامية. (Gillmor, 2004, p. 54)

يعتبر التدوين الإلكتروني نوعا جديدا من الأخبار والأحداث الراهنة، وعلى الرغم من أن معظم المدونين لا يتبعون معايير الإعلام التقليدية، إلا أن ممارساتهم تشكل تحديا للمعايير المهنية السائدة. ويتضمن الفضاء التدويني عناصر رئيسية مثل التفاعل مع الجمهور، والشفافية في تناول الأخبار، والمشاركة الجماعية في إنتاج المحتوى. إن التدوين الإلكتروني وهو وسائل الفهم التقليدي لمهية الإعلام، قد أعطى دفعا قويا وبعث حياة جديدة، في الرؤى التي طالما تطلعت إلى تحول في نموذج ومنظور الممارسة الإعلامية في عصر الأنترنت. (رابح ا.، التدوين الإعلامي والوسائط الإعلامية التقليدية، بحث في حدود الوصل والفصل العدد 52/51 تونس، 2010، صفحة 31)

1.3 بداية التدوين الإلكتروني:

يعتقد البعض أن المدونة ترجع عربيا إلى نظام الدواوين، في بداية الدولة الإسلامية عصر الخلفاء الراشدين، والدواوين جمع "ديوان"، والديوان يعني السجل، الذي يتم فيه تدوين الأعمال والأموال والقائمين بها أو عليها، أو على حد تعبير المأوردي في الأحكام السلطانية، والديوان موضوع لحفظ ما يتعلق بحقوق السلطنة من الأعمال والأموال، ومن يقوم بها من الجيوش والعمال، ثم أطلقت الكلمة أيضا من باب المجاز على المكان الذي تحفظ فيه السجلات ويجري العمل بها.

الفرق بين المدونات والدواوين، فقد كانت الدواوين تستخدم لتدوين شؤون الدولة الإسلامية، ولم تكن متاحة لعامة الشعب أن يدون بها ما يريد، بل كانت لحفظ ما يتعلق بحقوق الدولة من أموال وأعمال وغير ذلك من أمور الدولة.

أما المدونات، فهي وسيلة تدوين أو حفظ، ولكن متاح للكافة أن يقوم بالتدوين في أي موضوع وبكل حرية، ومع ذلك لا ننكر أن هناك امتداد بين الدواوين والمدونات، ويمكننا من هنا أن نقول أن المدونات هي التطور القوي والسريع لنظام الدواوين.

2.3 مؤسسة التدوين الإلكتروني:

إن فكرة إمكانية التدوين الإلكتروني على ترسيخ الممارسة الديمقراطية من خلال نقد أداء وسائل الإعلام التقليدية تستمد مشروعيتها من الفضاء الافتراضي لتؤثر في الواقع أي على التمثيلات الاجتماعية للأفراد من خلال الخطاب الذي تؤسس له.

يمكن ترجمه هذا المعطى الجديد من خلال الاعتراف الرسمي بالمدونين، من خلال جمعهم واستضافتهم إلى المجال السياسي ففي الولايات المتحدة وفي فرنسا أصبح للقادة السياسيين مدوناتهم الخاصة ومنهم الرئيس الفرنسي "نيكولا ساركوزي وهاورد دين"، كما صدرت مجلة شهرية متخصصة في متابعة ودراسة ظاهرة المدونات وخاصة منها المدونات السياسية أصبحت المدونات تعمق من حدودها مع الصحافة التقليدية لتمييز. وهو ما نستشعره في اتجاه الصحفيين التقليديين، إلى تأسيس مدونات خاصة بهم، هذا بالإضافة إلى الاهتمام الأكاديمي في التدريس والبحث والذي أصبح يفرد اهتماما متزايدا لظاهرة التدوين الإلكتروني، وهي كلها دلالات من التشريع والاعتراف المؤسسي بالإضافة الاتصالية والاجتماعية للتدوين الإلكتروني. (الرزن،

إذاعة الغد الرقمية، إذاعة مواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، 2012، صفحة 15)

3.3 أخلاقيات التدوين الإلكتروني:

ترى "ريبيكا بلود" الخبرة في مجال الإعلام والتدوين أن السبب الحقيقي، لبدء مؤسسات الأخبار في تقصي ظاهرة التدوين هو التأثير المحتمل لشبكة المدونات، وقد يكون ذلك أيضا السبب وراء التعامل مع التدوين كصحافة، قد لا يفكر المدونون من منطلق التحكم والتأثير لكن الإعلام التجاري يفعل ذلك، فالإعلام يسعى قبل كل شيء لكسب قطاع عريض من المتلقين، حيث تعتمد مكاسب الإعلانات، وهي شريان الحياة لأي وسيلة نشر أو إذاعة محترفة، على حجم جمهور وسيلة النشر هذه، ومن وجهة نظر تجارية، فالمحتوى المنشور موجود فقط لجذب العيون للإعلانات، سواء كان الوسيلة المستخدمة هي المطبوعات أو التلفزيون. (الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل، 2016، صفحة 287)

يعتبر التدوين الإلكتروني نوعا جديدا من الأخبار والأحداث الجارية. وعلى الرغم من أن معظم المدونين لا يتبعون معايير الإعلام التقليدية، إلا أن أساليبهم تمثل تحديا للمعايير المهنية السائدة. ويتجلى في عالم التدوين عناصر رئيسية مثل التفاعل مع الجمهور، والشفافية في تناول الأخبار، والمشاركة الجماعية في إنتاج المحتوى. ولا يمكن توقع أن يقدم المدونون رؤية متوازنة للعالم، لكن ينتظر منهم الكشف عن مصادرهم وتحيزاتهم وسلوكهم، خصوصا إذا كانوا يسعون للحصول على صفة الصحفيين. وقد تعتمد المؤسسات الإخبارية على المدونات كمصادر موثوقة في المستقبل، بشرط التزامها بالنزاهة والاتساق في جمع ونشر المعلومات. (الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل، 2016، صفحة 289)

4.3 علاقة الإعلام بالتدوين الإلكتروني:

استقطب التدوين الإلكتروني اهتمام الصحفيين في الصحف المطبوعة، حيث حظيت المدونات في مصر بعدة إشارات من الكاتب الصحفي البارز محمد حسنين هيكل، الذي صرح في وقت سابق بأن اهتمامه بمتابعة مدونة "بهيمة" يتجاوز بكثير اهتمامه بالعديد من الأعمال الصحفية الاحترافية. وقد حقق بعض المدونين شهرة واسعة على المستويات المحلية والعربية والدولية، وهوما لم يتمكن العديد من الصحفيين الذين عملوا لسنوات في المؤسسات الصحفية المصرية من تحقيقه.

كما حصلت بعض المدونات على جوائز عالمية في مجال الصحافة، مثل مدونة "علاء ومنال" التي نالت جائزة أفضل مدونة من منظمة "مراسلون بلا حدود". وقد قامت بعض الصحف الكبرى باستكتاب بعض المدونين لكتابة أعمدة دورية ثابتة، كما فعلت صحيفة الشروق مع المدونة غادة عبد العال، صاحبة مدونة "عايزة أتجوز". في المقابل، تراجع اهتمام الصحافة الورقية في مصر بالتدوين، حيث حاولت صحيفة

"الدستور" المصرية الاقتراب من ظاهرة التدوين وجذب قرائها من خلال صفحة المدونات التي تنشر مقتطفات من المدونات المصرية، لكن هذه التجربة لم تستمر طويلا.

تلتها مرحلة تفوقت فيها المدونات على الصحافة المصرية في الانفراد ببعض الأخبار والتغطيات، مما أبرز دور المدونين كمراسلين من مواقع الأحداث التي قصرت الصحافة المطبوعة في متابعتها. وقد أسس المدونون نوعا من الإعلام البديل وساهموا بشكل كبير في قيادة الرأي، وهو المفهوم الذي لم يتوقع "Lazarsfeld" أن ينطبق على نشطاء من الجمهور العام يمتلكون وسائل للنشر الجماهيري. (وسام، الإعلام الإلكتروني والحمل، بين المهمنية وتحديات التطور التكنولوجي، 2014، صفحة 61)

كما أظهرت الدراسة أن الصحفيين الأقل خبرة هم الأكثر ترحيبا بأن يشارك المواطنون الناشطون إلكترونيا الصحفيين المتهنين في المجال الإعلامي، وهم أيضا الأكثر قبولا لفكرة تقاسم وظيفة "حراسة البوابة" معهم، من الصحفيين المخضرمين. أما الصحفيون الأكثر خبرة، فإنهم ينظرون إلى صحافة المواطن على أنها مقلقة، لأن معظم خبرتهم متعلقة بالعمل في وسائل الإعلام التقليدية.

وجد مسح آخر أجري عام 2004 على مجموعة من الصحفيين أن 84% منهم تابعوا المدونات خلال العام السابق للدراسة، 30% منهم على الأقل يزورون المدونات السياسية مرة يوميا كعادة منتظمة، كما وجدت الدراسة أن 20-30% من المعلومات التي يتصفحها المواطن في إطار دورها كحارس لبوابة المجتمع، وتضمنت مقابلات مع الصحفيين لمعرفة آرائهم في صحافة المواطن، وتوصلت إلى تقسيم رؤية الصحفيين الصحافة المواطن إلى أربع فئات:

أ. محررون غير موافقين على أساس نظري: يرفض معارضو صحافة المواطن مشاركة الأفراد في إنتاج الأخبار وكتابة المقالات، لكنهم يقبلون مشاركتهم عبر التعليقات والردود في النسخ الإلكترونية.

ب. محررون غير موافقين على أساس عملي: لا ترفض هذه الفئة مبدأ مشاركة المواطنين، لكنها تعتقد أن محتوى هذه المشاركة يحتاج إلى تدقيق مهني. ورغم تجربتهم مع صحافة المواطن، وجد بعض المحررين أنها غير عملية بسبب مخاوف قانونية مثل القذف.

ج. محررون موافقون على أساس نظري: يعتقد هذا الفريق أن صحافة المواطن تعتبر وسيلة فعالة لتمكين الأفراد من التواصل مع مجتمعاتهم، حيث يرحبون بتعليقات القراء ويشجعونهم على كتابة قصصهم، كما

يدعمون المتخصصين منهم لكتابة أعمدة ثابتة، بالإضافة إلى تنظيم استطلاعات رأي دورية حول قضايا متنوعة.

د. محررون موافقون على أساس عملي:

ليس لدى هؤلاء المحررين تصورات نظرية عن أهمية الاستفادة بصحافة المواطن. (وسام، الإعلام الإلكتروني والحمل، بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي، 2014، صفحة 62)

4. خصائص التدوين الإلكتروني:

لفهم خصائص التدوين الإلكتروني، يجب تحليل بنيته الاتصالية والاجتماعية، ودراسة كيفية تعامل الصحفي معه كمحتوى ينتجه المستخدم، سواء كان كمصدر للمعلومات أو كعنصر داعم للمواد الخبرية. يمكن تلخيص هذه الخصائص على النحو التالي:

1.4 الخصائص الاتصالية والاجتماعية للتدوين الإلكتروني:

أ. الطابع الشخصي والجماعي في آن واحد: يعتبر التدوين الإلكتروني مزيجاً بين الطابع الشخصي والجماعي، حيث يقوم الفرد أو مجموعة من الأفراد بإنشاء محتوى يعبر عن آرائهم أو تجاربهم. وفي الوقت نفسه، يستهدف هذا المحتوى جمهوراً واسعاً ومتعدد الاهتمامات، مما يمنحه طابعاً جماهيرياً غير تقليدي. (Shepherd, 2004, p. 72)

ب. التفاعلية العالية: يوفر التدوين الإلكتروني فرصاً للتفاعل من خلال التعليقات والمشاركات وإعادة النشر، مما يخلق علاقة ديناميكية بين المدون والجمهور. هذه العلاقة تتجاوز مجرد التلقي السلبي لتصل إلى مستوى من التفاوض المعرفي والاجتماعي. (Blood, The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog, 2002, p. 23)

ج. الاستمرارية والمرونة: لا يخضع التدوين الإلكتروني إلى دوريات أو قيود تحريرية كالصحافة التقليدية، فهو يتميز بالاستمرارية والمرونة في النشر، ويمكن تحديثه في أي وقت، مما يمنح المدون حرية مطلقة في التعبير. (العزیز، 2010، صفحة 45)

د. اللامركزية وغياب الرقابة: يخرج التدوين الإلكتروني عن سلطة الرقابة المؤسسية، حيث يمكن لأي فرد أن يدون دون الحاجة لترخيص أو موافقة تحريرية، مما يجعله فضاءً مفتوحاً لتعدد الأصوات والهويات. (Gillmor, 2004, p. 58)

تظهر اللامركزية قدرة الفرد على الانتقال من دور التابع إلى دور الصانع، كما تجلّى ذلك في الثورات العربية التي ساهمت فيها الشبكات الاجتماعية في تحفيز الجماهير وإدماج فاعلين جدد في الساحة السياسية. ومع تقدم تكنولوجيا الاتصال، أصبح المستخدم عنصراً أساسياً في العملية الدعائية، حيث تجاوزت الأدوات الرقمية الحدود التقليدية بين المنتج والمتلقي، مما أتاح للأفراد إنتاج ومشاركة المحتوى بسهولة. على النقيض من ذلك، كانت وسائل الاتصال التقليدية تعتمد على الاستهلاك الفردي المنعزل، دون تفاعل أو تأثير متبادل، مما جعل الدعاية التقليدية تواجه قيوداً وشكوكاً من قبل الجمهور. (المصدر، 2020، صفحة 67)

2.4 خصائص التدوين الإلكتروني كمادة يستعين بها الصحفي

قلص التدوين الإلكتروني الفجوة بين التعرض والتفاعل، بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية تفصل بين الرسالة والاستجابة من حيث الزمن والمكان. أما المنصات التفاعلية الحديثة، فقد أتاحَت التوزيع والتفاعل والمشاركة في اللحظة ذاتها عبر نفس الوسيلة، رغم ما يثيره ذلك من قلق حول تحول المتلقي السلبي إلى فاعل نشط. كما ساهمت صحافة المواطن وشبكات التواصل في تسريع التغيير الإعلامي وإعادة تشكيل القنوات، مما يستدعي من المهنيين توضيح الفروق الاحترافية بين المحتوى المواطن والمحتوى الصحفي، واستيعاب الأشكال الجديدة للصحافة نتيجة تطور الوسائل الرقمية. (وسام، 2014)

أصبحت التجربة المباشرة للفرد عاملاً يقلل الفجوة بينه وبين وسائل الإعلام، مما يحوله من حالة الشك إلى يقين نسبي حسب قربه أو بعده عن الدعاية. كما أن مشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى لا تعتبر دعاية حاسوبية، بل تعكس طبيعة الإقناع المعاصر التي تعتمد على تفاعل الجهد البشري مع التكنولوجيا. (المصدر، 2020، صفحة 69) فيما يلي نستعرض هذه الخصائص:

أ. **سهولة الوصول والسرعة:** يتيح التدوين الإلكتروني الصحفي الوصول السريع إلى المعلومات والآراء والتفاعلات وشهادات المستخدمين بشأن حدث معين. وتعتبر هذه السرعة عاملاً حاسماً في عصر التنافس الإعلامي. (Bruns, 2008, p. 174)

ب. **مصدر مباشر للمعلومة من قلب الحدث:** يستخدم التدوين، خاصة على منصات التواصل الاجتماعي، بشكل متكرر للإبلاغ المباشر عن الأحداث من قبل شهود العيان، مما يجعله مصدراً هاماً للصحفيين الذين يسعون لتغطية سريعة تفوق وسائل الإعلام التقليدية. (Hermida, 2010, p. 298)

ج. تنوع الروايات والسرديات: يقدم التدوين محتوى متنوعا يعكس وجهات نظر قد تحمل في التغطيات الإعلامية الرسمية، مثل صوت النساء، والأقليات، والسخرية السياسية. وهذا يجعله مصدرا مهما للصحافة العميقة. (Willis, 2003, p. 46)

د. كشف اتجاهات الرأي العام الرقمي: يمكن للصحفي متابعة المدونات والتعليقات لرصد انطباعات الجمهور، خصوصا في القضايا الحساسة المتعلقة بالرأي العام، مما يعينه على صياغة محتواه بطريقة تناسب بشكل أفضل مع اهتمامات المتلقي. (Center, 2011)

هـ. التحقق يمثل تحديا دائما: على الرغم من فوائده، يعتبر التدوين الإلكتروني أحيانا مصدرا غير موثوق للمعلومات، مما يستدعي من الصحفي ضرورة التحقق بدقة من صحة المحتوى قبل استخدامه، وهو ما يثير تساؤلات مهنية وأخلاقية. (Derakhshan, 2017, p. 14)

يظهر هذا المبحث أن التدوين الإلكتروني لم يعد مجرد وسيلة للتعبير الرقمي، بل أصبح عنصرا أساسيا في هيكل الاتصال الحديث، حيث يساهم في تشكيل الرأي العام وتوسيع المشاركة خارج الأطر المؤسسية. وفي المجال الصحفي، يعتبر التدوين مصدرا مهما للمعلومات ومتابعة اتجاهات الجمهور، خاصة في البيئات التي تعاني من قيود إعلامية، على الرغم من التحديات المهنية المتعلقة بالمصداقية والتحقق. ويعد فهم هذه الخصائص أساسا لفهم دوافع لجوء الصحفيين إلى التدوين، تمهيدا لاستعراض الاستخدامات التطبيقية لدى الصحفيين الجزائريين في الفصول القادمة.

5. تطور العلاقة بين الصحفيين والتدوين الإلكتروني:

تتأثر تطورات العلاقة بين الصحفيين والمدونات بعدة عوامل تستدعي اهتمام الباحثين في وسائل الإعلام الإلكترونية المهنية.

1.5 عوامل تطور العلاقة بين الصحفيين والتدوين الإلكتروني:

من بين هذه العوامل:

أ. أثارت المدونات جدلا كبيرا وتطورا ملحوظا في المشهد الإعلامي، خصوصا في مجال الإعلام الإلكتروني. يتعلق الأمر بأن المدونين وممارسي الاتصال (الصحفيين على الأنترنت في الإعلام الإلكتروني) يستخدمون نفس الوسيلة للتواصل وغالبا ما يستهدفون شرائح جماهيرية متشابهة.

ب. يستند إلى دراسات متعددة استعرضها الباحث، والتي تشير إلى مجموعة مترابطة من النتائج التي تبرز التهديد الذي تمثله المدونات على الصحافة التقليدية، بالإضافة إلى ضرورة استفادة الصحافة التقليدية من المدونات واحتضان جميع أشكال الصحافة الوطنية. وتظهر هذه الضرورة بشكل واضح في الصحافة الإلكترونية، التي تسهل الوسائط المتعددة وأشكال التفاعل المختلفة.

ج. يركز على الدور الذي لعبته المدونات في إعادة تقييم مفهوم حراسة البوابة، مما يبرز مساهمتها الكبيرة ضمن أدوات الصحافة الوطنية في تغيير أدوار ممارسي الاتصال، خاصة من خلال الأنترنت.

2.5 الجيل الجديد للتدوين الإلكتروني:

يجب ملاحظة أن الجيل الثاني، الذي يتميز باستخدام تقنيات السمع والمرئي (مثل الفيديو، الصورة، والصوت)، يتطلب مهارات تقنية من أي مستخدم للتدوين الإلكتروني. وذلك لتمكينه من توصيل كاميرا أو آلة تصوير رقمية بالكمبيوتر وتحميل الأفلام لعرضها.

توفر الأنترنت عالية الجودة إمكانية استخدام هذه الوسائط المتعددة في التدوين الإلكتروني، إن هذا الاتجاه الجديد نحو التعقيد في الثقافة التقنية للتدوين، التي كانت في الماضي تعتمد على التحرير والكتابة كمهارات بسيطة وسهلة.

يؤدي إلى تقليص صفة الجماهيرية لظاهرة التدوين، مما يجعلها محصورة في فئة قليلة متعمقة في تكنولوجيا الوسائط المتعددة والثلاثية الأبعاد. كما تبرز هنا إشكالية تكاليف الإبحار والاشتراك في شبكة الأنترنت، التي لا تزال مرتفعة في العديد من الدول، مما لا يشجع العامة على الاشتراك في الأنترنت أو الانخراط في التدوين. ربما يساهم في المستقبل اندماج الوسائط وتقاربها، بالإضافة إلى انتشار استخدام تقنيات الواي فاي المجانية، في ديمقراطية الوسائط الجديدة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن الجيل القديم من مستخدمي الأنترنت قد يجد صعوبة في مواكبة هذا التقدم في البرمجيات والتعقيدات الحاسوبية، مما يتطلب نوعاً من التفرغ والفضول والرفاهية على المستوى الاجتماعي. (الرز، 2012)

المبحث الثاني: استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديدة

1. الصحافة التقليدية:

في اللغة الإنجليزية ترتبط كلمة الصحافة حسب المعاجم الانجليزي تعني الطباعة ونشر الأخبار والمعلومات. كلمة (PRESS) يقصد بها الصحيفة. أما كلمة (JOURNALISM) تستعمل للإشارة إلى الصحافة. كلمة (JOURNALIST) تعني هنا الصحف وتعني كلمة الصحافة هنا الصحيفة والصحفي والممارسة الصحفية.

الصحيفة: هي كل دورية يتكرر صدورها في مواعيد محددة (أي أن الصحيفة اليومية تصدر كل يوم كامل السنة لا تتوقف عن الصدور ثم تعود، أما المجلة فتصدر كل أسبوع). ونشأت الحاجة إلى التبادل بالمعلومات بين الناس منذ القدم وقد اشتدت هذه الحاجة بعد اختراع الكتابة حيث بعد أو ل نص مكتوب ظهر في بلدان مختلفة قبل آلاف السنين قبل الميلاد. (وآخرون، 2015، صفحة 82)

مفهوم الصحفي: يعرف الصحفي بأنه الشخص الذي يكرس الجزء الأكبر من جهوده لممارسة الأعمال الصحفية. ويمكن القول أن الصحفي هو من يعمل في مؤسسة صحفية، حيث يتلقى أجرا مقابل عمله ويعتبر هذا العمل مهنة اختارها لنفسه، وتقوم بينه وبين المؤسسة علاقة العمل.

ويقصد بالعمل الصحفي إلى البحث عن الأخبار والمحتوى التحريري (بما في ذلك الصور) وجمع المعلومات، ثم إعدادها لتكون جاهزة للنشر في الصحيفة كمادة قابلة للقراءة. يتخذ هذا العمل شكلا تحريريا أو فنيا، مما يتطلب من المحرر التنقل في بعض الأحيان أو العمل من مكتبه أو في المطبعة، دون أن يؤثر ذلك على طبيعة عمله الصحفي. (وآخرون و ترجمة إبراهيم، 1975، صفحة 63)

إن المنصات الوسيطة (مثل محركات البحث، المجمّعات الإخبارية، وشبكات التواصل الاجتماعي)، تؤثر بشكل ملموس في كيفية اكتشاف الأخبار وترتيبها، وفي سلوك التعرض والاهتمام لدى الجمهور، مما ينعكس على قرارات التحرير داخل المؤسسات الصحفية التقليدية. (communication, 2024, pp. 2-6)

واعتماد الصحافة التقليدية على وسائل الإعلام الجديدة، لم يكن ناتجا فقط عن الحاجة إلى التحديث التقني، بل جاء أيضا نتيجة للضغوط الاقتصادية، وتغير أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، وظهور جيل رقمي يستهلك المعلومات بسرعة وتفاعلية. لذا، لم يعد وجود الصحفي في القناة أو الجريدة كافيا، بل أصبح من

الضروري أن يكون له حضور رقمي، وأن يعيد صياغة دوره في بيئة اتصالية مفتوحة تتطلب السرعة، والتفاعل، والقدرة على إدارة المحتوى عبر منصات متعددة. (Yang, 2023, p. 28)

تعمل العملية الإعلامية ضمن سياق اجتماعي يتأثر بالنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية ويتفاعل معها. يقوم النظام السياسي بتنظيم العلاقة بين السلطة والمواطنين من خلال قواعد ومؤسسات تهدف إلى اتخاذ وتنفيذ القرارات، بينما يساهم النظام الإعلامي في عملية صنع القرار، وليس فقط في نتائجها. ويعتبر الإعلام عملية اجتماعية تفاعلية تعكس جوانب الحياة من خلال وسائل الاتصال التقليدية والحديثة. وعلى الرغم من شمولية مفهوم الاتصال، لا يزال العاملون في هذا المجال يستخدمون مصطلح الإعلام، ويطلق على المشتغلين فيه لقب إعلاميين. (الزبيدي، الأردن، الصفحات 19-29)

2. الإعلام الجديد:

إن قوة وسائل الإعلام الجديدة، لا تقتصر على خاصية التفاعل التي توفرها، بل إنها تتيح للمرسل والمستقبل تبادل أدوار العملية الاتصالية. كما أحدثت هذه الوسائل ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط، الذي يتضمن النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. ومع ذلك، نرى أن ما يميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي، أو ما تحمله دلالات كلمة جديد، يتجاوز مجرد التطبيقات الإعلامية الحديثة. ومع ذلك، نعتقد أن مصطلح الإعلام الجديد هو الأكثر دقة بين هذه المسميات نظراً لشموليته، حيث يجمع جميع وسائل الإعلام بأشكالها وطريقة عملها، بينما يعبر مصطلحاً الإعلام الإلكتروني والرقمي عن الجانب التقني فقط في انتقال الرسالة الإعلامية. (شريطي، 2014، صفحة 97)

1.2 دوافع تبني الصحافة التقليدية للإعلام الجديد:

- أ. الكفاءة وسرعة الكتابة: تساهم المنصات الرقمية في تدفق المعلومات، بسرعة عالية وتوفر الوصول الفوري إلى الشهود والمصادر، مما يجعلها قناة رئيسية للرصد الأولي في الصحف ووسائل الإعلام التقليدية.
- ب. الوصول والتوزيع: تشير البيانات الحديثة، إلى أن 64% من البالغين في المملكة المتحدة، يستخدمون وسطاء رقميين للوصول إلى الأخبار، بينما يعتمد 71% من الفئة العمرية (16-24)، على الشبكات الاجتماعية كمصدر رئيسي للأخبار. تدفع هذه المؤشرات غرف الأخبار التقليدية إلى اعتماد استراتيجيات نشر تركز على المنصات. (communication, 2024, p. 5)

ج. إدارة العلاقة مع الجمهور: أظهرت الأبحاث الميدانية العربية، ولا سيما في المجتمع السعودي، أن الصحفيين يعتبرون الشبكات الاجتماعية وسيلة لتعزيز التفاعل مع القراء، وإشراكهم في عملية إنتاج المحتوى. وقد لوحظت تباينات عمرية ومهارية في تقبل هذا التحول داخل غرف الأخبار التقليدية. (لطفى، 2021، صفحة 53)

3. أنماط الاستخدام المهني في غرف الأخبار:

أ. المصادر الرقمية والاستقصاء "Social Sourcing": تكشف دراسة مقارنة حديثة أن صحيفة تقليدية راسخة في ماليزيا، وهي "ذا ستار"، تستشهد بمصادر وسائل التواصل الاجتماعي بمعدل يزيد خمس مرات عن صحيفة رقمية مستقلة، حيث تعتبر تويتر والفيسبوك المصدرين الرئيسيين. (communication, 2024, p. 28)

ب. إعادة استخدام المحتوى الاجتماعي في التحرير: غالبا ما تقتبس المؤسسات التقليدية المنشورات بشكل مباشر، أو تقدمها في شكل لقطات شاشة لتوفير المحتوى، أو دمج أصوات الجمهور في السرد الإخباري. (Yang, 2023, p. 4)

ج. التفاعل وبناء العلامة التجارية المؤسسية/الشخصية: تشير الأدلة من المناطق العربية إلى أن الشبكات قد مكنت الجماهير من لعب دور أكبر في التعبير وخلق المحتوى (مثل الصحافة المواطنية، رسائل القراء، ودمج المدونات/الفيديوهات). وقد دفع هذا التحول وسائل الإعلام التقليدية إلى فتح قنوات مشاركة أو سع واعتماد تنسيقات تحريرية أكثر تفاعلية. (لطفى، 2021، صفحة 48)

د. التوزيع الخوارزمي، "Algorithmic Distribution": تظهر الأبحاث التجريبية أن موضع الأخبار ضمن الخلاصات الاجتماعية يؤثر بشكل كبير على احتمالية القراءة ومدة الانتباه. بينما قد يؤدي الاعتماد على الخلاصات إلى زيادة تنوع المنافذ التي يصل إليها المستخدمون، إلا أنه يميل إلى تضيق تنوع الموضوعات مقارنة بمواقع الأخبار المباشرة. (communication, 2024, p. 3)

4. تأثير المنصات على الممارسة التحريرية:

أ. تغير أنماط الممارسة الميدانية لدى الصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة: أفاد الصحفيون العرب بتقليص الفرص لإجراء أبحاث ميدانية معمقة بسبب الحاجة إلى السرعة على المنصات. ومع ذلك، يجادل

بعض المهنيين بأن التفاعل على هذه المنصات يعزز جودة المحتوى من خلال مواءمته بشكل أكبر مع اهتمامات الجمهور. (لطفی، 2021، صفحة 52)

ب. تنوع تنسيقات السرد: أدى ارتفاع استهلاك الفيديوها القصيرة، والبث المباشر، والنشرات الإخبارية/ البودكاست المتعلقة بالمنصات، إلى قيام الصحف والقنوات التقليدية بإنشاء منتجات تحريرية، خارج قنواتها الرئيسية لجذب الجمهور الأصغر سناً، مدعومة بأدلة كمية من تقارير تنظيمية أو روية/بريطانية لعام 2024. (communication, 2024, p. 6)

ج. إدارة المخاطر التحريرية: تشير الأدلة المجمعة لعام 2024، إلى أن الاعتماد المتزايد على الشبكات، يرتبط بتقليل السيطرة التحريرية على ما يراه المستخدمون، إلى جانب زيادة احتمالية التعرض لتنوع موضوعات ضيق وزيادة استقطاب المعلومات المضللة مقارنة بالمصادر التقليدية. (communication, 2024, p. 12)

5. البيئة الإعلامية العربية في ضوء التحولات الرقمية:

تظهر دراسة ميدانية داخل المجتمع السعودي (جامعة الملك فيصل)، اعتماداً متزايداً بين الشباب والصحفيين، على الشبكات للحصول على الأخبار. هناك انقسام مهني بشأن تأثير هذا الاعتماد على جودة العمل الميداني وموثوقية المحتوى، مما يؤكد النتائج التي تقترح وجود علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام التقليدية، والمنصات بدلاً من ديناميكية صفرية. (لطفی، 2021، صفحة 54)

- الذكاء الاصطناعي والمنصات كفاعلين جدد في العملية الإخبارية:

مرحلة جديدة من الوسائط تشير التقارير التنظيمية لعام 2024 إلى أن دمج القدرات التوليدية في البحث والخلاصات سيؤثر بشكل أكبر على اكتشاف الأخبار وعرضها، مما يقدم تحديات إضافية للناشرين التقليديين فيما يتعلق بالتحقق والموثوقية وتدفق الحركة. (communication, 2024, p. 3)

تمثل الذكاء الاصطناعي ومنصات التواصل الاجتماعي المرحلة الأحدث في تطور الوسائط الإعلامية. لم تعد سلطة الاختيار والتحرير مقتصرة على المؤسسات الصحفية فقط، بل تولت الخوارزميات دور حارس البوابة التقليدي من خلال تحليل البيانات وتحديد الأولويات للرؤية والنشر. في هذا السياق، انتقل عملية الوسائط من جهد إنساني مهني إلى شكل آلي وخوارزمي من الوسائط تسيطر عليه المنصات الرقمية الكبرى مثل: "Google Twitter، Meta" التي تؤثر الآن بشكل عميق على تدفق المعلومات وتشكيل الرأي العام. (Napoli, 2019, p. 41)

هذه المنصات قد أسست نظاما جديدا من الهيمنة الرقمية الذي يعتمد على إعادة توزيع السلطة الإعلامية بين المنتج والجمهور والمنصة. لم يعد الصحفي الفاعل المركزي في عملية نقل المعلومات، بل أصبح جزءا من منظومة تقنية شاملة تعيد تشكيل الخبر وفقا لمنطق الخوارزميات والتفاعل الجماهيري. (Gillespie, 2018, p. 76) يرى بعض الباحثين، بأن المنصات قد تجاوزت دورها كوسائط تقنية بسيطة، وتطورت إلى ما يمكن تسميته بالبنى التحتية للمعرفة التي تعيد تشكيل المجال العام وتعيد تعريف العلاقة بين الصحفيين والمعلومات والجمهور.

يظهر مفهوم الوسائط الخوارزمية، حيث تلعب الخوارزميات دورا حاسما في اختيار وتنظيم وتقديم الأخبار للجمهور، استنادا إلى تفضيلات المستخدمين وسلوكياتهم الرقمية، مما يؤدي إلى ظهور فقاعات التصنيف التي تحد من تنوع المعلومات.

6. مظاهر وأشكال استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الرقمي:

شهد عقد الثمانينات تحولا كبيرا في وسائل الإعلام، نتيجة للتطورات التكنولوجية التي أحدثتها ثورة المعلومات، بالإضافة إلى تحسين شبكة الهاتف. تم إدخال تقنيات جديدة مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية، مما ساهم في تسريع عملية بث المعلومات ونقلها واستقبالها. وقد أدى ذلك إلى انتقال وسائل الإعلام من المرحلة التقليدية، التي تشمل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، إلى مرحلة جديدة تتمثل في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات المتطورة، حيث برزت الأنترنت كوسيلة إعلامية جماهيرية حديثة. (حسنين، الإعلام الإلكتروني، 2006، صفحة 16)

تمارس العملية الإعلامية في سياق اجتماعي محدد، حيث تعتبر نتاجا لبناء اجتماعي اقتصادي في مرحلة معينة من تطور المجتمع. يرتبط الإعلام ارتباطا وثيقا ببنية المجتمع ككل، ويتأثر بشكل مباشر بالأوضاع الثقافية والاجتماعية والسياسية السائدة. تلعب هذه العوامل دورا حاسما في تشكيل السياسة الإعلامية، وتحديد أهداف العملية الإعلامية، واختيار المحتوى الإعلامي المناسب. (سيد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، 2004، صفحة 18) وهذا يضعنا جميعا أمام تصنيف متغير يختلف عن العوالم التقليدية، ويؤثر على سياسة الحقيقة وإدارة الواقع. (الجبار، العولمة الإعلامية، 2002، صفحة 90)

يجمع علماء العصر الحديث على أن التطور الإلكتروني، يعتبر واحدا من ثلاث تطورات تكنولوجية رئيسية شهدتها العصر الحالي، والتي ستترك آثارا عميقة على العصور القادمة. وتشمل هذه التطورات أيضا تقدم العلوم التطبيقية والتكنولوجية المرتبطة بالبيولوجيا، بالإضافة إلى الأبحاث المتعلقة بالفضاء. ويعتبر التطور الإلكتروني، بشكل خاص، محوريا في مجالات الاتصالات والإعلام. (عصام، مبادئ أساسية للعمل الثقافي والسياسي في أجهزة الاتصال الجماهيري، 1984، صفحة 14)

أدى ظهور وسائل الإعلام الجديدة، إلى خلق تحديات وفرص للمؤسسات الصحفية التقليدية في الوقت نفسه. بينما كانت هذه المؤسسات تعمل وفق نموذج خطي (إنتاج → تحرير → نشر)، جاءت الوسائط الرقمية لتفرض نمطا جديدا يعتمد على التفاعلية، وتعدد القنوات، وسرعة تدفق المعلومات. ويمكن تلخيص أبرز مظاهر استخدام الصحافة التقليدية لهذه الوسائل في النقاط التالية:

أ. التحول من الخطاب الأحادي إلى الاتصال التفاعلي: انتقلت الصحافة من النموذج التقليدي للتواصل القائم على "مرسل-رسالة-مستقبل" إلى نموذج تفاعلي يتيح للجمهور المشاركة في تشكيل الخطاب الإعلامي. وقد أشار مانويل كاستلز إلى هذا التحول باعتباره انتقالا من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الشبكي. (Manuel, 2009, p. 55)

التكنولوجيا ليست خيرا مطلقا، كما أنها ليست شرا بالكامل. غالبا ما تجمع كل تكنولوجيا بين الجوانب الإيجابية والسلبية، حيث تتيح فرصا جديدة وتسد الفجوات في الأشكال التقليدية، بينما تفتح أيضا أبوابا جديدة لخدمة الجمهور. كما أنها تغير بسرعة الطريقة التي تتفاعل بها مع وسائل الإعلام الجماهيرية. (عماد، 1997، صفحة 49)

تعتبر الشبكة العنكبوتية بنية تحتية دولية شاملة تربط بين ملايين الحواسيب بهدف تبادل أنواع متعددة من المعلومات الرقمية. وتتميز هذه الشبكة بقدرتها العالية على استرجاع البيانات بسرعة فائقة. كما أنها تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات، بما في ذلك البريد الإلكتروني، والمؤتمرات المرئية، والتواصل المباشر بين المستخدمين بتكاليف منخفضة، بغض النظر عن المسافات الفاصلة. (حسام، 1999)

ازدادت أهمية الإعلام مع التقدم العلمي والتكنولوجي وتفاقم الصراعات، وأصبحت الصحافة الإلكترونية في الصدارة لأنها يصعب حجبها وتستطيع الوصول إلى الجمهور في مجالات متعددة. لذا، أصبح

التخطيط الإعلامي ضرورة لضمان فعالية الدور الإعلامي على الصعيدين الداخلي والخارجي، كما تشير الدراسات في هذا المجال. (حسين، الإعلام الفلسطيني، 1988، صفحة 145)

تعتبر وسائل الإعلام عنصراً فاعلاً في تطور السلوك البشري، على الرغم من صعوبة قياس مدى تأثيرها بدقة نظراً لتعدد العوامل المتداخلة. وتتفق الأبحاث على أن الإعلام يترك آثاراً واضحة على الاتجاهات والقيم، لكنه يؤثر بشكل أساسي في تشكيل الآراء بدلاً من تغييرها. (يلي، 1999، صفحة 398)

ب. التوأمة بين الوسيط الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، (Print-Online Hybrid): قامت معظم الصحف التقليدية بإطلاق نسخ إلكترونية لمحتواها، مع توسيع نطاق تغطياتها الحصرية للمنصات الرقمية. وقد ساهمت هذه التوأمة في الحفاظ على جمهورها القديم، بالإضافة إلى محاولة جذب جمهور رقمي جديد. وهذه الازدواجية قد دفعت الصحفيين إلى تطوير مهارات متعددة الوسائط. (Manovich, 2001, p. 89)

شهدت وسائل الإعلام تطوراً ملحوظاً نتيجة التقدم العلمي وتغير أنماط الحياة، حيث انتشرت المطبوعات بعد اختراع غوتنبرغ للطباعة، ثم تسارعت وتيرة هذا التطور مع الثورة الكهربائية والإلكترونية، وصولاً إلى الإعلام الرقمي والفضائي الذي أتاح ظهور أشكال جديدة من الإعلام. (الفتاح، 1997، صفحة 26) مع ظهور الأنترنت كوسيلة جديدة للتواصل، أصبحت إمكانيات الاتصال متاحة بشكل أكبر، مما ساهم في كسر احتكار المؤسسات السياسية الفاعلة لنشر وامتلاك المعلومات. (Savigny, 2002, p. 1)

يؤدي الإعلام الإلكتروني دوراً حيوياً في حياة الشباب، خصوصاً في مجالات الفكر والسياسة، حيث يوفر لهم منصة للمشاركة والتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بحرية أكبر مما يتيح لهم المجتمع في التواصل المباشر. (خضر، 2005، صفحة 228) وتتميز الصحافة الإلكترونية بحماسها وجرأتها في مواجهة وسائل الإعلام الأخرى. ومع ذلك، يثير أسلوبها المستمر في التحديث على مدار الساعة تساؤلات حول قدرتها على تقديم تقارير إخبارية تلتزم بالمعايير المهنية، خاصة من حيث الدقة والموضوعية. (الأمير، 2006، صفحة 122)

تعتبر الوظيفة السياسية من أبرز وظائف الاتصال، حيث يرتبط الإعلام ارتباطاً وثيقاً بالعملية السياسية وبالعلاقة الإعلاميين بالسياسيين. تساهم وسائل الاتصال في متابعة قضايا واهتمامات الجمهور لفهم اتجاهات الرأي العام، سواء كانت تتعلق بالمشكلات الداخلية أو بالقضايا القومية والعالمية التي تؤثر على مواقفه. (نسيير، 2000، صفحة 281) تتميز وسائل الإعلام الحديثة بقدرتها على التأثير وتوفير فرص كبيرة للمشاركة في اتخاذ

القرار، مما يكتسب أهمية خاصة في دول العالم الثالث التي تعاني من ضعف الممارسات الديمقراطية، خصوصاً فيما يتعلق بحق الحصول على المعلومات وتبادلها والتعبير عن الرأي من خلال وسائل الاتصال المختلفة. (المصالحه، 1996، صفحة 43)

لم يعد هناك جدل حول مكانة الصحافة الإلكترونية مقارنة بالإعلام الورقي، فقد انتقل النقاش اليوم إلى كيفية هيمنة العالم الرقمي على الفضاء الإعلامي، في ظل تراجع دور الإعلام المطبوع في سوق المنافسة. وأصبح التركيز الآن على طبيعة الصحافة الإلكترونية وتأثيرها ودورها في الحياة السياسية والاجتماعية. (محمد، 2006، صفحة 120)

ج. الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات توزيع وانتشار: يعتبر التحول الناتج عن التطور التكنولوجي جوهر الإعلام، حيث يصبح ما يبدو جديدا اليوم قديما مع ظهور تقنيات جديدة. إن طبيعة التحول التي تفرضها التقنية، سواء من الناحية العلمية أو الإيديولوجية، تتطلب النظر فيما يسميه "ماكلوهان" الحتمية التكنولوجية. وبالتالي، فإن مفهوم الإعلام الجديد يمثل في الواقع مرحلة انتقالية من حيث الوسائل. ويبدو أن مفهوم الإعلام البديل أو "Alternative Media" هو الأكثر ملاءمة، حيث يستمد دلالاته من الجمهور الذي اتخذ وسائل التواصل الاجتماعي بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية.

تشير هذه العبارة إلى المكان الذي يتم فيه ممارسة النقد، حيث تنشأ أفكار وأساليب جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. ومن الأهمية بمكان أن نلاحظ أن البديل يتناول قضايا حساسة تتعلق بالآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بالإضافة إلى التوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة. وبالتالي، يمكن أن يتحول البديل إلى نمط من أنماط الاتصال الجماهيري.

الإعلام البديل هو نتاج مواقف فكرية تعتمد على قاعدة التشكل الذاتي، ومن المهم بعيدا عن النظرة القيمة، أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية بجدية، ونعترف بها في الأبحاث، ونؤطرها ضمن التحولات التي تشهدها القيم الجماعية، والتي تتأثر بالعديد من العوامل وتنتج سلطات رمزية. كما يشير "أمبرتويكو"، فإن الأشكال الإعلامية في كل قرن تعكس الطريقة التي ينظر بها العلم، والثقافة المعاصرة إلى الواقع. وهذا يعني أن أشكال الإعلام الجديد تعكس سمات الشك والنسبية والفوضى، التي تمثل الخصائص المشتركة للثقافة المعاصرة. (الغفار، 2015، صفحة 129)

أنتجت الشبكات الاجتماعية قضايا قانونية معقدة، من أبرزها انتهاك الخصوصية، حيث أصبح من السهل الاطلاع على تفاصيل حياة الآخرين من خلال ملفاتهم الشخصية. وفي رد على ذلك، قدمت هذه المنصات أدوات للتحكم في الخصوصية وأقرت قواعد لتنظيم الوصول إلى المحتوى الشخصي للمستخدمين. (الجندي، 2016، صفحة 190)

أصبحت الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر وانستغرام، أدوات حيوية تعتمد عليها الصحف والقنوات في نشر الأخبار والتفاعل مع الجمهور. تستخدم هذه المنصات لنشر الروابط، وتنظيم الحملات الإعلامية، واستطلاع آراء الناس، مما أدى إلى تغيير دور الصحفي من مخبر، إلى منسق محتوى. (Alfred Hermida, 2013, p. 305)

د. **توظيف المحتوى المنتج من طرف المستخدم (UGC):** تستند الصحافة التقليدية إلى المحتوى المنشور في المدونات، التغريدات والفيديوهات الشخصية كمصادر للمعلومات، خصوصا خلال الكوارث أو الأحداث غير المتوقعة. تعرف هذه الممارسة بالصحافة المدعومة من المستخدم (User-Supported Journalism) حيث تتداخل مع مفهوم التدوين الإلكتروني كمصدر إضافي للأخبار. (Bruns, Gatewatching Collaborative Online News Production, 2005, p. 11)

ازداد اهتمام الشبكات الإخبارية العربية، مثل العربية الجزيرة، بالمحتوى الذي ينتجه المستخدمون، خاصة بعد تطور أجهزة الهواتف المحمولة التي أصبحت قادرة على تلبية هذا الطلب. لم تعد هذه الأجهزة تقتصر على نقل المحتوى فحسب، بل أتاحت للمستخدمين إمكانية دمج وتأليف المحتويات وفقا لرغبتهم واهتماماتهم. كما أن انخفاض تكلفة الهواتف المحمولة ساهم في تمكين شريحة واسعة من المستهلكين من تبادل محتوياتهم بشكل فوري مع المواقع الإخبارية، مما يتيح نشرها على نطاق أوسع.

على الرغم من عدم وجود نظام واضح للتحقق الرقمي، إلا أن العديد من الصحفيين بدأوا يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي، خصوصا في التغطيات المتعلقة بالشؤون الاجتماعية أو الكوارث. يتضح ذلك من خلال متابعة الصفحات الرسمية لقنوات مثل النهار والبلاد، التي غالبا ما تستند إلى منشورات المستخدمين كمصادر أولية للأخبار. (عزوز، 2018، صفحة 122)

هـ. **ظهور ما يسمى بالصحفي متعدد المهام (Multiskilled Journalist):** أدت البيئة الرقمية إلى تغيير جذري في النموذج التقليدي للعمل الصحفي، الذي يعتمد على التخصص الدقيق (مثل الصحفي،

المصور، المحرر، المخرج...)، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالصحفي متعدد المهام، هذا النوع من الصحفيين يقوم بأداء مهام متعددة بنفسه باستخدام أدوات رقمية متنقلة ومنخفضة التكلفة.

يعتبر انخراط الأفراد أو المستخدمين في الفعل الدعائي جزءاً من مفهوم دعاية المشاركة، وهو نهج منهجي يهدف إلى تشكيل التصورات والتأثير على المعرفة وتوجيه السلوك. يسعى هذا النوع من الدعاية إلى تشجيع الجمهور المستهدف على المشاركة الفعالة في نشر الرسائل، بهدف تحقيق استجابة تتماشى مع أهدافهم ورغباتهم .

عند تحليل هذا التعريف، نلاحظ أن التدوين الإلكتروني يسعى إلى استقطاب جزء من الجمهور إلى جانبه، مما يعزز من فعاليته وانتشاره وتأثيره. كما يلاحظ أن التدوين الإلكتروني يحافظ على هدفه الأساسي المتمثل في تشكيل التصورات وتوجيه السلوك، مع التركيز على تحفيز المشاركة من داخل الشبكة المستهدفة، مما يعني أنه لا يقتصر على جمهوره الأصلي بل يسعى لجذب أفراد آخرين من المجموعة المستهدفة.

يتجاوز التدوين الإلكتروني نمط الاتصال التقليدي أحادي الاتجاه، ليعتمد أسلوباً تفاعلياً يربط بين فرد ومجموعات متعددة. هذا النمط، بالإضافة إلى إبقاء الفرد في وضعية المستهدف، يعزز من التعاون والمشاركة، حيث يتحول الفرد إلى مصدر جديد يساهم في إنتاج ومشاركة المحتوى الإلكتروني مع مجموعات من داخل شبكته الاجتماعية، مما يشبه تأثير كرة الثلج. عملياً، يستفيد التدوين الإلكتروني من المشاعر والأفكار التي يشعر بها الجمهور، ويعمل على تعزيزها وتضخيمها بأسلوب يحفز بعض الأفراد على التفاعل معها ومشاركتها. (المصدر، 2020، صفحة 70)

وصف هذا التحول، بأنه انتقال من الصحفي كناقل للمعلومات، إلى الصحفي كمنتج شامل للمعنى، مما يستدعي منه تطوير مهارات تقنية واتصالية ومهنية متكاملة. أصبح هذا النموذج ضرورة للمؤسسات الصحفية التي تسعى لتقليل التكاليف التشغيلية، كما أنه أصبح الخيار المفضل لدى وسائل الإعلام الرقمية الناشئة التي تعتمد على عدد محدود من الصحفيين لكنها تتطلب إنتاجاً فورياً ومكثفاً. (Deuze, 2005, p. 446)

شهدت المنطقة العربية زيادة في عدد المواقع الإخبارية التي تعتمد على محتوى المستخدمين، مما يعكس تطور صحافة المواطن. جاء ذلك بالتزامن مع سعي الصحف التقليدية لإطلاق نسخ إلكترونية، خوفاً من تراجع دور الصحافة الورقية أمام الإعلام الجديد الذي أصبح مصدراً رئيسياً للأخبار. كما ساهم انتشار

الفايسبوك وتويتر باللغة العربية في تعزيز الإعلام التشاركي وتوسيع نطاق وصول المؤسسات الإخبارية، مما أدى إلى تحول الجمهور من متلق سلبي إلى منتج وشريك نشط بفضل حرية أكبر مقارنة بالصحفي التقليدي. وقد استفاد السياسيون والمثقفون والصحفيون من هذه المنصات لنشر محتوى محظور في الإعلام التقليدي، مما جعل الإعلام الجديد فضاء مفتوحاً للتعبير والمشاركة. (بعزيز، 2012، صفحة 58)

أصبح المواطنون مصدراً رئيسياً لنقل الأحداث التي لا تغطيها وسائل الإعلام التقليدية، خاصة القضايا المحلية التي تهمل بسبب ضغوط السلطة أو نقص المراسلين. وقد تجلّى ذلك بوضوح خلال الثورات العربية في عام 2011، حيث اعتمدت القنوات على صور وفيديوهات المواطنين نتيجة غياب الصحفيين المحترفين. ويشير المختصون إلى أن استخدام الهواتف والكاميرات قد أتاح للإعلام التواجد الافتراضي الكلي، مما دفع وسائل الإعلام التقليدية إلى إقامة شراكات مع مواقع ومدونات إلكترونية لتبادل المحتوى. كما حدث مع صحيفة "International Herald Tribune" التي وقعت عقداً في مايو 2006 مع موقع الصحافة المواطن www.ohmynews لتزويده بالمعلومات والأخبار الإعلامية. (بعزيز، 2012، صفحة 61)

على الرغم من أن هذا النموذج بدأ في الظهور تدريجياً، إلا أن نقص التكوين النوعي في المهارات الرقمية لا يزال يشكل عائقاً أمام التحول الشامل. فالكثير من الصحفيين لا يمتلكون التدريب العملي الكافي على تقنيات المونتاج أو إدارة المنصات الرقمية، مما يدفعهم للاعتماد على فرق منفصلة. (عزوز، 2018، صفحة 129)

و. إعادة تشكيل العلاقة مع الجمهور: أحدثت الوسائط الجديدة تحولات جذرية في دور الجمهور، إذ لم يعد متلقياً سلبياً بل شريكاً في إنتاج الرسائل الإعلامية وتعديلها، عبر التعليقات الفورية، والتفاعل على شبكات التواصل، واستخدام البودكاست، والمشاركة في البث المباشر. ويعرف هذا النموذج بالصحافة التشاركية أو الحوارية التي تعترف بخبرة الجمهور، ما يحول العلاقة من إعلام عمودي إلى تفاعل أفقي. وبذلك يتغير دور الصحفي من سلطة معرفية إلى ميسر للعملية الاتصالية. (Willis, 2003, p. 13)

تسود عبر الأنترنت طابع رد الفعل والانفعالية، حيث يفتقر الأمر إلى التنسيق والمشاركة وفهم المصادر، مما يؤدي إلى تشكيل صورة معينة عن الأشخاص على الشبكة. (الغني، 2008، صفحة 79)

تتجلى أهمية التدوين الإلكتروني على منصات التواصل الاجتماعي، في قدرته على مناقشة وطرح الأفكار والآراء ووجهات النظر، حول مواضيع ومعلومات وأخبار محددة. فهو يعزز النقاش ويثري المحتوى،

ويساهم في تبادل المعلومات والقضايا، وهو ما لم تتمكن وسائل الإعلام التقليدية من تقديمه. (Jakubowicz, 2009, p. 27)

لقد أدت التغيرات التي شهدتها مجال الإعلام، وخاصة مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأفراد في إنتاج الأخبار، إلى تأثير كبير على سلطة الإعلام في احتكار المعلومات. كما تغيرت طرق عرض القضايا والمواضيع ومعالجتها. لم تعد عملية اختيار الأخبار وانتقائها كما كانت في السابق. (Schaffer, 2007, p. 10) كما أدت التطورات في تقنيات الاتصال والإعلام، بالإضافة إلى تفاعل المستخدمين وظهور الإعلام البديل أو الصحافة البديلة، إلى تآكل سلطة وسائل الإعلام التقليدية وهيمنتها على المعلومات وجمهورها. فهذه الوسائل البديلة تناقش قضايا وتطرح مواضيع لم تكن تتناولها وسائل الإعلام التقليدية الأخرى. (Cao, 2009, p. 5)

أصبح الجمهور عبر منصات التعليق والبودكاست والبلث المباشر شريكا في العملية الإخبارية، مما غير علاقته بوسائل الإعلام. وتعتبر المدونة موقعا إلكترونيا يشبه اليوميات الرقمية التي تعكس شخصية صاحبها، وتركز على مواضيع معينة، ويمكن أن تحتوي على نصوص وصور وفيديوهات وصوتيات، بالإضافة إلى روابط لمدونات أخرى.

7. مقارنة بين الصحافة التقليدية ووسائل الإعلام الرقمي:

نستطيع أن نحدد الفوارق بين الصحف والصحافة الإلكترونية، من جهة، والصحف والصحافة الورقية أو التقليدية في جوانب واعتبارات عدة، فيما يلي:

- أ. السرعة والفورية في تغطية الأحداث: تتيح الصحف الإلكترونية تغطية فورية وشاملة للأحداث عبر الأنترنت، وهو ما تعجز عنه الصحف الورقية بسبب بطء الطباعة. وتنسجم هذه السرعة مع طبيعة العمل الصحفي، لكنها تثير تساؤلات حول مدى تأثيرها على دقة الأخبار والتحقق من المعلومات قبل نشرها.
- ب. السرعة والسهولة في الوصول إلى المعلومات: تتميز الصحف الإلكترونية عن الورقية بسهولة الوصول إلى محتواها في أي وقت ومن أي مكان، على عكس الصحف الورقية التي تقتصر على نقاط البيع وأوقات التوزيع، مما يجعلها عرضة للانتقاد. ومع ذلك، يعبر بعض المتحفظين عن قلقهم بشأن إمكانية الوصول إلى

الصحافة الإلكترونية بسبب مشكلات محتملة مثل ضعف الشبكة، الأعطال التقنية، بطء التحميل، أو تعرض الأجهزة للفيروسات.

ت. **القدرة على تفعيل واستخدام عناصر والصورة:** أصبحت الصحف الإلكترونية قادرة على تعزيز الأخبار باستخدام وسائط متعددة مثل الصور والصوت والفيديو، مما يمنح الخبر وضوحاً أكبر ويزيد من مصداقيته، وهو ما لا يتوفر في الصحف الورقية. ومع ذلك، يرى البعض أن استخدام هذه العناصر لا يزال محدوداً. كما أن كثرة استخدام الوسائط المتعددة قد تجعل المواد الصحفية تشبه محتوى الراديو والتلفزيون، مما يفقد الصحيفة تميزها ويخلق منافسة جديدة بينها وبين مقدمي المحتوى الصوتي والمرئي على الأنترنت. (قديلجي، 2015، صفحة 171)

ث. **القدرة هائلة على نشر كميات كبيرة من المحتوى:** لأن الصحف الإلكترونية يمكنها نشر كميات غير محدودة من المحتوى (Content)، فهي ليست مقيدة بمساحة معينة أو بوقت محدد للنشر. بالإضافة إلى ذلك، توفر خدمة الأرشفة التي تعزز من كمية المحتوى مقارنة بالصحف الورقية.

ج. **التفاعلية "Interactivity":** يعتبر التفاعل من أهم الخصائص التي تميز الصحف الإلكترونية والإعلام الجديد عن الصحف الورقية والتقليدية، حيث يتيح للزوار التواصل المباشر مع القائمين على الموقع، والمشاركة في الحوارات والدرشات، والانضمام إلى القوائم البريدية، مما يعزز تبادل الآراء والتواصل المستمر. (قديلجي، 2015، صفحة 173)

ح. **من حيث إمكانية تعديل المحتوى:** تحتاج الصحف الورقية إلى تجهيزات مكلفة يتحملها المنتج، بينما تعتمد الصحف الإلكترونية على تجهيزات أقل وتستغني عن تكاليف الطباعة، مع إمكانية تحميل القارئ لتلك التكاليف إذا أراد. تتميز الصحف الإلكترونية بمرونة كبيرة، حيث تتيح تخصيص المحتوى، وتوفير معلومات متخصصة، ومساحة غير محدودة، وتحديث مستمر، بالإضافة إلى انخفاض تكاليف الإنتاج، والتفاعل المباشر بين القراء والكتاب، وسهولة الرجوع إلى الأرشفة، فضلاً عن توفرها على مدار الساعة دون قيود زمنية أو مكانية، على عكس الصحف الورقية التي تقتصر على الطبعات ونطاق التوزيع.

خ. **المرونة من خلال استخدام الوصلات الافتراضية:** تعتبر الوصلات الافتراضية "Hyperlinking"، من العناصر الأساسية المميزة لشبكة الأنترنت. إذ تعكس خاصية الشبكة نفسها مفهوم التداخلية "Interconnectivity" بين العديد من المواقع، تتيح هذه الوصلات للمستخدمين الوصول إلى خدمات إخبارية من خلال التنقل بين محتويات متنوعة ومختلفة، مما يمكنهم من الانتقال من قراءة مختصرات الأخبار

إلى تفاصيلها. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه الوصلات في تمكين المستخدمين من التعرف على الخلفيات التاريخية للأحداث.

د. من حيث المساحات الجغرافية التي تغطيها وتصل إليها: يوفر الأنترنت للمواقع الإعلامية إمكانية الوصول إلى جمهور عالمي، على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تقتصر على الجغرافيا ولا تضمن انتشار رسائلها خارج نطاق محدود. لذا، تسعى معظم المؤسسات الإعلامية لإطلاق نسخ إلكترونية لتعزيز وجودها والوصول إلى جمهور أوسع. (قنديلجي، 2015، صفحة 176)

ذ. التوفير في تكلفة طبع وتوزيع أعداد الصحف: تعتبر الصحف الأكثر نجاحاً هي التي تجمع بين النسخة الورقية والموقع الإلكتروني، خاصة في مجال الصحافة المكتوبة. فإطلاق نسخة إلكترونية يساهم في تقليل تكاليف الطباعة والتوزيع، وفي ذات الوقت يساعد على زيادة عدد القراء. (قنديلجي، 2015، صفحة 176)

ويعكس المخطط التالي استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديد.



الشكل رقم (2) يمثل استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديد نقلا عن قنديلجي عامر

إبراهيم (قنديلجي، 2015، صفحة 178)

8. دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة من طرف الصحافة التقليدية:

لم يكن الانتقال إلى استخدام وسائل الإعلام الجديدة خيارا ترفيهيا للصحافة التقليدية، بل كان استجابة ضرورية للتغيرات العميقة التي شهدتها البنية التكنولوجية، والاقتصاد الإعلامي، بالإضافة إلى تحول

أنماط تلقي الجمهور وسلوكياته الاتصالية. يمكن تصنيف دوافع هذا الاستخدام إلى ثلاثة مستويات متكاملة، دوافع تكنولوجية، اقتصادية، ومهنية — ثقافية نتطرق إليها فيما يلي:

أولاً: الدوافع التكنولوجية:

أ. التحول الرقمي الشامل في البيئة الاتصالية: أحدثت الرقمنة تحولاً جذرياً في أنماط الإنتاج والنشر التقليدية، حيث أصبح من الممكن نشر المحتوى بشكل فوري وبصيغ متنوعة (نصوص، فيديو، صور، صوت) عبر منصات سهلة الاستخدام وبتكاليف منخفضة. ومع ظهور مفاهيم مثل: "اللحظة الإعلامية، Media Immediacy"، أصبحت وسائل الإعلام الجديدة ضرورة تكنولوجية لضمان التكيف مع التطورات المستمرة. (Manovich, The Language of New Media, 2001, p. 108)

ب. تفوق تقني للمنصات الجديدة على الوسائط الكلاسيكية: توفر الوسائط الرقمية مزايا تقنية تتفوق على الصحافة الورقية أو البث التلفزيوني التقليدي، مثل أرشفة المحتوى، إمكانية التحديث، التفاعل والقياس الفوري للانتشار. هذه الخصائص جذبت الصحفيين التقليديين لاستخدامها كأدوات مساعدة أو بديلة. (Pavlik, 2008, p. 21) ستنتطرق إليها فيما يلي:

أحدثت تكنولوجيا الإعلام الجديد تغييراً جذرياً في أنماط التواصل، حيث أصبحت تتطلب من المستخدمين دوراً فاعلاً في اختيار المحتوى، رغم أن معظم الجمهور لا يمنح ما يستهلكه اهتماماً عميقاً. كما قامت هذه التكنولوجيا بدمج وسائل الإعلام المختلفة، مما ألغى الحدود بينها، وأصبحت المؤسسات الكبرى مثل نيويورك تايمز تعمل بالكامل عبر الإنترنت وتقرأ إلكترونياً. وتقارب التلفزيون والإنترنت حتى أصبح كل منهما يؤدي وظيفة الآخر، مما جعل معظم وسائل الإعلام إلكترونية في جوهرها. كما جعل الإعلام الجديد حرية التعبير واقعاً ملموساً، حيث يمكن لأي شخص نشر رسالته على مستوى عالمي بتكاليف بسيطة، ووفرت شبكات التواصل والهواتف الذكية مساحة واسعة للتعبير والتفاعل والوصول إلى المعلومات دون قيود. (الجندي، 2016، صفحة 100)

الإعلام الجديد هو إعلام يعتمد على وسائط متعددة، وقد أحدث ثورة في المحتوى الاتصالي الذي يدمج النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. وقد شهد هذا المحتوى انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة، خاصة من خلال ما يعرف بصحافة المواطن، مما أدى إلى تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستدعي التفكير والدراسة.

ثانيا: الدوافع الاقتصادية:

أ. تراجع عائدات الصحف الورقية: منذ بداية العقد الأول من الألفية الثالثة، شهدت الإعلانات الورقية ترجعا ملحوظا لصالح الإعلانات الرقمية، مما دفع المؤسسات التقليدية إلى إعادة تقييم نماذجها الاقتصادية. وأصبح تطوير نسخ رقمية أو دمج وسائل الإعلام الجديدة جزءا أساسيا من استراتيجيات الإنقاذ المالي. (Küng, 2015, p. 84)

ب. انخفاض تكاليف الإنتاج الرقمي: بالمقارنة مع الإنتاج الورقي أو التلفزيوني، يعد النشر الرقمي أقل تكلفة، سواء من ناحية الورق أو الطباعة أو التوزيع. وقد أدى ذلك إلى تشجيع الصحافة التقليدية على الاستثمار في المحتوى الرقمي، وأحيانا الاعتماد عليه كخيار أساسي. (Briggs, 2010, p. 56)

ج. توجه المعلنين نحو المنصات الرقمية: مع انتقال الجمهور إلى استهلاك الأخبار عبر الأنترنت، بدأ المعلنون بالتحول نحو الفضاء الرقمي، مما دفع المؤسسات الصحفية لتعزيز وجودها الإلكتروني لضمان تحقيق الإيرادات. وقد أتاح الإعلام الجديد كمية هائلة من المعلومات وسرعة في الوصول، مما جعله بيئة مثالية للإعلان والتسويق. كما ساهم الإعلان الرقمي في تمويل المنصات وتأثيره على قرارات الشراء، بينما عززت الألعاب والمسابقات الجانب الترفيهي وجذبت فئات واسعة من المستخدمين. وشهدت المنطقة العربية توسعا في المواقع الإخبارية التي تعتمد على محتوى المستخدمين، مما يعكس نمو صحافة المواطن.

ثالثا: الدوافع المهنية والثقافية:

أ. تحول في عادات الجمهور الإعلامية: أصبح الجمهور المعاصر يتطلع إلى السرعة والاختصار والتفاعل، لم يعد ينتظر صدور الجريدة في الصباح أو نشرة الأخبار في الثامنة، بل يسعى للحصول على المعلومات فور حدوثها، وهذا ما دفع الصحفيين التقليديين إلى التكيف مع هذه العادة الجديدة. (Hermida, 2010, p. 297)

ب. تزايد أهمية الصحفي المواطن: لم يعد الصحفي هو المصدر الوحيد للمعلومات، فبفضل وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، أصبح بإمكان أي شخص نشر خبر أو تحليل أو صورة من موقع الحدث. لذلك، بدأت المؤسسات الصحفية في الاستفادة من هذه المصادر ودمجها في عملها التحريري. (Bruns, Gatewatching Collaborative Online News Production, 2005, p. 38)

ج. الرغبة في الحفاظ على المصداقية عبر التفاعل: في عصر الشفافية الفورية، أصبح الجمهور يطالب المؤسسات بتقديم توضيحات سريعة، والرد على الاستفسارات، والاعتراف بالأخطاء عند وجودها. وتلعب

وسائل الإعلام الجديدة دورا حيويا في بناء علاقة تفاعلية بين الصحفي والجمهور، مما يعزز من مصداقية المعلومات. (Deuze, 2005, p. 452)

د. إعادة تعريف الهوية المهنية للصحفي: أجبرت البيئة الرقمية الصحفي، على تجاوز دوره التقليدي كمحرر للخبر، ليصبح ميسرا للمعلومات، ومنسقا للتفاعل، ومشاركا في الحوار العام. هذه التغيرات تدفعه إلى استخدام الوسائل الحديثة لتعزيز حضوره المهني والرمزي. (Singer, 2005, p. 180)

9. نتائج وأثر استخدام وسائل الإعلام الجديدة على الصحافة التقليدية:

لم يكن دخول الصحافة التقليدية إلى عالم وسائل الإعلام الجديدة مجرد تحول سطحي أو تحديث تقني، بل شكل إعادة تشكيل عميقة في جميع جوانب الممارسة الصحفية. وهذا يشمل الوظيفة الإعلامية، وبنية المؤسسات، وهويات الصحفيين المهنية. يمكن تصنيف أبرز النتائج والآثار في النقاط التالية:

أولاً: على مستوى الوظيفة الإعلامية للصحافة:

أ. زوال احتكار المعلومة: لم تعد الصحافة التقليدية المصدر الوحيد أو الأساسي للمعلومات، بل أصبحت تتشارك الفضاء الإعلامي، مع مصادر جديدة مثل المدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي، وشهود العيان. وقد أدى ذلك إلى تراجع دور الوسائل الإعلامية التقليدية في أجندة الأخبار، وظهور مفهوم اللامركزية في المعلومات. (Keen, The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture, 2007, p. 85)

تتجلى أهمية تداول الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، في قدرته على مناقشة وطرح الأفكار والآراء ووجهات النظر، حول مواضيع ومعلومات وأخبار محددة. فهو يعزز النقاش ويثري المحتوى، ويساهم في تبادل المعلومات والقضايا، وهو ما لم تتمكن وسائل الإعلام التقليدية من تقديمه. (Jakubowicz, new notion of media,, 2009, p. 27)

ب. تسارع دور الخبرة وتقلص الحصرية: في عصر تدفق المعلومات عبر الأنترنت، لم تعد الحصرية الصحفية مرتبطة بالسبق الزمني، بل أصبحت تعتمد على جودة المعالجة والتحليل. يتعين على الصحافة اليوم إعادة صياغة الحدث بدلا من مجرد نقله، مما يستدعي توافر خبرات تحليلية بدلا من الاكتفاء بالنقل السريع. (Hermida, 2010, p. 300)

تتمثل القدرة على التعبئة في دعم الأفكار التي تؤمن بها ومعارضة الأفكار الأخرى، مما يمكن أن يساهم في تشكيل رأي عام إقليمي أو عالمي حول قضايا معينة وأفراد في وقت محدد. يتكون هذا الرأي من فئات

مستخدمي الأنترنت، وخاصة من خلال المواقع الإعلامية المنتشرة. لذا، يمكننا أن نطلق على هذه المواقع اسم المواقع الرقمية التعبوية، حيث تعمل بشكل مستقل عن جميع الأنظمة والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات، مما يعزز من المشاركة الديمقراطية. (الجندي، 2016، صفحة 102)

ثانياً: على مستوى العلاقة مع الجمهور:

أ. الجمهور كمشارك لا كمستهلك: أصبحت وسائل الإعلام التقليدية تواجه جمهوراً نشطاً يتفاعل من خلال التعليقات، التصحيحات، النقاشات، وأحياناً إنتاج محتوى إعلامي خاص به. هذا التحول غير نظرة الصحافة تجاه الجمهور من مستهلك إلى شريك إعلامي، مما يؤدي إلى إعادة تشكيل استراتيجيات النشر والتفاعل. (Willis, 2003, p. 23)

من بين التحولات والانعكاسات التي نتجت عن هذا الشكل الجديد من الصحافة، يبرز التغيير الجذري في عنصرين أساسيين من عناصر العملية الاتصالية: المرسل، المعروف بالقائم بالاتصال، والمستقبل. فقد شهدت مهام كل منهما تحولاً كبيراً، حيث أصبح الجمهور الذي كان يتلقى الرسائل والمحتويات الإعلامية يشارك بشكل فعال وأساسي في إنتاجها ونشرها. لم يعد الجمهور مجرد مستهلك للمحتوى الإعلامي، بل أصبح له دور فعلي في صياغته بحرية. وبالتالي، يتميز هذا الجمهور بأنه يتفاعل مع وسائل الإعلام ويستهلك محتواها في الوقت نفسه الذي يساهم فيه في إنتاجه. (بعزيز، 2012، صفحة 60)

لقد أدت التغيرات التي شهدتها مجال الإعلام، وخاصة مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركة الأفراد في إنتاج الأخبار، إلى تأثير كبير على سلطة الإعلام في احتكار المعلومات. كما تغيرت طرق عرض القضايا والمواضيع ومعالجتها. لم تعد عملية اختيار الأخبار وانتقائها كما كانت في السابق. (Schaffer, citizen media, Fad or the future of New? The rise and prospects of hyperlocal journalism, 2007, p. 10)

ب. ازدياد الضغوط الجماهيرية عبر الوسائط الاجتماعية: أدى حضور وسائل التواصل إلى مراقبة شبه دائمة لأداء الصحفي والمؤسسة، بحيث يمكن لأي خطأ أن يتحول إلى أزمة رقمية. هذا الوضع يعزز من ثقافة الشفافية الإعلامية، ولكنه يفرض ضغوطاً يومية على الصحفيين. (Derakhshan, 2017, p. 19)

قد بدأت البلاد العربية تتعرف على إعلام جديد بوسائل ومضامين جديدة، يحمل رسائل ثقافية وإعلامية تربوية وقيماً أخلاقية جديدة، وهي إن كانت تتصادم أحياناً مع التراث العربي المعهود وأخلاقيات

المحافظة. وترجم قيم أخلاقية وتروج لسياساته واهتماماته، وتفرض على مستقبلها ومتلقيها جندته الرئيسية سياسيا، اقتصاديا، عسكريا، ثقافيا وأخلاقيا. (مهنا، 2009، صفحة 19)

ثالثا: على مستوى بنية المؤسسة الإعلامية:

أ. تغير في هيكله غرف الأخبار (Newsroom Convergence): أدت الحاجة إلى نشر المحتوى بشكل رقمي، إلى قيام بعض المؤسسات بدمج غرف الأخبار التقليدية مع نظيرتها الرقمية، أو إنشاء وحدات مخصصة للنشر عبر منصات متعددة. وقد استلزم هذا التغيير الهيكلي إعادة توزيع الأدوار والمهام داخل المؤسسة. (Küng, 2015, p. 91)

الحرية التي لم يكن يتمتع بها القارئون على الاتصال، والصحفيون في وسائل الإعلام التقليدية، أصبحت متاحة بشكل كبير للجماهير، التي تستهلك وتنتج المحتوى الإعلامي في الوقت نفسه. لذا، فإن عملية النشر في نموذج صحافة المواطن، تعتمد على أسلوب النشر ثم الانتقاء والتقييم، على عكس ما كان عليه الحال في الصحافة التقليدية التي كانت تتبع نموذج الانتقاء والتقييم ثم النشر. (عزير، 2012، صفحة 60)

ب. ظهور مهن إعلامية جديدة: أدت الرقمنة إلى ظهور وظائف جديدة لم تكن موجودة من قبل، مثل:

➤ مسؤول الشبكات الاجتماعية، (Social Media Editor)،

➤ مختص التحقق من الأخبار، (Fact-checker)،

➤ ومحلل بيانات إعلامية، (Data Journalist).

هذا التغيير يوسع نطاق العمل الصحفي التقليدي، ويعيد تعريف المهارات اللازمة في هذا المجال. وتولي المؤسسات الإعلامية أهمية كبيرة لصناعة المعلومات، خاصة التكنولوجيات الحديثة التي تلعب دورا بارزا في مجال الأخبار وطرق الحصول عليها. (flishy, 1999, p. 17)

عند الحديث عن مجال المعلومات وطرق البحث عنها، يتعين علينا استكشاف الوسائل الفعالة للتغلب على المعوقات والقيود التي تعيق الوصول إلى المعلومات. كما يجب تعزيز اهتمام القائمين على الاتصال بصناعة المعلومات. (warnier, 1999, p. 63)

على الرغم من أن صحافة المواطن تعتبر غير نفعية، حيث لا يتقاضى الصحفيون فيها أجورا، إلا أن التطور الكبير الذي شهدته مواقع التدوين الإلكتروني جعلها تحقق أرباحا لأصحابها من خلال الإعلانات.

فقد أصبحت بعض المواقع مثل "Ohmynews" و "Agoravox"، تقدم مكافآت مالية لأفضل المقالات والمحتويات، بالإضافة إلى ذلك، تقوم بعض منصات الفيديو مثل "YouTube" و "My Video"، ببيع الصور ومقاطع الفيديو لبعض المؤسسات الإعلامية والصحفية. بناء على ما سبق، يتضح أن هذا الشكل الجديد من الصحافة، المعروف بـصحافة المواطن أو إعلام الجمهور، قد بدأ يفرض نفسه على الصحافة التقليدية وينافس وسائل الإعلام الأخرى. (بعزيز، 2012، صفحة 62)

رابعاً: على مستوى الهوية المهنية للصحفي:

أ. إعادة تشكيل دور الصحفي: تحول الصحفي من مجرد ناقل للأخبار إلى منسق للمعلومات، وميسر للنقاشات، ومراقب للحقائق. أصبح من الضروري أن يكتسب الصحفي مهارات متنوعة، وأن يعيد تقييم معايير المهنية التقليدية مثل الموضوعية والحياد، في ظل بيئة تتطلب التفاعل الشخصي المستمر. (Deuze, 2005, p. 448)

أصبح بإمكان الأفراد إنتاج ونشر محتوى إعلامي بفضل وسائل الاتصال الحديثة، دون الحاجة لاحتراف في الصحافة، مما جعل محتوهم يتنافس مع وسائل الإعلام التقليدية، خاصة مع ظهور منصات تتيح النشر دون رقابة. يتميز هذا الجمهور بقدرته على استهلاك وإنتاج المحتوى في الوقت ذاته، ويستفيد من حرية أكبر مقارنة بالصحفيين، مما دفعه لنشر مواد كانت محظورة سابقاً، كما أدى ذلك إلى تشجيع العديد من الصحفيين على إنشاء مدونات أو الكتابة فيها للاستفادة من حرية التعبير الواسعة. تعتمد صحافة المواطن على محتوى ينتجه أفراد عاديون دون رقابة مهنية، مما يؤثر على صناعة المحتوى ويشكل تحدياً لمصداقية الإعلام التقليدي. كما ساهم ظهور صحفيين مستقلين يقدمون مواد إعلامية بأساليبهم الخاصة في إعادة تشكيل التوازن داخل المجال الإعلامي. (بعزيز، 2012، صفحة 62)

ب. لا حدود بين الصحفي والمستخدم: أدى ظهور صحافة المواطن إلى تلاشي الفرق بين الصحفيين والمستخدمين، مما خلق تحديات مهنية تتعلق بالاعتراف المهني، وأخلاقيات الممارسة، وحقوق النشر.

وتميز الإعلام الجديد بالانتشار الواسع والعالمية، بالإضافة إلى غياب الالتزام الزمني الذي يتيح للجمهور الوصول إلى المحتوى في أي وقت. كما ساهم في تجاوز العزلة الرقمية من خلال تفاعلات افتراضية تتم عبر الرسائل والردودشات بدلاً من التواصل المباشر. واتسعت خيارات الجمهور بشكل غير مسبوق بين منصات

متعددة، بدءاً من المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية وصولاً إلى الهواتف الذكية والألعاب، مما جعل استهلاك الإعلام يتوزع في بيئة رقمية معقدة ومتنوعة. (الجندي، 2016، صفحة 102)

يتبين أن دمج وسائل الإعلام الجديدة في الصحافة التقليدية، لم يقتصر على تحديث أدوات النشر فقط، بل أحدث تغييرات جذرية تؤثر في جوهر المهنة. تعيش الصحافة اليوم مرحلة جديدة تتسم بالمرونة والتفاعل، حيث يتداخل فيها المهني مع الشعبي، والمركز مع الهامش. وهذا يفرض تحديات مستمرة على المؤسسات والصحفيين للحفاظ على الجودة والمصداقية، والتكيف مع بيئة اتصالية غير مستقرة.

المبحث الثالث: الأدوار الإعلامية الجديدة في النسق التقليدي

أدت الرقمنة إلى تغيير النموذج التقليدي للإعلام، حيث لم تعد مهام الصحفي مقتصرة على جمع الأخبار والتحقق منها ونشرها، بل أصبحت جزءاً من نظام أكثر تعقيداً يتسم بالتفاعل والتفاوض مع الجمهور. ومع زيادة إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين، انتقل الصحفي من كونه مرسلًا أحاديًا إلى ممارسة أدوار جديدة تشمل التنسيق، والتقييم، والوساطة، والمشاركة في فضاء إعلامي تشاركي.

يهدف هذا المبحث إلى تحليل هذه الأدوار الجديدة وكيف أعادت الوسائط الرقمية تعريف وظيفة الصحفي وهويته المهنية ضمن النسق الإعلامي المعاصر.

1. تحولات الممارسة الإعلامية بين التحول البنيوي واستمرارية النسق التقليدي:

يشهد العالم اليوم صراعات سياسية وإيديولوجية، بالإضافة إلى تحولات ديمقراطية ونزاعات عسكرية معقدة، تتداخل مع عوامل رئيسية مثل العولمة والإرهاب والاحتباس الحراري وأزمات الطاقة. يشكل هذا المشهد المتغير، الذي يتضمن عودة التعددية القطبية وصعود آسيا في مواجهة الغرب، بيئة دولية تتميز بتفاعلات داخلية وإقليمية ودولية تؤثر على مختلف القطاعات، خاصة الإعلام، الذي يتأثر بهذه التحولات ويعيد إنتاجها في الخطاب العام. يمارس الإعلام دوره داخل المجتمع، لذا يصعب قراءة تاريخه، ومعالجة وضعه الراهن، والتنبؤ بآفاق تطوره بمعزل عن السياق الاجتماعي (السياسي، الاقتصادي، التقني) والثقافي (الفكري-الروحي) الذي يعمل فيه. (خضور، 2008، صفحة 7)

لقد أصبح الاتصال عملية تتميز بعدم وجود بداية أو نهاية أو تسلسل محدد للأحداث، حيث تفتقر إلى عناصر ثابتة ومستقلة عن غيرها، بل تتفاعل جميع العناصر بشكل متبادل. وتوجد علاقات ديناميكية تربط بين هذه العناصر، مما يحدد شكل الظاهرة ونتائجها. والتطور الحاصل في علم الاتصال قد أدى إلى ظهور إشكاليات جديدة، لا يمكن معالجتها إلا من خلال مقاربات شاملة وجامعة، تأخذ في الاعتبار تعقيد العناصر الفاعلة في عملية التواصل وتغير وضعها الديناميكي، إذ أصبح من غير الممكن دراسة العملية الاتصالية بشكل عام من منطلقات جزئية. (خضور، 2008، صفحة 42)

ومن هذا المنطلق حددنا أربعة متغيرات رئيسة لدراسة الظاهرة الإعلامية الجديدة، في ظل الواقع الدولي الجديد، هي:

أ. **المتغير السياسي والإيديولوجي:** يشير الباحثون في التاريخ السياسي إلى أن الحرب الباردة أثرت على المنطقة العربية منذ وقت مبكر. ورغم انشغال القوتين العظميين في تلك الحرب بالواجهة في جنوب شرق آسيا، والتي تحولت إلى صراع عسكري مباشر في فيتنام، إلا أن المنطقة العربية لم تغب عن اهتمامهما، نظرا لأهميتها الاقتصادية والاستراتيجية للغرب. لقد شكلت تداعيات الحرب الباردة من أبرز المتغيرات السياسية والإيديولوجية على مستوى العالم والمنطقة العربية، حيث نتج عنها مجموعة من المتغيرات التي ظهرت عبر ملامح متعددة في المنطقة. من بين هذه المتغيرات، يعد المتغير العراقي (الاستراتيجية الأمريكية في العراق وتأثيرها على المنطقة) والمتغير الإيراني (قضية البرنامج النووي الإيراني والمقاربة الأمريكية الخاصة) من العوامل المهمة التي تؤثر بشكل كبير في الحالة الدولية. ومع ذلك، يعتبر المتغير العراقي الأكثر أهمية بينهما، حيث أفرز معطيات سياسية وعسكرية وأمنية وإعلامية مرتبطة بالمتغير الثاني. يتمثل المعطى الأبرز في انتشار قوات أمريكية ذات ثقل متقدم في شمال الخليج العربي للمرة الأولى في تاريخ المنطقة، مما أدى إلى إعادة صياغة الانتشار الأمريكي داخل الخليج، وإعادة رسم موقع هذا الداخل في خريطة الوجود العسكري الأمريكي على الساحة الدولية، وما تبع ذلك من نتائج سياسية على مستوى العالم. (محمد ن، 2008، صفحة 56)

ب. **المتغير التقني (التكنولوجي):** بدأ عصر ثورة الاتصالات الذي شمل جميع مجالات وسائل الاتصال الجماهيري، حيث تميزت هذه الثورة بسرعة مستمرة وقدرة على اختراق الآفاق واختزال الأبعاد والمسافات. هذه الديناميكية تعزز من التشابك السريع للمعطيات بشكل يومي، مما يؤدي إلى انتشار الثقافات بطريقة

غير مسبقة. وبالتالي، أصبح من الصعب فرض رقابة الدولة على الإعلام الوافد، وأصبح من غير الممكن لأي دولة في العالم أن تعيش بمعزل عن العالم الخارجي. (جرار، 2001، صفحة 25)

لقد أضفى المتغير التقني أبعاداً علمية على الدراسات الإعلامية المعاصرة، حيث أصبحت هذه الدراسات تنظر إلى الإعلام كعلم متخصص يستند إلى نظرياته. لا يمكن تنفيذ أي نشاط إعلامي فعال دون الالتزام بقواعد علمية، ويعتبر من الخطأ والخطر ممارسة الإعلام بشكل ارتجالي وعشوائي. وغالبا ما تتعرض القضايا والأهداف للضرر نتيجة سوء التوجيه الإعلامي. (راضي، 2007، صفحة 93)

إن الأساليب الإعلامية السائدة اليوم هي نتاج التقدم العلمي في مجال وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الأبحاث العلمية في مجالات الإعلام وعلوم المعرفة الإنسانية الأخرى التي أجريت في النصف الأول من القرن العشرين، ولا تزال تتطور على مستوى العالم. ما عززته الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر، أخذت تكنولوجيا الاتصال في تقليصه وتصغيره. فقد كان التضخيم نتيجة للثورة الصناعية، بينما كان تقليص هذا التضخيم نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات. ويمكن أن تؤكد نظرة واحدة على ما أحدثته صناعات وسائل الإعلام، التي تعتمد على أدوات مختلفة للاتصال، هذا الأمر. (اللبان، الصحافة الإلكترونية لدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، 2005، صفحة 68)

لم يعد الإعلام بمعزل عن التحولات التكنولوجية الشاملة التي أحدثتها ظهور الأنترنت، والذي تحدى الدولة التي كانت تعتبر نفسها القوة الشرعية الوحيدة المخولة بتنظيم وتحديد مضامين العملية الإعلامية من منظور سياسي أو إيديولوجي. وقد بدأت ملامح الديمقراطية المباشرة تبرز في الأفق السياسي الحديث، حيث أثار الأنترنت تساؤلات عديدة في المشهد السياسي بشكل رئيسي. وبناء عليه، فإن أشكال التغيير ستظهر على عدة مستويات، أو لها أن هذه التغيرات ستؤثر على موضوع القنوات. ففي السابق، كانت وسائل الإعلام التقليدية تلعب دوراً فعالاً وكبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث كانت تعتبر من أهم المصادر المحركة. ومع ذلك، ساهمت شبكة الأنترنت في تقليل الاعتماد على القنوات الفضائية والإذاعات والصحف الكبرى، وهي تحقق اليوم إنجازات اتصالية مهمة. (انتصار و الساموك، 2011، صفحة 19)

أظهرت التجارب في عدة دول، بما في ذلك دول الشرق الأوسط، أن ظهور اقتصاد السوق وما يترتب عليه من موارد واستثمارات في المجال الإعلامي قد ساهم في تحرير هذا القطاع من الاعتماد على الجماعات السياسية أو الحكومية. (خضور، 2008، صفحة 58)

ج. المتغير الإعلامي: ساهمت نتائج المتغيرات الدولية في ظهور قوى جديدة غير حكومية دخلت مجال الإعلام كفرصة للاستثمار الاقتصادي أو للبحث عن التأثير السياسي أو الإيديولوجي في المجتمعات المحلية. وقد أدى ذلك إلى تكوين متغير رئيس آخر، يتمثل في المتغير الإعلامي، الذي أثر بدوره على تلك المتغيرات وأسهم في حركتها الدولية وامتداداتها في المجتمعات المحلية المختلفة. كما ساهم هؤلاء الفاعلون الجدد في تغيير الأنماط الإعلامية السائدة. (الحمامي، 2008، صفحة 12)

يهيئ المجتمع المعلوماتي لانتقال الاتصال من نموذج المتلقي السلبي إلى نموذج المشاركة الفاعلة، حيث لم يعد الفرد مجرد مستهلك للمعلومات، بل أصبح له دور في اختيارها وإعدادها وتخزينها ونشرها. ويساهم هذا التحول في تعزيز التفاعل داخل المجتمع وبين المجتمعات، ويفتح المجال للحوار والتفاهم والتبادل الإعلامي الواسع. (انتصار و الساموك، 2011، صفحة 21)

تعتبر القدرة العالية على التفاعلية من أبرز سمات المتغير الإعلامي. فقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية، بدءاً من نظرية (Shannon & Weaver)، مروراً بنظرية الطلقة السحرية Magic Bullet (Theory) ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين، وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين (Westley & MacLean) ومفاهيم حراس البوابة (Gate Keepers)، أن وسائل الإعلام التقليدية تعد وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتفتقر إلى ردود الفعل الفورية. في المقابل، يتطلب التفاعل الحقيقي نموذجاً اتصالياً ذاتياً اتجاهين أو اتجاهات متعددة. (اللبان، الصحافة الإلكترونية لدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، 2005، صفحة 65)

تساهم التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تسهيل عملية إنتاج الأخبار، وتيسير الوصول إلى المعلومات، وتعزيز المشاركة في صناعة الأخبار، بالإضافة إلى تقديمها ونشرها عبر الإنترنت أو على منصات التواصل الاجتماعي. وقد أدى ذلك إلى خلق فضاء أكثر انفتاحاً ووفرة في المعلومات. في الوقت الراهن، لم يعد الخبر محصوراً فقط على النخب السياسية أو غيرها من النخب الاجتماعية كما كان في عصر الإعلام التقليدي، الذي احتكر المعلومات لصالح النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات. لم يكن هناك تبادل للمعلومات أو تفاعل بين الجمهور، على عكس ما هو سائد اليوم. (Lévy, 1998, p. 62)

ظهرت مخاوف بشأن انتشار الإنترنت كوسيلة متقدمة للتواصل، وما يعرف بأهم جوانب السيادة المتأثرة بالإنترنت. انتهت وثيقة أو روبية تناولت الأضرار المحتملة لتداول هذه الوسيلة في المجتمعات، محددة

المخاوف المحتملة المرتبطة بها في مجالات تتعلق بحماية الأمن القومي، حقوق الأقليات، الكرامة الإنسانية، الأمن الاقتصادي، الخصوصية، السمعة، الأمن المعلوماتي، وحماية حقوق المؤلف. (حمادة، 2008، صفحة 62)

بدأت المؤسسات الصحافية العربية في أوائل الألفية الجديدة جهودها لنشر المحتوى الإعلامي الخبيري والإعلامي عبر شبكة الأنترنت. وقد اتجهت هذه المؤسسات إلى الاستعانة بشركات تصميم مواقع الويب، كما شرعت في حجز مساحات لها على الشبكة. (الدين م.، 2008، صفحة 200)

يعتقد بعض الباحثين أن الصحف الإلكترونية المتاحة على شبكة الأنترنت ضمن السياق الإعلامي العربي قد لا تتفوق على المطبوعات التقليدية من حيث التوزيع والشعبية والوصول إلى جمهور واسع في المستقبل القريب. إذ لا تزال هناك عقبات كبيرة تعترض سبيل الصحيفة الإلكترونية، من بينها أن قراءة صحيفة على شاشة الحاسوب لا تعتبر سلوكاً معتاداً وفقاً لعادات الاستخدام لدى المتلقين في الوطن العربي. (اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، 2008، صفحة 126)

د. الإعلام الجديد وإعادة توزيع الأدوار: كل هذه التغيرات أدت إلى ظهور مشهد إعلامي، جديد يمكن أن نسميه الهرم الإعلامي المقلوب، لقد أصبحت الأنترنت تتفوق على الصحافة المكتوبة، وهذا ليس بحاجة إلى دليل اليوم. لكن ما يجب أن نركز عليه هو أن الأنترنت يتقدم بسرعة ليترك التلفزيون خلفه كمصدر للأخبار. من كان يظن أن التلفزيون، الذي يجمع بين الصوت والصورة والألوان، سيصبح مجرد ديكور في الصالونات. في العديد من الدول الغربية، بما في ذلك أمريكا الشمالية، أصبح التلفزيون بالفعل في هذا الوضع. دراسة أمريكية حول استخدام وسائل الإعلام أظهرت أن المجتمع الأمريكي يشهد هجرة مكثفة نحو الأنترنت، حيث يقضي الأمريكيون 53% من وقتهم على الأنترنت في الاطلاع على المحتوى، و7% للبريد الإلكتروني، و23% لشبكات التواصل الاجتماعي. (الرزن، إذاعة الغد الرقمية، إذاعة مواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، 2012، صفحة 14)

أن النماذج الجديدة من البث التي فرضها العصر الرقمي قد طمست الحدود بين المحتوى ووسيلة الإعلام. إعادة توزيع الأدوار هذه تفسر الأزمة الوجودية التي تعيشها وسائل الإعلام التقليدية، وتطرح تساؤلات حول النموذج الاقتصادي لتلك المؤسسات. هذا المشهد الجديد يدفع الجميع إلى التخصص في مهن الإعلام والاتصال، بين منتجي المحتوى ومن يتعاملون مع تحميله وآخرين يستقبلونه عبر المنصات الإلكترونية. ووسائل الإعلام تبدو كما كانت منذ بداياتها، رغم التحديثات التي شهدتها. إنها ليست غاية

في حد ذاتها، بل هي مجرد وسيط لنقل الأخبار والمعلومات. الصحافة دائما تتأثر ببيئتها، وثورة الأنترنت أحدثت تغييرات كبيرة في إنتاج المعلومات وأشكال تلقيها. المشهد الصحفي الدولي منذ بداية هذا القرن يتميز بعلاقة جديدة بين الأنترنت وتقنيات نشر الأخبار، مما يخلق نوعا من الضباية المعرفية والمهنية. هذه الضباية مبررة علميا بسبب التطور السريع للتكنولوجيا وتأثيراتها الاجتماعية.

يمكننا الحديث عن الصحافة الجديدة، التي ليست فقط قائمة على تلقي الرسالة الإعلامية، بل تتفاعل مع الفضاء الخارجي. الاهتمام بمخرجات الصحافة يعزل القاعدة وبنية الخطاب الصحفي. العناصر المكونة للصحافة الجديدة ليست فقط نتيجة التقنية أو العولمة، بل هي ظاهرة مستقلة لها قوانينها الخاصة. كانت دراسات جمهور الصحافة التقليدية موضوع اهتمام كبير في الغرب، حيث كانت تخصص لها ميزانيات ضخمة. لكن مع تحول الصحافة من الورقي إلى الرقمي، أصبحت الدراسات الرقمية محدودة النتائج بسبب التغير المستمر في التقنية والجمهور. يجب أن نكون حذرين في تفسير نتائج الدراسات المتعلقة بتأثيرات الأنترنت، وأخذها في سياقها الاجتماعي والتاريخي. هذا يساعدنا على تجنب الأحكام المسبقة حول علاقة الأنترنت بوسائل الإعلام التقليدية. (الرز، 2012، صفحة 15)

2. الأدوار الجديدة للصحفي التقليدي:

أدى الانتقال من النظام الاتصالي التقليدي إلى النظام الرقمي إلى تغييرات جذرية في أدوار الصحفي التقليدي. لم يعد دوره يقتصر على إنتاج المعلومات فحسب، بل أصبح يتداخل مع أدوار تكنولوجية وتفاعلية واجتماعية، وفيما يلي أبرز هذه الأدوار الجديدة:

1.2 الصحفي كمنسق معلومات (Information Curator):

في ظل بيئة إعلامية مليئة بالمحتويات والمصادر، لم يعد الصحفي مجرد صانع محتوى، بل أصبح منسقا ومصنفا للمعلومات. يقوم باختيار الأهم، ويربط بينها، ويعرضها بطريقة تسهل الفهم. فالصحفي في العصر الرقمي يتجاوز مهمة الإخبار إلى مهمة تنظيم المعرفة للمحتوى المتدفق. (Rosen J. , 2008, p. 3)

ويعتبر التوجه نحو مواكبة التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال من أبرز هذه الأطر النظرية، وذلك في سياق التطورات الحديثة والتحول نحو استخدامات الاتصال عبر الأنترنت، سواء على المستوى العالمي أو

المحلي، بالإضافة إلى إمكانيات الحواسيب والاتجاه نحو الصحافة الإلكترونية. وهذا يمثل تحولا عن الممارسات التقليدية التي اعتاد عليها الصحفيون في مهنتهم. (حافظ، 2005، صفحة 23)

2.2 الصحفي كمسير للنقاش العام "Facilitator of Public Discourse":

مع اتساع الفضاء التفاعلي، لم يعد دور الصحفي مقتصرًا على تقديم الأخبار فحسب، بل أصبح يتطلب منه أيضًا المشاركة في الحوار الاجتماعي المرتبط بها، من خلال البث المباشر، والتعليقات، أو حتى تحليل آراء المتابعين. إن الصحافة التشاركية قد فرضت على الصحفي أن يتولى دور الوسيط الذي يساهم في تنشيط النقاش العام بدلًا من مجرد إدارته. (Tamara Witschge (eds), 2017, p. 31)

3.2 الصحفي كمدقق للحقائق "Fact-Checker":

في زمن انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، أصبح من الضروري أن يتولى الصحفيون مهمة التحقق من صحة المعلومات المتداولة على وسائل الإعلام الجديدة، خصوصًا تلك التي تنشر عبر المدونات الإلكترونية أو منصات التواصل الاجتماعي. وقد أنشأت العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى، مثل BBC وAFP، غرفًا خاصة تعرف بوحدات التحقق الرقمي، مما يعزز من أهمية هذه المهنة كحقل مستقل. (Derakhshan, 2017, p. 24)

وفي المحصلة فإن الأرشيف الصحفي التقليدي لم يعد له محل، تمامًا كما أن المجال لا يتسع سوى لما يمكن أن يطلق عليه الصحفي التكنولوجي "Tehnojournalist" الذي يتمتع بقدرات الجمع بين مهارات التعامل مع الأنترنت والوسائل التكنولوجية، وأدوات التعامل مع نظم المعلومات المتطورة، وبكل ما تتيحه من كم هائل من الموسوعات والدوريات والمعاجم والمراجع، وعلى النحو الذي يعمق معارفه الصحفية ويطورها بالاستجابة إلى احتياجات العصر. (حافظ، 2005، صفحة 93)

4.2 الصحفي كصانع للهوية الرقمية "Digital Identity Builder":

نتيجة للتواجد المستمر على المنصات الرقمية، أصبح من المتوقع أن يقوم الصحفي بتطوير علامة مهنية رقمية خاصة به، من خلال بناء علاقة مع الجمهور وتحديد ملامح خطابه المهني. وهذا يعني أن دوره لم يعد مقتصرًا

على الجانب المهني فحسب، بل أصبح يتضمن أيضا جوانب تسويقية. (Alfred Hermida:, 2013, p. 308)

لم يعد الصحفي اليوم يقتصر على دوره التقليدي كناقل للأخبار، بل أصبح يتحول إلى صانع للهوية الرقمية. من خلال التفاعل، والإبداع المتنوع، والتوازن بين المحتوى المهني والشخصي، يقوم بتشكيل صورة ذاتية متعددة الأبعاد تشمل الرمزية، والجماعية، والمؤسسية، والترفيهية. وهذا يعزز مكانته المهنية مجددا في الساحة الرقمية. وأظهرت دراسة "Alfaro و Mellado" التي أجرت مقابلات معمقة مع 31 صحفيا شيليا أن الصحفيين يقومون ببناء هويات رقمية متعددة الأبعاد على منصتي تويتر وانستغرام. وتنوع أدوارهم في هذا السياق إلى ما يلي:

➤ الخدمة، "Service": تقديم محتوى يساهم في مساعدة الجمهور اليومي، مما يعزز العلاقة المباشرة والمصادقية.

➤ الشهرة، "Celebrity": إبراز التميز المهني، مما يزيد من مكانتهم الرقمية.

➤ الترويج، "Promoter": تسليط الضوء على أعمالهم وأعمال المؤسسات التي ينتمون إليها.

وتقدم دراسة "Hermida و Mellado" نموذجا تطبيقيا عن الهوية الرقمية:

➤ الهوية المهنية: التي ترتبط بموثوقية محتوى المؤسسات.

➤ الهوية الشخصية: التي تشمل الجوانب الذاتية والترفيهية، بالإضافة إلى تحقيق منفعة للجمهور.

كما تشير الدراسة إلى بعض التوترات الناتجة عن الاختلال بين المحتوى المهني والمحتوى التجاري أو

الذاتي. في الوقت الحالي، ينتقل الصحفيون بين دور الناشر ومنتج الذات. (Mellado, 2023)

أصبح من الضروري في العصر الرقمي أن يتبنى الصحفيون استراتيجيات جديدة لبناء هويتهم المهنية تتجاوز الأساليب التقليدية. يعتمد الصحفيون اليوم على نشر محتوى احترافي يعزز من مصداقيتهم، ويضيفون عناصر شخصية تقرهم من الجمهور، بالإضافة إلى التفاعل المباشر عبر المنصات الرقمية. كما يسعون لتحقيق توازن بين الترويج الذاتي والحفاظ على هويتهم المهنية، مما يمكنهم من تشكيل هوية رقمية مستقلة ومرنة تتناسب مع بيئة إعلامية متغيرة. (Graham & Temmerman)

5.2 الصحفي كصانع تفاعل، "Engagement Producer":

لم يعد المحتوى وحده كافياً في الإعلام الجديد، فقد أصبح من واجب الصحفي تعزيز التفاعل مع مادته من خلال استخدام الوسوم، وطرح الأسئلة، أو إدراج عناصر تفاعلية. وهذا ما يعرف بإنتاج التفاعل بدلاً من مجرد إنتاج المحتوى. (Nel, 2010, p. 6) فيما يتعلق بتأثير الاستخدامات المتطورة لتكنولوجيا الاتصال، والمعلومات والحاسبات الإلكترونية، على التغطية الصحفية، فإن الأنترنت قد وفرت العديد من الإمكانيات والخيارات المتميزة في هذا المجال، ويمكن تلخيص أبرزها في النقاط التالية:

– **التغطية الصحفية الفورية، "Fresh and Updated Coverage":** تتيح العديد من المواقع الصحفية والمصادر نشر الأخبار بشكل فوري ومتجدد، مما يمكن الصحفيين والجمهور من الحصول على المعلومات في لحظة حدوثها، بالإضافة إلى خدمة الأخبار العاجلة التي تقدمها بعض المواقع.

– **التغطية الصحفية الحية، "Live Coverage":** توفر الأنترنت إمكانية تغطية الأحداث من موقع الحدث في الوقت الفعلي، كما تتيح نقل المؤتمرات الصحفية مباشرة عن بعد، حيث تسعى الشركات المتخصصة لتطوير تقنيات البث المباشر.

– **التغطية الصحفية المتعمقة، "In-depth Coverage":** تتم من خلال المواقع والمصادر الصحفية التي تتناول الموضوعات بطرق متنوعة، مما يساعد على فهم أبعادها الجذرية وخلفياتها المتعددة. كما تتيح الروابط الموجودة على الشبكة للصحفيين الوصول إلى مصادر ووثائق وإحصاءات تفصيلية تعزز معرفتهم بالموضوعات التي يتناولونها.

– **التغطية الصحفية التفاعلية، "Interactive Coverage":** تتيح هذه النوعية من التغطية تفاعلاً إيجابياً بين الصحفيين والقراء، مما يوسع فرص المشاركة الفعالة للجمهور في العملية الصحفية، خاصة من خلال البريد الإلكتروني، حيث أصبح بإمكان القارئ التواصل والرد على المعلومات والآراء المنشورة.

– **التغطية الصحفية الرقمية، "Digital Coverage":** توفر الأنترنت مواد صحفية متنوعة، بما في ذلك الصور والرسوم والبيانات بشكل رقمي، مما يسهل معالجتها واستخدامها الفوري دون الحاجة لإعادة إنتاجها، كما يمكن تخزين هذه المواد واسترجاعها بسهولة وسرعة.

– **التغطية الصحفية الذاتية، "Self duty Coverage":** تعتمد على قدرة الصحفي على استخدام الأنترنت والأجهزة المحمولة لممارسة العمل الصحفي بشكل مستقل، مما يمكنه من اختيار الموضوعات، جمع البيانات، الاتصال بالمصادر، وتحليل المعلومات ثم كتابتها ونشرها.

– **التغطية الصحفية المستمرة، "Continuing Coverage"**: تعني توفير تغطية مستمرة للأحداث والأخبار على مدار الساعة، حيث لا يتوقف العمل الصحفي على الإنترنت، مما يزيد من فرص الوصول إلى المواد الصحفية وتجديدها بشكل مثير للاهتمام. (حافظ، 2005، الصفحات 100-103)

بناء على ما سبق، يتضح أن التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال يفرض على الصحافة المعاصرة ضرورة مواكبة التطورات المتاحة، لتحقيق تغطية صحفية أفضل يمكن وصفها بالتغطية المتكاملة أو التغطية الإخبارية اللامحدودة، نظراً لتوفر المعلومات والمساحات اللامحدودة على الإنترنت التي تتيح للصحفيين تغطية الأحداث بشكل شامل دون الحاجة لمغادرة مكاتبهم.

6.2 الصحفي كمنتج متعدد الوسائط "Multimedia Producer":

يلزم النسق الرقمي الصحفي بأن يقوم بكتابة وتصوير وتحرير وإخراج المحتوى بنفسه، مما أدى إلى دمج أدوار كانت توزع على تخصصات متعددة. أصبحت هذه المرونة سمة رئيسية في المؤسسات الإعلامية الحديثة. (Deuze, 2005, p. 448)

تعتمد على الوسائل التفاعلية المتنوعة التي توفرها الإنترنت، مما يمنح الصحفيين القدرة على استخدام الألوان، الرسوم المتحركة، واللقطات المرئية، بالإضافة إلى التحكم في طريقة عرض المواد الصحفية، مما يزيد من جاذبية المحتوى للقراء.

➤ مظاهر الإنتاج المتعدد الوسائط:

أ. **التحرير الشامل للمحتوى**: يتضمن ذلك صياغة النصوص، تصوير الفيديو، إعداد الصوت، بالإضافة إلى المونتاج والنشر

ب. **استخدام الأدوات الرقمية**: يشمل ذلك الكاميرات، الهواتف الذكية، وبرامج التحرير مثل "Adobe Premiere"، فضلاً عن أدوات البث المباشر.

ج. **التكامل البصري والسمعي**: يتمثل في الدمج الإبداعي للصور، الفيديوها، الصوت، والنصوص لتقديم محتوى متكامل يترك أثراً أكبر على الجمهور.

إن تنوع هذه الأدوار لا يعني بالضرورة أنها تتكامل أو تتحقق بشكل فعلي في جميع السياقات. بل إن ذلك يعتمد على قدرة الصحفي على التكيف، والبنية التحتية الرقمية المتاحة، والبيئة التحريرية، بالإضافة إلى مدى استقلالية الصحفي داخل المؤسسة.

3. التحديات المرتبطة بالأدوار الإعلامية الجديدة في النسق التقليدي:

إن تحول الصحفي التقليدي، إلى أداء أدوار إعلامية جديدة، لا يحدث دائما بسلاسة أو بشكل تلقائي، بل يواجه مجموعة من التحديات البنيوية والمهنية والأخلاقية والنفسية. يمكن تصنيف هذه التحديات وفق المحاور التالية:

1.3 التحديات المهنية- التقنية:

أ. **ضعف التكوين في المهارات الرقمية المتقدمة:** لا يزال العديد من الصحفيين في المؤسسات التقليدية، يفتقرون إلى التأهيل اللازم لاستخدام أدوات التحرير الرقمي، وإدارة المحتوى المتعدد الوسائط، وتحليل البيانات الصحفية (Data Journalism)، بالإضافة إلى التفاعل مع الجمهور عبر منصات متنوعة. وقد أظهر تقرير صادر عن اليونسكو في عام 2019 أن نسبة كبيرة من الصحفيين في الدول النامية تعتمد على التعلم الذاتي لتطوير مهاراتهم الرقمية، في ظل غياب برامج تدريب مؤسسية منظمة. هذا النقص يعيق قدرة الصحفي على التكيف مع متطلبات الأدوار الجديدة، وقد يشعر أحيانا بالتهديد من الصحفيين الجدد أو صانعي المحتوى الرقمي. (Journalism, 2019, p. 12)

ب. **فقدان التوازن بين السرعة والدقة:** تعتبر السرعة في نشر الأخبار واحدة من أبرز سمات الإعلام الجديد، ومع ذلك، فإن هذا الهوس بالسبق قد يؤثر سلبا على أحد أهم أسس المهنة، التحقق من المعلومات، إن الضغط الزمني قد يدفع الصحفي إلى التخلي عن جوهر مهنته في سبيل مواكبة مؤشرات التفاعل. (Rosenstiel, 2007, p. 96)

2.3 التحديات المؤسسية والتنظيمية:

أ. **غياب رؤية واضحة للتحويل الرقمي داخل المؤسسات:** لا تزال العديد من المؤسسات التقليدية، خصوصا في السياقات العربية، تنظر إلى الإعلام الجديد كأنه ملحق تقني بدلا من اعتباره تحولا هيكليا. وغالبا ما تعهد المهام الرقمية إلى فرق صغيرة، لا تتكامل تحريريا مع غرفة الأخبار الرئيسية. هذا الفجوة التنظيمية تؤدي إلى تضارب في الأدوار، مما يجعل عملية التحويل الرقمي غير متكاملة من الناحية الوظيفية. (Küng, 2015, p. 102)

ب. **ضعف الاستثمار في التكنولوجيا والبنية التحتية:** تواجه العديد من المؤسسات نقصا في بيئة تكنولوجية متقدمة تشمل البرمجيات والأجهزة وخطوط الاتصال القوية، مما يعيق الصحفيين عن أداء مهامهم

الجديدة بكفاءة. فالأدوات غير الفعالة تعرقل الإبداع الصحفي وتزيد من الاعتماد على المحتوى الخارجي الجاهز.

3.3 التحديات الأخلاقية - المهنية:

أ. تضارب المعايير التقليدية مع متطلبات العصر الرقمي: في العصر الرقمي تتعدد مفاهيم مثل الحياد والموضوعية والابتعاد عن المصدر، فالتفاعل المباشر مع الجمهور وتشكيل هوية رقمية قد يؤديان إلى انحياز الصحفي، أو تأثره عاطفياً في تقديم المعلومات، مما يثير قضايا أخلاقية ومهنية. كما يشير "Singer" إلى أن الصحفي أصبح ملزماً بأن يكون مرئياً ومتفاعلاً، مما قد يؤثر سلباً على استقلاليتهم التحريرية. (Singer, The Political J-Blogger: 'Normalizing' a New Media Form to Fit Old Norms and Practices, 2005, p. 182)

ب. الضبابية في التمييز بين الصحفي وصانع المحتوى: مع تزايد تشابه أشكال المحتوى، والتفاعل اليومي مع المدونين والمؤثرين، يواجه الصحفي التقليدي تحدياً في الحفاظ على هويته المهنية، والابتعاد عن الانجراف نحو الشعبية الرقمية أو محتوى الإثارة.

4.3 التحديات النفسية - الهوية:

أ. القلق من فقدان المكانة: يعتقد العديد من الصحفيين التقليديين، أن الأدوار الجديدة تقلل من سلطتهم المهنية، خصوصاً عندما يطلب منهم التفاعل مع الجمهور، أو تلقي النقد المباشر، أو العمل تحت ضغط المتابعين. وقد أظهرت دراسة أجراها "Paulussen" في عام 2016 أن هذا التحول يؤدي إلى ما يعرف بالقلق المهني الرقمي، وهو حالة نفسية يواجهها الصحفي أثناء محاولته التكيف مع أدوار لا يعتبرها جزءاً من هويته الصحفية الأصلية.

ب. غياب الأمان الوظيفي: مع تزايد اعتماد المؤسسات على الصحفيين الرقميين، أو المحتوى الذي ينتجه الجمهور بشكل مجاني، يشعر الصحفي التقليدي بتهديد لمكانته الوظيفية، مما يؤدي إلى ظهور مقاومة صامتة أو رفض ضمني لهذا التحول.

في ختام هذا المبحث، أظهرت التحولات العميقة التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة أن الصحفي لم يعد الفاعل التقليدي الذي يراقب الأحداث ويعيد تشكيلها بمعزل عن الجمهور، بل أصبح جزءاً من نظام مفتوح يتطلب منه أداء أدوار متعددة تتجاوز مجرد التغطية والتحرير إلى التنسيق والتفاعل والتحقق وصياغة الهوية المهنية.

تظهر الأدوار الجديدة للصحفي أن التغيير لم يقتصر على أدوات العمل الإعلامي فحسب، بل شمل أيضا منطق هذا العمل، فلم يعد كافيا نشر الخبر فقط، بل أصبح من الضروري أن يتفاعل الصحفي مع الجمهور، ويرد على ملاحظاته، ويستفيد منه كمصدر ومقيم، مما أعاد تحديد الحدود بين الصحفي والمستخدم والخبر والرأي. وتواجه هذه الأدوار تحديات متعددة، منها نقص المهارات الرقمية لدى الصحفيين، وغياب استراتيجيات التحول الرقمي في المؤسسات، وزيادة الضبابية الأخلاقية بين المهنة والتفاعل، بالإضافة إلى القلق النفسي المرتبط بفقدان المكانة. وتظهر هذه التحديات بوضوح في المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي شهدت تحولات رقمية جزئية ومحدودة.

وبالتالي، لا يزال التحول الرقمي في الجزائر غير مكتمل، مما يؤدي إلى ظهور مزيج من الصحفي التقليدي المحاصر بالبيئة الرقمية. بناء على ذلك، يصبح من الضروري فهم هذه الأدوار الجديدة لتوضيح العلاقة المستقبلية بين التدوين الإلكتروني والصحافة والمؤسسات الإعلامية.

المبحث الرابع: الأطروحات اللاغية والمكملة للإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي

أثار الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي جدلا نظريا واسعا في الأوساط الأكاديمية، حيث تمحور النقاش حول طبيعة العلاقة بين النمطين، إذا نحن أمام قطيعة تنهي النموذج التقليدي لصالح الرقمي، أم أننا نشهد تكاملا يعيد تشكيل المنظومة الإعلامية نحو مزيد من التفاعل والمرونة.

في دراسات الإعلام المعاصرة، لم يعد ينظر إلى العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي كصراع يتسم بالإقصاء والاستبدال، بل ينظر إليها غالبا في إطار التكامل أو الاستخدام المتبادل. وتتقارب وسائل الإعلام في أدوارها التواصلية ضمن ما يعرف بالأطر اللاغية "Non-substitutive"، أو التكاملية "Complementary"، تفترض نظرية التكامل أن المستخدمين غالبا ما يجمعون بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، لسد الفجوات المعرفية، أو لتكملة الوظائف التي لا يمكن لوسيلة واحدة توفيرها، وبالتالي، فإن القديم لا يستبعد من الوجود بل يعاد سياقته ضمن نظام الاتصال المترابط.

إن الأشكال الإعلامية الجديدة لا تلغي الأشكال القديمة، بل تعيد تشكيل أدوارها أو تعيد وظيفتها ضمن سياق وسائط جديدة. وهذا يعني أن الوسائط القديمة تبقى موجودة، ولكن يتم تغيير سياقات

استخدامها. يعزز هذا الطرح الفكرة القائلة بأن الإعلام التقليدي لا يختفي أمام الإعلام الرقمي، بل يعاد تأسيسه في مواقع تكميلية، كما هو الحال عندما تتحول الصحافة الورقية إلى منصة تعتمد على المحتوى الرقمي بجانب محتواها المطبوع. (Riepl, 1913)

أولاً: الأطروحات اللاغية للإعلام التقليدي:

تستند الأطروحات التي تدعو إلى إلغاء الإعلام التقليدي إلى فرضية أساسية تفيد بأن وسائل الإعلام الجديدة قد تجاوزت الإعلام التقليدي من حيث الوظيفة والهيمنة، إلى درجة قد تؤدي إلى استبداله أو إلغائه. لا يعني هذا أن الإعلام التقليدي قد اختفى تماماً، بل يشير إلى تراجع فعاليته وتأثيره ومكانته في البيئة الإعلامية المعاصرة. وقد تم بناء هذه الأطروحات على مجموعة من الأسس النظرية والواقعية، والتي سنستعرضها كما يلي:

1. تحول البنية الاتصالية من نموذج أحادي إلى نموذج تشاركي:

يرى منظرو الإعلام الجديد أن النموذج الاتصالي التقليدي القائم على المرسل، الوسيلة والمستقبل، لم يعد مناسباً في العصر الرقمي. فقد أصبح الجمهور الآن جزءاً من عملية الإنتاج والنشر والتوزيع، مما يعني أن مفهوم المؤسسة الإعلامية، قد فقد مركزه لصالح شبكة لامركزية من الفاعلين. (Manuel, 2009, p. 125)

يشير "Shirky" في كتابه "Here Comes Everybody"، إلى أن الإعلام لم يعد بحاجة إلى مؤسسات لأداء دوره، حيث أصبح المستخدم العادي يمتلك القدرة التقنية والرمزية لإنشاء حدث إعلامي، بعيداً عن القنوات الرسمية. (Shirky, 2008, p. 57)

وفي هذا المجال، تحدث بعض خبراء الصحافة عن إمكانية استفادة الصحافة من شبكة الأنترنت على أكثر من مستوى، تكون كمصدر للمعلومات الاستفادة منها كوسيلة اتصال، الاستفادة منها كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور، الاستفادة منها كوسيط للنشر الصحفي، الاستفادة من الشبكة كوسيط إعلامي، الاستفادة منها كأداة لتسويق خدمات المؤسسة، الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية. (شفيق، 2010، صفحة 66)

2. إعادة تنظيم الوظائف الإعلامية ضمن النظام الاتصالي التقليدي:

1.2 النظام الاتصالي التقليدي:

تعتبر الصحافة نشاطاً مهنيًا يتضمن جمع الأخبار، صياغتها، تحريرها، ونشرها عبر مجموعة متنوعة من الوسائط، بدءاً من الصحف المطبوعة وصولاً إلى الإذاعة والتلفزيون. وعلى الرغم من ارتباط الإعلام التقليدي بالطباعة، فإن الصحافة تفهم أيضاً ككتابة إبداعية تتعلق باهتمامات الجمهور، وكفن يهدف إلى توثيق الأحداث اليومية بما يعكس أفكار المجتمع وصورته. وتبرز أهمية الصحافة من خلال وظائفها المجتمعية الأساسية، والتي تشمل، توعية الجمهور وتوجيهه من خلال تقديم رسائل مؤثرة، دعم العملية الانتخابية باعتبارها منصة للتعبير السياسي، وممارسة الرقابة على السلطة عبر كشف الأخطاء والانحرافات وتحفيز الرأي العام على تصحيحها. (الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل، 2016، صفحة 261)

2.2 أشكال الإعلام في النظام الاتصالي الجديد:

يعتبر الإعلام عملية اتصال تشمل فهم الرسائل وتأثيراتها وردود الفعل الناتجة عنها، ضمن سياقات زمنية ومكانية ونوعية معينة. كما يعرف بأنه عملية جمع الأخبار العاجلة ومعالجتها ونشرها للجمهور بالسرعة التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة. ومع ظهور الأنترنت، ظهر شكل جديد من الإعلام في الفضاء الرقمي، حيث بدأت ملامح الإعلام الإلكتروني تتشكل تدريجياً. ويعتبر هذا النوع من الإعلام امتداداً للإعلام التقليدي، حيث يتشارك معه في المفهوم والمبادئ والأهداف العامة، لكنه يختلف في الوسائط وطرق الإنتاج والتوزيع. فيما يلي نستعرض أبرز أشكال الإعلام في النظام الاتصالي الجديد.

3. تطور الإعلام التقليدي مع ظهور الثورة الإعلامية الجديدة:

إن ظهور الأنترنت قد أسهم في إضعاف البيروقراطية الحكومية لصالح القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني، من خلال القضاء على احتكار المعلومات، وضمان تدفقها بحرية لا يمكن التحكم فيها. إن بروز الإعلام الإلكتروني يمثل بداية تحرر الإنسان من آليات التوجيه الإعلامي التي تهيمن على تفكيره، وهو تحرر مزدوج يتضمن حرية الإرسال وحرية الاستقبال. ومن بين مظاهر هذه الثورة الإعلامية الجديدة:

1.3 المساعدة وتسهيل الحصول على المعلومات:

لا تزال المعلومات متاحة من مصادرها المباشرة، حيث يمكن للقارئ، من خلال نقرة واحدة على شاشة الكمبيوتر، الانتقال من موقع إلى آخر في أي مكان على وجه الأرض، وقراءة ما يشاء من المواضيع، بأي لغة يفهمها، دون أي مصادرة أو قيود.

2.3 رخص ثمن الاتصالات:

بل وأيضاً مجانياً في معظم الحالات، مما يتيح الوصول إليها للجميع، ويحول دون احتكارها من قبل الحكومات القمعية أو الشركات الاحتكارية. ومن الفوائد المرتبطة بانخفاض تكلفة الاتصالات هو إشراك الجمهور في المعلومات، وهو ما يمثل الخطوة الأولى نحو اتخاذ موقف سياسي سليم.

3.3 التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية:

بالشكل الذي يحدده المرسل، دون تدخل من قوى الإعلام المسيطرة، التي اعتادت على معالجة المعلومات الواردة إليها وإعادة صياغتها وتقديمها بطريقة تخدم مصالحها، على حساب المرسل الأصلي ومحتوى رسالته، بل قد تقوم بتقديم الرسالة بشكل يتعارض مع ما كان يهدف إليه مرسلها.

4.3 تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور:

أضعف الإعلام الإلكتروني احتكار السلطة ورجال المال للمعلومات، وبدأ يحل محل الصحافة الورقية والتلفزيون بفضل مزاياه، التي تتضمن، حرية اختيار المصادر ومقارنتها، الوصول العالمي دون قيود أو تكاليف، القراءة المتخصصة حسب الطلب، والقدرة على الاطلاع على العديد من المصادر بسرعة وبتكلفة شبه معدومة. وبالتالي، أصبح الإعلام الإلكتروني فضاءً أوسع وأكثر تحرراً لنشر المعرفة وتشكيل الوعي.

5.3 نهاية الاحتكار المعلوماتي للإعلام التقليدي:

تشير الأبحاث إلى أن أحد الأسباب الجوهرية لوجود الإعلام التقليدي تاريخياً، كان يتمثل في امتلاكه للموارد والقدرة على الوصول إلى مصادر الأخبار. ومع ذلك، فقد ألغى الإعلام الجديد هذا الامتياز من خلال:

- الهواتف الذكية التي تتيح التصوير الفوري

- المنصات الاجتماعية التي تنقل المعلومات بشكل لحظي
- التدوين والتغريد المباشر من مواقع الأحداث.

وقد دفع هذا "Dan Gillmor" إلى القول: "لم يعد الصحفيون المصدر الوحيد أو الأفضل للمعلومات، فقد أصبح الشهود ينشرون الأخبار قبل الصحف." (Gillmor, 2004, p. 23)

شهدت العلاقة بين الـ "BBC" وحزب المحافظين توترا طويلا بشأن رسوم الترخيص، وقد زادت حدة هذا التوتر خلال فترة حكم تاتشر التي تزامنت مع تقدم تكنولوجيا كبير في مجال الاتصالات. أدى تطور الكابل والأقمار الصناعية إلى كسر القيود التقليدية المفروضة على البث، مما تحدى نموذج الخدمة العامة الذي استمر لعقود، مع توسع الهيئة العامة للبث وإطلاق قنوات جديدة. وبحلول منتصف التسعينيات، أصبح لدى المشاهد البريطاني حوالي 44 قناة عبر الأقمار الصناعية، على الرغم من محدودية انتشار التلفزيون الكابلي، حيث قدمت شبكات مثل "BSB Intelsat" قنوات إضافية بجانب القنوات الأرضية. (الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، 2012، صفحة 253)

4. التحول في أنماط التلقي والتفاعل:

يتميز الإعلام التقليدي بأنه أحادي الاتجاه، بطيء في وتيرته، ومحدود في تخصيص المحتوى. كما يتمتع الإعلام الجديد بعدة خصائص بارزة، منها:

- التفاعلية، حيث يتلقى الجمهور ردود فعل مباشرة.
- الشخصية، إذ يتم تقديم محتوى يتناسب مع تفضيلات المستخدم.
- البث في الزمن الحقيقي (Live).
- التوزيع الشبكي بدلا من المركزي.

نتيجة لهذه الخصائص، بدأ المستخدمون يتجهون تدريجيا بعيدا عن القنوات التقليدية. ووفقا لإحصائيات معهد رويترز (2022)، فإن أكثر من 70% من الشباب الذين تقل أعمارهم عن 35 عاما لا يتابعون الأخبار عبر الصحف أو التلفزيون، بل يفضلون استخدام التطبيقات الرقمية. (Journalism R. I., 2022, p. 11)

لقد أدت ظهور وسائل الإعلام الجديدة إلى تغييرات مجتمعية كبيرة، تتمثل في ارتفاع مستوى الاتصالات العالمية وتطور التقنيات الحديثة. تتيح هذه التطورات التواصل الفوري تقريبا عبر العالم، متجاوزة الحواجز الجغرافية. قد يسهم هذا التحول في تشكيل مجتمع معلوماتي يؤثر على الرأسمالية المعاصرة، مما يمثل ابتعادا عن الهياكل التقليدية التي لا تعود بالنفع بالضرورة على الطبقات الرأسمالية السائدة. قطيعة مع الماضي*، يتشكل تأسيس مجتمع عالمي جديد بشكل أساسي من خلال التكنولوجيا والعولمة، اللتين تلعبان دورا حاسما في التأثير على الديناميات الاجتماعية.

أوجدت التطورات التكنولوجية فرصا جديدة للجمهور للتفاعل مع الأخبار، وزادت من كمية المعلومات المتاحة مما يعزز الوعي والتعليم، بينما تواصل مؤسسات مثل وكالات الأنباء دورها في إبلاغ المجتمع. ومع ذلك، يواجه بعض الأفراد صعوبات في التعامل مع التدفق الكبير للمعلومات. كما أن استخدام التكنولوجيا عمق الفجوة بين الدول الغنية والفقيرة وداخل المجتمعات نفسها، وأسهم في عدم المساواة المعرفية على المستوى العالمي، مع ظهور مخاوف من الطابع التنافسي للإعلام الجديد.

ترتبط التغييرات التكنولوجية بتطور الأخبار العالمية والمنافسة التجارية، لكنها أدت إلى تركيز كبير في الإعلام على القضايا السياسية والاقتصادية، مما أثر سلبا على اهتمامات الشباب. وقد أدركت الـ"BBC" هذا التحدي وتسعى لاستعادة الجمهور الشاب الذي يشعر بالتهميش. وعلى الرغم من أن الشباب يعبرون عن آرائهم عبر الأنترنت، إلا أنهم لا يزالون مستبعدين من النقاشات السياسية، مما يستدعي إعادة تقييم لهذا الوضع. (الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، 2012، صفحة 129)

تظهر التطورات التكنولوجية في مجال الإنتاج الصحفي اتساع المعرفة واحتياجات الأفراد المتزايدة للتواصل، مما استدعى استخدام أدوات حديثة تتماشى مع متطلبات العصر. في تسعينيات القرن الماضي، برزت الصحافة الإلكترونية وانتشرت عالميا مع نشر الصحف لمحتواها عبر الأنترنت. وقد أحدثت التكنولوجيا الحديثة، وخاصة الإدارة الرقمية، تغييرات جذرية في مفاهيم وأساليب الإنتاج الصحفي، سواء على الصعيد

* أخيرا، من الضروري إنشاء إطار متوازن للحوار بين الأجيال، حيث إن الفجوة بينها تعني التراجع إلى نقطة البداية. على العكس، فإن الجهود المبذولة لسد الفجوات، رغم وجود بعض الإرشادات، تمثل تمهيدا للتقدم. يكفي أن نتقدم نحو المستقبل من خلال مبادئنا الدينية الأساسية، مع الاستفادة من نقاط القوة في كل قرن، وكل جيل، وكل مجتمع يتماشى مع إيماننا، مما يثري مواردنا لبناء مستقبلنا. علي محمد عبد الله: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، دار الكتب المصرية، 2017، مصر، الصفحة 107

العام أو داخل المؤسسات. فقد أثر تقدم الحواسيب والأنترنت بشكل كبير على الصحافة المطبوعة وسهل العمل التحريري من خلال برامج معالجة النصوص وجمع المواد وصياغتها مباشرة على الشاشة.

ساهمت البرامج الرقمية المخصصة للتصميم والإخراج في تحسين الشكل الصحفي من خلال إدخال عناصر تيبوغرافية وجرافيكية جديدة. ومع بداية التسعينيات، بدأت تقنيات حديثة تحل محل الأساليب التقليدية، خاصة في مجال الطباعة، مما أدى إلى تغيير مفهوم الإخراج الصحفي. أصبح لدى المصممين أدوات متنوعة تتيح لهم ابتكار تصميمات جديدة. ومع توسع التكنولوجيا، ظهرت أنظمة نشر مكتبية وإلكترونية، وبرزت الصحافة الإلكترونية كمنافس قوي للصحافة الورقية، وقد تتحول إلى بديل مع نضوج استخدامها. كما غيرت الأنترنت في السنوات الأخيرة طبيعة العمل الصحفي، فلم تعد وسيلة للنشر فحسب، بل أصبحت تحدياً مباشراً لعمليات الإنتاج داخل المؤسسات الإعلامية. (شفيق، 2010، صفحة 51)

5. التغيرات التي طرأت على البيئة الاعلامية الجديدة:

تغيرت عناصر العملية الاتصالية، حيث أن التصور الأكثر موضوعية للعمل الصحفي، لا يقتصر على التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية، بل يتضمن تغيرات تؤثر على جميع عناصر العملية الاتصالية (الرسالة، القائم بالاتصال، الشكل العام للوسيلة، المستقبل، والتغذية المرتدة).

في عصر الفائض المعلوماتي، يبقى دور الصحفي ضروريا كحارس للتحقق ومنسق للمعلومات، حيث يميز بين الصحيح والمضلل، ويقدم محتوى موثوقا لجمهور غارق في كمية هائلة من البيانات. (الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، 2012، صفحة 150)

وفيما يلي سنقوم بمناقشة كل جانب من هذه العملية الاتصالية:

أ. **الرسالة الاتصالية:** مع التحول الرقمي، تتغير العلاقة بين شكل المحتوى الصحفي ومضمونه، حيث إن بعض الأفكار لا يمكن تقديمها إلا من خلال قوالب صحفية معينة مثل الأخبار، المقالات، التفسيرات والتوجيهيات.

ب. **القائم بالاتصال:** تتيح الأجهزة الرقمية الحديثة للصحفيين إمكانية تحرير الأخبار وإرسالها من أي مكان عبر الأنترنت، دون الحاجة للتواجد في مقر الصحيفة.

ج. **الشكل العام للصحيفة:** تختلف الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة المطبوعة، حيث تعتمد الأخيرة على صفحة ثابتة كوحدة تصميم، بينما تصبح المادة أو الموضوع هو الوحدة الأساسية في تصميم الصحيفة الرقمية المعروضة على الشاشة.

د. **المتلقي:** تتخطى الصحف الإلكترونية تحدي مهارة القراءة بفضل تقنياتها الحديثة، وتبرز الفروق بينها وبين الصحف المطبوعة من خلال عناصر الاتصال الأساسية مثل المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، والتغذية العكسية، وسنستعرضها فيما يلي:

- **المحرر الصحفي:** تشير الأبحاث إلى إمكانية وضع قواعد دقيقة لإنتاج النصوص الصحفية وتطوير أنظمة ذكية تؤدي وظائف المحرر، مما قد يهدد مستقبل مهنة الصحافة ومهمة المراسل بالانقراض.

- **الرسالة:** لا يختلف محتوى الرسالة الصحفية في الإعلام الإلكتروني عن التقليدي، لكن ما يميزها هو سهولة الوصول والتخزين، بالإضافة إلى دعمها بالصور والفيديو والصوت، مما يجعل الوسيلة نفسها جزءاً من الرسالة كما يراها ماكلوهان.

- **الوسيلة:** يتميز شكل الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة المطبوعة بشكل أكبر بفضل إدخال الوسائط المتعددة، حيث يعرض المحتوى من خلال نصوص وصور ثابتة ومتحركة، مما يؤدي إلى تحول جذري في تصميم الصحيفة الرقمية.

- **المستقبل:** تتيح التقنيات في الصحف الإلكترونية التغلب على مشكلة القراءة من خلال خاصية قراءة النص بشكل آلي، كما تسهل عرض الصور والاستماع للأخبار. ومع ذلك، يبرز تحد جديد يتعلق بضعف مهارة استخدام الحاسوب لدى بعض المستخدمين. (شفيق، 2010، صفحة 76)

6. الإعلام التقليدي في زمن التحول الرقمي، تجديد الأدوار واستمرارية النسق:

مع نهاية القرن العشرين، برزت قوتان رئيسيتان غيرتا نموذج وسائل الاتصالات، وهما استخدام أجهزة الكمبيوتر في معالجة وتحليل المعلومات، وزيادة سرعة هذه الأجهزة في تحسين الاتصالات. كما أن وسائل الاتصال التقليدية تتطلب استثمارات كبيرة، مما أثر على استخدامها في الصحف ووسائل البث.

لقد غيرت التكنولوجيا الحالية، في الإرسال الرقمي للكتابة والصوت والصورة ملامح نموذج الاتصالات، حيث أصبح الجمهور اليوم منتجا للمعلومات بقدر ما هو مستهلك لها. فاليوم، يكفي جهاز كمبيوتر وخط أنترنت لتصبح ناشراً للمعلومات، لكن من الخطأ التخلي عن النظام القديم بالكامل لصالح النظام الجديد.

بسبب هذا التغير السريع في وسائل الاتصالات، أطلق البعض على هذه الظاهرة ثورة المعلومات أو ثورة التكنولوجيا.

مع تزايد التواصل بين الناس عبر الأنترنت، قل اهتمامهم بالحصول على المعلومات من الوسائل التقليدية، مما منح القوة للجمهور وشكل تهديدا لسيطرة وسائل الإعلام المعروفة، مثل التلفاز والراديو والمجلات والصحف. لذا، بدأت الصحف في إنشاء نسخ إلكترونية، لكنها لم تكن سوى تحويل المعلومات المطبوعة إلى صيغة رقمية. تعتبر قراءة الصحف المطبوعة عادة لدى الأشخاص في منتصف العمر أو كبار السن، بينما يبحث الجيل الجديد عن وسائل أكثر تطورا. كما أن هذا التطور أدى إلى زيادة هائلة في كمية المعلومات المتاحة، حيث يمكن تخزين الكتب والمجلات بحجم صغير جدا ونقلها بسرعة إلى أي مكان في العالم. مما يجعل كمية المعلومات المتاحة اليوم أكبر، وانتقالها أسرع بين الناس في جميع أنحاء العالم.

لقد كان تطور وسائل الإعلام، نتيجة لحاجة الناس لمعرفة ما يدور حولهم، وقد تميزت الصحف في جمع وتوزيع ونشر هذه المعلومات على جميع المستويات والمناطق. ومع ذلك، يتعين على الصحف اليوم تبني الفكر الجديد الناتج عن التطور التكنولوجي.

فإن اتخاذ القرار فيما يعتبر خبرة في يومنا الحالي أصبح أصعب بكثير من السابق، وإذا تمكنت الصحف من التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، فسوف تستطيع البقاء. بالإضافة إلى تحسين مستوى تقديم الأخبار، يمكن لأجهزة الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات تحسين عملية البحث عن الأخبار. فالأخبار في شكلها التقليدي تأتي من الأعلى إلى الأسفل، بينما عبر الأنترنت تأتي من الأسفل إلى الأعلى، مما يتيح للصحفيين التواصل مع جمهورهم بشكل أو سعة، مما يزيد من فهمهم لجمهورهم وبالتالي كتابة مواضيع تتعلق بهم بشكل أفضل.

يختلف التدوين الإلكتروني عن الإعلام التقليدي، من حيث طريقة النشر والترتيب والمدة الزمنية التي تظهر فيها. من أهم المبادئ الأساسية للخدمات التي تقدمها صحيفة "Washington Post Online"، الصحيفة الافتراضية التي قدمت نموذجا متفوقا للخدمات المقدمة عبر الأنترنت. فالصحيفة المطبوعة سهلة الاستخدام، حيث يمكن لأي شخص القراءة والتعامل معها بسلاسة. لذا، لا يمكن إغفال توقعات القارئ، إذ يجب على مصممي نظام الصحف على المواقع أن يأخذوا ذلك بعين الاعتبار، وإلا سيواجه القراء صعوبة في التعامل مع مثل هذه الصحف.

تتمثل الصعوبات التي تواجه التدوين الإلكتروني، في تنظيم المعلومات ضمن الأقسام الموجودة في الصحيفة، فالأقسام مثل الرياضة والتجارة والصحة والسياحة تمتلك أقساماً عملية في الصحيفة، بينما تحتوي الصفحة الأولى على الأخبار المحلية والعالمية وبعض المواضيع من الأقسام الأخرى. لذا، فإن تقسيم الصحيفة مهم جداً، حيث يعطي صفة خاصة لها، بل إن بعض القراء قد يفضلون الحصول على الصحيفة الإلكترونية بنفس الشكل الذي تطبع فيه.

ورغم أن مهارات الصحفيين تناسب معظم متطلبات التدوين الإلكتروني، إلا أن الخبرة مهمة جداً. فالصحفي الذي لا يمتلك خبرة كافية في مجال التدوين الإلكتروني يفكر في الأخبار العامة والأشياء التي من الجيد قراءتها، وهو ما يناسب عادة الصحف المطبوعة، بينما الصحفي ذو الخبرة في الصحافة الإلكترونية يفكر أكثر في العلاقات والمنظمات والحركة بين منظومة المعلومات والاتصالات.

إن الشاهد من كل ذلك أن التدوين الإلكتروني يجب أن تحتوي على كل الأفكار، فالهدف من ذلك مرات أخرى. لذا، على المتخصصين في الصحف الإلكترونية والصحف المعلومة التعاون والرجوع إلى بعضهم في المواضيع التي تتعلق باختصاص كل منهم. إن غرفة الأخبار في صحيفة "الواشنطن بوست" منفصلة تماماً عن باقي الأقسام في الصحيفة، حيث يعمل الصحفيون والحررون الذين يشتركون في الحوارات والنقاشات على الموقع بشكل تطوعي. كما أن الأشخاص الذين يقومون بصنع الأخبار التي تلاها التدوين الإلكتروني، يختلفون عن الذين يعملون على الصحيفة المطبوعة.

هناك العديد من الأسباب التي تدعو إلى تخصيص موظفين فقط للقيام بالتدوين الإلكتروني، لكن أهم هذه الأسباب هو الصرامة في منع التواصل مع غرفة الأخبار. (الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، 2012، صفحة 130)

بعض الباحثين يبرزون مفهوم التضمين الإعلامي "Mediation / Remediation"، الذي يشير إلى أن الوسائط الرقمية تعكس وتعيد إنتاج الوسائط التقليدية ضمن بنيتها، وتمثلها، وتحولها من خلال تغييرات في الشكل والمضمون. يعتبر الإعلام الرقمي نسخة معدلة أو معالجة للوسيط التقليدي، وليس ككيان مستقل أو بديل، ضمن بنية وسائطية متداخلة. يمكن ملاحظة أن هذه الظواهر بدأت تظهر بشكل جزئي، خصوصاً بين فئة الشباب، حيث يتزايد الاعتماد على صفحات الفايسبوك ومصادر مستقلة للحصول على الأخبار. كما يزداد الشك في مصداقية الإعلام الرسمي أو المرتبط بالمؤسسات التقليدية.

قد برز عدد من المدونين والمؤثرين الذين يقومون بدور إخباري ورقابي حقيقي، خاصة في القضايا المحلية والاجتماعية. ومع ذلك، لا يمكن القول بوجود إلغاء كامل للإعلام التقليدي، نظراً لاستمرار دوره في مجالات معينة مثل الأخبار الرسمية، التغطيات الكبرى، والأخبار العاجلة.

ثانياً: الأطروحات المكملة للإعلام التقليدي:

يمكن القول أن التكنولوجيات الحديثة، تهدف إلى إزالة الحواجز بين الإعلام الجمهوري وغير الجمهوري "Demassfication"، مما يحرم الإعلام من التلقي السلبي ويؤدي إلى ظهور التفاعلية. حيث يعطى المشارك دوراً مؤثراً في عملية الاتصال، ويتبادل المستقبل دوره مع المرسل بشكل إيجابي.

كما يتميز الإعلام بتنوع جماهيري واسع وانتشار الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة "Narrowcasting"، ومن خصائصه أيضاً اللاتزامنية، حيث تتم عملية الاتصال في الوقت المناسب للفرد، مثل رسائل الفاكس أو البريد الإلكتروني، التي يمكن أن تصل وتستقبل دون الحاجة لوجود مستقبل لها. مع ظهور ظاهرة العولمة، التي تعني جعل الشيء عالمياً، أي نقله من المحدودية إلى اللامحدودية، وتوسيع دائرته لتشمل العالم وفقاً لوجهة نظر مروجيه، برز هذا المصطلح في مجال الإعلام. فقد شهدت عولمة الإعلام تطوراً عبر التواصل والتكنولوجيا المتقدمة، حيث تقوم الشبكات بنقل الأخبار والمعلومات عبر الكرة الأرضية.

شهدت صناعة الصحافة في العقود الثلاثة الأخيرة تطوراً ملحوظاً، من أبرز ملامحه ظهور ما يعرف بالصحيفة الإلكترونية، حتى أطلق على صحافة التسعينيات مسميات جديدة. على عكس الأطروحات التي تدعي أن الإعلام الجديد قد ألغى فعالية الإعلام التقليدي، توجد أطروحات أخرى أكثر توازناً. هذه الأطروحات ترى أن الإعلام الجديد لم يلغ الإعلام التقليدي، بل يكمله ويوسعه، ويعيد تشكيله ضمن إطار من التكامل والتعايش والتداخل الوظيفي. يستند هذا الاتجاه إلى معطيات تحليلية ونظرية سنعرضها كما يلي:

1. الإعلام الجديد لا يملك كل خصائص الاحترافية الصحفية:

على الرغم من أن الإعلام الجديد يتميز بالسرعة والتفاعلية، إلا أنه يواجه تحديات تتعلق بالتحقق من المعلومات، والمسؤولية التحريرية، والضوابط الأخلاقية. فالمتوى الذي ينتجه المستخدمون (UGC) قد يكون:

- غير موثوق به،
- مستنداً إلى مصادر غير رسمية،

- محملا بالعواطف أو الشائعات أو التحيز.

لذا، تظل المؤسسات التقليدية ضرورية لضمان الالتزام بالمعايير المهنية. وقد أكدت "Jane Singer": أن المؤسسة الصحفية لا تزال تلعب دور الحارس الأخلاقي للمعلومات في بيئة تعاني من الفوضى المعلوماتية. (Singer, Norms and the Network: Journalistic Ethics in a Shared Media Space, in "The Handbook of Global Online Journalism, 2010, p. 138)

2. الإعلام التقليدي يتكيف مع الوسائط الجديدة:

تعتبر هذه الأطروحات أن الإعلام التقليدي لم يتراجع نتيجة ضغوط خارجية، بل إنه في مرحلة إعادة بناء نفسه من خلال التكيف مع المتغيرات. ويشمل ذلك تطوير نسخ إلكترونية للصحف، والبث المباشر عبر الأنترنت للقنوات التلفزيونية، وإنتاج بودكاست ومحتوى مرئي للقنوات الإذاعية. وقد أطلق على هذا الاتجاه مصطلح "التكامل الواسطي"، "Media Convergence" الذي أشار إليه "Henry Jenkins" كونه "النتيجة الطبيعية لتداخل الأنظمة الإعلامية القديمة والحديثة في بيئة رقمية تفاعلية". (Jenkins, 2006, p. 2)

3. الأدوار الجديدة لا تلغي القديمة بل تعيد توزيعها:

يشير العديد من الباحثين إلى أن الأدوار الجديدة مثل التفاعل، الوساطة، والتحقق الجماعي ليست بديلا عن الأدوار التقليدية مثل التحرير، المراجعة، والنشر، بل هي تكامل معها. في هذا الإطار، برز مفهوم الصحفي الهجين، الذي يجمع بين المهارات التقليدية والرقمية، ويعمل داخل المؤسسة مستخدما أدوات الإعلام الجديد. (Deuze, 2005, p. 447)

4. الإعلام التقليدي يحتفظ بأدواره الرمزية في المجتمع:

تعتبر أطروحات الإعلام المكمل أن الوسائل التقليدية، مثل الصحف الكبرى، الإذاعة الوطنية، والتلفزيون العام، لا تزال تحتفظ بدور السلطة الرمزية الهامة. وقد أظهرت هذه الدراسة التي أجريت عام 2021 أن الجمهور، على الرغم من استخدامه الواسع للوسائط الرقمية، لا يزال يعتمد على الإعلام التقليدي، عند البحث عن معلومات موثوقة في الأوقات الحرجة. (Newman al, 2021, p. 7)

5. الإعلام التقليدي يستفيد من الإعلام الجديد في التوسع والتجديد:

بدلا من اعتبار الإعلام الجديد تهديدا، ترى هذه الأطروحات أن:

- الإعلام التقليدي يمكنه الاستفادة من التفاعلية لتوسيع قاعدة جمهوره.

- يستثمر المحتوى الجماهيري لتعزيز تقاريره،
- يعمل على إنشاء هوية رقمية موازية لوجوده المؤسسي.

وهذا يساهم في جعل العلاقة بين النمطين علاقة تغذية متبادلة. (Bruns, Gatewatching Collaborative Online News Production, 2005, p. 41)

أظهر تحليلنا للأطروحات النظرية في هذا المبحث، أن العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لا يمكن فهمها من خلال ثنائية بسيطة تعتمد على الإلغاء أو الاستمرارية فقط، بل هي علاقة معقدة تتراوح بين التقاطع والتنافس والتداخل، وأحيانا التكامل، وذلك وفقا للسياق والنظام الإعلامي والتطور التكنولوجي وسلوك الجمهور.

فبينما يعتقد أنصار الأطروحات الملغية أن الإعلام الجديد، قد تجاوز الصحافة التقليدية من حيث الوظائف والهيمنة، مشيرين إلى أننا نعيش في عصر اللامركزية الاتصالية التي حررت المستخدم من سيطرة المؤسسات، تشير الأطروحات المكتملة إلى أن الإعلام الجديد، رغم مزاياه، لا يزال بحاجة إلى البنية الاحترافية التي توفرها المؤسسات الإعلامية التقليدية، خاصة في مجالات التحقق من المعلومات، والمسؤولية التحريرية، والإنتاج المنهجي للمحتوى.

لقد قدمت الوسائط الرقمية أدوات غير مسبقة للجمهور، لكنها لم تلغ الحاجة إلى صحافة مهنية مسؤولة، قادرة على بناء الأجندة العامة، وممارسة الرقابة، وتحقيق التوازن بين الحق في التعبير وواجب احترام المعايير.

وبالتالي، فإن ما تفرضه هذه المرحلة الإعلامية ليس نهاية الإعلام التقليدي، بل إعادة تعريف لوظيفته ضمن مشهد إعلامي هجين، حيث تتفاعل المرجعية المؤسسية مع الحركية الشعبية، والاحتراف مع التفاعلية، مما يفتح المجال لنقاشات جديدة حول مهنة الصحافة وأخلاقياتها ومستقبلها.

المبحث الخامس: أبعاد الفعل التدويني الإلكتروني لبناء الهوية الصحفية

أولاً: الفعل التدويني الإلكتروني:

1. ماهية الفعل التدويني:

في ظل الانتشار الواسع للمنصات والتدوين الإلكتروني، شهدت ممارسة الصحافة تحولاً في طريقة بناء الصحفي لهويته المهنية. لم يعد الفعل التدويني الإلكتروني مجرد نشاط ثانوي، بل أصبح جزءاً أساسياً من الهوية الصحفية الجديدة. فالتدوين الإلكتروني يتيح للصحفي الفرصة للنشر والتفاعل مع الجمهور، والمشاركة في مجالات متنوعة، والظهور كعلامة شخصية "Personal Brand" في الساحة الرقمية.

يتطلب هذا الاستخدام المتزايد للتدوين الإلكتروني، إعادة تقييم لمفهوم الهوية والتمثيل المهني لدى الصحفيين، حيث لا يتم إنتاجهما فقط داخل المؤسسات التقليدية، بل يتم إنتاجهما وإعادة إنتاجهما أيضاً في الفضاء الرقمي الذي يمثل مساحة ظهور موازية للمؤسسة الصحفية.

يشير الفعل التدويني إلى العملية الاتصالية التي يقوم بها الفرد (المدون)، من خلال النشر المنتظم أو التفاعلي لمحتوى رقمي، نصي، بصري، أو سمعي بصري، عبر منصات تدوين أو شبكات اجتماعية، بهدف التعبير الذاتي أو المهني أو الجماعي، مع إمكانية التفاعل والمشاركة مع الجمهور.

بصيغة أكثر تحديداً. يعرف الفعل التدويني بأنه، ممارسة اتصالية رقمية تعتمد على إنتاج محتوى ذو طابع شخصي أو مهني في فضاء افتراضي مفتوح، حيث يتفاعل المدون مع الجمهور من خلال آليات النشر الفوري، التعليق، والمشاركة الشبكية. (Trammell & Keshelashvili, 2005, p. 82)

يمثل التدوين الإلكتروني أحد أشكال الكتابة الرقمية الجديدة، كفعل تدويني كظاهرة تواصلية، التي حولت المستخدم إلى منتج للمعنى بعد أن كان مجرد متلق. ولا يعتبر التدوين مجرد نشر للمعلومات، بل هو إعادة إنتاج للخطاب الاتصالي ضمن بيئة رقمية تتميز بالانفتاح، واللامركز، والتشاركية. (Manovich, 2001, p. 67)

الفعل التدويني كوسيلة للهوية من ناحية أخرى، يعرف التدوين الإلكتروني بأنه مساحة يقوم فيها الصحفي بتشكيل هويته المهنية من خلال التفاعل المستمر مع الجمهور والمحتوى. فالمدون الصحفي لا يقتصر

على التعبير عن نفسه، بل يتفاوض حول انتمائه المهني ومكانته في المجال الإعلامي من خلال ممارسة تدوينية تجمع بين التمثيل الذاتي والتموضع الاجتماعي. (Deuze, 2005, p. 455)

البعد التفاعلي للفعل التدويني يشير، كما أو ضحت إحدى أوائل الباحثات في هذا المجال، إلى أن الفعل التدويني يمثل تواصلًا حواريا غير هرمي بين الأفراد. يتيح هذا التواصل بناء مجتمعات تواصلية صغيرة تتداخل فيها الأدوار بين الكاتب والمتلقي. ويظهر هذا البعد أن التدوين الإلكتروني ليس مجرد تقنية للنشر، بل هو ممارسة اجتماعية تفاعلية تعيد تشكيل العلاقة بين منتج الرسالة وجمهورها. (Blood, 2002, p. 16)

الفعل التدويني في المجال الصحفي، يعتبر الفعل التدويني امتدادا للممارسة الإعلامية، حيث يتيح للصحفي التحرر النسبي من قيود المؤسسة وبناء علاقة مباشرة مع الجمهور. وقد أظهرت دراسة أن التدوين الإلكتروني ساهم في إعادة تعريف الدور الصحفي ليشمل التعبير الذاتي، التحليل، والتفاعل الجماهيري، مما أدى إلى إعادة تشكيل الهوية المهنية في البيئة الرقمية. (Perreault, 2019, p. 899)

الفعل التدويني هو ممارسة اتصالية رقمية تفاعلية، ينتج من خلالها الأفراد أو الصحفيون محتوى يعكس مواقفهم أو هويتهم أو مؤسساتهم، ضمن فضاء مفتوح يعتمد على المشاركة والتداول والتفاوض الرمزي للمعنى.

2. خصائص الفعل التدويني:

1.2 تعقيد الاختيار:

يعتقد مصمموا الصحف الإلكترونية، أن كثرة الروابط والخيارات المتاحة للمستخدم ضرورية لتعزيز التفاعلية، فهم يرون أن منح المستخدم القدرة على اختيار النصوص، أو الرسوم البيانية، أو استلام محتوى بلغات متعددة، أو استخدام محركات البحث للعثور على المعلومات المطلوبة، يعزز من سلطته. كما أن الخيارات المتعددة على الشبكة تعزز من التفاعل بين المستخدم والموقع، مما يمنح المستخدم شعورا أكبر بالتحكم فيما يرغب في مشاهدته من معلومات.

2.2 المجهودات المبذولة من قبل المستخدم:

لم يعد المستخدمون يبذلون جهداً في قراءة المعلومات المقدمة بشكل آلي من الصحف، لكنهم يبذلون جهداً عند اختيار الصفحات والشاشات لاستعراض المعلومات، وكذلك عند استخدام الكمبيوتر للاستفسار عن معلومات معينة من قواعد البيانات.

3.2 الاستجابة للمستخدم:

يمكن للصحفي استخدام وسيط بشري أو إلكتروني للاستجابة لاستفسارات المستخدمين، يتحقق الوسيط البشري من خلال إجابات المحررين والعاملين في الصحيفة على أسئلة البريد الإلكتروني، بينما يتحقق الوسيط الإلكتروني باستخدام برمجيات خاصة مثل برامج المساعدة الفورية والإجابة الإلكترونية على الرسائل.

4.2 تسهيل الاتصال الشخصي:

يتم تسهيل الاتصال الشخصي عبر مجموعة من الأدوات مثل البريد الإلكتروني والدردشة والمنتديات. (محب، 2006، صفحة 200)

5.2 سهولة إضافة المعلومات:

تتيح بعض الصحف للمستخدمين، إضافة معلومات عن هويتهم وهواياتهم واهتماماتهم وتواريخ ميلادهم وإعلانات الزواج، كما تسمح لبعض المستخدمين بتقديم مساهماتهم في القصص الإخبارية، مما يجعلهم محررين ويساعد الصحيفة في تعزيز علاقتها بالمستخدمين وتنمية إبداعهم.

6.2 مراقبة نظام المستخدم:

يتم مراقبة نظام المستخدم من خلال تسجيل الزوار وتدوين أسمائهم وبياناتهم واهتماماتهم في قاعدة بيانات خاصة بالصحيفة. يساعد هذا الإجراء الصحيفة في فهم اهتمامات القراء وخصائصهم الديموغرافية، مما يمكنها من إعادة تقييم برامجها وفقاً لاهتمامات مستخدميها. (محب، 2006، صفحة 202)

3. أبعاد فعل التدوين الإلكتروني:

1.3 السيطرة الفعلية:

تشير السيطرة الفعلية إلى دور المستخدم النشط في عملية الاتصال عبر الأنترنت، من خلال الضغط على لوحة المفاتيح للتنقل في موقع معين، أو استخدام زر الفأرة للتنقل عبر رابط محدد. بدون هذه الأفعال، لا

يمكن للمستخدم التصفح عبر الأنترنت، حيث ينتقل بشكل غير خطي بين المعلومات المتاحة له، على عكس التلفاز الذي يتسم بالطريقة الخطية، حيث يقتصر دور المشاهد على تغيير القنوات.

2.3 الاتصال ذي الاتجاهين:

يؤكد هذا البعد على أهمية تسهيل الاتصال ذي الاتجاهين بين المستخدم والموقع، من خلال تعزيز نظام الاتصال الرباعي. يجب أن يستجيب الموقع للرسائل التي يرسلها المستخدم، كما ينبغي أن يكون هناك تواصل مستمر دون انقطاع بين الموقع والمستخدم.

3.3 حرية الاختيار:

تتحقق حرية الاختيار عندما يتمكن المستخدم من تحديد ما يرغب في مشاهدته، ويجب أن تتاح له خيارات متعددة من المحتوى. ينبغي أن يتمكن المستخدم من التصفح بالطريقة التي تناسبه، دون أن يفرض الموقع عليه طريقة معينة للوصول إلى المعلومات.

4.3 الشعور بالتزامن:

تتحقق التزامنية عندما يحصل المستخدم على المعلومات دون تأخير، ويجب أن يكون الموقع سريع الاستجابة لاستفسارات المستخدم. ينبغي أن يكون الموقع جاهزاً في أي وقت لتلبية احتياجات المستخدم وتقديم المعلومات بسرعة.

ولم يتوقف تقسيم التفاعلية عند هذا الحد، بل قام علماء الاتصال بتقسيمها بشكل أعمق، مثل تفاعلية الرسالة مقابل تفاعلية الوسيلة، وتفاعلية المستخدم مقابل تفاعلية الوسيلة، وغيرها. ومع ذلك، فإن هذا الطرح ترك أبعاد التفاعلية ضمن تقسيماتهم، مما يدل على أن هذه التقسيمات كانت بمثابة تنظيم أكثر منها تصنيفاً دقيقاً. (محب، 2006، صفحة 204)

ثانياً: الهوية الصحفية في الإعلام الجديد:

1. تعريف الهوية:

لغة: هي مأخوذة من كلمة "هو" أي جوهر الشيء وحقيقته.

اصطلاحاً: هي الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق، أي تلك الصفة الثابتة، والذات التي لا تتبدل ولا تتأثر، ولا تسمح لغيرها من الهويات أن تصبح مكانها أو تكون

نقيضها لها، فالهوية تبقى قائمة مادامت الذات قائمة وعلى قيد الحياة، وهذه الميزات هي التي تميز الأمم عن بعضها البعض، والتي تعبر عن شخصيتها وحضارتها ووجودها.

الهوية ليست أحادية البنية، أي لا تتشكل من عنصر واحد، سواء كان الدين أو اللغة أو العرق أو الثقافة أو الوجدان والأخلاق، أو الخبرة الذاتية أو العلمية وحدها، وإنما هي محصلة تفاعل هذه العناصر كلها.

2. تعريف الهوية الرقمية، (Identité Numérique):

هي مجموع المعطيات المسجلة في وثيقة رقمية على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاسم واللقب المستعارين، الجنس، تاريخ الازدياد...).

هذه المعطيات تترك آثارا رقمية من خلال المقابلات، التعليقات المكتوبة، الفيديوهات والصور المنشورة والتي قام الفرد بتوزيعها، أو مقاسمتها مع من يشاركوه نفس الاهتمام. فمثلا على مستوى الفيسبوك عند ينقر المتدرد على الشبكة وعلى "j'aime" أو "Like" بالإنجليزية فهو بهذا يدلي بانطباعه، أو يترك تعليقا على ما هو معلن. وما يجب ذكره أنه إذا كان النظام الرقمي قادر على التعرف على احتيال الأشخاص، فهو حتما يستطيع التعرف على رواد الأنترنت، إذ أقترح الإلكتروني (Frontier)، موقع للكشف للممارسين ما يردده عنهم الأشخاص الذين هم في تواصل معهم، وهذا من خلال:

- الآثار الجانبية، (Les Traces Prolifilaires): وهذا ما يقوله الأفراد عني أي من أقول.
 - الآثار التي أبحر بها من موقع لموقع، (Les Traces Navigationnelles): أي أين أكون؟، ما أقره، وما أكتبه من تعليقات = أي كيف أتصرف.
 - الآثار المسجلة، (Les Traces Inscriptibles): أي ما أعبر به، وما أذيعه = أي ما أفكر به.
- (دليو، 2010، صفحة 168)

3. من الهوية التقليدية إلى الهوية الرقمية:

حسب ما أشار إليه فليب بشيني، "Philippe Buschini"، مقال شركة الأنترنت، ورئيس جمعية الأناقة، فإن الهوية تعرف من خلال تقسيمها إلى:

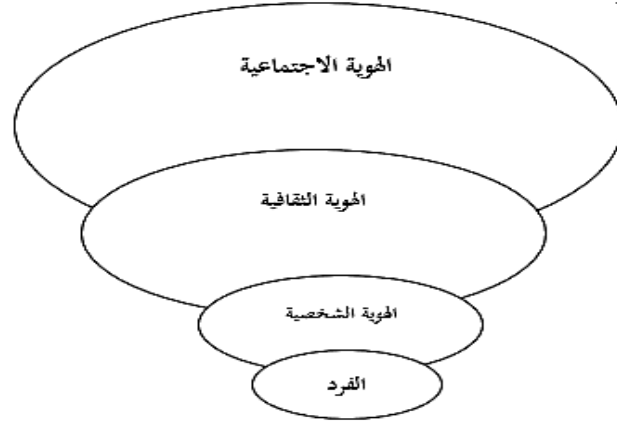
أ. الهوية الشخصية، (Identite Personnelle): وهي تجعل الفرد متميزاً ومتفرداً ويظهر ذلك من خلال حالته المدنية.

وهي بهذا ترجع إلى ما يحمله الفرد من صفات، وخصائص والتي تجعله متميزاً عن باقي الأفراد، أما من الناحية القانونية فإنّ هوية الفرد تسجل في الحالة المدنية من خلال مجموعة من الحقوق الفردية من تاريخ ومكان الازدياد، الاسم واللقب، النسب الاجتماعي والمعروف خلالها الفرد

ب. الهوية الاجتماعية، (Identité Sociale): وهو كل ما يقاسمه الفرد مع الآخرين، ويتشارك معهم نفس الاهتمامات. وتشير إلى المكانة الاجتماعية التي يحتلها الفرد بين الآخرين، ومع جماعة التي ينتمي إليها (حسب الجنس، العمر الزمني، والمهنة).

ج. الهوية الثقافية، (Identité Culturel): وتشير إلى امتثال الفرد بصفة شبه كتابة المعايير، والقيم الثقافية للمجتمع الذي يحتضنه منذ ولادته وللإشارة فإن هناك فرق بين الهوية الاجتماعية التي تسجل حضور الفرد في مساحة ضيقة للجماعة التي ينتمي إليها، ومشاركته لأفكارهم، ومعتقداتهم في حين نجد أن الهوية الثقافية تتطلب أن يتبنى الفرد عادات وتقاليد، وأعراف، وأسس الحياة القائمة في المجتمع الواحد.

ويمكن توضيح هذه الأنواع من خلال الشكل أدناه، أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بتباين الأفراد في تقديم معلوماتهم، وأفكارهم، وآرائهم، في عدة أوجه لشخصياتهم بهدف استمالة الآخرين الذين يتمتعون بنفس الاهتمامات، لأجل تكوين العلاقات معهم. لكن ما يجب طرحه في ظل هذه الأنواع من الهوية، أين الهوية الروحية للفرد والتي تتجسد فيها قيمه، ويتبنى معاييرها، فالفرد في خضم هذه الأنواع، وأثناء التواصل الرقمي يعيش نوع من الغموض، ولا عنوان والاستقرار في التعامل مع الشخص الافتراضي ذو معالم غير واضحة، ومجهولة، الكائن البشري يولد ولديه إرث وهوية بيولوجية، التي تحدد ملامحه (جنسه اسمه، هيئته المورفولوجيا...)، وتوضح سلوكه هذا من جهة، ومن جهة ثانية بهوية جماعية ثقافية التي من خلالها يتبنى الفرد ما يتقبله المجتمع، ويرضيه. (دليو، 2010، صفحة 171)



الشكل رقم (3) يبين أنواع الهوية الرقمية، نقلا عن فضيل دليو (دليو، 2010، صفحة 172)

إن الهوية حسب الشكل أعلاه، عبارة عن سيرورة دينامية يعرف من خلالها الفرد، وتعرف عليه، وعلى تفكيره، وردود فعله التي اكتسبها حتما من البيئة الاجتماعية التي نشأ فيها.

كما أن هذا الشكل يوضح لنا أن هناك عاملين أساسيين في تكوين هذه السيرورة:

- عامل داخلي، والمتعلق بالشخص (من حيث استعدادات الفرد).
- عامل خارجي، (تأثير الوسط الاجتماعي - الثقافي).

ونجد أن الفرد هو في مركز هذا النموذج لأنه هو المحرك لهذه السيرورة وهذا لما يتمتع به من دوافع واستعدادات، واستجابات، وردود فعل نحو المحيط الاجتماعي.

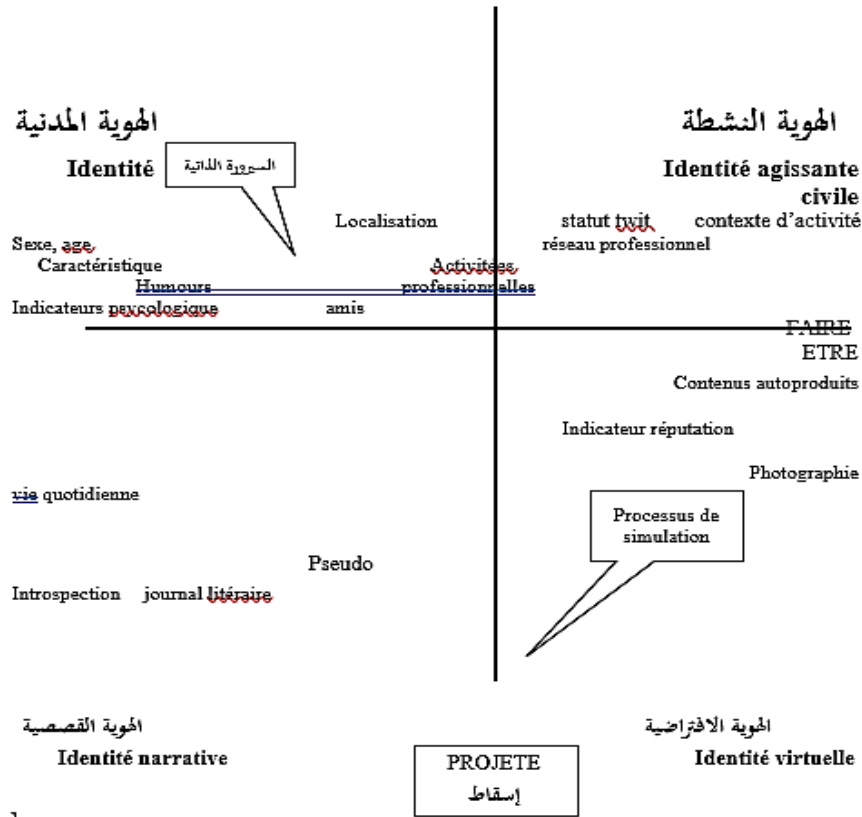
للحديث عن الهوية الرقمية، من الضروري فهم مفهوم الهوية التي تدار من خلال واجهة رقمية، والتي ترتبط بالشبكات الاجتماعية التي نعرضها عن ذاتنا بناء على التصورات الذاتية عن أنفسنا في السياقات المهنية أو العامة أو الشخصية. وتحدد هذه الهوية من خلال ردود الأفعال والتعليقات المسجلة على صفحات الويب، مما يجعلها متفردة وجماعية ومتغيرة وفقا للأفراد الذين تتفاعل معهم في العقل الجمعي الرقمي، الذي يتميز

بشموليته وعموميته وديناميكيته مقارنة بالعقل الجمعي الطبيعي. في الشبكات الاجتماعية، كل الهويات الرقمية والأسماء المستعارة ممكنة.

يمكن لكل فرد أن يمتلك عدة هويات إلكترونية (سواء كانت تمويها أو وقاية، بحسن أو سوء نية، عن قصد أو نسيان)، مما قد يؤدي إلى وجود مليارات من الشخصيات الوهمية أو الهويات الافتراضية عبر الشبكة. هذا يطرح عدة مشكلات في إدارة هذه التعددية التعريفية، وقد يستدعي سن قوانين تسمح بتتبع الهويات الميئة (المتخلي عنها)، أي إنشاء سجل مدني للشخصيات الافتراضية لرصد ولادتها ووفاتها. (دليو، 2010، صفحة 173)

إنه من المهم على الفرد أن يدرك كيف يسير معالمة، وجماعته الافتراضية، فما أقوله، وما أقاسم به غيري، وبمن أتواصل سيبقى مسجل، وإلغاء ما صرحت به أو إزالته سيصبح من المستحيل.

والشكل الموالي يوضح خريطة الهوية الرقمية حسب التي يصرح بممارس الأنترنت:



الشكل رقم (4) يبين خريطة الهوية الرقمية نقلا عن فضيل دليو (دليو، 2010، صفحة 175)

حسب ما أشار إليها كاردو، "Cardon":

- حيث يشير محور فعل/ كان، (L'axe Faire / Être)، إلى ما يناسب الفرد من حيث الأفكار التي تعبر عما بداخله، وما يقوم به من سلوكيات، فهي تمثل سيرورة الذاتية (Processus de Subjectivation).
- أما محور الواقع / الإسقاط، (L'axe réel / Projete)، فشير إلى الفرد كما هو، وكما يريد أن يكون وهي تمثل حسب كاردو سيرورة المحاكاة (Processus de Simulation).

والجدير بالذكر أن الأنترنت اليوم سمح للأفراد أن يصرحوا، ويعبروا عما يجول في خاطرهم، من خلال سرد قصصهم الشخصية، وأحداث حياتهم اليومية أو تقديم أنفسهم للآخرين، وترى النظرية الحديثة أهمية مشاركة الأفراد على الويب، (Web Participatif) وفي عالم افتراضي، أين يسجل استقلاليتهم وعن ذواتهم، وفي تمهيد لهم العقبات للتعرف على عدة هويات، وبهذا تسقط كل مخاوفهم التقليدية في المجتمع الافتراضي.

هناك خمس وظائف للإفصاح عن الذات وهي:

أ. التعبير، (Expression): عرض التحقيق، والتستر عن النفس عقب الإفصاح عن المعاناة، وظروف المشقة الشخصية.

ب. التوضيح، (Clarification): بمعنى أنه من خلال الإفصاح عن الذات، يتمكن الشخص من تقديم صورة واضحة نفسه للآخرين، بما يجعله مفهوما من جانبهم، وبما يمكنهم من التفاعل معه بصورة ملائمة.

ج. التصديق الاجتماعي، (Validation Sociale): هوما يحدث عندما يأتي إفصاح الآخرين عن أنفسهم مؤيدا لما أو رده الشخص من آراء، واتجاهات، وتفضيلات أثناء إفصاحه عن ذاته.

د. تنمية العلاقات الاجتماعية، (Developpement du Relation Social): فمن بين النتائج الطريفة التي كشفت عنها البحوث في هذا المجال، أن إفصاح الشخص عن ذاته يستثير الإفصاح من جانب الآخرين، ومن خلال تبادل الإفصاح تقوى العلاقات الشخصية بين الطرفين.

هـ. الضبط الاجتماعي، (Controle Sociale): يعبر الشخص عن حاجاته، ورغباته أثناء التخاطب الاجتماعي، فهو يعبر أيضا عن معتقداته، وقيمه، وتفضيلاته، والحدود الشخصية التي لا يسمح للآخرين بتجاوزها في علاقاتهم معه، وتمكن قيمة الإفصاح عن تلك الجوانب في أنها تمكنه من ممارسة ضبط أكبر

على سلوك الآخرين، إذا تصورنا أن أغلب الأشخاص يراعون رغبات الآخرين، ولا يتعدون الحدود الشخصية المقبولة أثناء التفاعل الاجتماعي.

إن اندماج الفرد في مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعله يسمح له أن يعدد أدواره، وأن يكتسب مكانة اجتماعية، وأن يمارس نفوذه وكفاءته في المجتمعات الافتراضية والتي من خلاله يمكن أن نحدد لرواد الأنترنت أن يتعرفوا على هويته.

4. فئات الهوية الرقمية:

إن الهوية الرقمية مقسمة إلى ثلاث فئات:

أ. الهوية التصريحية، (**Identité Déclaratif**): مكونة من المعطيات المدونة على الصفحة من قبل رواد الأنترنت، وهذا لأجل تقديم أنفسهم على المباشر (الاسم، مجال الاهتمام، الأصدقاء...).

ب. الهوية النشطة، (**Identité Agissante**): وتتكون من رسائل مسجلة من طرف النظام الرقمي، وهذا فيما يتعلق بنشاطات المستخدم، وتفاعلاته على الشبكة فمثلا قد يستعين (X) بتطبيقات (Z).

ج. الهوية المحسوبة، (**Identité Calculée**): أو العددية والمكونة من أرقام، وحسابات النظام الرقمي الظاهرة على الملمح (الملفات) مثلا: عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، عدد المتفاعلين... إلخ

د. الهوية اللغوية: تشكل اللغة العربية أداة فاعلة للتواصل بين البشر، لأنها تمكنه من تحقيق وتبادل المنافع فيما بينهم، إلا أن التطور التكنولوجي في وسائل التواصل الاجتماعي، أدى إلى تحولات كبيرة على مستوى الممارسات اللغوية بين الأفراد، ومن بينهم الشباب الذين قد غيروا ملامح الأصلية للغة بإدراج حروف، ومقاطع لا تمت بصلة إلى اللغة العربية. كما أن هوية الشعوب تحتزن في لغتها، لذا كان الاعتزاز بقوتها، ينتقل من جيل إلى جيل. وتمتاز اللغة العربية بقدرات اتصال وتواصل عميقة، حيث تحتوي على قواعد غنية بالرموز والمفاتيح الدلالية التي تجعلها قادرة على نقل المعاني بمرونة وجمال. ويعتبر البديع والبيان جزءا من قدرتها على صياغة رسائل إعلامية وثقافية مؤثرة. (دليو، 2010، صفحة 180)

5. وسائل التواصل الاجتماعي وتكوين الهوية الرقمية:

تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي، دورا مهما في تحليل البيانات الشخصية والمعلومات التي يقدمها مستخدمو الأنترنت، أو زوار الشبكات الاجتماعية. يمكن للآخرين، الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي، الاطلاع على الحياة الشخصية للفرد، مما يمنحهم فكرة شاملة عنه من خلال المعلومات التي يصرح بها. وقد أشار إلى وجود عدة أنواع من هذه المعطيات، وهي كالتالي:

أ. بيانات الخدمة، (Les Données de Services): وهي التي يصرح بها الفرد في موقع اجتماعي من اسم، سن، رقم الهاتف الجوال، رقم بطاقة القرض.

ب. البيانات المكشوفة، (Les Données Divulguées): والمقصود بها ما يذيعه الفرد أو ينشره المستخدم على صفحته الإلكترونية مثل: تذاكر، مدونات، صور، رسائل، تعليقات.

ج. البيانات المتخصصة، (Les Données Confiées): والمقصود بها وما يذيعه المستخدم على صفحات الآخرين، وقد تعتبر في حد ذاتها مما مكشوفة، ولكن الفرق يكمن أن هذه التعليقات هي قد تكون ومتناول الجميع، ويضطلع عليها كل ممارس الأنترنت.

د. البيانات العرضية، (Les Données Fortuites): وهي تلك المعطيات التي يستطيع أن ينشرها الآخرين عني.

هـ. البيانات السلوكية، (Les Données Comportementales): وهو كل ما يستقبله موقع ما عما سجلته، وعما أقوم به، وما هي ردود الأفعال التي أكتبها، وما هي المقالات التي أضطلع عليها.

و. البيانات المستمدة، (Les Données Dérivées): وهي تلك المعطيات المتعلقة بالمستخدم في حد ذاته والمشتقة من معطيات الآخرين، فإن كانوا خيرين فهو يتعامل معهم بنفس الطيبة والخير.

ز. بيانات التقييم، (Les Données D'appréciation): وتتعلق بمختلف النقر التي يقوم بها رواد الأنترنت على خانة " أحب (J'aime) أولا أحب (Je n' aime pas)، والتي على أساسها يصبح الفرد عضوا في الجماعة الإلكترونية، وهذا الذي يسمح بإنشاء عدة ملفات أو ملامح التي أصبحت لا تعد. (دليو، 2010، صفحة 186)

خريطة الهوية الرقمية Cartographie de l'identité numérique		
التعبير ACORA TypePad vpod.tv ODBO	النشر flickr Tube radio blog del.icio.us You	الوظيفة Linked in. XING'
الآراء Travel post Crowdstom iNodes digg	الاتصالات Email adresse IP Téléphone hcard الفرد	الاستهلاك Technorati Ikarma cymfony
الهوايات Doompa corkd Snearkerplay		الشهرة amazon.com Paypal Google Maximiles
المعارف والمعلومات Yahoo! Google ANSWERS WIKIPEDIA instructables	الشهادات الشخصيات الرمزية SitePal LIFE GRAVATAR	علاقاتي الاجتماعية mestic.com myspace.com MyBlogLog Ofriendster

الشكل رقم (5): يوضح خريطة الهوية الرقمية المصرح بها من قبل ممارس الأنترنت نقلا عن فضيل

دليو (دليو، 2010، صفحة 187)

ومن خلال هذا الشكل، الفرد قد يعبر عن هواياته التي لم يستطيع ذكرها على الواقع أو لم يجد من يشاركه نفس الهواية، أو يمنح الآخر معطياته وبياناته الشخصية من أجل البحث عن وظيفة، كما قد يلجأ إلى الخيال فيلجأ إلى شخصية غير شخصيته، في حين هناك من يستعين بمواقع التواصل الاجتماعي من أجل البحث والتعلم، وزيادة معارفه، في حين هناك من يستثمر هذه المواقع من تكوين العلاقات الافتراضية والتي تنشأ من خلال الاتصالات المتكررة والتي قد تتحول إلى رابط اجتماعي.

ثالثا: الفعل التدويني والهوية الصحفية:

إن الثورة التي أحدثتها الشبكة الاجتماعية الرقمية، قد جددت اهتمام علماء الاجتماع لطرح اشكالياتهم، وتساؤلاتهم حول الهوية، وبنائها أثناء تكوين علاقة اجتماعية، إذ أجريت عدة أبحاث في هذا الشأن حيث كشفت نتائجها المجرات على أكثر من 2500 أمريكي، وبالتعاون مع مركز البحث، " Pew Internet"، التي أثبتت أن استخدام شبكة الاجتماعية الرقمية، ووسائل التكنولوجيا بصفة عامة لا تضر بالتنشئة الاجتماعية، فارتفاع نسبة العزلة الاجتماعية لم تتغير مقارنة لسنة.

أين كان الأنترنت والهاتف الجوال ليس في متناول الجميع إلا أن نسبة التهميش بقيت مرتفعة، لذا أو صت هذه الأبحاث أن استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية تساعد على إنشاء العلاقات الاجتماعية، وتعددها، وتسهل عملية التفاعل الاجتماعي. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 192)

1. أبعاد الفعل التدويني الإلكتروني:

لقد ساهمت العديد من الدراسات والأبحاث لاسيما في ميدان على الاجتماع وعلم النفس، وعلم الإعلام والاتصال مكانة بين تلك العلوم، وأن يكون له ما يؤسس لنظرياته وحقول البحث فيه، وأصبح بفضل كل تلك الإسهامات علما قائما بذاته.

إن الاتصال هو مجموعة من العمليات الفيزيائية والنفسية التي تربط بين شخص (أو مجموعة أشخاص) المرسل، وشخص (أو مجموعة أشخاص) المتلقي، بهدف تحقيق أهداف معينة. يتضمن ذلك مجموعة من جوانب الحياة الاجتماعية للأفراد ونفسياتهم. ومع توسع مجالات سوسيولوجيا وبسيكولوجيا الاتصال، تتركز اهتمامات هذا المجال بشكل أساسي على دراسة القوائم بالاتصال ومضمون رسالته والمتلقي. يعتبر علماء الاجتماع أن الاتصال هو ظاهرة اجتماعية في المقام الأول، بينما ينظر إليه علماء النفس على أنه مجموعة من السلوكيات التي تصدر عن الأفراد، مما يركز اهتمامهم على المشكلات النفسية وغيرها من النتائج التي تنجم عن هذه العمليات الاتصالية. سنتطرق فيما يلي لهذه الأبعاد:

أ. **الفعل التدويني الإلكتروني كحالة نفسية:** تبدأ علاقة المستخدم بوسائل الإعلام والاتصال عادة من خلال ما يعرف بالدافع، الذي يسهم في تشكيل هذه العلاقة وتطويرها. ومع ذلك، يختلف هذا الدافع من

فرد لآخر بناء على عوامل مثل العمر والفئة الاجتماعية، بالإضافة إلى ظروف معينة (ثقافية، اقتصادية، إلخ). كما يتباين أيضا وفقا لاختلاف الوسيلة والمحتوى. فالوسيلة الأكثر جذبا وفاعلية في لفت انتباه المستخدم تجذب شريحة واسعة من الجمهور، سواء كانوا قراء أو مستمعين أو مشاهدين، الذين يمتلكون دوافع قوية لمتابعة وسيلة إعلامية معينة أكثر من غيرها.

في حين أن الموضوع أو المحتوى يعتبر أحد الدوافع الأساسية لاستهلاك مادة إعلامية معينة دون سواها. ومع ذلك، يختلف دور الموضوع أو المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة، وخاصة التدوين الإلكتروني، عن دوره في وسائل الإعلام التقليدية، حيث يعتبر موضوع التدوين من أهم الدوافع لإنشاء مدونة وبدء عملية التدوين حول المواضيع التي تثير دافع المدون. في نهاية المطاف، يعتبر الدافع حالة نفسية داخلية تثير السلوك في ظروف معينة وتستمر حتى تحقيق غاية معينة، وبالتالي فهي قوى محركة تحفز النشاط في الكائن الحي وتبدأ السلوك وتوجهه. من بين هذه الدوافع، تبرز الدوافع النفسية التي تلبي احتياجات الفرد النفسية نتيجة تفاعله مع الآخرين، والدوافع الروحية المرتبطة بالجانب الروحي للإنسان، مثل دافع التدين ورغبة الخير والعدل. كما أن هذا الموضوع يعتبر من أكثر المواضيع أهمية في علم النفس، حيث يصعب معالجة العديد من المشكلات النفسية دون النظر في دوافع الكائن الحي، التي تلعب دورا أساسيا في تحديد قوة سلوكه وكيفية التعبير عنه. توجد أيضا العديد من المفاهيم المرتبطة بمفهوم الدافع، مثل الحاجة، الباعث، ومفهوم العادة. ونظرا لعدم وجود خلفيات نظرية حول العلاقة بين علم النفس والتدوين الإلكتروني، نسعى إلى مقارنة تلك المفاهيم التي ترتبط بطريقة أو بأخرى بالمفهوم العام لعلاقة الإعلام والاتصال، أو ما يمكن أن نطلق عليه الدافع للتواصل مع الآخرين. سنقوم بالتفصيل فيما يلي لشرح ما يمكن أن يساعد في بناء هوية الصحفي من خلال عملية التدوين الإلكتروني:

- **مفهوم الحاجة، "Need"**: إنها رغبات ملحة تسعى إلى تحقيق ظروف معينة، مثل الحاجة إلى أن يكون الفرد محط اهتمام الآخرين، أو نيل احترامهم، أو الحاجة إلى الراحة. (عويضة، 1996، صفحة 57)، وهو مرتبط بشكل وثيق بمفهوم الدافع، الذي قد يكون فيزيولوجيا أو نفسيا. حتى الدوافع الفيزيولوجية يمكن أن تخلق آثارا نفسية. وفقا لهذا الطرح، تعبر الحاجة عن الشعور بالنقص في شيء معين، وعند تحقيق الإشباع، تتحقق هذه الحاجة. يمكن أن تكون هذه الحاجة جسمية داخلية، مثل الحاجة إلى الطعام والماء، أو نفسية، مثل

الحاجة إلى الانتماء والإنجاز والتعبير، أو حتى التواصل والحوار الثقافي مع الآخرين. يتيح لنا الاتصال نقل معتقداتنا ورؤانا للآخرين كنوع من الوفاء لحاجتنا.

- **مفهوم الباعث، "Incentive"**: يشير الباعث إلى الموضوع الفعلي الذي يتواجد في البيئة الخارجية، والذي يسعى الكائن الحي، بدافع قوي، للوصول إليه. يعتبر هذا الباعث ملائماً لتحقيق حاجة معينة، ويستند إلى الملاحظة السطحية لسلوك الآخرين وتفسيره دون الاعتماد على معايير مقننة. من المهم الإشارة إلى أن ما نلاحظه في الآخرين يتأثر باستعداداتنا، واتجاهاتنا، ودوافعنا، وتحيزاتنا، واهتماماتنا، كما أننا نصدر أحكاماً على الطبيعة البشرية بناء على تجاربنا. (البيومي، 1995، صفحة 11)

- **مفهوم العادة، "Habit"**: هي ميل ثانوي مكتسب يؤدي إلى أداء السلوك بشكل آلي، مما يشير إلى قوة الميل السلوكي، أي القدرة على القيام أو تكرار السلوك. في هذا السياق، تختلف العادة عن مفهوم الدافع الذي يركز على مقدار الطاقة الفعلية المرتبطة بالعادة.

ب. **الفعل التدوين الإلكتروني كنشاط اجتماعي**: تمكن التدوين الإلكتروني، بفضل ميزاته الفريدة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، من دخول العديد من المجالات الحياتية وتأسيس فضاء افتراضي مستقل عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الأفراد. ومع ذلك، يحتفظ هذا الفضاء بالكثير من مظاهر الحياة الاجتماعية المألوفة، مثل علاقات الصداقة والتفاعل والتعاون ومشاركة الهموم والاهتمامات، مما يجعله مجتمعاً قائماً بحد ذاته. إن الفضاء التدويني هو مجتمع يتنوع فيه التفاعل بين الأفراد المدونين، وله قواعده وقوانينه الخاصة، بالإضافة إلى قوانين غير رسمية. ومع مرور الوقت، تتلاشى هذه الخصوصية، ويصبح استخدام التدوين الإلكتروني أكثر اجتماعية وشمولية مما كان عليه سابقاً.

يتضح من التعريف أن النشاط الاجتماعي هو نتاج العلاقات المتبادلة بين أفراد المجتمع، ويكون اجتماعياً فقط عندما يرتبط بالعلاقات مع الآخرين، ولا يمكن اعتباره اجتماعياً إلا إذا تم داخل جماعة معينة وفق مجموعة من القواعد المشتركة. تعرف الأنشطة الاجتماعية بأنها الأعمال العادية التي يقوم بها الناس معاً، والتي تتضمن التعاون وبذل الجهد والعمل أو النشاط في أوقات الفراغ. (James & Gerard, 1998, p. 128)

إن أبرز ما في التعريف هو تركيزه على التفاعل بين الأفراد من خلال العلاقات التي تنشأ بينهم، وهذه العلاقات لا تقتصر بالضرورة على فضاء اجتماعي محدد مثل الحي أو المصنع، بل تتطلب تبادل التأثير والتأثر بين الفاعلين الاجتماعيين الذين يساهمون في بناء تلك العلاقات. لقد استطاع العديد من المدونين إقامة علاقات صداقة حقيقية وحل العديد من القضايا الاجتماعية، كما قاموا بالتوعية بمخاطر مثل الفساد والرشوة والبيروقراطية، من خلال التفاعل وتبادل المحادثات، سواء عبر التعليقات على المنشورات أو من خلال البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية وغيرها من التطبيقات التي تمثل أشكالاً مهمة وإيجابية من التفاعل والاتصال الافتراضي، مما يساهم في ظهور واستمرار الأنشطة الاجتماعية.

النسق الاجتماعي "Social System" هو الوحدة الأساسية في دراسة علم الاجتماع، ويتكون من مجموعة من الأفراد الذين يعيشون معا ويشاركون في نشاطات جماعية متعددة. يرتبط هؤلاء الأفراد ببعضهم البعض من خلال روابط معينة. يتشكل النسق الاجتماعي بشكل أساسي من شخصين أو أكثر يتفاعلون بشكل مباشر أو غير مباشر في سياق مشترك، رغم وجود حواجز مكانية أو طبيعية. ومع ذلك، يسعى الأفراد نحو مركز مشترك أو نقاط ذات ارتباط متبادل.

وبالتالي، فإن مشاركة المدونين في سلسلة من الأنشطة الاجتماعية داخل المجتمعات الافتراضية التي يتواصلون من خلالها، تؤدي مع مرور الوقت إلى ظهور أنساق اجتماعية جديدة تؤدي نفس الأدوار والوظائف التي تؤديها الأنساق الاجتماعية في العالم الواقعي. كما تؤسس هذه الظاهرة لمفهوم حديث عن الجماعة، وكيفية تشكيلها، وطبيعة العلاقات بين أعضائها، بالإضافة إلى علاقتها مع الجماعات الأخرى التي تشاركها في نفس المنظومة المجتمعية. (شريطي، 2014، صفحة 199)

ويتضح أن التدوين الإلكتروني في الوقت الراهن يزخر بالمحتويات الثقافية والمعلوماتية والمصادر المرتبطة بالجماعات العرقية والطائفية والمذهبية والسياسية. وقد قدم التدوين خدمات متعددة ومتنوعة لأفراد هذه الجماعات، مما يتناسب مع احتياجاتهم الاتصالية والإعلامية. ومن بين أكثر المستفيدين من هذه الحرية الجديدة التي وضع التدوين أسسها، نجد الجماعات الطائفية والعرقية والسياسية والأفراد المنتمين إليها، والتي لأسباب متعددة، تواجه صعوبات في الوصول إلى وسائل الاتصال التقليدية واستخدامها. وقد مكنت هذه الوسيلة الجديدة هذه الجماعات من تحقيق وجود قوي على الأنترنت، واستخدام الروابط والمواقع لتعريف

نفسها، والمطالبة بحقوقها، والتفاعل مع الجماعات الأخرى، بالإضافة إلى إدارة مشروعات تخدم التجمعات التي تمثلها.

ونظرا لاختلاف مرجعيات هذه الجماعات ومبادئها وأهدافها، فإنها في أمس الحاجة لتجسيد مفهوم التفاوض الاجتماعي فيما بينها، حيث إن استمرار الصراع الاجتماعي قد لا يخدم أيا منها في كثير من الأحيان. يعرف التفاوض الاجتماعي بأنه عملية نسعى من خلالها إلى الوصول إلى الأسس والشروط المتعلقة بما نرغب فيه من الطرف الآخر وما يريده الطرف الآخر منا.

وتعتبر عملية التفاوض واحدة من الاستراتيجيات التي تعمل على تنقية الأجواء وتقريب وجهات النظر بين الجماعات المتصارعة، مما يعد أسلوبا من أساليب حل النزاعات بين الأطراف والوصول إلى حلول مقبولة. فالتفاوض هو آلية أساسية تتعامل من خلالها الجماعات وتتكيف، وله تأثير كبير وفعال في عنونة وصياغة المشكلات التي قد تنشأ بين جماعتين، خاصة إذا كان الصراع متعلقا بمصادر نادرة متنافس عليها، حيث يمكن أن يساعد التفاوض في صياغة موافقات متبادلة ومقبولة بين الجماعتين، أو بسبب وجود فرصة مكسب متبادل مع قصور في فهم وجهات النظر بينهما، وعجز في التوصل إلى فهم مشترك. (شريطي، 2014، صفحة 200)

أدى التفاعل الناتج عن التدوين الإلكتروني إلى تمكين الأفراد من أن يصبحوا منتجين للمحتوى ومشاركين اجتماعيين فاعلين في نشره وتوزيعه. وبالتالي، أضاف هذا التفاعل مزيدا من الأبعاد لمفهوم الانعزالية أو الاكتفاء بالاستهلاك السلبي للمحتوى الإلكتروني بدلا من المساهمة الفعالة في إنتاجه. يمكننا أيضا وصف الفرد المنعزل بأنه الشخص الذي يتجنب الانخراط في الأنشطة الاجتماعية المتنوعة التي تحدث في الفضاء الافتراضي، ولا يسهم في زيادة حجم المحتوى على منصات التدوين الإلكتروني.

تتباين أساليب التنشئة الاجتماعية بين المجتمعات المختلفة، وكذلك بين العصور والأجيال، كما تختلف داخل المجتمع الواحد تبعا لاختلاف الطبقات الاجتماعية. وما يعتبر سلوكا مرغوبا في مجتمع معين قد يعتبر سلوكا غير مقبول في مجتمع آخر، وهكذا. (العيسوي، 2002، صفحة 208) يفضل البعض أن تعرف عملية التنشئة الاجتماعية بالتنشئة الثقافية الاجتماعية، نظرا للدور القوي الذي تلعبه المنظومة الثقافية فيها. فهي المصدر الأساسي لأنماط السلوك الجماعي المختلفة في المجتمعات والحضارات الإنسانية، سواء كانت هذه السلوكيات

تؤثر بشكل مطلق أو غير مطلق على سلوكيات الأفراد في محيطهم الاجتماعي الضيق أو في المجتمع الأكبر. ويعتبر التدوين الإلكتروني وسيطا إعلاميا من أهم العوامل التي تساهم في التطور الاجتماعي للفرد. حيث تعد عملية التطور الاجتماعي للأفراد للمشاركة في حياة الجماعة. (روان، 2007، صفحة 139)

وبالتالي، نستنتج أن التدوين الإلكتروني يعد عاملا مهما في استمرار العديد من الأنشطة الاجتماعية التي اعتاد المدونون على ممارستها في الواقع. كما يلعب دورا مهما في خلق نماذج وسلوكيات جديدة لهذه الأنشطة، تختلف قليلا في أشكال ممارستها وتجسيدها، لكنها تظل مرتبطة بمدى عمق التفاعل بين أفراد المجتمع ودرجة التقبل والتفاهم بينهم.

ج. التدوين الإلكتروني كفعل إعلامي: تتجه العديد من البيانات المقدمة، بالإضافة إلى غيرها من المعطيات النظرية والميدانية، نحو تأكيد البعد الاجتماعي في الفضاء التدويني، وكيف أن التدوين الإلكتروني قادر على تشكيل العلاقات الاجتماعية للإنسان بشكل خاص. وتؤكد هذه المعطيات أيضا على أهمية السلوكيات الإنسانية في المجتمع ومدى استجابتها للظروف الاجتماعية التي يعيشها الأفراد. في إطار هذا النقاش، تم تطوير نظرية في أدبيات علم الاجتماع تعرف بنظرية الفعل الاجتماعي أو "Action Theory". (شريطي، 2014، صفحة 204)

تعتبر نظرية الفعل الاجتماعي الوحدة الأساسية للدراسة، حيث يكتسب هذا الفعل طابعا اجتماعيا عندما يتوفر القصد في توجيه سلوك الفاعل أو مجموعة الفاعلين. وهذا يشير إلى أن التفاعل يمثل السلوك الذي تتطور فيه الشخصية. تستند هذه النظرية إلى نقد السلوكية المتطرفة وتؤكد على المعنى الذاتي في موقف الفاعل، مشددة على ضرورة دراسته والقيم الخاصة بالفاعل وتوقعاته لاستجابة الآخرين. كما تدرس هذه النظرية سلوك الأفراد في المجتمع من خلال التصرفات التي يقوم بها الأشخاص في مواقف محددة ثقافيا وفي أنساق معينة من العلاقات الاجتماعية. (الصالح، 1999، صفحة 26)

هذا يعني أن المجتمع يتكون من مجموعة من الأفراد الذين يمارسون سلوكيات أو أفعال، وهذه الأفعال تشكل جوهر علم الاجتماع. تعتمد المقاربة الفيبرية على دراسة الفرد، حيث تركز على سلوكياته ضمن السياق الاجتماعي التواصلي والتفاعلي. وهذا يشير إلى أن الإنسان كائن حي، على عكس الأشياء التي يمكن تحليلها وفهم مقاصدها وأهدافها ونواياها ودلالاتها. لفهم العالم، من الضروري دراسة سلوك الأفراد

داخل المجتمع، ورصد دلالات الأفعال ومعانيها ومقاصدها، مما يعكس البعد التواصلي التفاعلي. (فياض، صفحة 18)

يلعب الفعل الإعلامي دوراً في خلق ما يعرف بالتقارب الاجتماعي، وكذلك في تشكيل رأي حر. فقد سعى الإنسان منذ وجوده على هذه الأرض إلى التواصل مع الآخرين، وهو أمر ضروري وأساسي لا يمكنه الاستمرار في حياته وممارسة مهامه دونها. (McQuail, 2010, p. 202) الفعل الإعلامي هو عملية تهدف إلى تعزيز الوعي وجمع وجهات النظر، مما يتيح مزيداً من التبادل والتعارف مع الآخرين. كما أنه يمثل عملية للتجانس والحوار بين الأفراد الذين ينتمون إلى مرجعيات متنوعة. لا يقتصر الفعل الإعلامي على نوع معين أو معلومات محددة، بل يعبر عن إرادة التواصل في بيئات غير متجانسة.

من خلال التدوين الإلكتروني، تمكن العديد من الصحفيين والكتاب والفنانين من نشر وتوزيع أعمالهم الإعلامية والأدبية والفكرية والفنية، كما تم تبادل العديد من الآراء وأشكال النقد في مجالات إعلامية متعددة. يعكس التدوين الإلكتروني صدق الفعل الإعلامي وأهدافه والنتائج المرجوة منه، لأنه يعبر في النهاية عن تطلعات الأفراد والإعلاميين الأكثر قرباً من الواقع الإعلامي المعاش، والأكثر دراية بالنقائص التي تعترض المشهد الإعلامي.

2. واقع الفعل التدوين الإلكتروني في الوطن العربي:

إن واقع التدوين الإلكتروني هو جزء من الواقع العام الذي تمارس فيه العمليات الإعلامية الأخرى في وسائل الإعلام التقليدية، فهو إذ ذاك مدين للمناخ الإعلامي السائد في الوطن العربي وحرية التعبير فيه، وبالتالي فإن أي محاولة لتشخيص واقع التدوين الإلكتروني، لا بد أن لا تغفل ظروف كل من المرسل والمستقبل ومدى تمتع كل منهما بتلك الحرية. سنتطرق إليه فيما يلي:

أ- الاهتمام بالتدوين الإلكتروني العربي كظاهرة: على الرغم من أن البدايات الأولى للتدوين الإلكتروني شهدت تأخراً ملحوظاً في انتشارها واستخدامها على نطاق واسع من قبل فئات عريضة من المجتمع العربي، بالإضافة إلى ضيق أفق التدوين وبعده عن الميادين والاهتمامات الجديدة، إلا أنها استطاعت مع مرور الوقت تحقيق نوع من النقولات النوعية التي أصبحت واضحة في المواضيع التي تناقشها والتقنيات والتطبيقات التي تستخدمها. وقد أصبحت بذلك جزءاً مهماً من منظومة مجتمع المعرفة العربي ومصدراً لا غنى عنه في البحث

عن المعلومات وتبادل الآراء والأفكار، فضلا عن كونها منبرا إعلاميا ينافس الوسائل الإعلامية الأخرى. ومع ذلك، لم تحظ المدونات والمدونون العرب، على الأقل قبل عام 2006، بالاهتمام العربي اللازم، سواء في المؤتمرات والندوات الفكرية التي تناولت واقع استخدام الأنترنت في الوطن العربي أو في المناسبات الدولية التي حاولت استعراض واقع تكنولوجيا المعلومات في العالم والتطبيقات الجديدة على الشبكة.

حيث غاب الحديث عن التدوين الإلكتروني في مؤتمر القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقد في جنيف عام 2003، خاصة في التقريرين الإقليميين الآسيوي والإفريقي للقمة، أو حتى في خطة العمل وإعلان المبادئ، حيث اقتصر التركيز حينها على صياغة السياسات والاستراتيجيات الوطنية والإقليمية المتماشية لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مع مراعاة تقارب الوسائط المتعددة التي يرجح أن تجذب الاستثمارات الوطنية والدولية من القطاع الخاص، بالإضافة إلى إشراك الشباب بصورة فعالة في أنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الصعيدين الوطني والإقليمي.

إن حقيقة الاهتمام بالتدوين الإلكتروني العربي أخذت مسارا متناميا، لاسيما في السنتين الأخيرتين (2009، 2010)، وارتفعت بذلك وتيرة أشكال هذا الاهتمام، ليس فقط من حيث الكم والحجم، ولكن أيضا من خلال المواضيع والزوايا العديدة التي ينظر منها للتدوين، حيث لم تعد وسيلة لنشر الأخبار والأحداث أو اليوميات الشخصية فقط، بل أصبحت إعلاما بديلا أظهر في الكثير من الأحيان سبقه وقدرته على الوصول إلى مصادر الخبر والمعلومة، ووسيطا قويا يعول عليه الكثير لإحداث تغيير وتحول اجتماعي قد لا تظهر نتائجه في البداية الأولى لهذه الظاهرة، لكنه من المؤكد أن أثرها لن يقتصر على نسق اجتماعي دون آخر بل سيشمل مختلف زوايا المنظومة الاجتماعية. (شريطي، 2014، الصفحات 170-175)

إن التدوين الإلكتروني أكثر قدرة على استيعاب العديد من المواد الإعلامية، كما يحيلنا النموذجين، في الوقت نفسه، إلى استظهار المزيد من العلاقات بين الثقافة ووسائل الإعلام الجديد، حيث أن هذه الأخيرة هي المنتفس الوحيد في الكثير من الأحيان للإبداع والمنتجات الإعلامية، والوسيلة المناسبة للتعبير والبحث عن المعلومة، فمن خلال التدوين الإلكتروني تمكن العديد من الصحفيين، والمواطنين والهاوين من نشر وتوزيع أعمالهم، خبراتهم، أفكارهم، ومن خلالها أيضا يتم تبادل العديد من الآراء وأشكال التعبير في مختلف المجالات. (شريطي، التدوين الإلكتروني كفعل ثقافي، دراسة تحليلية على عينة من المدونات الإلكترونية العربية، جانفي 2014، صفحة 83)

الفصل الثالث: تحولات للمؤسسات الإعلامية، من النموذج الأفقي إلى النموذج المتعدد

المبحث الأول: تظهر الإعلام التقاسمي والتشاركي

أولاً: المفاهيم والأسس النظرية للإعلام التشاركي

1. الإعلام التشاركي - المفهوم والأسس النظرية:

يعبر مفهوم "الإعلام التشاركي، Participatory Media" عن نوع من الإعلام يتيح للمستخدمين المشاركة بشكل مباشر في إنتاج المحتوى، بدلا من أن يقتصر دورهم على كونه متلقين فقط. يتجاوز هذا النموذج فكرة التفاعل البسيط، مثل الإعجاب أو التعليق، ليشمل المساهمة الفعلية في جمع الأخبار، تحريرها، إعادة توزيعها، وصياغة خطاب إعلامي بديل.

الإعلام التشاركي هو نمط من أنماط الاتصال يعتمد على مشاركة الجمهور بشكل فعال في إنتاج وإعادة نشر المحتوى الإعلامي. في هذا النموذج، تتغير العلاقة من كونها أحادية (من المرسل إلى المستقبل فقط) إلى علاقة ثنائية أو متعددة الاتجاهات، من خلال منصات تتيح لكل فرد أن يصبح منتجا ومشاركا في خلق القيمة المعلوماتية. (حسين ش.، 2016)

يعرف الإعلام التشاركي بأنه نوع من الاتصال يتجاوز العلاقة التقليدية بين وسائل الإعلام وجمهورها، ل يتيح للجمهور أن يكون شريكا في عملية الإنتاج والنشر والتقييم، فيصبح مستخدم المنصة منتجا ومتلق في آن واحد. ترجع أصوله إلى نظرية الديمقراطية الإعلامية التشاركية التي ظهرت في الستينيات، وقد تطور مع ظهور الأنترنت وتقنيات الويب 2.0، التي منحت الأفراد القدرة على التعبير والنشر في لحظة واحدة.

ساهمت التطورات في الوسائط الرقمية، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، ومنصات الفيديو التشاركي، في تسريع ظهور الإعلام التشاركي كبديل للإعلام الاحتكاري التقليدي.

سنة 2003 تطور مفهوم الإعلام التشاركي، حيث لم يعد المحتوى ينتج حصريا داخل غرف الأخبار، بل أصبح يتشكل في كل مكان وفي أي وقت، من قبل الجمهور نفسه الذي يتحول إلى صحفي عند الحاجة. (Willis, 2003, p. 9)

أما من الناحية النظرية، يعتمد هذا النموذج على مفاهيم رئيسية، منها التمكين الرقمي، "Digital Empowerment"، الذي يتيح للمستخدمين ممارسة أدوار إعلامية بشكل مباشر دون الحاجة إلى وساطة مؤسسية. (Jenkins, 2006, p. 141)

بالإضافة إلى ذلك، هناك مفهوم الذكاء الجمعي، "Collective Intelligence"، الذي يشير إلى إنتاج المحتوى من خلال تفاعل مجموعة من العقول المتعددة، بدلا من الاعتماد على عقل مركزي واحد. (Lévy, 1997, p. 13)

من خلال أحداث الربيع العربي، كان للمواطنين دور إعلامي بارز من خلال توثيق المظاهرات، نشر الفيديوهات، وتقديم التحليلات على منصات مثل الفيسبوك واليوتيوب، مما يعتبر تجسيدا فعليا للإعلام التشاركي. (Howard P. a., 2011, p. 12)

2. خصائص الإعلام التشاركي:

- أ. هيكلية شبكية وتشاركية: يتيح لكل مستخدم إمكانية مشاركة المحتوى النصي، الصور، أو الفيديو دون الحاجة إلى رقابة مسبقة.
- ب. الفاعلية والتفاعلية: يتميز الإعلام التشاركي بالتفاعل الثنائي أو الجماعي بين المشاركين، حيث ينتقل الجمهور من مجرد متلقٍ إلى صانع للمعلومات.
- ج. مشاركات متنوعة: يساهم الجمهور من خلال تقديم آرائهم، الصور، الفيديوهات، والتعليقات، مما يخلق بيئة إعلامية مرنة ومتجددة.
- د. العالمية والعابرة للحدود: ينتشر المحتوى بسرعة عبر العالم دون قيود تفرضها الدول أو الرقابة التقليدية.
- هـ. التكلفة المنخفضة والإنتاج المفتوح: جعل الاستخدام الحر لموارد بسيطة، مثل الهواتف الذكية، الإعلام التشاركي متاحا للجميع.

لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح طرفا فاعلا ومشاركا في إنتاج الرسائل الإعلامية وتوجيهها عبر وسائط متعددة. هذا التحول يفتح آفاقا جديدة لإعادة صياغة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع. لا يقتصر هذا التغيير على طبيعة العلاقة بين الإعلام والمتلقي، بل يمتد ليشمل هياكل الاستقبال والاستيعاب،

بالإضافة إلى الوظائف النفسية والمعرفية التي يؤديها الإعلام في تشكيل مواقف وسلوكيات الرأي العام وبناء الاتجاهات تجاه القضايا المحلية والدولية.

في السابق، كان الإعلام ينتج بشكل مركزي من قبل مؤسسات مهنية، ويوجه إلى جمهور يتسم بالسلبية في تلقي المحتوى. ومع تطور البنية التحتية الرقمية، مثل الويب 2.0، الشبكات الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف الذكية، انتقل المستخدمون من مجرد مستهلكين إلى منتجين ومشاركين، مما أدى إلى تغيير جذري في بنية الصناعة الإعلامية وأبرز نموذجا اتصاليا جديدا يجمع بين الصحفيين، المواطنين، والتقنيات الحديثة.

3. الشبكات الاجتماعية:

1.3 تعريف الشبكات الاجتماعية:

كلمة الشبكة (Réseau)، مشتقة من كلمة لاتينية "Rete" وتعني "Filet" باللغة الفرنسية، و"Net" باللغة الانجليزية، والمقصود منها مجموعة روابط متشابكة، ومتقاطعة مشكلة بذلك شبكة، أو جملة من العقد، أو مجموعة من الوصلات مترابطة فيما بينها ومتسلسلة، مشكلة بذلك شبكة.

تعتبر الشبكات الاجتماعية بمثابة خدمات ويب تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية، سواء كانت عامة أو شبه عامة، ضمن نظام يتضمن قائمة من الأعضاء. يمكن للمستخدمين من خلال هذه الشبكات تبادل علاقاتهم والمشاركة في تفاعلات متعددة، بالإضافة إلى إمكانية الاطلاع على قائمة الأشخاص المتواجدين على الخط المباشر، مما يتيح لهم التعرف على أصدقاء أصدقائهم.

يستخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية للإشارة إلى مجموعة من المواقع على الأنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، المعروف باسم ويب 2.0، حيث توفر وسيلة للتواصل بين الأفراد ضمن بنية مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لمجموعات اهتمام أو شبكات اهتمام (مثل البلد، الجامعة، المدرسة، الشركة...)، ويتم ذلك من خلال خدمات التواصل المباشر مثل: (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 103)

- إرسال الرسائل.
- الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين.
- معرفة أخبارهم، ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

الشبكة الاجتماعية تتكون من جماعة أفراد، فرق، أو منظمات مرتبطة بالتفاعلات الاجتماعية، والكلمة المتداولة في الوقت الحالي هي: مواقع الأنترنت التواصلية، "les Sites Internet Communautaires" التي تقسم ملفات الأفراد المتواصلين (WWW. oseox.fr) والشبكات الاجتماعية. هي عبارة عن مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، يتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدينة، جامعة، شركة)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم، ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية.

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بأنها منصات على شبكة الأنترنت تتيح للمستخدمين فرصة التفاعل وتبادل المعلومات، الآراء، الأفكار، والمشكلات عبر الملفات الشخصية، ألبومات الصور، غرف الدردشة، وغيرها من الوسائل. ومن الأمثلة على هذه الشبكات: موقع الفاييس بوك، تويتر، ماي سبيس، يوتيوب.

الشبكة الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي الجماعة الاجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة. (قادي، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 104)

2.3 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

سنطرق فيما يلي بالتفصيل إلى مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. **منتجة من قبل زوار الأنترنت، (User Generated Content):** يكون الويب 2.0

نظاما بيئيا يحتل فيه ممارس الأنترنت دورا مركزيا، وهذا ببساطة لأنه يستقبل المعلومة والخبر، ثم يتحول إلى المنتج (المرسل لها) لذلك فإن المضامين الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي هي من تحرير مستخدم الأنترنت.

ب. **محتويات ذاتية الإنتاج، (Contenus autoproduits):** في سياق شبكة التواصل

الاجتماعي، يقوم مستخدموا الأنترنت بالتعبير عن آرائهم أو الكتابة حول مواضيع تثير اهتمامهم، أو حتى ما يتعارض مع ذلك، مع الأفراد الذين يشاركونهم نفس الاهتمامات. على سبيل المثال، في مجال التسويق،

قد يقوم بعض رواد الشبكة بعرض علامة تجارية معينة، كما يتبادلون تجاربهم وخبراتهم، سواء كانت سلبية أو إيجابية. نتيجة لذلك، ظهرت بعض الهيئات التي تعمل على تقييم التصريحات التي يقدمها هؤلاء المستخدمون. مثل ما يقوم به منتدى أو رنج، (Le forum d'entraide Orange).

ج. **وفرة الأخبار والمعلومات، (Abondante):** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بغزارة المعلومة ووفرتها، وكل فرد يمكنه أن يجد في منتدى ما عما يبحث عنه، كما يمكنه أن يطلع على الصور على فليكر "Flickr"، كما يمكنهم توزيع نفس الفيديو على اليوتيوب، وهذا ما يجعل البعض يطلق على هذه الوفرة باللغو أو الحشو في الإيداع أو النشر "Redondance"، والتي قد لا تفيد في إثراء المستخدم. فالمعلومة أو الخبر على مستوى الشبكة يخضع لقاعدة أي 1% مكون أو صاحب الفكرة أو المحتوى الأصلي، 1% مساهم، 89% مستخدم، فالمعلومة قد تكون من مصدر لا قيمة له، والمساهمون يعلقون أو يوزعون معلومة ما التي تستهلك من قبل ممارسي الأنترنت، فعلى مستوى تويتر يشاهد عدة مستخدمين من نفس الاهتمام بنفس الوثيقة. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 110)

د. **الآنية أو الفورية، (Instantanéité):** إن المعلومات المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بأنها آنية وتحديث يوميا، مما يجعل سريانها سريعا. هذه المواقع تتيح لمستخدمي الأنترنت التفاعل مع الأحداث في الوقت نفسه الذي تظهر فيه الأفكار أو الأخبار، مما يخلق حلقة تبادلية مستمرة.

هـ. **سرعة الانتشار والإيداع، (Viralité):** تتناول هذه الدراسة إشكالية التواصل بدلا من التركيز على المعلومات الخالصة، حيث يصبح من الضروري أحيانا فهم وظيفة التواصل الاجتماعي وآلية انتشار المعلومات والأخبار. تتميز المعلومات على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي بسرعة انتقالها بين الأعضاء، حيث يتم نقل الأحداث بشكل فوري من مواقع حدوثها. هذه الديناميكية تواكب السرعة المذهلة في نقل الأخبار وانتشارها. (قادري، 2016، صفحة 112)

و. **صعوبة التقييم، (Difficilement évaluable en terme de fiabilité):** مجموعة التطبيقات التي تهدف إلى تقديم معلومات عامة ومعارف موثوقة، واقعية، شاملة، سريعة وسهلة الفهم، تم تجميعها مسبقا وجاهزة للتواصل مع الآخرين، وموجهة لأكثر عدد من الأفراد. لذا، يعتبر التعرف على مصدر المعلومات من أهم معايير الثقة بها، على عكس ما هو متاح على مواقع التواصل الاجتماعي حيث يصعب التحقق من ذلك.

ز. السرعة: تتميز وسائل الإعلام الاجتماعية بسرعة تبادل المعلومات، مدعومة بتوسع نطاق نشر هذه المعلومات. إن طبيعة الاتصالات في هذه الوسائل تتسم بالسرعة، التي تعززها إمكانية نشر المعلومات على نطاق واسع. وبعبارة أو ضح، يمكن أن تكون الاتصالات في هذه الوسائل من نوع واحد إلى واحد، أو واحد إلى كثير، أو كثير إلى كثير، أو عدة إلى عدة. (القندلي، 2013، صفحة 339)

نتيجة لذلك، قد يغير الفرد سلوكياته من خلال الانخراط في جماعة افتراضية لها معاييرها وقيمها التي يجب عليه اكتسابها. ونظرا لأن حاجة الانتماء تساهم في الحفاظ على حياة الفرد وبقائه، وتساعد في تحقيق ذاته ككائن متميز، فإن إشباع هذه الحاجة يعتمد على وجود نظام من العلاقات الإنسانية الطبيعية. وإذا عجز الفرد عن ذلك، فقد يشعر بنوع من الانسحاب الاجتماعي، مما يهدد أمنه النفسي. ومع ذلك، لا ينبغي أن يستثمر الفرد كل طاقاته ووقته في تفاعلات افتراضية تعزز وحدته وتفصله عن السياق الاجتماعي التقليدي المحيط به. (العباضي ن.، الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، 7-9 أبريل 2009)

4. أشكال من الشبكات الاجتماعية:

1.4 الفيسبوك:

ظهرت أول انطلاقة له في 4 فيفري 2004، عندما كان الطالب "مارك زوكربغ"، الذي كان يحمل سمة الخجل، والتفوق في الدراسة في تخصص الإعلام الآلي. يقصد به باللغة الفرنسية "Trombinoscope" و"Facebook" بالإنجليزية، وكتاب الوجوه باللغة العربية والذي يعتبر كمرجع للملتحقين وبالجامعة والذي يضم صور بأسماء زملائهم القدامى. إلى أن أصبح من أشهر المواقع زيارة، ورواجا في العالم. يعتبر هذا الموقع الإلكتروني منصة مخصصة لتجميع الأفراد المعروفين وغير المعروفين الذين لم تبنى بينهم علاقات سابقة. يتكون من مجموعة من الشبكات التي تضم أعضاء، حيث تصنف المجموعات وفقا للإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة. يتيح للمستخدمين اختيار أحد التطبيقات المتاحة، ومن ثم البدء في تصفح المجموعات واختيار الانضمام إليها.

توجد مساحة للحوار والتعليقات، بالإضافة إلى وجود قسم خاص يسجل فيه أهم الأخبار التي تهم الأعضاء، بدءا من الأحداث المحلية أو الوطنية، وصولا إلى أعياد ميلاد الأعضاء. كما تتوفر مساحة للإعلانات المتعلقة بالبيع والشراء الخاصة بالأعضاء. يمكن لكل عضو إضافة صورة شخصية، بالإضافة إلى

وجود مدونات مرتبطة بالموقع. يهدف الموقع بشكل عام إلى تعزيز التعارف بين الشباب. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 135)

يمكن لمستخدمي هذه المنصة إنشاء ملفات شخصية "Profiles" تتكون من مجموعة من القوائم التي تعكس اهتماماتهم الشخصية، بالإضافة إلى الصور التي يختارونها بأنفسهم. يتيح لهم ذلك تبادل الرسائل مع الأعضاء الآخرين، والمشاركة في مجالات تفاعلية تتطلب تواصلًا مع أفراد آخرين. يتم ذلك بعد إدخال معلوماتهم الشخصية، بما في ذلك الحالة المدنية، والمستوى التعليمي، ومجالات اهتمامهم.

من خلال هذه المنصة، تتكون مجموعة من الشبكات التي تضم أعضاء، حيث يتم تصنيف المجموعات بناءً على الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة. يمكن للمشاركين الجدد اختيار أحد هذه التصنيفات، ثم البدء في تصفح واختيار مجموعة للانضمام إليها. داخل المجموعات، توجد مساحة للحوار والتعليقات، بالإضافة إلى وجود سجل شهري يتضمن أهم الأخبار التي تهم الأعضاء، بدءًا من الأحداث القومية والمحلية. كما يتيح لكل عضو مساحة لإضافة صورته الشخصية، إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع. (الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجية الرقمية، 2011، صفحة 183)

2.4 تويتر (Twitter):

تعتبر هذه المنصة بمثابة أرضية وخدمة للتدوين المصغر "Microblogging"، وتطبيق رقمي يمكن ملايين المستخدمين من الأفراد حول العالم من البقاء على تواصل مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل عبر أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة. تتيح واجهة تويتر نشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفًا، مما يتيح للمستخدمين إرسال واستقبال هذه الرسائل مجانًا، سواء من خلال رسائل آنية أو عبر رسائل قصيرة تعرف باسم "Tweets"، يتمكن جميع الأفراد المسجلين في الملف الشخصي من تلقي نفس الرسالة، مما يساهم في تعزيز التقارب بين مراكز اهتمام الأفراد المنضمين إلى نفس الشبكة، والتي تسجل في أرشيف الويب مثل "Blog".

لا يتيح موقع تويتر نشر أو التعليق على نص الرسائل المباشرة على صفحة أي عضو. المركز الرئيسي والحساس لهذه الشبكة هو صفحة الاستقبال، التي تعتبر المساحة المخصصة لكتابة التغريدات. يمكن إعادة إرسال نص الرسالة إلى مجموعة من الأعضاء مع إضافة تعليق. وإرسال رسالة خاصة لأحد الأعضاء، يكفي أن يسبق الفرد رسالته. بـ (dsuivi) لاسم المشترك، كما أن تويتر يسمح بالنشر السريع للمعلومة عن طريق

إعادة التغريدة (Retweet)، وللمعرفة الفعالة لمواضيع المعالجة على مستوى تويت (tweets)، فإن مستخدمي الأنترنت قد دعوا إلى نظام قياس التغريدات المنشورة وهذا من خلال الهاشتاغ (hashtags)، الذي يسمح بالاضطلاع على كل التغريدات. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 143)

3.4 لينكد إن، (LinkedIn):

يعتبر هذا الموقع منصة اجتماعية مهنية تتيح للأفراد نشر سيرهم الذاتية بشكل مباشر، بالإضافة إلى إمكانية بناء شبكة مهنية تسهل التواصل مع أشخاص يعملون في مجالات مشابهة أو قريبة من التخصص المعني. يصنف هذا الموقع ضمن الشبكات الاجتماعية على الأنترنت، وقد أسسه جيف وينر، (JiF Winner)، إداري سابق بشركة ياهو (Yahoo)، وقد تأسس الموقع في شهر ديسمبر من عام 2002، وبدأ نشاطه في شهر ماي 2003، ويستخدم هذا الموقع أساسا لإقامة الشبكات المهنية، وتشير الإحصائيات إلى أنه وفي الثاني من شهر نوفمبر عام 2010 بلغ عدد المسجلين في هذا الموقع قرابة 80 مليون مستخدم، موزعين في أكثر من 200 دولة من دول العالم، وتشير تقارير الموقع إلى أنه تتم زيارة الموقع شهريا من قبل أكثر من 21 مليون زائر من داخل الولايات المتحدة الأمريكية، وأكثر من 47 مليون زائر من باقي دول العالم.

تستند شبكة "لينكد إن" إلى مفهوم التواصل بهدف تعزيز المستقبل المهني، حيث تتيح للأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة، الذين يعملون في مؤسسات مختلفة، فرصة الالتقاء مع متخصصين آخرين وتبادل الخبرات. تضم الشبكة حاليا أكثر من مئة مليون مشترك، وتعتبر في بعض الأحيان منتدى للمعلومات المتعلقة بفرص العمل المتاحة، حيث يمكن لمسؤولي الموارد البشرية في الشركات المختلفة تبادل المعلومات حول العمالة الماهرة ومعدلات البطالة وغيرها من القضايا ذات الصلة. وفقا لريتشارد جورج، المتحدث باسم شبكة "لينكد إن" في أوروبا، فإن إنشاء هوية مهنية على الأنترنت أصبح أكثر أهمية من أي وقت مضى، خاصة بعد أن أصبح من الشائع للعملاء في مجالات متنوعة البحث عن شركاء أو موظفين محتملين عبر محرك البحث "جوجل" (Google).

4.4 اليوتيوب، (YouTube):

منذ أن أسس اليوتيوب العالمي في فيفري 2005 على يد ثلاثة شباب جامعيين وموظفين في (PayPal) وهم: تشاد هيرلي (Chad Hurley)، وستيف تشين، (Steve Chen)، وجواد كريم، (Jaouad Karim). أنشئ أول فيديو على منصة يوتيوب يظهر فيه شخص في حديقة الحيوانات.

نشأت فكرة تأسيس موقع اليوتيوب في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، بالولايات المتحدة الأمريكية، خلال تجمع لأصدقاء في حفلة لأحد الزملاء، حيث قاموا بتصوير مقاطع فيديو ورغبوا في مشاركتها مع زملائهم. إلا أنهم واجهوا صعوبة في إرسالها عبر البريد الإلكتروني بسبب قيود حجم الملفات، مما أدى إلى بلورة فكرة إنشاء موقع يتيح رفع مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت.

أصبح اليوتيوب واحدا من أسرع المواقع نموا على مستوى العالم، ويحتل المرتبة الثالثة من حيث عدد مستخدمي الأنترنت وفقا لإحصائيات شركة "الكسا". يوفر الموقع إمكانية الوصول إلى مقاطع الفيديو بمختلف جوداتها، بهدف تعزيز المشاركة بين المستخدمين. يعتبره البعض وسيلة تعليمية تساهم في إثراء المعرفة والخبرات التعليمية، حيث يمكن التعلم من متعلمين أو مدرسين ذوي خبرة أكبر. كما يعتبر يوتيوب منصة لتبادل الأفكار والعادات والتقاليد من خلال نشر مقاطع الفيديو. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، الصفحات 143-146)

من خلال منصة اليوتيوب، يتمكن الأفراد من بث مقاطع الفيديو، مشاهدتها، وتقييمها بعد تحميلها، يتيح للمستخدمين اختيار وعرض المقاطع بشكل عام، أو مشاركتها مع الأصدقاء والعائلة بشكل خاص عند التحميل. تحتوي المنصة على المقاطع الأكثر حداثة، والتي تحظى بأعلى تقييم، وتلك التي تشهد أكبر قدر من النقاش، والأكثر تفصيلا في مواقع أخرى. (صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، 2008، صفحة 216)

5.4 المدونة، (Blog):

تعتبر المدونات من أبرز أشكال الإعلام الجديد، حيث ترتب المذكرات بحيث تعرض التدوينات الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية، تليها التدوينات الأقدم. تتيح المدونات إمكانية التعليق على المحتوى، كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة أكبر مقارنة بمواقع الويب التقليدية. تعرف المدونة أيضا كتطبيق

من تطبيقات شبكة الأنترنت، تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى. في أبسط صورها، هي صفحة ويب تظهر عليها تدوينات مؤرخة مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، حيث يتم نشر عدد محدد منها تحت إدارة أو إشراف ناشر المدونة.

لقد زادت المدونات من مساحة حرية التعبير عن الرأي العام، وأصبح الأفراد شركاء في الإعلام. ومع ذلك، يفتقر الكثير منها إلى المصداقية والموضوعية التي تميز وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون. تتيح المدونات للمستخدمين إنشاء صفحات إلكترونية والاستفادة من مزايا متعددة في نشر الملفات النصية والصوتية والصور الرقمية،

6.4 ويكي، (Wiki):

تعرف محررات الويب التشاركية بأنها مواقع ويب تتيح التفاعل بين عدة مستخدمين، يشتق مصطلح ويكي من كلمة هاواي التي تعني سريع. يعتبر هذا النوع من المواقع منصة لجمع المقالات، حيث يتم تصميم صفحة الويب لتمكين أي فرد من الوصول إلى المحتوى والمساهمة فيه أو تعديله. تم إنشاء أول ويكي سنة 1994 وسميت باسم "Wiki Wiki Web"، وتم نشر الموقع عام 1995 من قبل: بولوف ووارد كينغام، "Boleuf Ward Cunningham ET"، حتى يتمكن الأشخاص أن يشاركوا في إثراء محتويات الموقع.

تتمثل فكرة مواقع ويكي في إمكانية مشاركة الجميع في كتابة المحتويات. تحتوي كل صفحة من صفحات ويكي على رابط بعنوان تحرير، "edit" في أسفلها، مما يتيح لأي شخص تعديل المحتويات. تستخدم مواقع ويكي أوامر بسيطة لتنسيق النص، مما يسهل على المستخدمين الذين لا يمتلكون خبرة تقنية في لغة "HTML" إضافة المحتويات. كما تشجع مواقع ويكي على إنشاء روابط بين الصفحات، حتى لتلك التي لم تنشأ بعد، أو لمواقع خارجية، وتعزز العمل الجماعي لإثراء المحتوى. وغالباً ما لا تتطلب مواقع ويكي من المستخدمين تسجيل بياناتهم ليصبحوا أعضاء. (قادري، التواصل الاجتماعي، 2016، صفحة 151)

7.4 المنتدى، (Les Forums):

هذا النص يناقش الفضاءات العامة المفتوحة للنقاش، وليس الشبكات الاجتماعية. تظل هذه النقاشات والأرشيف الرقمي موثقة وفقا للمواضيع المطروحة، حيث يوجه المنتدى لفئة متخصصة على عكس الشبكات الاجتماعية.

8.4 البودكاست (التدوين الصوتي)، "Pod Cast":

كلمة بودكاست عبارة عن مقطعين الأول بود، (Pod) المأخوذة من جهاز (iPod) الشهير من شركة أبل، والمستخدم في حفظ الملفات الصوتية وتشغيلها، والثاني كاست، (Cast) ويعني النشر، ففي أواخر عام 2004 قامت المحطات الإذاعية على الأنترنت بتبني فكرة التدوين الصوتي النشر محتوياتها الإذاعية، وتسمح تقنية التدوين الصوتي بتسجيل ملفات صوتية بصيغة (MP3)، ليقوم المستمع لاحقا بتحميلها، ثم الاستماع إليها.

5. عوامل تحول الجمهور من متلقي إلى شريك في فضاء الإعلام التشاركي:

التحول الذي أتاح للجمهور أن يصبح شريكا في العملية الإعلامية من خلال التفاعل، إنتاج المحتوى والمشاركة في بناء المعنى، نتيجة لقدرات شبكة الأنترنت كوسيلة اتصال حديثة، أكدت العديد من الأبحاث والدراسات أنها أصبحت وسيلة إعلامية جماهيرية فعالة. فقد مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر مسافات شاسعة، وفي أي وقت ومكان. كما نذكر فيما يلي العوامل المساعدة على تركيز العلاقة التفاعلية الجديدة بين المرسل والمتلقي:

1.5 الاتصال التفاعلي:

تعتبر التفاعلية في السياق الإعلامي عملية ترتبط بالاتصال ذاته، وليس مجرد سمة للوسيلة، تعد هذه الوسائل نقطة التقاء بين الاتصال المباشر، والاتصال الوسيط، والاتصال الجماهيري. يمثل هذا النمط من الاتصال مواقف تفاعلية ينتج عنها تبادل الأدوار بين المشاركين، حيث يتأثر كل طرف بمعطيات الآخرين. من أبرز الخصائص التي أضافتها شبكة الأنترنت في هذا السياق هي إمكانية تخصيص المعلومات، حيث يمكن للمستخدم اختيار الموضوعات والمقالات الإخبارية أو الخدمات التي يرغب في الحصول عليها مسبقا، مما

يتيح له المشاركة في إنتاج المحتوى الصحفي عبر الشبكة، بدلا من الاقتصار على استهلاكه فقط. يمكن تقسيم التفاعلية في هذا النمط الاتصالي إلى قسمين هما:

أ. **الاتصال التفاعلي المباشر:** هو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر، ويتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار (Chat Room)، التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين والقراء حول القضايا المختلفة، وأيضا يتحقق هذا النمط من التفاعلية من خدمة الرسائل (Messenger)، التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين إدارة الصحيفة يتيح للمحررين إمكانية الاتصال المباشر بمصادرهم الإجراء الأحاديث الصحف ويمكن للصحف الإلكترونية الاستفادة من خدمة الاجتماع على الشبكة (Net Meeting) التي تمكن من الاتصال المباشر بمصدر أو أكثر في الوقت نفسه بشكل مرئي وغير مرئي كما يمكن الاستفادة من هذه الخدمة التفاعلية في عقد الاجتماعات الإلكترونية بين المحررين.

ب. **الاتصال التفاعلي غير المباشر:** تتجلى العلاقة بين المحررين والقراء من خلال خدمة الرسائل الصحفية، حيث تتيح الصحف الإلكترونية مجموعة من خدمات الاتصال غير المباشر. من أبرز هذه الخدمات هو البريد الإلكتروني "E-mail" الذي يمكن القراء من إرسال رسائل تتضمن تعليقاتهم إلى الصحف المعنية، حيث تقوم هذه الأخيرة بالرد على الرسائل بشكل آلي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للقراء التواصل غير المباشر مع الصحف الإلكترونية من خلال المشاركة في المنتديات الحوارية التي تنظمها الصحف حول مواضيع تتعلق باهتماماتهم. تعمل هذه المنتديات وفق تقنية "Bulletin Board System" مما يتيح للصحف إدارة المشاركات الواردة، بما في ذلك التعديل أو الحذف عند الحاجة. علاوة على ذلك، تسعى بعض الصحف الإلكترونية إلى تعزيز التفاعل غير المباشر مع قرائها ومحرريها ومصادرهم عبر القوائم البريدية "Mailing List" حيث يتم تزويد مشتركين بالعناوين المطروحة عبر البريد الإلكتروني، ويتلقون بدورهم ملاحظاتهم وتساؤلاتهم ومشاركاتهم وطلبات حول هذه الموضوعات بنفس الطريقة. (الدليمي ع.، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 244)

2.5 العمق المعرفي:

تتميز الخدمات الصحفية مع كل هذه التطورات التكنولوجية بالعمق المعرفي والشمول، وبتهيأ من اتساع المساحة المتاحة لهذه الوسائل. وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف عبر ما تقدمه من خدمات إضافية، على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم المحتوى الإعلامي، بانتقال المستخدمين بمجرد الضغط

على أيقونة خاصة بذلك إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الوسائل الإعلامية نفسها ومن هذه الخدمات ما يلي:

- أ. استعراض موضوعات صحفية أخرى ذات صلة بالموضوع المستهدف.
- ب. الرجوع إلى أرشيف الصحيفة، حيث توفر بعض الصحف إمكانية استرجاع أعدادها السابقة لمدة تصل إلى خمس سنوات.
- ت. الوصول إلى مركز معلومات الصحيفة، للحصول على مزيد من المعلومات حول بعض المواد المنشورة في العدد ذاته.
- ث. الاطلاع على مجموعة من الطبعات التي تصدرها الصحيفة، مما يتيح للقراء في جميع الأماكن متابعة الطبعات المختلفة.

بالإضافة إلى هذه الخدمات، توفر الصحف الإلكترونية مجموعة من الروابط التي تتناسب مع اهتمامات هذه الوسائل الإعلامية وتلبي احتياجات المتابعين. (الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 245)

3.5 المباشرة أو الفورية:

يقصد بتقديم وسائل الإعلام، خدمات تهدف إلى إطلاع مستخدميها على آخر الأخبار والمعلومات في مجالات متنوعة لمتابعة تطورات الأحداث المتسارعة. يطلق عليها أيضا اسم الفورية، حيث تنقل الأخبار والأحداث المختلفة فور وقوعها، مما يميزها عن الوسائل التقليدية. ولم تعد الممارسة الإعلامية محصورة في البيئة الإعلامية التقليدية، التي تعرف بـ "Dead line" كما أنها ليست مقيدة بوقت الإعداد والطباعة والتوزيع. تتميز الصحيفة الإلكترونية بفورية غير مسبقة، مما يمنحها مرونة كبيرة في الاستفادة من هذه الفورية وتطبيقاتها. يظهر ذلك في قدرتها على تحديث محتواها ونقل الأخبار المهمة فور حدوثها، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون، التي تتمتع بفورية محدودة. فالفورية في هذه الوسائل تكون ناقصة، حيث يتطلب إضافة مادة جديدة توقف نقل أو عرض بقية المواد.

4.5 التحديث المستمر للمضمون المقدم:

حيث ينطوي عمل وسائل الإعلام الحديثة على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذاك لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في نشر المعلومات، واستكمالها وتصحيحها وتحديثها بشكل دائم إلى ما لا نهاية، فتتحول

بذلك المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور. ولم تكن الإمكانية التي يتيحها النشر الفوري في تحديث المواد والأخبار معروفة بشكل كامل حتى عام 1997م، عندما استخدمت صحيفة (Dallas Morning) موقعها الإلكتروني لنقل ومتابعة تطورات الأخبار حول الانفجار الذي وقع في مدينة أوكلاند، ومتابعة الحدث باستمرار. وعلى هذا يفترض النشر على شبكة الأنترنت تحديث الخدمات الصحفية المقدمة، وبخاصة الإخبارية منها في مدى زمني لا يتجاوز ساعة واحدة، وفي هذا الإطار تقوم الخدمة الإلكترونية لمحطة "CNN" التلفزيونية بتحديث محتواها كل عشر دقائق، كما تشير إلى تاريخ وساعة وآخر تحديث.

5.5 تعدد خيارات التصفح:

حيث يوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على إتاحة التصفح الحر، أمام القراء انطلاقاً من استخدامه لنظامي الكتابة الإلكترونية، الهيرتكست، والهيرميديا اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع، إضافة إلى قابليتهما للدمج والتحول بما يساعد على ربط النصوص المنشورة بأجزاء متعلقة بها في مواقع أخرى من الشبكة.

6.5 سهولة التعرض:

تعتبر سهولة التعرض من العوامل الأساسية التي تؤثر في تفضيلات الجمهور تجاه الوسائل الإعلامية. وبالتالي، يزداد إقبال الجماهير على الوسائل التي تتطلب جهداً بدنياً وعقلياً أقل لفهم واستيعاب المحتوى المتاح. وبالنظر إلى المزايا العديدة التي توفرها الوسائل الإلكترونية، فإنها أصبحت الخيار المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب، الذين يميلون إلى استخدام الأنترنت لتلقي الأخبار عبر الشاشات بدلاً من الوسائط الورقية.

7.5 النشر على نطاق واسع (Global Reach):

تعتبر هذه الخصائص من أبرز ما يميز الوسائل الإعلامية الحديثة، حيث تعمل بشكل تلقائي أوتوماتيكي، وذلك لارتباطها بطبيعة الوسيلة ذاتها. فهي لا تخضع لسلطة الصحفي لألويات العمل الصحفي التقليدية، بل تعد عنصراً أساسياً مرتبطاً بشبكة الأنترنت. لا توجد وسيلة اتصال أخرى تنافس الأنترنت في قدرتها على معالجة القضايا والأحداث العالمية على نطاق غير محدود.

8.5 القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات:

تعتبر القدرة على ربط العناصر وأشكال المعلومات المختلفة من أبرز سمات الصحافة الإلكترونية، حيث تتيح للمستخدم الانتقال من متابعة معلومة معينة في وثيقة إلى وثيقة أخرى مختلفة تماماً، حتى وإن كانت محفوظة على جهاز آخر. تمنح شبكة الويب الوسائل الحديثة فرصة الربط بين خبرات ومعارف متنوعة للعديد من الأفراد في مجالات مختلفة، مما يؤدي إلى تكوين مساحات واسعة من المعرفة الإنسانية المتشابكة، المرتبطة ببعضها البعض بشكل ديناميكي ومرن. (الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الصفحات 246-248)

9.5 قياس سريع لرجع الصدى:

تتيح تقنيات الصحافة الإلكترونية إمكانية حقيقية لعملية رجع الصدى "Feed Back" لم تكن متاحة سابقاً في وسائل الإعلام التقليدية. تعتبر الصحافة الإلكترونية من أكثر وسائل الإعلام فعالية في قياس رجع الصدى والتعرف على ردود فعل القراء والزوار تجاه المحتوى المنشور. يشير هذا إلى تحول العملية الاتصالية إلى عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل، مما يعني أن الاتصال سيحدث بين طرفي العملية الاتصالية، حيث يرتفع دور المستقبل، ليس فقط إلى مستوى طلب المزيد من المعلومات، بل يتجاوز ذلك إلى تحول المرسل التقليدي إلى منتج للمحتوى الإعلامي.

10.5 معرفة عدد القراء والزوار:

تتيح الصحافة الإلكترونية إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بتسجيل تلقائي لكل زائر يومياً. هناك بعض البرامج التي تسجل اسم وعنوان أي زائر، وتوفر هذه إمكانية للمؤسسات المعنية والباحثين إحصائيات دقيقة حول زوار موقع الصحيفة. كما تقدم مؤشرات حول إعداد قرائها وبعض المعلومات المتعلقة بهم، مما يمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

11.5 توجد في إطار معين (Website):

تتواجد الصحافة الإلكترونية ضمن إطار موقع محدد "Website"، ويمكن الوصول إلى هذا الموقع عبر عدة وسائل، منها البحث المباشر عنه من خلال أي محرك بحث، أو من خلال حفظه في قائمة المفضلات، أو عبر روابط خاصة في مواقع أخرى. (الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 255)

ثانياً: المفاهيم والأسس النظرية للإعلام التقاسمي

1. الإعلام التقاسمي - خصائصه وتجلياته الرقمية:

يشير مصطلح الإعلام التقاسمي، "Sharing Media" نظام إعلامي يعتمد على مشاركة المحتوى من خلال منصات مفتوحة، دون الالتزام بالهيكل المؤسسية أو الهرمية. يستند هذا النموذج إلى مفهوم الاقتصاد التشاركي، "Sharing Economy"، حيث يتم توزيع الموارد المعرفية والرقمية بشكل أفقي بدلاً من التوزيع العمودي.

وفقاً لـ "John Hartley"، فإن الإعلام التقاسمي يعكس عصر ما بعد المؤسسات، حيث يتحول الجمهور إلى شبكة للإنتاج والنشر في حد ذاته، مستفيداً من الأدوات المجانية للتوزيع المفتوح. (Hartley, 2009, p. 132)

الإعلام التقاسمي لا يعتبر مجرد مرحلة في تطور الوسائط، بل هو تجسيد عميق لتحول جذري في فلسفة إنتاج المعرفة والمعلومات. في الماضي، كانت المؤسسات الإعلامية التقليدية مثل الصحف والقنوات ووكالات الأنباء تحتكر البنية الأساسية للنشر، بما في ذلك أدوات الإنتاج والتوزيع والتمويل والاعتراف المهني. لذا، لم يكن بإمكان أي فرد أن يصبح منتجا للمعنى الإعلامي خارج هذه المؤسسات.

وهكذا، يتضح أن الإعلام التقاسمي ليس مجرد وسيلة للنشر، بل هو نموذج اجتماعي بديل يتميز بعدة خصائص:

- غياب الحدود الفاصلة بين المنتج والمستهلك.
- توزيع السلطة الإعلامية بشكل أفقي بدلاً من رأسي.
- تحول الزمن التحريري إلى زمن فوري.
- تأسيس القيمة الإعلامية على الصدى الجماهيري والتفاعل بدلاً من المنصب أو المؤسسة.

هذا التحول يشير إلى أن السلطة الرمزية للإعلام بدأت تتوزع، فلم يعد الصحفي هو المرجع الوحيد للحدث، بل أصبح المواطن نفسه صحفياً ظرفياً في لحظة معينة، بمجرد أن يمتلك الهاتف والكلمة والشبكة.

تتحول المؤسسة الإعلامية من مركز قرار إلى فاعل ضمن شبكة أوسع، حيث قد يتفوق حساب شخصي واحد من خلال تأثيره ومحتواه على مؤسسة إعلامية قائمة منذ عقود. وهذا ما يجعلنا نقول إن الإعلام التقاسمي يعبر عن عصر ما بعد المؤسسات، حيث تستبدل الهرمية بالبنى الشبكية، ويعاد تعريف من يملك حق الحديث باسم الجمهور.

ومن أبرز الخصائص المميزة للإعلام التقاسمي:

- **اللامركزية:** غياب مركزية القرار التحريري.
- **التدوير المفتوح للمحتوى:** من خلال الروابط، وإعادة النشر، والتضمين.
- **تحول المستخدم إلى وسيط إعلامي** حيث يمكن لكل حساب شخصي أن يؤدي وظيفة إعلامية (Hermida, 2010, p. 298)

يعتمد هذا النوع من الإعلام بشكل كبير على التدوين الإلكتروني، حيث يقوم الأفراد بإنتاج محتوى يمكن نقله وإدماجه وإعادة تدويره من قبل صحفيين أو مستخدمين آخرين.

2. الانتقال من الإعلام المؤسسي إلى البيئة الإعلامية الرقمية:

يعتبر الإعلام التشاركي والتقاسمي نتيجة لتحول في الهيكل العلوي للإعلام، حيث انتقل من نموذج مؤسسي مغلق إلى نموذج بيئي شبكي مفتوح. توصف هذه البيئة بأنها نظام تشاركي يتيح إنتاج المعلومات بشكل جماعي من خارج السوق والمؤسسة، حيث تبني الثقة على الشفافية والتبادل، وليس على الاحتراف المؤسسي. وهذا التحول يحدث تغييرا في وظيفة المؤسسة الإعلامية، التي لم تعد مركز الإنتاج الوحيد، بل أصبحت منظمة لتدفق المعلومات، مؤطرة للمحتوى ومراقبة للجودة.

تتداخل وسائل الإعلام التقليدية مع الإعلام التشاركي في علاقة معقدة. فبينما يخشى الإعلام التقليدي على سلطته، يسعى الإعلام التشاركي إلى إرساء واقع جديد يستند إلى الشرعية الجماهيرية بدلا من الشرعية المؤسسية. (Bruns, Gatewatching Collaborative Online News Production, 2005, p. 35)

لا يتعارض الإعلام التشاركي بالضرورة مع المؤسسات، بل يدعوها إلى إعادة تقييم دورها. من جهة أخرى، يعتبر الإعلام التقاسمي أكثر جذرية، حيث يعيد تعريف مفهوم الملكية الإعلامية. يعتبر التدوين

الإلكتروني أحد الأشكال التطبيقية الرئيسية لهذين النمطين، مما يبرز علاقته الجوهرية بالتحول المؤسسي في مجال الإعلام.

ثالثا: تأثير الإعلام التشاركي والتقاسمي على هيكل المؤسسات الإعلامية

أدى ظهور الإعلام التشاركي والتقاسمي، إلى خلق تحديات غير مسبقة للمؤسسات الإعلامية التقليدية، ليس فقط من حيث الأدوات المستخدمة، بل أيضا في طبيعة عملها، هيكلها التنظيمي، ثقافتها التحريرية، ووظيفتها في المجتمع. وفيما يلي أبرز التحولات الأساسية التي أحدثها هذا النموذج الإعلامي الجديد في هيكل المؤسسات:

1. تراجع المركزية وسيطرة البث الأحادي:

في النموذج التقليدي، كانت المؤسسات الإعلامية تنظم وفق هيكل هرمي صارم، حيث تتولى القمة التحريرية اتخاذ قرارات النشر، بينما تعمل قنوات التوزيع في اتجاه واحد، ويكون الجمهور في نهاية السلسلة كمستهلك. لكن في النموذج التقاسمي، تغيرت هذه المعادلة بشكل جذري، فلم تعد المؤسسة هي الوحيدة التي تحدد ما يستحق النشر، بل أصبح الجمهور يفرض أجندته من خلال التفاعل والمشاركة وإعادة النشر. هذا التحول يضعف من الاحتكار التحريري ويحول المؤسسة إلى أحد الأطراف ضمن مجموعة متنوعة، بدلا من أن تكون مركزا وحيدا. (Bruns, Gatewatching Collaborative Online News Production, 2005, p. 35)

ففي العديد من القضايا المحلية أو الأزمات، أصبح محتوى المدونين والمواطنين الصحفيين هوما يفرض نفسه على المؤسسات الإعلامية، التي تلجأ لاحقا إلى تأطيره بدلا من إنتاجه.

2. إعادة هيكلة غرف الأخبار:

مع تزايد مصادر المعلومات وارتفاع مستوى التفاعل الفوري، أصبح من الضروري أن تعيد غرف الأخبار تنظيم نفسها وفق مبدأ الإنتاج المستمر والمتعدد المنصات. فالتحول الرقمي أجبر المؤسسات الصحفية على إعادة تصميم هيكل العمل لتمكين من استيعاب تدفق المحتوى من خارج المؤسسة بشكل أساسي. (Bruns, Gatewatching: Collaborative Online News Production, 2005, p. 140)

أدى التفاعل المباشر، وتنوع المنصات، والاعتماد على محتوى الجمهور إلى إعادة هيكلة غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية. لم تعد هذه الغرف تبنى على أساس الأقسام التقليدية مثل السياسة، الثقافة، والرياضة، بل أصبحت تعتمد على وحدات متخصصة في الإنتاج الرقمي، فرق مخصصة لمتابعة المحتوى التفاعلي، وحدات للتحقق من المعلومات وتدقيقها. وبذلك، تحولت غرفة الأخبار إلى مركز لإدارة المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى كونها منتجة للمحتوى، مما غير من طبيعة العمل الإعلامي داخل المؤسسات.

3. تزايد الاعتماد على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون:

لم تعد المؤسسات تمتلك الموارد أو السرعة اللازمة لمتابعة كل ما يحدث في الميدان، مما دفعها للاعتماد بشكل متزايد على المحتوى الذي ينتجه الجمهور، مثل الصور والفيديوهات والمنشورات. ورغم أن هذا الاعتماد يحمل بعض الفوائد، مثل توفير تغطية سريعة والانفتاح على وجهات نظر جديدة، إلا أنه يثير أيضا مجموعة من التحديات المهنية منها: التحقق من صحة المصادر والمعلومات، المسؤولية القانونية والأخلاقية للنشر، تحقيق التوازن بين المهنية والتفاعل مع الجمهور.

يشير "ألفريد هيرميديا" إلى أن المحتوى الجماهيري أصبح عنصرا أساسيا في هيكل الإعلام الحديث، على الرغم من التحديات المهنية والأخلاقية التي يثيرها فيما يتعلق بالتحقق والتحرير. وهذا يستدعي من المؤسسات تطوير أدوات للتحقق، وإنشاء مصفوفات أخلاقية للتعامل مع المحتوى المنشور في الفضاء المفتوح، خصوصا في أوقات الأزمات والكوارث. (Hermida, 2010, p. 300)

4. تغير في مفاهيم السلطة التحريرية:

تغيرت مفاهيم السلطة التحريرية في الإعلام التقليدي، حيث كانت هذه السلطة واضحة ومحصورة ضمن المؤسسة، يمارسها رئيس التحرير أو اللجنة التحريرية. اليوم، أصبح للجمهور تأثير معنوي حقيقي على خط تحرير المؤسسات، من خلال ضغط التفاعل، حملات النقد أو المقاطعة، ردود الفعل الفورية على المنصات.

أصبح للجمهور تأثير رمزي قوي على المؤسسات الإعلامية، مما أدى إلى تأثير الرأي العام الرقمي على القرارات التحريرية. فالسلطة التحريرية انتقلت جزئيا من الصحفيين إلى خوارزميات التفاعل وسلوك الجمهور على المنصات. (Yochai, United States, p. 214)

لقد أصبحت المؤسسات الإعلامية تخضع لما يمكن تسميته بالتحريض الاجتماعي الذي يتزامن مع تحريرها الداخلي، مما يجعلها ملزمة بمتابعة الرأي العام بشكل لحظي، وإلا فإنها ستفقد مكانتها الرمزية.

5. تحول المؤسسة الإعلامية من ناشر إلى وسيط ومنسق:

في عصر الإعلام التشاركي، لم تعد المؤسسات هي المصدر الوحيد للمحتوى، بل أصبحت:

- منسقا بين مصادر متعددة مثل التقارير، التغريدات، والفيديوهات.
- مفسرا للمضامين المعقدة التي ينتجها عدد كبير من المستخدمين.
- منصة تجمع وتعرض وتدير التفاعل بدلا من فرض رسائل جاهزة.

يتطلب هذا التحول إعادة هيكلة الوظائف التحريرية، وتعزيز مهارات إدارة النقاش الرقمي، وفهم الثقافة الشبكية. ولم تعد المؤسسات قادرة على التحكم في الرسالة الإعلامية النهائية، بل أصبحت تعمل كمنصة تنسق بين مصادر متعددة، مما يسهل تبادل المعلومات بين المستخدمين. فالمؤسسة الإعلامية في بيئة المشاركة الجماعية تعيد تشكيل نفسها كوسيط بدلا من كونها مرجعا نهائيا. (Jenkins, 2006, p. 139)

إن التحول نحو البيئة التشاركية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية لا يزال مقتصرًا على الجانب التقني، دون أن يشمل التغيير الجذري في آليات اتخاذ القرار التحريري أو في العلاقة مع الجمهور. (عزوز، 2018، صفحة 167)

أظهر هذا المبحث أن ظهور الإعلام التشاركي والتقاسمي لم يكن مجرد تطور تقني في أدوات التواصل، بل كان تحولا جذريا في منطق إنتاج المعرفة الإعلامية وتوزيع الأدوار داخل النظام الإعلامي بشكل عام. ففي حين كان النموذج الإعلامي التقليدي يعتمد على مركزية المؤسسة، وضبط الرسالة، والتحكم الصارم في عملية النشر، فإن الإعلام التشاركي وضع منطقا جديدا يقوم على اللامركزية، التفاعلية، والانفتاح الشبكي.

لقد أدى هذا النموذج إلى تغيير موقع المؤسسة الإعلامية، حيث لم تعد المصدر الوحيد للمعلومات، بل أصبحت جزءا من منظومة أفقية تنتج فيها المعرفة من قبل أطراف متعددة، ويشارك فيها الجمهور من خلال الصوت والصورة والرأي والتحليل. ومع ظهور الإعلام التقاسمي، أصبح المستخدم نفسه وسيطا إعلاميا، يعيد توزيع المحتوى ويؤثر في مساراته وانتشاره.

من الناحية العملية، فرض هذا التحول تحديات على المؤسسات الإعلامية التقليدية، تتعلق بإعادة تنظيم غرف الأخبار وهيكلتها، مراجعة مفهوم السلطة التحريرية، تطوير آليات التحقق من المحتوى المولد جماهيرياً، وتبني وظائف جديدة مثل الوساطة، التنسيق، وإدارة التفاعل. ورغم هذه التحديات، فإن هذا التحول يتيح أيضاً فرصاً للمؤسسات الإعلامية لإعادة بناء نفسها لتكون أكثر انفتاحاً ومرونة، وتطوير علاقة تشاركية فعالة مع الجمهور.

ثالثاً: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والتشارك الإعلامي

من اللافت أن دراسة مسحية أجرتها ما تسمى بمؤسسة البحوث الوطنية، في الولايات المتحدة الأمريكية، أن العديد من المواطنين الأمريكيين يتجهون إلى الشبكات الاجتماعية، ويستخدمونها بهدف الحصول على معلومات تتعلق بالصحة. ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة بنتائج أخرى، أهمها مايلي:

- لقد أجمع معظم هؤلاء الذين شملتهم الدراسة، أن الموقع الاجتماعي الشهير الفايسبوك هو الوجهة، أو الخيار الأفضل، للحصول على مثل هذه المعلومات، وبفارق شاسع، عن المواقع الأخرى. وتلا موقع الفايسبوك موقع اليوتيوب، الذي يقوم بعرض أفلام فيديو.

- فيما بين آخرون أن موقعي ماي سبيس هما مقصدهم المفضل للبحث عن وتوتير المعلومات.

- ورجح واحد من بين كل أربعة مشاركين أن يكون لهذه المواقع الاجتماعية تأثير كبير للغاية أو مرجح حيال قراراتهم المتعلقة بالصحة مستقبلاً.

ومن الجدير بالذكر هنا أن موقع فايسبوك تحول إلى سمة مشتركة لدى الجميع، في وقت قصير نسبياً. ومن هذا المنطلق فإننا نستطيع التحول إلى منطقتنا العربية لنؤشر مايلي:

- هنالك عدد كبير من المستخدمين العرب الذين يتوفر لديهم حساب على المواقع الاجتماعية، وخاصة الفايسبوك.

- لقد رصدت جريدة العرب اليوم الأردنية مثلاً آراء الشباب الأردني حول مرجعية المواقع الإلكترونية عموماً بكونها الملاذ الذي ينهلون منه المعلومات التي تهم حياتهم العامة والخاصة.

- لهذا الاستخدام آثار إيجابية، وأخرى سلبية عليهم، كونها المرجع الرئيسي الذي يرجع إليه بعض الشباب.

- يستخدمها البعض، وخاصة النساء، كمرجع وحيد للاطلاع على الأمور التي تهم الجمال وغالبا ما تستقي معلوماتها من مواقع عديدة متخصصة بهذا المجال.
- ويرى آخرون أنهم يستخدمون المواقع الإلكترونية للحصول على ما تريدونه من معلومات تهم الأسرة وتربية الأطفال وطرق التعامل معهم، ويجدون بأن وسائل التربية الحديثة التي تنادي بها بعض المواقع لها أثر إيجابي على حياة الأسرة، وأنها غالبا ما تقدم النصائح والمشورة في مجال التربية والتعليم وحقوق الأبناء وطرق التعامل الحضاري مع نمط الحياة الجديد ضمن ضوابط لذلك اعتبرت هذه المواقع المتخصصة بالأسرة والتربية كمرجع أساسي وهذا ما جعل المستخدمين لها يستغنون عن شراء الكتب كون هذه المواقع وسيلة للاطلاع بشكل مجاني.
- كما يرى آخرون بأنهم يستخدمون مواقع إلكترونية، وخاصة الفايسبوك، كوسيلة للاطلاع على كل ما يجري من أحداث سياسية واجتماعية من خلال اشتراكهم بعدد من الصفحات العاملة والناشطة في هذا المجال.
- كذلك يرى آخرون بأن موقع الفايسبوك هو الموقع الأول بالنسبة للكثيرين للتواصل وحتى على الحصول على الأخبار التي تتعلق بالأصدقاء والمعارف.
- من جانب آخر يشير البعض إلى خطورة الاستقاء من بعض المواقع التي تهدف إلى الترويج عن نفسها، وذلك بوضع معلومات غير صحيحة ومبهجة لجذب انتباه أكبر شريحة من الناس، وتهدف مثل هذه المواقع لترويج نفسها وهذا ما يشكل خطرا عندما تتعلق هذه المواقع بالأمور الصحية والتربوية والسياسية والتي تنعكس سلبا على حياة الكثير من الناس.
- ومن الجدير بالذكر أنه قد أطلق الفايسبوك في عام 2004م، وأنه منذ ذلك الحين أصبح أكبر موقع للتواصل الاجتماعي في العالم، حيث كانت الزيادة الرئيسية في وسائل الإعلام الاجتماعية هي في الفايسبوك. فقد كان هنالك ما يقرب من 100 مليون مستخدم تمكنوا من الوصول إلى هذا الموقع من خلال هواتفهم النقالة ومن جانب آخر فإنه اعتبارا من شهر جويلية، في عام 2011م أصبح للفايسبوك 750 مليون مستخدم. (قنديلجي، 2015، صفحة 306)

المبحث الثاني: مصادر المعلومات وأنماط القوائم بالاتصال في البيئة الرقمية

شهدت البيئة الإعلامية تحولات جوهرية في بنيتها الاتصالية نتيجة بروز الوسائط الرقمية وانتشار تكنولوجيات الاتصال الحديثة، مما أعاد تشكيل منظومة إنتاج وتداول المعلومات على المستويين الفردي والمؤسسي. في ظل هذا التحول، ظهرت إشكالية العلاقة بين مصادر المعلومات التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء، والمصادر الرقمية الجديدة التي فرضت منطقاً مختلفاً يتميز بالسرعة، والتفاعل، وتعدد الأصوات.

1. مفهوم المعلوماتية:

ظهر مفهوم المعلوماتية "Informatics" كنتاج للثورة المعلوماتية المعاصرة وما تتضمنه من تكنولوجيات متقدمة، التي تسهم في جمع ومعالجة ونقل المعلومات. وبالتالي، تعتبر المعلوماتية عاملاً حيوياً وأساسياً في مجالات الحياة العلمية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية لأي مجتمع حديث. وقد كان لأهمية المعلومات وتقنياتها الحديثة تأثير كبير في نشوء مجال المعلوماتية، الذي أصبح يعتبر ظاهرة مشاهة لتلك المرتبطة بالثورة الصناعية في القرن التاسع عشر، من حيث تأثيرها على الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لمواطني الدول التي استفادت منها في ذلك الوقت. (الهادي، 1993، صفحة 21)

إن كلمة معلومات "Information" أصلها في اللغة اللاتينية "Informatics" التي تعني شرح أو توضيح شيء ما وتستعمل في الفرنسية بصيغتها المفرد "L'information" للدلالة على معلومة، في حين كلمة (معلومات) في اللغة العربية مشتقة من كلمة (علم)، وترجع إلى كلمة (معلم)، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق. (الدين م.، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، 2005، صفحة 7)

تعتبر المعلوماتية تياراً حديثاً يمتد نطاقه المفهومي ليشمل مجموعة واسعة من الحقول والتطبيقات، حيث تعد الموارد المعلوماتية الأساس الذي تستند إليه الأنشطة السائدة في هذه المجالات. وقد أرسى هذا التيار جذوره في تربة البشرية، مما جعله نمطاً من أنماط التفكير والاستدلال العقلي، حيث يمارس أنشطته المفاهيمية والمعرفية. ويتم معالجة هذه الأنشطة من خلال آليات توظف المعلومات أو الأنماط المعلوماتية أو المعالجات الرقمية، بهدف تحويل الناتج الرقمي إلى أرضية مفاهيمية تعزز من صلتها بالعالم المحيط وبالكائنات التي تشاركها نفس البيئة. في الوقت الراهن، يظهر الدور الجديد للمعلوماتية، حيث تهيمن وتبسط نفوذها المعرفي، كما

تسعى في الوقت نفسه إلى إزالة الحواجز القائمة بين النظم الحاسوبية من جهة، والكائن البشري والعمليات الحيوية من جهة أخرى، بعد أن شملت أرضيتها المفاهيمية جميع العلوم. (مظفر، 2006، صفحة 61)

فالمعلوماتية باللغة الإنجليزية تعني العلم الذي يعني بجمع وبث وتخزين ومعالجة وعرض المعلومات، وهي ترجمة للمصطلح الفرنسي (Informatique)، الذي عادة ما يعد مرادفة لمعالجة المعلومات وعلم المعالجة الآلية والعقلية للمعلومات كمرتكز للمعارف والاتصالات. (فرايحي، 2006، صفحة 117)

وكانت المعلوماتية (Informatics) تتشارك المعلوماتية بفهم مشابه لعلم المعلومات، خاصة في كل من أمريكا وبريطانيا. أما في دول أخرى مثل هولندا والدنمارك وألمانيا وفرنسا، فلم تحظ الدراسات النظرية والعملية والمفاهيم المختلفة لعلم المعلوماتية بنفس الاهتمام. فقد اتخذت المعلوماتية مسارا آخر تدريجيا، حيث ارتبطت بشكل أكبر بتكنولوجيا المعلومات بدلا من التركيز على إنشاء بيئة للمعلومات ودراسة نتائج المحصلة النهائية للمعلومات. (فيصل، 2006، صفحة 17)

1.1 أسباب ظهور مفهوم المعلوماتية في المفهوم الحديث:

قد جاء نتيجة لعدة عديدة أسباب منها:

- ظهور المعلومات بشكل لم تعهده البشرية سابقا، وهذا الظهور يتمثل بالكم الكبير من المعلومات التي تضاف إلى المعرفة البشرية سنويا.
- تشعب موضوع المعرفة البشرية بشكل واسع خاصة في مجال الموضوعات العلمية والتقنية.
- تخزين المعلومات بوسائط متطورة حديثة فبعد أن كانت الاعتماد في تخزين المعلومات على الورق ثم على المصفرات الفيلمية، أصبح لدينا الأشرطة السمعية والبطاقات المثقبة، ثم الأشرطة المغنطة والأقراص الليزرية بقدرتها الهائلة على تخزين كم كبير من المعلومات.
- تطور صناعة الحاسبات التي تساعد على تخزين كم كبير من المعلومات وتيسير الوصول إليها بيسر وبزمن قصير جدا وتطور وسائل الاتصال لنقل المعلومات عبر المسافات البعيدة. (عباس، 2004، صفحة 19)

2.1 خصائص المعلوماتية:

كما أن للمعلوماتية خصائص عديدة تتمتع بها لذا سنوضح أبرز هذه الخصائص وتشمل:

أ. **السمة الاجتماعية:** المسماة بالمعلوماتية الاجتماعية (Social Informatics)، تفاعلت المعلوماتية بشكل ملحوظ مع الحياة الاجتماعية، مما أدى إلى تغييرات في السلوكيات الاجتماعية للأفراد. وقد تجلت هذه التغيرات في عدة مجالات، مثل التجارة الإلكترونية، والمخازن الإلكترونية، والتعليم الإلكتروني، والروايات الإلكترونية، وحتى الجامعات الإلكترونية. وقد أسفرت هذه التطورات عن تغييرات اجتماعية ملحوظة (Social Change) في مختلف جوانب الحياة سواء داخل المنزل أم خارجه إذ يؤدي الناس دورة وعلاقات مع بعضهم بعض ومع نظم وشبكات المعلومات.

ب. **السمة الفردية:** تمتلك وسائل الاتصال القدرة على توجيه الرسائل إلى أفراد أو مجموعات معينة، بمساهمة المتابعين وهيئات تعرف بحراس البوابة الذين يتحكمون في تدفق الأخبار. ويشير مصطلح حارس البوابة إلى كل فرد أو جهة تشرف على نقل المعلومات ومعالجتها، مثل المحرر الذي يحدد ما ينشر وما يستبعد وفقا لمعاييره الخاصة.

ج. **سمة التفاعل الفضائي (Vebir Interaction):** ساهم ربط المجتمعات من خلال شبكات معلوماتية متعددة في تحويلها إلى شبكات اجتماعية عالمية، مما أتاح للأفراد إمكانية التواصل ورؤية وسماع بعضهم عن بعد، وهي ميزات كانت صعبة أو مستحيلة قبل ظهور هذه الشبكات.

د. **سمة شمولية المعلومة:** تعمل المعلوماتية على توفير المعلومات بطريقة تضمن تغطية جميع جوانب النشاط المرتبطة بها إلى أقصى حد ممكن، مما يستلزم أن تكون هذه المعلومات شاملة.

هـ. **سمة التفاعل عن بعد، (Remont Interaction):** أصبحت شاشة الحاسوب تمثل الفاصل بين الشخص والعالم الذي يتفاعل معه، ومع التفاعل عن بعد لم يعد هناك ضرورة للسفر أو اللقاء المباشر، حيث يمكن تنفيذ معظم الأنشطة الإنسانية من خلال الحواسيب والشبكات

و. **سمة قابلية التوصيل (Connectivity):** تشير إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية إلى القدرة على الربط بين أنواع متعددة من الأجهزة الأخرى، بغض النظر عن الشركة المصنعة أو الدولة التي تم فيها الإنتاج. على سبيل المثال، يمكن توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو (DVD).

ز. **سمة اللاحدود، (No Boundaries):** مع تلاشي الحدود السياسية والجغرافية نتيجة للتطورات في الربط الفضائي، تصبح إمكانية وجود مجتمع عالمي يتجاوز الاعتراف بالحدود السياسية بين الدول واقعا ملموسا.

ح. **سمة الكونية:** يمكن أن تؤدي العوامل المكانية إلى نشوء ثقافة كونية في المجتمعات، نتيجة لتقارب المواقع الجغرافية وتلاشي الفرق بين الدول والثقافات المتنوعة. كما أن التواصل المستمر بين هذه الثقافات قد يساهم في تشكيل ثقافة اجتماعية عالمية في نهاية المطاف.

ط. **سمة اللاتزامنية:** تمكن الأنظمة الرقمية من إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت دون الحاجة لتزامن بين المرسل والمستقبل، كما هو الحال في البريد الإلكتروني، مما يسهل التعامل مع الرسائل ويجرر المستخدم من قيود الزمن والمكان. (العنابي، 2020، الصفحات 19-22)

3.1 نشأة المعلوماتية:

سعى الإنسان منذ القدم إلى تطوير أدوات وتقنيات تعزز تواصله وتساعد على توثيق أفكاره ونقل معارفه عبر الأجيال، وتنوّعت وسائل الاتصال الأولى بين النقوش على الأحجار والأعمدة وغيرها. واعتمد الإنسان على جمع المعرفة عبر المشاهدة والاستماع والتفكير، مما جعل المعلومات عنصرا أساسيا في تطور الحضارة. ومع اختراع غوتنبرغ للمطبعة حدثت ثورة حقيقية في الاتصال، إذ وفرت وسائل جديدة مثل الكتب والصحف، فمثلت نقطة تحول بين العصور القديمة والحديثة. (دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، المفهوم الاستعمالات، الأفاق NTIC/TIC، 2010، صفحة 39). والمنشورات وصولا إلى الصحف. (محمد و القاسم، 1998، صفحة 8) لم يظهر مجتمع المعلومات بشكل مفاجئ، بل هو نتاج سلسلة من التحولات الفكرية والتقنية التي تراكمت في نهاية القرن العشرين. وقد ساهم تطور تقنيات الاتصال والإلكترونيات واندماجها في بيئات رقمية متطورة في خلق الظروف اللازمة لظهور مرحلة جديدة أحدثت ثورة في العديد من الأنظمة المعرفية الحديثة. (مظفر، 2006، صفحة 244).

تعتبر المعلومات عنصرا أساسيا في تبادل الخبرات وحل المشكلات وتحسين الأداء واتخاذ قرارات فعالة في مجالات متعددة. ومع ذلك، فإن الزيادة الكبيرة في إنتاج المعلومات جعلت متابعتها وإدارتها مهمة شبه مستحيلة، مما أدى إلى ظهور تحد عالمي. وتنبع أهمية المعلومات من أن سلامة القرارات تعتمد على توفرها وتنظيمها، مما يحفز الأفراد على جمعها وتخزينها بشكل مستمر. (المكاوي، 1993، الصفحات 29-30)

4.1 ثورة المعلومات:

مر العالم بثورات معلوماتية متعاقبة بدأت بتطور اللغة ثم الطباعة، لتتبعها وسائل الاتصال الجماهيري وتقنيات الاتصال السلكية واللاسلكية، وصولاً إلى الحواسيب القادرة على تخزين واسترجاع البيانات بدقة وسرعة. وبلغ هذا التطور ذروته باندماج تقنيات الحاسوب والاتصال، مما أدى إلى نشوء نظم وشبكات معلومات متقدمة مثل الأنترنت. وتعد ثورة المعلومات انفجاراً معرفياً واسعاً يستدعي التحكم في تدفق المعلومات وتسهيل الوصول إليها عبر نظم وبرامج حديثة تعتمد على الحواسيب لدعم المؤسسات والباحثين وصناع القرار. (العنابي، 2020، صفحة 36)

ويشير مصطلح تفجر المعلومات، "Information Explosion"، إلى اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني، بحيث تحول إنتاج المعلومات إلى صناعة، أصبح لها سوق كبير لا يختلف كثيراً عن أسواق البترول أو الذهب، وقد يزيد ما ينفق على إنتاج المعلومات، على المستوى الدولي، عما ينفق على الكثير من السلع الإستراتيجية المعروفة في العالم. وتتخذ مشكلة تفجر المعلومات مظاهر عديدة أهمها:

أ. النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري: أدت ثورة المعلومات إلى زيادة استخدام أجهزة المعلومات في الحياة اليومية وفي مجال العمل، بالإضافة إلى انتشار الحواسيب المنزلية المتصلة بالأنترنت والبريد الإلكتروني. كما لعبت تقنيات الفيديو والتصوير دوراً كبيراً في تغيير طرق تبادل المعلومات وتوزيعها. (الزبيدي، 2013، صفحة 193)

ب. تشتت الإنتاج الفكري: أدى التخصص العلمي المفرط إلى ظهور فروع دقيقة جديدة، ومع تزايد هذا التخصص وتوسع الإنتاج الفكري، تراجعت فعالية الدوريات العامة، وأصبح من الصعب على الباحثين متابعة هذا الكم الكبير من المعرفة من مصادرها الأساسية.

ج. تنوع مصادر المعلومات وتعدد أشكالها: تتعدد مصادر المعلومات لتشمل الكتب والدوريات والتقارير والأبحاث والرسائل الجامعية وبراءات الاختراع والمعايير، بالإضافة إلى النشر المصغر مثل الميكروفيلم والشرائح والأقراص. كما توفر الأقمار الصناعية كمية كبيرة من المعلومات الضرورية للتنمية. وتظهر مشكلة المعلومات كسلعة تباع وتشترى، حيث تتمكن الشركات في الدول المتقدمة من الحصول عليها بسهولة، بينما تحجب

المعلومات المهمة عن الدول النامية، على الرغم من أن المعلومات تعتبر قيمة غير مادية تقاس بمعايير تنموية وثقافية غير ربحية. (المكاوي، 1993، صفحة 32)

لقد كان للتطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثير كبير على أداء مؤسسات المعلومات، حيث ساهم في تطوير خدماتها وتوسيع نطاق هذه الخدمات لتشمل مناطق متباعدة وقطاعات واسعة من المجتمع. (العنابي، 2020، صفحة 36)

إن هذا التطور الذي حققته ثورة المعلومات بدأ يحدث تطورا سريعا للتركيبة التقليدية للمجتمع من المركزية إلى اللامركزية ومن الجماهيرية إلى التنوع والتمايز ومن العمل اليدوي إلى العمل الذهني ومن نموذج القومية والدولية إلى العالمية ومن التعليم التقليدي إلى التعليم القائم على أعمال العقل. (صادق، الأنترنت والبحث العلمي، 2007، صفحة 36)

أدت ثورة المعلومات في النصف الثاني من القرن العشرين إلى زيادة استخدام التقنيات وتنوع وسائل الاتصال، حيث تجلى ذلك في انفجار المعلومات وزيادة الإنتاج الفكري، بالإضافة إلى الاعتماد على الحاسوب والأقمار الصناعية والأنترنت في تخزين ونقل البيانات بسرعة عبر العالم. وعلى الرغم من اختلاف مفاهيم مثل مجتمع المعلومات وتكنولوجيا المعلومات وثورة المعلومات، إلا أنها جميعا ترتبط بالمعلوماتية وتهدف إلى تطويرها، مما يعكس تأثيرها الواضح في تطور المجتمع والتكنولوجيا. (العنابي، 2020، صفحة 38)

5.1 المعلوماتية وأثرها على مصادر المعلومات:

ازدادت أهمية المعلوماتية وتأثيرها على المجتمع، وتنوعت مجالات استخدامها ومصادرها، مما جعل الوصول إلى المعلومات أكثر تنوعا وانتشارا. في العالم العربي، أصبحت المعلوماتية تلعب دورا كبيرا كوسيلة للتعبير، خاصة في ظل الأنظمة الدكتاتورية التي تسيطر على الإعلام وتفرض قيودا على حرية التعبير. ومع تحولها إلى أداة ذات تأثير سياسي، واجهت المعلوماتية محاولات للحجب والمنع، إلا أن فئات المجتمع ابتكرت وسائل لتجاوز هذه القيود واستغلالها في التعبير الحر. (الجوهري و متولي النقيب، 2015، صفحة 83)

2. القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية:

تحولت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين إلى شبكات واسعة ومعقدة تتداخل فيها المصالح والتنافس. كل مؤسسة تمثل نظاما يعتمد على النفوذ والقرارات المستمرة، مما يعكس تداخل العمليات اليومية داخل الصحف ووسائل البث.

تتطلب أهمية القرارات في المؤسسات الإعلامية دراسة آليات اتخاذ القرار والمواقع المسؤولة عنها، بالإضافة إلى خصائص القائمين بالاتصال والمعايير التي توجه اختياراتهم. وعلى الرغم من أن فهم ما يجري داخل المؤسسات الإعلامية ضروري لتفسير تأثير الرسالة، إلا أن هذا المجال لم يحظ بالاهتمام الكافي من الباحثين، على الرغم من أن دور القائم بالاتصال لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة، رغم وجود كتابات عن رواد الصحافة عبر التاريخ.

1.2 مفهوم القائم بالاتصال:

تباينت تعريفات القائم بالاتصال بين المدارس الإعلامية، فبينما أكدت بعض المدارس على قدرته في التأثير على الجمهور، عرفت دراسات أخرى دوره في إدارة العملية الاتصالية، حيث يعتمد نجاحها على مهاراته وكفاءته.

تشير بعض الدراسات إلى أن القائمين بالاتصال هم المنتجون الرئيسيون للرسائل الإعلامية، بينما تقدم المدرسة الفرنسية مفهوم الوسيط، الذي يصف الصحفي كحلقة تفاوض بين المصدر والجمهور من خلال البحث عن المعلومات واختيار محتواها وتوجيهها. (شاكر، 2015، صفحة 80)

2.2 العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

أ. **معايير المجتمع:** يحدد النظام الاجتماعي توجه وسائل الإعلام التي تلتزم بدعم القيم والثقافة السائدة، مما يدفع الصحفيين أحيانا إلى تجنب نشر بعض الأخبار حرصا على المسؤولية الاجتماعية. كما تسهم وسائل الإعلام في تعزيز الرموز والأنماط الثقافية مثل احترام الوطن والسلطة الدينية والسياسية وكبار السن، وتجنب انتقادها للحفاظ على تماسك المجتمع.

ب. **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تؤثر الخصائص الشخصية للشخص الذي يقوم بالاتصال، مثل الجنس والعمر والدخل والتعليم والانتماءات الفكرية، على طبيعة عمله والمحتوى الذي يقدمه. كما تنعكس القيم والاتجاهات التي يكتسبها من الجماعات التعليمية والاجتماعية والسياسية التي ينتمي إليها على قراراته وسلوكه المهني. (شاك، 2015، صفحة 83)

ج. **المعايير المهنية:** يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها. (شاك، 2015، صفحة 84)

3. مصادر المعلومات للحصول على الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية:

مصادر الأخبار هي الوسائل التي تستخدمها المؤسسة الإعلامية لجمع المعلومات محليا ودوليا، في حين أن الخبر هو تقرير مكتوب يسجل الحدث ولا يعكس الحدث نفسه. (ماكدوغال و ترجمة خضور، 2000)

تتضمن مصادر الأخبار عدة جهات مثل وكالات الأنباء، الإذاعات، الصحف، الإعلانات، النشرات، والهيئات الرسمية والخاصة. وتنقسم الأخبار وفقا لمصدرها إلى داخلية وخارجية، حيث يقوم قسم المحليات بجمع الأخبار الداخلية بالاعتماد على المندوبين والمخبرين الصحفيين. يمكن تلخيص مصادر الأخبار الصحفية في المصادر التالية:

أ. **المندوب الصحفي:** يعتبر المندوب الصحفي مصدرا أساسيا للأخبار، مما يمنح الصحيفة فرصة التميز والسبق. يتم توزيع المندوبين على الوزارات والهيئات المختلفة، حيث يتخصص كل منهم في جهة معينة ليغطي أخبارها. يسعى المندوب الخبير إلى إقامة علاقات قوية مع مسؤولي تلك الجهات لضمان الحصول على المعلومات، ممثلا صحيفته أمامهم.

ب. **المراسل:** ترسل الصحف الكبرى مراسلين إلى العواصم العالمية والمناطق الساخنة لتغطية الأحداث وتزويدها بتقارير مباشرة وسريعة. وتعتبر مناطق مثل فلسطين مثالا بارزا على وجود دائم للمراسلين نظرا لتكرار الأحداث والصراعات فيها.

ج. **وكالات الأنباء:** وكالات الأنباء هي جهات تجمع الأخبار وتنقلها لوسائل الإعلام مقابل اشتراكات، مما يخفف عن الصحف تكاليف جمع الأخبار بنفسها. لكن على الصحف إعادة صياغة ما تتلقاه لتجنب

التأثر بأجندات الوكالات الأجنبية. وقد نشأت هذه الوكالات أولا في الدول الغربية قبل أن تنتشر عالميا. (الصبع، 2011، صفحة 190)

د. الإذاعات الأجنبية والمحلية، قسم الاستماع: تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدرا رئيسيا للأخبار، خصوصا الأخبار الخارجية، وتزداد أهميتها في الدول التي تخضع فيها لرقابة حكومية لأنها تعكس الموقف الرسمي. يقوم قسم الاستماع بالتقاط البث الإذاعي على الفور وترجمته بواسطة محررين يعملون في غرف معزولة مزودة بأجهزة استقبال وتسجيل، ثم ترسل الأخبار إلى قسم التحرير للنشر أو للاستخدام التفسيري، كما يحتفظ ببعضها في الأرشيف كمرجع للأحداث.

هـ. الصحف الأجنبية والمحلية: تعد الصحف والمجلات أحيانا مصدرا مهما للأخبار، خاصة عند نشرها معلومات حسية أو وثائق حساسة، حيث تعتمد عليها صحف أخرى لنقل الخبر أو استكمالها بمعلومات إضافية من مراسليها ووكالات الأنباء. (الصبع، 2011، صفحة 193)

و. النشرات والوثائق المختلفة: توفر النشرات والوثائق الصادرة عن الوزارات والهيئات العلمية معلومات مهمة يمكن اعتمادها لصياغة أخبار جديدة، لكنها تعد أيضا مصدرا جاهزا لا يتطلب جهدا من الصحفي، مما يقلل من فرص الحصول على أخبار مميزة أو منفردة.

ز. المؤتمرات الصحفية: المؤتمر الصحفي هو لقاء تدعو إليه شخصية عامة لعرض تصريحات أو توضيح سياسات أمام عدد كبير من الصحفيين، بهدف إيصال المعلومات للرأي العام. وبعد التصريحات، يمنح الصحفيون فرصة لطرح الأسئلة المتعلقة بالموضوع.

ح. القنوات التلفزيونية الفضائية: تعتبر القنوات التلفزيونية مصدرا أساسيا للأخبار نظرا لقدرتها على البث المستمر ونقل الأحداث بشكل مباشر من مواقعها حول العالم، مما يجعلها وسيلة مهمة لتقديم المعلومات العاجلة والفورية.

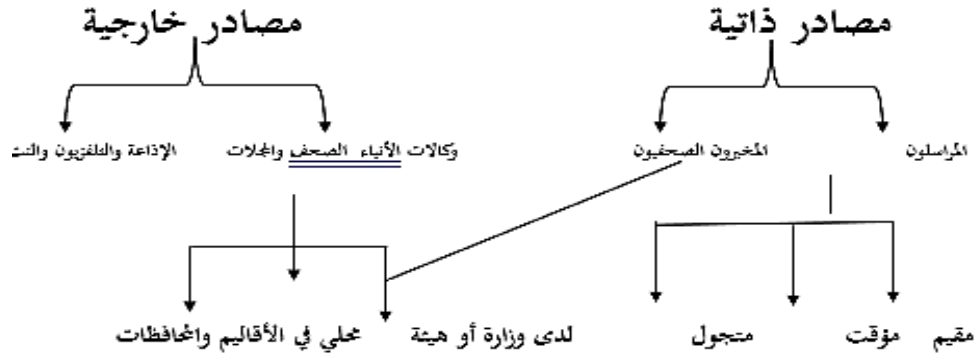
ط. الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية: تقوم الصحف الكبرى بتعيين مندوبين دائمين في الوزارات والهيئات ليكونوا مصادر رئيسية للأخبار، ولكن يجب على المندوب النشيط ألا يقتصر على معلومات أقسام العلاقات العامة، حيث إن هذه المعلومات غالبا ما تقدم بما يخدم مصالح الجهة الرسمية.

- ي. الصدفة: في أحيان كثيرة تكون مصدر هام من مصادر الحصول على الأخبار
- ك. الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.
- ل. كبار الشخصيات الرسمية والشعبية: رؤساء، ملوك، رؤساء وزارة، وزراء التي تزور البلاد.
- م. الإعلانات المختلفة.
- ن. مطبوعات أجهزة الدراسات والمعلومات والمتخصصة.

س. الأرشيف الصحفي. (الصبع، 2011، الصفحات 196-199)

فيما يلي رسم تخطيطي يوضح المصادر المختلفة للحصول على الأخبار:

مصادر الأخبار



شكل رقم (6) يوضح مصادر الأخبار نقلا عن رفعت عارف الصبع (الصبع، 2011، صفحة 200)

4. مصادر الأخبار في البيئة الرقمية الجديدة:

لم تعد احتياجات الصحفيين مرتبطة بأمكان تواجدهم، مثل مركز المعلومات الكائن في النطاق الجغرافي، وإنما أصبحت تلك الاحتياجات تتطلب البحث في أماكن جغرافية مترامية لتلبيتها. من ناحية أخرى أثر زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل عام والأنترنت بشكل خاص على البيئة المعلوماتية للمستفيدين، (Users' Information Environment). فهناك العديد من العوامل التي أدت إلى تغيرات جذرية في بيئة

المعلومات كزخم المعلومات، حيث أدت زيادة حجم المعلومات وقنوات الاتصال والنشر في الربع الأخير من القرن العشرين إلى التغيير في نوعية الاحتياجات المعلوماتية للصحفيين.

أصبح هناك اقتصار لدى عدد كبير من الصحفيين، بشكل عام على استخدام الوسائل المتطورة والتي تأتي في مقدمتها الأنترنت. (الجهري و متولي النقيب، 2015، صفحة 83)

سنتطرق في مايلي إلى هذه المصادر الحديثة التي يعتمد عليها الصحفي في الحصول على الأخبار:

أ. **مجموعات الأخبار، (Newsgroups):** المجموعات الإخبارية هي مساحات تجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة لتبادل الرسائل والصور عبر البريد الإلكتروني. يمكن الانضمام إليها لتلقي الأخبار بشكل مباشر، سواء كانت خاضعة للرقابة أو مفتوحة. ظهرت هذه المجموعات في عام 1979 وانتشرت منذ عام 1985 بعد اعتمادها في الجامعات، مما ساهم في تعزيز التفاعل الإلكتروني الذي يشبه الاتصال الشخصي.

ب. **شبكة الإخباريات، (SNEW):** تعتبر شبكة الإخباريات "Usenet News"، واحدة من أكثر استخدامات الأنترنت شيوعاً، حيث تستخدم بروتوكول نقل الإخباريات "Network News Transfer Protocol NNTP"، الذي ينظم كيفية توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها. تقدم الشبكة لوحة إعلانات وغرف حوار، وتتكون من نظام ضخم يضم عدداً كبيراً من ندوات الحوار المفتوح المستمر، المعروفة بمجموعات الإخباريات "News Groups" تعمل هذه المجموعات على مدار الساعة طوال أيام السنة، وتتيح قوائم الاستعراض التجارية "Browsers" الوصول إلى مجموعات الإخباريات، مما يمكن المستخدم من متابعة حوار مفتوح دون المشاركة فيه، وهو ما يعرف بالترصد "Lurking" هذا الأمر يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات على الانخراط في الحوار وإرسال مقالات إلى المجموعة التي يختارونها.

تحتفظ مجموعات "Usenet" بالرسائل لفترة قصيرة لا تتجاوز عادة أسبوعاً، وهي تعتبر مصدراً هاماً للمعلومات في مجالات متنوعة، بالإضافة إلى كونها منصة للحوارات المباشرة والتواصل بين الأفراد الذين يشتركون في اهتمامات مماثلة.

ج. **خدمة التراسل الفوري، (Instsnt Messaging):** تعتبر خدمات التراسل الفوري وسيلة فعالة لتبادل المعلومات عبر الأنترنت، حيث تتنوع البرامج المتاحة بين تلك التي تدعم عدة مهام مثل نقل الصوت

والصورة والنص، وأخرى تقتصر على وظيفة واحدة أو اثنتين فقط. يعتبر برنامج "Paltalk" نموذجاً للبرامج التي تقدم تواصلاً شاملاً بالصوت والصورة والنص. كما توجد خدمات التراسل الفوري من خلال برنامج "Yahoo Messenger،MSN"، والتي تتميز جميعها بسهولة الاستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها من الأنشطة. (صادق، صحافة الإنترنت.. قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي، 2003، صفحة 81)

د. خدمة جوفر، (Gopher): نظام تم تطويره من قبل جامعة مينيسوتا الأمريكية في عام 1991 بهدف تسهيل استخدام الإنترنت. يعتمد هذا النظام على آلية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات، حيث يمكنه الإشارة إلى الملفات ومواقع "Telnet" ومراكز معلومات "WAIS" وغيرها. يعتبر هذا البرنامج أداة فعالة لتيسير عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات، ويستخدم على نطاق واسع في الإنترنت، مما يتيح للمستخدمين استعراض المعلومات دون الحاجة إلى تحديد موقعها مسبقاً.

هـ. محركات البحث، (Search Engines): تعتبر محركات البحث، أدوات تتيح للمستخدمين إمكانية البحث، عن كلمات معينة ضمن مصادر الإنترنت المتنوعة. تتكون هذه المحركات من مجموعة من البرمجيات، التي تستخدم لاكتشاف صفحات جديدة على الويب وإضافتها إلى الفهرس.

من بين هذه البرمجيات، يبرز برنامج العنكبوت "Spider Program"، الذي لا يقتصر على الوصول إلى الصفحة الأولى من الموقع المستهدف، بل يتتبع الروابط "Links" الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى. بالإضافة إلى ذلك، يستخدم برنامج الفهرس "Index Program"، الذي يعد قاعدة بيانات "Database"، ضخمة تصف صفحات الويب.

تقدم بعض الشركات المهمة في مجال البحث، مثل "Yahoo وGoogle" شريط أدوات يتيح إجراء عمليات البحث دون الحاجة للدخول إلى الموقع نفسه، بالإضافة إلى خاصية الإكمال التلقائي وخاصية منع النوافذ التطفلية وغيرها. (صادق، صحافة الإنترنت.. قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي، 2003، الصفحات 82-83)

و. التلنيت، (Telnet): يعتبر بروتوكول الإنترنت وسيلة للاتصال عن بعد، تتيح للمستخدم الوصول إلى حاسوب مضيف وكأنه يعمل عليه مباشرة، مما يمكنه من الوصول إلى المعلومات والخدمات المخزنة على الجهاز البعيد كما لو كان مستخدماً محلياً، مثلما يوفره نظام "Telnet".

ز. شبكة الويب، "Web": شهد عام 1991 تطورا مهما في مسيرة الأنترنت، تمثل في ظهور الشبكة العالمية "World Wide Web"، التي ابتكرها الفيزيائي البريطاني "تيم بيرنرز لي"، ترجع أصول الويب إلى أفكار سابقة، أبرزها مفهوم "الميمكس" الذي قدمه فانيفار بوش في عام 1945 لتخزين كميات كبيرة من الوثائق. وفي الستينيات، قام "دوغلاس إنغلبارت" بتطوير نظام يعتمد على النص التشعبي، مما ساهم في إدارة وعرض الملفات المتنوعة عبر الشبكة. قبل ظهور الويب، كانت خدمات الأنترنت مقتصرة على الجامعات والمراكز العلمية لتبادل الرسائل والمعلومات، ولكن مع ابتكار الويب، أصبحت الأنترنت متاحة للجمهور بشكل واسع. (صادق، صحافة الإنترنت.. قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي، 2003، الصفحات 84-86)

الوثائق الرقمية، سواء كانت نصوصا أو صورا أو صوتا أو فيديو، هي مجموعات مترابطة من المعلومات المخزنة في حواسيب حول العالم، وتتاح للمستخدمين عبر الأنترنت في شكل صفحات ويب "Web Page"، تحتوي على محتوى مباشر أو روابط لملفات متعددة الوسائط. (نصر، 2003، صفحة 28)

يظهر موقع الويب في شكل صفحات مكتوبة بلغة "HTML"، تقود إليها الصفحة الرئيسية وتربطها وصلات للتنقل. ويمكن أن تعرض الصفحات محتوى نصيا أو بصريا أو صوتيا أو وسائط متعددة، مع توفير خدمات تفاعلية. ويحتاج الناشر إلى إدراك إمكانات الويب الاتصالية مثل التفاعلية والتغذية الراجعة، إضافة إلى خدمات البحث والأرشفة والربط بمواقع أخرى. (بوريش، 2017، صفحة 89)

5. التطبيقات الإعلامية لشبكة الأنترنت:

رافق ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة توقعات بانتهاء الوسائل القديمة، فقد أثار ظهور الإذاعة ثم التلفزيون ثم الأنترنت تنبؤات متكررة بنهاية الصحافة والإذاعة. ومع ذلك، استمرت جميع هذه الوسائل في الوجود، حيث أن لكل منها خصائص ووظائف تلي احتياجات معينة لدى الجمهور.

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية متتالية بدأت بالفيديو والكابل والراديو بتقنية "FM" والتليماتيك والمعلوماتية، ثم التلفزيون عالي الجودة والتفاعلي، وصولا إلى الأنترنت. وقد استفادت وسائل الإعلام التقليدية من الأنترنت لتوسيع نطاق انتشارها عالميا بتكاليف أقل، مستفيدة من سهولة الاتصال وتنوع المحتوى متعدد الوسائط. (اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، 2014، صفحة 98)

يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه، سواء من حيث الكم أو الكيف. كما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرير والتوصيل، والشيوع والانتشار، والقابلية للتحويل. (بخت، الأنترنت وسيلة جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية التعليمية والقانونية، 2004، صفحة 17)

لقد أحدث الأنترنت ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمحتوى والشكل والوسائط التعبيرية. فإلى جانب كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة تعرف بالموقع "Site"، فقد جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية "Conventional Media"، إليها، مما أجبرها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات.

كما قلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب - صحيفة - مجلة - وكالة أنباء - سينما - إذاعة - تلفاز)، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون الحاجة إلى تجربة التواجد التقليدي (الورق، الشاشة، المذياع، التلفاز). (أحمد، 2005، صفحة 2)

مع تطور شبكة الأنترنت، ظهرت تطبيقات جديدة لا تقتصر على كونها صحفاً أو وكالات أنباء، بل تشمل مستعرضات وآلات بحث تقدم خدمات إخبارية تتضمن النصوص والصور والصوت، مثل مستعرضي "Netscape" و"Microsoft Explorer"، اللذين يقدمان خدمات إعلامية تغطي اهتمامات متنوعة. بالإضافة إلى ذلك، هناك مواقع إعلامية تجمع بين جميع الأشكال، مثل "فوكس نيوز"، FOX NEWS، الذي يعد هجيناً من مختلف التطبيقات الاتصالية، حيث لا هو صحيفة ولا وكالة أنباء ولا قناة تلفزيونية، بل هو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر عبر الأنترنت. (العوض، 2016، صفحة 42)

في استطلاع أجرته شركة الأبحاث البريطانية المعروفة باسم استراتيجيات تحليلية، "Strategies Analyses"، تبين أن القنوات التلفزيونية تخسر ملايين المشاهدين لصالح الأنترنت. ووفقاً "لدافيد مارسر"، مدير الشركة، فإن التلفزيون هو الوسيط الإعلامي الأكثر تأثراً بزيادة عدد مستخدمي الأنترنت السريع، حيث يختار عدد كبير من المشاهدين قضاء أوقات فراغهم في تصفح الشبكة، مفضلين البحث عن محتوى ترفيهي لم يجده سابقاً في التلفاز. (ترجمة و وديع، 1981، صفحة 50)

6. الوسائل الحديثة للحصول على الأخبار:

أدت الضغوط التي واجهت الموضوعية، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي الكبير، الذي صاحب ثورة الاتصال والمعلومات، إلى ظهور منافسة قوية من الوسائل الإعلامية الإلكترونية مثل الشبكات الإخبارية ومحطات الإذاعة والتلفزيون والمجلات والصحف الإلكترونية.

كما أن الإعلام الجديد أصبح بديلاً للجريدة الورقية، مما أتاح للجمهور الحصول على الأخبار من مصادر متنوعة، مما ساعدهم على التوازن والمقارنة والاختيار، وبالتالي تغيير عاداتهم. أصبح المتلقي شريكا في صناعة الأخبار، مما أدى إلى تراجع المقروئية للصحافة الورقية بشكل عام، وللجرائد اليومية بشكل خاص.

إن تطور عملية التغطية الإخبارية وتعدد أساليبها أدى إلى بروز مفهوم صناعة الأخبار والذي يشير إلى حجم التغطية الإخبارية الكبير، وإلى تصنيع الأحداث وتوزيعها عبر الوسائل الإخبارية المقروءة والمسموعة والمرئية. حيث تخضع الأخبار التي يرسلها المراسلون لعملية تكرير تخرج منها كمود خبرية مصنعة تحمل بصمات هذه الصحيفة أو تلك الوسيلة الإعلامية. (العوض، 2016، صفحة 103)

تستخدم هذه المداخل في مجالات الصحافة المقروءة والإلكترونية، وكذلك في الإذاعة بكلا نوعيها المرئي والمسموع، بالإضافة إلى صحافة المواطن الحديثة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي في الوقت الراهن. ومع ذلك، فإن اللوائح والأنظمة الحكومية التي تخضع لها الإذاعة في مختلف أنحاء العالم تعقد من إمكانية استخدامها بشكل كامل في التغطية الإخبارية الإذاعية. (حسن، 1991، صفحة 64)

إن الاستخدام المتزايد لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية، من قبل الدول لتحقيق أهداف سياستها الخارجية وتحسين صورتها وسمعتها يظهر وجوده عادة على مستويين، وزارة الخارجية، والسفارات المنتشرة عالمياً. من خلال التنسيق بين هذين المستويين، يمكن للدول صياغة رسائل السياسة الخارجية وعلاقاتها الوطنية، مما يسهم في تسهيل قبول سياستها الخارجية والصورة التي تسعى إلى ترويجها. (الدليمي ع، 2020)

أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى ثورة في الإعلام، حيث نقلته إلى آفاق جديدة ومنح مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والتواصل عبر الحدود دون قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي. فقد أوجدت وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها، مما أحدث تطوراً يغير من جوهر النظريات الاتصالية

المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أو سع وأكثر شمولية، مع قدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتوقعها خبراء الاتصال.

استخدمت الشخصيات البارزة هذه الوسائل الحديثة وخصصت وقتاً محدداً من أنشطتها الأخرى لصالحها، إيماناً منها بأنها تمثل البوابة الحقيقية والجديدة للتواصل مع المواطنين والاستماع إليهم. ومن ثم، من المتوقع أن يتغير المشهد الإعلامي بشكل ملحوظ في العالم العربي في المستقبل القريب. تثير العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام العديد من الإشكاليات، التي لا يمكن اختزالها في الأبعاد التقنية الجديدة المتعلقة بالبحث والتلقي، بل تجعلها عاملاً محدداً للتحولات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة. لذلك، سيعتمد بحثنا على المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الأشكال الإمبريقية، حيث تعني أن المعرفة تستند إلى التجربة المباشرة أو الملاحظة التي تعتمد على ما تدركه الحواس فقط، وأن أي قول لا يمكن فحصه عن طريق الحواس لا قيمة له في سياق مواقع التواصل الاجتماعي. (عماد ع.، 2006، صفحة 47)

سنعتمد على نماذج الاتصال لفهم الظاهرة، كحقل تتفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية معقدة، ومن منظور مقارنة خصوصيتها كممارسة إعلامية، التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تعمل ضمن بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. تستعرض الدراسة مجموعة من التعريفات وتحليل الرؤى النظرية المتداولة بين المتخصصين في هذا المجال. (إسماعيل، 2018، صفحة 47)

أ. **الفيسبوك**: يعتبر هذا الموقع، على الرغم من حداثة من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، ويعمل كشركة خاصة تتيح للمستخدمين الانضمام إلى شبكات بناء على المدينة أو العمل أو المدرسة للتواصل والتفاعل. ويعود اسمه إلى دليل الصور الذي يستخدم في الجامعات الأمريكية لتعريف الطلبة وأعضاء هيئة التدريس. (العماري، 15-19 فيفري 2015، صفحة 147) يتيح هذا الموقع للأفراد إمكانية التحول إلى شخصيات عامة من خلال مشاركة معلوماتهم واهتماماتهم وصورهم ومقاطع الفيديو. وبالتالي، يعتبر أداة فعالة لتعزيز الانفتاح والتواصل بين الأفراد على مستوى عالمي. (صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، 2008، صفحة 15)

ب. **تويتر**: تحولت منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر من مجرد وسائل للتعبير الشخصي إلى أدوات لنشر الأخبار وتحفيز العمل الاجتماعي، وقد برزت أهميتها خلال الأزمات والصراعات، كما تجلّى

ذلك في تغطية هجمات مومباي عام 2008، مما جعلها في صميم الأحداث ومصدرا عالميا للمعلومات. (مختار، 2008، صفحة 57)

تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل سلوك الأفراد من خلال تبادل الآراء وتعزيز المعايير الاجتماعية والتحذير من السلوكيات السلبية. كما تدعم قيم المواطنة والوحدة الوطنية عبر الحوار وتبادل الأفكار بين مختلف فئات المجتمع عند استخدامها بشكل علمي. (العماري، 15-19 فيفري 2015، صفحة 147)

ج. **غرف الدردشة، (Chatting rooms):** تعتبر وسيلة للحوار الإلكتروني الفوري تتيح للأشخاص الذين يشتركون في اهتمامات معينة بناء صداقات وتشكيل مجموعات صغيرة تقوم بأنشطة مشتركة، حيث يتم التواصل غالبا من خلال التراسل النصي حول مواضيع متنوعة.

د. **القوائم البريدية، (Mailing lists):** تتيح القوائم البريدية إمكانية إرسال رسائل إلى مجموعة من الأعضاء الذين يشتركون في اهتمامات معينة ضمن مجالات محددة، مما يجعلها مشابة لمجموعات الأخبار والنقاش. تجمع هذه القوائم أفرادا يتناولون قضايا متنوعة، ويمكنهم متابعة الرسائل والتعليقات المتبادلة، كما توفر نظاما لتكوين مجموعات تهدف إلى تبادل الرسائل حول موضوع معين.

هـ. **المنتديات، (Forums):** تعتبر المنتديات من أبرز خدمات الإنترنت الحديثة، حيث توفر منصة لتبادل الآراء والأفكار والملفات وتقديم الاستشارات. وتنقسم إلى منتديات فرعية متخصصة في مجالات متنوعة، مما يتيح عرض موضوعات محددة وتلبية اهتمامات مختلفة للمستخدمين.

و. **مواقع الفيديو:** تعتبر هذه المواقع منصات تتيح بث محتوى الفيديو المسموع أو المرئي، وهي تمثل إحدى التطبيقات العملية البارزة في تحول استخدام شبكة الويب من مجرد مستودع للمعلومات إلى أداة للتشبيك والتواصل الاجتماعي. يتم ذلك من خلال نشر ما ينتجه الجمهور من مضامين متنوعة، وتبادل التعليقات والتواصل حولها، بالإضافة إلى المشاركة في تداولها.

ز. **مجموعات الأخبار، (News Groups):** إنها إحدى صور النقاش عبر الإنترنت، حيث يجتمع مجموعة من الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة لمناقشة مواضيع متنوعة، بدءا من البرامج إلى القصص الكوميدية والسياسية. يمكن لأي شخص الاطلاع على رسائل مجموعات الأخبار من خلال عرض المجموعة التي تنشر فيها هذه الرسائل، وغالبا ما تكون هذه المجموعات ذات نطاق دولي.

أما بالنسبة للشبكات الاجتماعية، عندما يرتبط مجموعة من الأفراد بتنظيم ما عبر شبكة الكمبيوتر، يمكن اعتبار هؤلاء الأفراد شبكة اجتماعية، تحكمها علاقات اجتماعية وعلاقات عمل مشتركة قائمة على تبادل المعلومات بشكل منتظم.

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية لتعزيز التفاعل بين زملاء الدراسة، حيث أطلق أول موقع لطلاب المدارس الأمريكية عام 1995 وهو "classmate.com"، الذي قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وكل ولاية إلى مناطق، وكل منطقة إلى عدة مدارس، مما أتاح للأفراد البحث عن المدرسة التي ينتمون إليها والتواصل مع زملائهم والتعرف على أصدقاء جدد عبر هذه الشبكة.

تطور الاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من مرحلة الروضة حتى الجامعة، وكان الاشتراك مجانياً، حيث يمكن لأي شخص نشر ملفه الشخصي والبحث عن زملاء آخرين، مما يتيح له التواصل مع من فقد الاتصال بهم، والانضمام إلى المجتمعات المحلية والدراسة في المنتديات. تلا ذلك ظهور موقع تواصل آخر ناجح هو "sixdegrees.com"، الذي استلهم اسمه من تجربة عالم النفس الأمريكي ستانلي ميلغرام في جامعة هارفارد عام 1997، حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأفراد بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، مما شكل بداية الانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بلا حدود.

وقد أتاح هذا الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات، أبرزها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. (العماري، 15-19 فيفري 2015، الصفحات 148-203)

ويعتبرها البعض، بالنسبة إلى قادة البيانات، أصغر وحدة فيها، إذا استثنينا البت والبايت. فهي إذن مجموعة غير محددة من البايتات. وهي بيانات تمثل وحدة واحدة من القيد أو التسجيل. فقد يمثل الحقل الواحد الاسم الكامل للشخص (صحفي، موظف، مؤلف... الخ) أو عنوان شخص أو عنوان مقالة أو كتاب، وهكذا. (نصر و عبد الرحمن، 2009، صفحة 118)

تعتبر وكالات الأنباء العالمية من المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها الصحف في جمع الأخبار والمعلومات، حيث تقدم هذه الوكالات خدماتها بأكثر من ثلاث وأربعين لغة وتغطي ما يقارب مائة دولة حول العالم. ووفقاً لآخر الإحصاءات الصادرة في أبريل 2002، بلغ عدد المستمعين لهذه الوكالات نحو 150 مليون مستمع أسبوعياً. كما ساهمت التطورات التكنولوجية في مجال البث الفضائي في إتاحة عدد كبير من

الإذاعات ومحطات التلفزيون التي تتيح للصحف متابعة الأخبار على مدار الساعة. ولا توجد دولة تقريبا تخلو من قنوات إذاعية وتلفزيونية فضائية يمكن استقبالها بشكل دائم. على المستوى الإقليمي العربي، ظهرت شبكات تلفزيونية عربية اكتسب بعضها مصداقية دولية، وتتمتع بإمكانات بشرية وتقنية ومالية تؤهلها لبث الأخبار التي تعتمد عليها الصحف ووسائل الإعلام العربية. (نصر و عبد الرحمن، 2009، الصفحات 119-120)

قاعدة البيانات التي تصمم أو تستأجر أو تشتري أو يستعان بها من جهات تعاونية مختلفة، هي عبارة عن مجموعة منظمة من بيانات ومعلومات مرتبطة مع بعضها بنسق معين، بغرض تأمين حاجات محددة من متطلبات المستفيدين. وتشارك قاعدة البيانات عادة مع وحدات وأجزاء لها تسمياتها وارتباطاتها المختلفة التي تبدأ من مصطلح البت والبايت وتنتهي بالقيود أو التسجيلات والملفات. (قنديلجي، مصادر المعلومات الإعلامية، 2015، صفحة 223).

7. التغيرات التي طرأت على عناصر العملية الاتصالية:

شهد العالم منذ منتصف القرن العشرين ثورة تكنولوجية كبيرة أدت إلى تحولات عميقة في جميع المجالات، وخاصة في قطاع الإعلام. فقد أعادت التقنية الرقمية تشكيل بنية الصحافة والإذاعة والتلفزيون على المستويين المهني والتقني. نتج عن هذا التحول ظهور ما يعرف بالبيئة الإعلامية الجديدة، وهي نظام يعتمد على الحواسيب والأجهزة المحمولة والشبكات الاجتماعية والتطبيقات الرقمية، مما غير بشكل جذري آليات إنتاج المحتوى واستهلاكه.

ومع الانتقال نحو مجتمع المعلومات والاقتصاد المعرفي، أصبح تحديث الإعلام مرتبطا بكسر النموذج التقليدي القائم على الوصاية، واعتماد نهج تشاركي يعتبر فيه الجمهور فاعلا وشريكا وليس مجرد متلق. فقد فرضت تكنولوجيا الاتصال الحديثة منطق التفاعلية وتعدد الاتجاهات، حيث تحولت القنوات الرقمية إلى فضاءات حوارية تبادلية يشارك فيها الأفراد بشكل مستمر في إنتاج وتداول المعلومات.

أدت هذه الثورة التقنية إلى ظهور قاموس لغوي جديد يعكس التغيرات في بيئة العمل الإعلامي، وبرزت مفاهيم مثل وسائل الإعلام الجديدة والبيئة الإعلامية المعاصرة، التي تشمل الوسائط المعتمدة على التقنيات الرقمية لإنشاء النصوص والصور والفيديو والصوت وتوزيعها عبر الأنظمة المعلوماتية والإنترنت.

من الناحية النظرية، تعرف البيئة بأنها الإطار المكاني والظروف المحيطة بالإنسان، بما تحتويه من عناصر طبيعية وبشرية وتقنية تؤثر فيه ويتأثر بها. أما البيئة الإعلامية فهي المناخ الاتصالي والاجتماعي الذي يحتضن العملية الإعلامية، ويمكن أن يسهلها أو يعيقها، ويتحدد تأثيرها أساسا بمتغيرين رئيسيين:

- تكنولوجيا الاتصال بما تمثله من أدوات وبنى تقنية،
- البيئة الاجتماعية بما تحمله من أبعاد سياسية واقتصادية وثقافية.

باختصار، أصبحت البيئة الإعلامية الجديدة إطارا مركبا يعيد تشكيل العلاقة بين الصحفي والجمهور والتكنولوجيا، ويفرض على الفاعلين الإعلاميين أنماطا جديدة من العمل والممارسة، في ظل فضاء مفتوح وسياق اتصالي متغير باستمرار.

تعرض البيئة الإعلامية الحالية لتغيرات متسارعة تؤثر فيها وتتحكم بها مستوى التعليم والتطور التاريخي، أسواق الإعلام، التعددية السياسية، دور الدولة، المستوى الاحترافي في أداء وسائل الإعلام.

لقد كان لتكنولوجيا الاتصال تأثير كبير على العملية الإعلامية، حيث ظهرت مفاهيم جديدة تعكس التطورات الاتصالية في المجالات الإعلامية. وقد أوجدت تحولا جديدا رابعا يتمثل في التفاعلية وما بعد التفاعلية من خلال استخدام الأنترنت وأدواتها وتطبيقاتها في مجالات الاتصال والإعلام المختلفة. قد يبدو أن الأنترنت أحدث تطورا على مستوى التقنية فقط، لكن تأثيراته شكلت مرحلة جديدة من التفاعل بين الجمهور والتقنية، مما سمح بتجاوز العمل الإعلامي نحو مرحلة ما بعد التفاعلية التي نعيش ذروتها الآن. (عبيد، 2025، صفحة 9)

8. ديمقراطية الإعلام ونظرية المشاركة:

يتفق معظم المنظرين في مجال الديمقراطية على أن وجود إعلام ديمقراطي حر، يعد شرطا ضروريا لقيام أي مجتمع ديمقراطي. فغياب هذا الإعلام الحر يؤدي إلى إضعاف العملية الديمقراطية وجعلها ناقصة، نظرا لكونه عنصرا محوريا في بنيتها. ووفقا للتطور التاريخي للعملية الديمقراطية من حيث التنظير والممارسة، ظهرت عدة نظريات إعلامية تحدد أدوار الإعلام في المجتمع الديمقراطي وحدود حركته، وقد تمت الإشارة إلى هذه النظريات سابقا. من أبرز هذه النظريات نظرية الحرية التي تعود إلى القرن السابع عشر، حين تمكنت الصحافة

في أوروبا الغربية من التحرر من القيود والرقابة الرسمية، وتعد هذه النظرية اليوم مرجعية أساسية لعمل الصحافة المطبوعة في الديمقراطيات الليبرالية.

أما النظرية الأحدث التي شكلت تحدياً للنظريات التقليدية فهي نظرية المشاركة الديمقراطية، والتي نشأت من خلال الخبرة العملية كاتجاه إيجابي يستدعي تطوير أشكال تنظيمية جديدة لوسائل الإعلام. وقد جاءت هذه النظرية كرد فعل على النزعة التجارية والاحتكارية للإعلام الخاص، وكذلك على المركزية والبيروقراطية التي اتسمت بها مؤسسات الإذاعة العامة المستندة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية. وتسعى نظرية المشاركة الديمقراطية إلى ترسيخ وجودها في المجتمعات الليبرالية المتقدمة، وبخاصة في الدول الاسكندنافية، رغم محدودية حضورها الفعلي في الممارسات المؤسسية الإعلامية. (شاكر، 2015، صفحة 268)

لقد أتاحت وسائل الاتصال الحديثة للأفراد إمكانية الكتابة وإنتاج مضامين إعلامية، حتى وإن لم يكونوا صحفيين محترفين، ونشرها عبر الشبكة العالمية، بل وبثها أيضاً في القنوات التلفزيونية والإذاعية ووكالات الأنباء. ويعود ذلك إلى الانتشار الواسع لتقنيات الاتصال الحديثة بين فئات المجتمع المختلفة، وسهولة استخدامها من قبل الأفراد، مما أدى إلى قيام المواطنين وأفراد الجمهور بإنتاج مواد إعلامية غالباً ما تنافس وتضاهي مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية. وقد نتج عن ذلك ظهور فضاءات وتقنيات حديثة تتيح نشر وبث هذه المضامين دون رقابة أو ضغوط، مثل المواقع التفاعلية، ومواقع الفيديو كـ "YouTube"، والنشر الجماعي التشاركي مثل الموسوعات الإلكترونية الجماعية على غرار "Agoravox" و "Wikipedia"، والمدونات الإلكترونية، ومنتديات النقاش الإلكترونية، ومواقع نشر ملفات الوسائط المتعددة "Podcasting" ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل "Facebook"، الذي بلغ عدد مستخدميه النشطين 42 مليوناً عام 2007 وتجاوز 500 مليون مستخدم نهاية عام 2010، وفقاً لإحصائيات الموقع، بالإضافة إلى مواقع تبادل الملفات.

يقوم المستخدمون بإنتاج محتوى هذه المنصات، فهم بمثابة الصحفيين والمحررين والناشرين، ويشكلون شبكة من المتعاونين الهواة من مختلف أنحاء العالم، وغالباً ما يشاركون في إنتاج هذا المحتوى دون مقابل مادي. وفي كثير من الحالات، يقوم بعض الأفراد بتوثيق أحداث معينة باستخدام تقنيات متنوعة (مثل الكاميرا الرقمية أو الهاتف المحمول) وإرسالها إلى القنوات التلفزيونية لنشرها، كما حدث خلال الحراك في الجزائر. (بعزيز، 2012، صفحة 59)

يتحقق التكامل بين الوسائل التقليدية والرقمية من خلال التعاون بين الأدوات القديمة والجديدة، مما يسهم في توسيع نطاق الوصول إلى الجمهور وزيادة التفاعل، بالإضافة إلى تقديم تجارب تفاعلية وغامرة مثل الواقع المعزز والواقع الافتراضي في برامج كانت سابقا تقتصر على الوسائل التقليدية. يرى الباحث أنه لا يمكن الاستغناء عن وسيلة لصالح أخرى بشكل كامل، حيث يمتلك المتلقي وسائل مفضلة وميولا وتعرضا مختلفا للموقف الاتصالي، ويتوقف ذلك على طبيعة القائم بالاتصال وقدراته، فضلا عن طبيعة الفكرة والرسالة التي تحدد استخدام وسيلة معينة وفقا لخصائص الجمهور. مع التأكيد على أن بعض الوسائل تتميز بكونها أكثر فاعلية من حيث عامل الوقت، وسرعة إيصال الرسالة، وتكاليف الاستخدام.

إن تنوع الوسائل وإمكاناتها قد أوجد نوعا من المنافسة، مما أدى إلى نشوب صراع على التميز في ظل التحديات الكبيرة. يمكن القول إن التحول الرقمي قد أثر بشكل ملحوظ على تنوع وسائل الاتصال، حيث منحها مزايا عديدة تتيح لها جذب الجماهير وفقا لخصائصهم وميولهم، وتوفر لهم فرص الاختيار والتفاعل والمشاركة، بالإضافة إلى تسهيل الوصول إلى المعلومات. (عدوان، 2025، صفحة 26)

المبحث الثالث: المؤسسات الصحفية في عصر تكنولوجيا المعلومات (TIC/NTIC)

شهدت المؤسسات الصحفية، في العقود الأخيرة، تحولات هيكلية ومفاهيمية عميقة نتيجة للتقدم السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC/NTIC) لم تؤثر هذه التكنولوجيا على أدوات العمل الصحفي فحسب، بل أعادت تشكيل بنية المؤسسة نفسها، وعلاقاتها بالجمهور، ومنطق الإنتاج الإعلامي.

لم تعد المؤسسة الصحفية مجرد فضاء مادي يضم طاقما تحريريا وموارد طباعية أو بثية، بل تحولت إلى منظومة رقمية مفتوحة، مرنة، ومتفاعلة مع بيئة إعلامية تتسم بالحركية والتغير المستمر. كما فرضت هذه التكنولوجيا الجديدة تحديات جديدة، مثل التحديث اللحظي، التفاعل الفوري، تعدد المنصات، وتحول جمهور المؤسسة من متلقٍ سلبي إلى شريك في المعلومات والآراء والمحتوى.

1. المؤسسات الإعلامية:

1.1 ماهية المؤسسات الإعلامية:

تعرف المؤسسة بأنها وحدة تقدم خدمة معينة وتسمى مؤسسة خدمية، أو تنتج سلعة وتسمى مؤسسة تجارية، وتعتمد على أساليب إدارية لتحقيق أهدافها بالكفاءة والفاعلية اللازمتين. استخدم "أوغست كونت" مصطلح المؤسسة في سياقات متعددة مثل المؤسسة العائلية، الاقتصادية، الثقافية، والتربوية، بينما اعتبر "سبنسر" المؤسسة جهازاً يؤدي وظائف أساسية للمجتمع.

من الناحية القانونية، تعرف المؤسسة بأنها مجموعة من القواعد القانونية التي تتناول الموضوع والوظائف وتشكل كيانه منسقا ومنظما، وهي مجموعة من الأشكال والبنى الأساسية التي استقرت اجتماعيا وقانونيا في مجتمع معين. لا تنشأ المؤسسات بمعزل عن محيطها، بل تتأثر بالبيئة التي تعمل فيها والتي تزودها بالموارد وتفرض عليها قيودا متعددة في الوقت ذاته.

تتكون المؤسسة من عدة عناصر، منها الأفراد، المجموعات، التكنولوجيات، والهيكل التنظيمي الذي تمارس فيه عمليات إدارية مثل التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة، الاتصال، اتخاذ القرار، والقيادة. وتشمل العمليات التنظيمية تفاعل الأجزاء وتداخلها لتحقيق الأهداف ضمن بيئة أو سع تتسم بتنوع العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومن الطبيعي أن تتأثر التنظيمات بهذه البيئات وتؤثر فيها بدرجة كبيرة. تحيط بالمؤسسة عدة عوامل تؤثر فيها وتتأثر بها، وتسمى هذه العوامل بيئة المؤسسة، وتنقسم إلى بيئة داخلية وبيئة خارجية. (شاكر، 2015، صفحة 20)

2.1 نشأة المؤسسات الإعلامية:

يمكن أن تنشأ المؤسسات الإعلامية داخل دولة معينة لكنها تتوسع لتعمل عالميا، وتتميز بقدرتها على الانتشار وإدارة فروع متعددة داخل منظومة تنظيمية واحدة. قد تضم هذه المؤسسات صحفا، قنوات تلفزيونية، مرافق إنتاج سينمائي، ومؤسسات تسليية، مما يجعلها مقدمة لخدمات إعلامية متنوعة تتجاوز مجرد البث والنشر إلى الإنتاج والتوزيع والطباعة. كما قد تصنف مؤسسات ثقافية، مثل دور الثقافة والمراكز الثقافية والمتاحف، كمؤسسات إعلامية إذا كان نشاطها موجها للنشر وتقديم خدمات معرفية للجمهور، باعتبار أن

معيّار التصنيف الأساسي هو إتاحة المحتوى للجمهور الواسع وليس لطيف محدود من المشتركين أو الحاضرين مباشرة. (شاكر، 2015، صفحة 22)

2. الإعلام وأبعاده كعملية اجتماعية:

أصبحت وسائل الإعلام تشكل عنصراً محورياً في حياة المجتمعات المتقدمة، حيث تعد من الأدوات الأساسية لفهم البيئة الاجتماعية التي تعمل ضمنها هذه الوسائل والجمهور المتلقي لها. في المقابل، يواجه الأفراد في غالبية المجتمعات النامية أو الأقل تطوراً صعوبات في تلبية احتياجاتهم الأساسية، إذ ينشغل الفرد العادي بتأمين متطلبات الحياة اليومية كالغذاء لأسرته، الأمر الذي يحد من تفاعله مع وسائل الإعلام.

تعمل وسائل الإعلام بفعالية في المجتمعات الجماهيرية التي تمنحها اهتماماً وتعامل معها بانتظام، في حين يصعب أن تلعب دوراً مؤثراً في مجتمعات لا تعتمد عليها. إذ يسعى الجمهور بداية لتحقيق حاجاته الأساسية من مأكّل ومشرب وملبس، ثم ينتقل للاهتمام بالحاجات الثانوية مثل متابعة الأخبار المحلية والعالمية. وقد أصبحت وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً للمعلومات وذات تأثير ملموس في توجيه سلوك العديد من أفراد الجمهور، كما اتسع نطاق انتشارها ليشمل معظم أفراد المجتمع باستثناء عدد قليل.

مع تطور المجتمعات وتقدمها، تزداد بنيتها تعقيداً وتتكامل فيها وسائل الإعلام حتى تصبح جزءاً لا يتجزأ من هيكلها، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الكبرى، حيث تزداد أهمية المعلومات والتحليلات الإعلامية وتكتسب قيمة مرتفعة، وتنتقل بين الأفراد بسرعة فائقة، حتى باتت وسائل الإعلام قادرة على نقل الحدث لحظة وقوعه.

تكمن قوة وسائل الإعلام في قدرتها على التحكم بمصادر المعلومات، مما يدفع الأفراد للاعتماد عليها في تحقيق أهدافهم الشخصية. وكلما زاد تعقيد المجتمع، اتسع نطاق الأهداف الفردية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام. وقد أظهرت بعض الدراسات زيادة في عدد الساعات التي يقضيها الجمهور أمام وسائل الاتصال الجماهيري، ما يعد عاملاً مؤثراً في تعزيز معرفة الجمهور بوسائل الإعلام، ويعكس نسبة من النشاط الاتصالي للفرد، مما يؤدي إلى زيادة تأثير هذه الوسائل على الجمهور. وأصبح الإنسان أكثر اهتماماً بالأحداث الجارية حوله نتيجة الترابط العالمي والتأثير المتبادل بين المجتمعات، فعلى

سبيل المثال، يؤثر خبر نية دولة ما تقليل صادرات النفط فوراً في سعر البرميل عالمياً، وينعكس ذلك على الدول المنتجة.

تعد المؤسسات الإعلامية من المكونات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمع المعاصر، إذ أصبحت جزءاً مركزياً من بنيته المؤسسية، فمن خلالها يتعرف الجمهور على السلع الجديدة وأماكن توفرها، كما تؤدي دوراً في المجال التربوي وبناء الأسرة إذا استخدمت بشكل أمثل.

في ظل تزايد الحاجة إلى المعلومات والأخبار، يزداد استهلاك الأخبار عالمياً، ما يعكس رغبة المجتمعات في التنمية، في حين أن التفاعل العالمي قد يعيق أحياناً تطور المجتمع. ولم تقتصر الحاجة على المعلومات فقط، بل أصبحت وسائل الإعلام لدى بعض الأفراد بديلاً عن التفاعل الاجتماعي، حيث يجد بعضهم في الوسيلة الإعلامية رفيقاً، خاصة أولئك الذين يفتقدون التفاعل الاجتماعي المباشر. (شاكراً، 2015، صفحة 47)

يشار إلى هذا المفهوم بما يعرف بالتوحد مع الوسيلة، حيث تصبح الوسيلة بديلاً للتفاعل الاجتماعي، بينما يستخدمها بعض الأفراد كمنفذ للهروب من الضغوط النفسية، وتقلبات الحياة، وتجاوز المشكلات الاجتماعية. إن الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تلبية احتياجات أفراد المجتمع يعد بمثابة خدمة عامة للمجتمع، شريطة أن تضطلع وسائل الإعلام بالوظائف الاجتماعية المنوطة بها على النحو الأمثل.

3. أهداف المؤسسات الإعلامية:

يقصد بأهداف المؤسسة تلك الغايات التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها من خلال جهود أعضائها ومواردها المتاحة. فعلى سبيل المثال، قد تكون لمحنة إذاعية خاضعة لإشراف حكومي في بلدنا، والتي توجهها السلطات الرسمية، مجموعة من الأهداف التي ترتبط عادة بربط الإذاعة بعملية التنمية الشاملة للمجتمع. ويمكن تلخيص هذه الأهداف فيما يلي:

- تحفيز الجمهور لتحريك المجتمع سياسياً نحو تحقيق الوحدة الوطنية، أو تعبئة الرأي العام ضد عدو خارجي، أو تشجيع مجموعة معينة على الانخراط في نشاط تنموي ذاتي.
- توعية الجمهور بالخدمات الاجتماعية المتوفرة، والإعلان عن الأحداث الهامة التي تهم المجتمع.
- تقديم التعليم للجمهور من خلال برامج تعليمية غير رسمية، سواء في مجالات المعرفة النظرية أو المهارات العملية.

- العمل على تغيير السلوك، لا سيما في المناطق السكنية والريفية النائية.
 - توفير الترفيه والتسلية. تعد هذه الأهداف الخمسة من بين الأهداف التي يمكن أن تسعى الإذاعة كمؤسسة إعلامية إلى تحقيقها لصالح المجتمع.
- ويمكن تصنيف هذه الأهداف في الواقع إلى فئتين رئيسيتين: أهداف استراتيجية وأهداف تكتيكية. (شاكر، 2015، صفحة 55)

4. انعكاسات التكنولوجيات الحديثة على بنية المؤسسات الصحفية:

1.4 إعادة هيكلة المؤسسة:

دمج غرف الأخبار التقليدية والرقمية في وحدة واحدة يعرف باسم غرفة الأخبار المتكاملة، "Integrated News room"، كما تم استحداث وظائف جديدة مثل "محرر المنصات، مسؤول التفاعل وصحفي البيانات".

2.4 تغيير دورة الإنتاج الصحفي:

لم تعد تعتمد على جدول زمني ثابت، مثل نشر الصحف صباحاً، بل على التدفق المستمر للمعلومة، ما ألغى الحواجز الزمنية بين "الحديث" و"الخبر". (Küng, 2015, p. 89)

3.4 تطوير أدوات العمل والتحرير:

برامج التحرير السحابية، أنظمة إدارة المحتوى "CMS"، تحليل البيانات في الوقت الحقيقي، وأدوات تتبع الجمهور مثل "Google Analytics". (Flew, 2008, p. 175)

4.4 التحول في العلاقة مع الجمهور:

لم يعد الجمهور مجرد هدف أو فئة، بل أصبح شريكاً فعالاً في عملية الإنتاج. أصبح بإمكانه إنتاج المحتوى، تقييمه، والمشاركة في تشكيل النقاش العام. وقد أدى ذلك إلى اعتماد المؤسسات، على مبدأ المشاركة الجماهيرية في الإنتاج، المعروف أيضاً بنموذج مشاركة الجمهور (Audience Participation Model). (Willis, 2003, p. 16)

نتج عن هذا التحول ظهور نماذج جديدة من التفاعل، مثل:

- التصويت على المواضيع،
- صحافة المواطن (مراسلات من الجمهور)،
- إدارة المجتمعات الرقمية، (Community management).

5.5 التحديات الجديدة للمؤسسات في (TIC/NTIC):

- ضغط الزمن وسرعة التحديث،
- تزايد انتشار الأخبار الكاذبة وفوضى المصادر،
- غموض الحدود بين الصحفي والمستخدم،
- ضعف النموذج الاقتصادي الرقمي مقارنة بالنموذج المطبوع،
- الاعتماد المتزايد على خوارزميات المنصات مثل Meta و Google.

5. تكنولوجيا المعلومات:

1.5 تعريف تكنولوجيا المعلومات "Information Technology":

يتكون المعنى اللغوي للتكنولوجيا من جزأين هما:

➤ الجزء الأول: "tech" وتعني الفن أو الصناعة أي استعمال العلم النظري في مجال ما، فهو العلم الذي يدرس أساليب أداء المهنة.

➤ الجزء الثاني: "nology"، وتعني الموضوع أو الفكر أو العلم، بمعنى أن التكنولوجيا تعتبر دراسة علمية للفنون الاتصالية. ومن هنا أصبحت ثورة المعلومات ترتبط بثورة التكنولوجيا الاتصالية، فزيادة المعلومات تؤدي إلى المزيد من التطور التكنولوجي الذي يدفع بالمزيد من المعلوماتية، ومن ثم تزداد قدرات الفرد في التفاعل مع الآخرين والتأثير عليهم والتي هي في حد ذاتها دلالة على تقدم الأفراد والمجتمعات. (المزاهرة، 2014، صفحة 40)

تعرف تكنولوجيا المعلومات في الأدبيات العلمية، بأنها السعي المنهجي نحو تطوير الوسائل المثلى لتسهيل الوصول إلى المعلومات وتبادلها، مع ضمان إتاحتها بسرعة وكفاءة لطالبيها. ويتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات تطبيق التقنيات الحديثة في معالجة المعلومات، بدءاً من إنتاجها واقتنائها، مروراً بمعالجتها

واسترجاعها، وانتهاء بعرضها وتوزيعها بوسائل آلية متقدمة، الأمر الذي يتطلب توافر أجهزة ومعدات ذات كفاءة عالية.

ويستخدم مصطلح تكنولوجيا المعلومات أحيانا للدلالة على الحاسب الآلي أو العمليات المرتبطة به، كما هو الحال في الاستخدام الآلي للمعلومات في الإدارة. أما تكنولوجيا الاتصالات فتشمل، على سبيل المثال، أجهزة الفاكس أو تقنيات عقد المؤتمرات عبر الفيديو "Vidéo Conférences".

وقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات إسهاما كبيرا في نشأة علم المعلومات "Information Science"، الذي يركز على التعامل المتقدم مع مصادر المعلومات العلمية والبحثية، وتوثيقها، واختيار الأنسب منها للتخزين والمعالجة الإلكترونية، مما يتيح استرجاعا دقيقا وفعالا للمعلومات. (المزاهرة، 2014، صفحة 41)

2.5 الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال:

من منظور اتصالي يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال هي مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله، من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الواسطي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة، أو مسموعة مرئية، أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور. (المزاهرة، 2014، الصفحات 42-45)

3.5 خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ. التفاعلية، (Interactivité): أدى ذلك إلى تواصل الصحفي المستمر مع الجمهور، مما دفع المؤسسة إلى إنشاء منصات متنوعة للتفاعل، مثل التعليقات، والاستطلاعات، والبلث المباشر. (Pavlik J. V., 2001, p. 92) وهذا يسبب نوع من الفعالية بين الأشخاص والمؤسسات ومجموعات أخرى وتكون:

➤ الوقت: يعني أنه يمكن استقبال الرسائل في أي وقت كحالة "البريد الإلكتروني E-MAIL".

➤ **اللامركزية:** هي الخاصية التي تسمح باستقلالية التكنولوجيات الجديدة "NTIC"، "Nouvelles Technologies de L'information et de la Communication"، مثل حالة الأنترنت تملك استمرارية عن العمل في كل الحالات يستحيل على أي جهة ما أن توقف الأنترنت، لأنها شبكة اتصال بين الأشخاص والمؤسسات.

➤ **الاتصال عن طريق الأنترنت:** يمكن ربط الأجهزة، حتى لو كانت مختلفة الصنع بين الدول أو المدن الصناعية.

ب. **الحركية:** يعني أن المستعمل يمكن له أن يستفيد من الخدمات أثناء تنقلاته، مثل الحاسوب المحمول والهاتف النقال وهي:

➤ **عملية تحويلية:** يمكن لها أن ترسل معلومات من وسط إلى آخر، مثال إرسال رسالة مسموعة إلى رسالة مكتوبة أو منطوقة مثل القراءة الإلكترونية.

➤ **عملية الكشف عن الهوية:** يعني يمكن أن نبعث رسالة إلى شخص، مثل أن ترسل إلى أشخاص آخرين، دون المرور بالمؤسسة، ويمكن التحكم فيها مثل حالة الإرسال من المنتج إلى المستهلك.

➤ **التوزيع:** تعني أن الشبكة يمكن أن تتسع مثل أن تشمل عدد أكبر من الأشخاص.

ج. **العولمة:** هي البيئة التي تفعل هذه التكنولوجيات لأنها تستعمل فضاء أكبر في أي ناحية من العالم، وتسمح بتدفق رأس مال المعلومة في عاصمة المعلومات، لا مركزيتها سمحت بازدهارها في البيئة العالمية خاصة في التبادل التجاري الذي يسمح بأن يتجاوز مشكل الزمن والمكان. (الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة، 2016، صفحة 145)

د. **الفورية أو اللحظية، (Istantanéité):** ألغت الفواصل الزمنية بين الحدث وطرقه إلى الجمهور، مما وضع المؤسسة أمام تحدي التحديث الفوري ومواكبة الزمن الإعلامي. (Briggs A. a., 2009, p. 221)

هـ. **تعدد المنصات، (Multiplateforme):** اضطرت المؤسسات إلى إعادة توزيع محتواها بصيغ متنوعة، مثل النصوص والفيديوهات والبودكاست والرسوم البيانية، على منصات متعددة تشمل المواقع والتطبيقات والشبكات الاجتماعية. (Singer J. B., 2011, p. 57)

و. الرقمة، (Digitalisation): أتيح أرشفة المحتوى، مما سهل الوصول إليه وطور التحليل من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي، مما أحدث تغييراً في طريقة إدارة المعلومات داخلياً. (Boczkowski, 2004)

ز. الانتقال من الاتصال الخطي إلى الاتصال الشبكي: حيث تتدفق المعلومات بين عدة أطراف في آن واحد، وليس مقتصرًا فقط على الصحفي والقارئ. (Manuel, 2009, p. 154)

6. التطور التكنولوجي في مجال الإعلام:

لقد شهدت التسعينيات من القرن العشرين المزيد من تحول الصحف والمجلات إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الإلكترونية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج، ابتداءً من توصيل المواد الصحفية إلى مقر الصحيفة بالاستعانة بأجهزة الفاكس والحاسبات الإلكترونية، وكذلك عمليات المعالجة والإنتاج الطباعي، بدءاً من تحرير النصوص والصور على شاشات الحاسبات الإلكترونية، حتى عملية الإخراج الكامل والتجهيز للصفحات على الشاشات، ومنها إلى المجهز الآلي للصفحات أو الطابعة الفيلمية "Image setter"، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسب الإلكتروني إلى السطح الطابع "computer tapletes"، مباشرة وهناك توظيف كبير للتكنولوجيا الرقمية في التقاط الصور الفوتوغرافية، وفي معالجتها فنياً.

كما تطورت أساليب توثيق المعلومات الصحفية، حيث اختفى الأرشيف اليدوي التقليدي، وحتى المصغرات الفيلمية بشكلها التقليدي ليحل محلها الأرشيف الإلكتروني، الذي تجهز محتوياته وتنسق خلال عملية صف الصحيفة، كما يستعان الآن بأقراص الليزر المدججة في تخزين أعداد الصحيفة، كما تم ربط مراكز المعلومات الصحفية بنوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتها، وكذلك تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه، من خلال تحسين أسلوب الإرسال وتسريعه، وذلك لإصدار الطبعات الدولية والإقليمية والمحلية من هذه الصحف. (المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، 2014، صفحة 317)

7. خدمات التكنولوجيا الحديثة للإعلام:

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في توفير خدمات متطورة وجديدة تلبي احتياجات وتطلعات الجمهور نذكرها فيما يلي:

أ. **ظهور وتطوير الحاسب الشخصي "Personal Computer P.C" والتوسع في استخداماته:** إذ يتيح التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات سواء للاستخدام الشخصي، أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها قواعد وبنوك وشبكات المعلومات من خلال الربط بخط تليفوني معها، وهو ما نسميه بخدمة الخط المباشر "Online"، حيث يمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي عند الحاجة إليها فوراً، ما يوفر الوقت والجهد. كما استخدم الحاسب وسيلة ترفيهية، ويمكن ربطه بأجهزة الراديو والتلفزيون.

ب. **النشر الإلكتروني الحديث:** وقد نتج هذا التطور عن التداخل بين وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تقنيات الحاسب الإلكتروني، الأمر الذي أسفر عن إمكانية عرض النصوص على شاشات التلفاز أو أجهزة العرض المرتبطة بالحاسب، بحيث يتمكن المستفيد من استقبالها في منزله أو مكتبه. ويتيح ذلك لمستخدمي النصوص الإلكترونية الوصول إلى المعلومات بالكمية والنوعية التي يحدونها، وفي الأوقات التي تلائم احتياجاتهم. كما شهدت نظم الاتصال المباشر بقواعد البيانات تطوراً ملحوظاً، حتى أصبحت صناعة تدر ملايين الدولارات سنوياً، وتنتشر هذه الصناعة في مناطق متعددة من العالم، حيث يوجد حالياً أكثر من 2800 قاعدة بيانات عامة على مستوى العالم، بالإضافة إلى عدد غير محدود من قواعد البيانات الخاصة. (المزاهرة، 2014، صفحة 68)

ج. **ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التلفزيونية:** تعد خدمات التلفزيون التفاعلي "Interactive Television" عبر الكابل مثلاً بارزاً على التطورات التقنية الحديثة، حيث تتيح هذه الخدمات الاتصال في اتجاهين، وتوفر مجموعة واسعة من الخدمات مثل إجراء المعاملات المصرفية، وشراء السلع، والحصول على الخدمات، لا سيما في مجالي الأمن والرعاية الصحية.

كما ساهمت خدمات البث الإذاعي المباشر عبر الأقمار الصناعية في توفير كم هائل من المعلومات والترفيه للمشاهدين في منازلهم، وأدت إلى تطورات ملحوظة في جودة الصورة التلفزيونية من خلال تقنية التلفزيون عالي الدقة "High Resolution TV"، حيث ارتفع عدد الخطوط الأفقية للصورة من 525 خطاً في النظام

الأمريكي و625 خطأ في النظام الأوروبي إلى 1125 خطأ في النظام الياباني الحديث. كما سمحت هذه التكنولوجيا بزيادة نسبة الطول إلى العرض في شاشة التلفزيون من 3:4 في النظام التقليدي إلى 3:5، فضلا عن إمكانية تكبير حجم الشاشة إلى ما يقارب خمسة أضعاف الحجم التقليدي مع الحفاظ على جودة الصورة.

د. **ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة:** تشمل التقنيات الحديثة مثل الفيديو تـكس "V T"، والتلـكسـت "T.T"، والبريد الإلكتروني، والأقراص المدججة الصغيرة "CD" القادرة على تخزين محتويات مكتبة ضخمة على مساحة مكتب صغير، بالإضافة إلى المصغرات الفيلمية، وتطور وصلات الميكروويف، ونظام الليزر الذي ينبض بمعدل 22 مليار نبضة في الثانية عبر الألياف الضوئية، مما يتيح نقل عشر قوائم كاملة من الموسوعة البريطانية كلمة بكلمة خلال ثانية واحدة عبر خيط زجاجي رفيع. وتتقدم إشارات نقل الألياف الضوئية بوتيرة سريعة، ومن المتوقع أن تصبح عملية تصنيع هذه الألياف أقل تكلفة مستقبلا مقارنة بخطوط النحاس التقليدية. ويستطيع الخيط الضوئي الواحد نقل حوالي 672 محادثة تلفزيونية، بينما يحتوي الكابل الواحد على اثني عشر خيطا من هذه الألياف. (المزاهرة، 2014، صفحة 69)

هـ. **ظهور اختراعات واكتشافات جديدة:** شهدت تسعينيات القرن العشرين بروز مرحلة جديدة في تطور التكنولوجيا الاتصالية، تميزت بتعدد الوسائط المستخدمة في نقل الرسائل إلى الجمهور المستهدف. وقد عرفت هذه المرحلة بمسميات عدة، منها تكنولوجيا الاتصال المتعدد الوسائط، أو التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية، أو التكنولوجيا المهجنة. وتعتمد هذه المرحلة في نموها وتطورها على مرتكزات أساسية، أبرزها الحاسبات الإلكترونية من الجيل الخامس المزودة بأنظمة الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى الألياف الضوئية، وأشعة الليزر، والأقمار الاصطناعية. ويمكن تحديد أهم الخصائص التي تميز هذه المرحلة الاتصالية في عدة جوانب، من بينها استقرار بعض الأنظمة المستحدثة خلال ثمانينيات القرن الماضي، مثل أنظمة النشر المكتبي. "Desktop Publishing" وأنظمة البريد الإلكتروني "Electronic Mail"، وأنظمة النصوص المتلفزة "Telivised Texts" وأنظمة اللقاءات عن بعد "Telecommunication".

تتسم الثورة المعاصرة في مجال الاتصالات بتطورات نوعية في قدرات الحواسيب، والبرمجيات، والأقمار الصناعية، وكابلات الألياف الضوئية، فضلا عن التحويلات الإلكترونية عالية السرعة. وقد أصبح الأنترنت يشكل العنصر المحوري في هذه الثورة، خاصة بعد أن أتيح استخدامه على نطاق أو سع منذ أو آخر

تسعينيات القرن العشرين. ويجدر بالذكر أن هذه الشبكة ظهرت لأول مرة عام 1969 تحت اسم "الأربانت"، وكانت تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية. وفي عام 1989، ظهرت الشبكة الحالية المعروفة بالإنترنت، وكان روادها في البداية من العلماء والخبراء في الجامعات، حيث استخدموها لتبادل البريد الإلكتروني عبر شبكات الحواسيب، ثم أصبحت متاحة لعامة المستخدمين. ويواصل العلماء حاليا التفكير في تطوير شبكة معلوماتية جديدة تحمل اسما مختلفا "داتاجريد"، "DataGrid".

إن رؤية بعضهم البعض أثناء الحوار وتبادل الرسائل دون التأثير بالحدود الجغرافية. ويضاف إلى ذلك الاتصال عبر الأقمار الصناعية، الذي يمثل وسيلة اتصال غير مقيدة بموقع جغرافي محدد ولا يتطلب وجود شبكات أرضية أو برامج إرسال واستقبال، مما يتيح للمستخدم إمكانية التواصل من أي مكان على سطح الأرض. (المزاهرة، 2014، صفحة 71)

كما تصاعدت المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى في تطوير أجهزة الاتصال من حيث الإرسال والاستقبال، وشملت هذه المنافسة أجهزة الراديو، وأجهزة الاستقبال التلفزيوني، وأجهزة الفيديو، وكاميرات التصوير، وتقنيات النقل التلفزيوني، وآلات الطباعة الإلكترونية، والمستقبلات الهوائية، وكابلات البث التلفزيوني، وأجهزة التقاط المعلومات والإرسال. (النبي، 1990، صفحة 71)

8. استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال الإعلامي:

أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحولا جذريا في البنية الاتصالية للمؤسسات الإعلامية، من خلال إدخال أدوات وأساليب جديدة لجمع المعلومات وتحريرها ونشرها. وقد أثرت هذه التغيرات على أربعة مستويات رئيسية، البنية التحتية، نمط الإنتاج، العلاقة مع الجمهور، والوظيفة التحريرية.

لفهم ما بلغته الاتصالات من سهولة ويسر وسرعة في عصر الاتصال الإلكتروني والفضائيات الحالي، لابد من نظرة مرجعية تتبع من خلالها مراحل التطور التاريخي للاتصال الإنساني:

1.8 مراحل تطور استخدام الإعلام للوسائل التكنولوجية الحديثة:

يكشف العرض السابق عن أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد انعكست تأثيراتها على العديد من المظاهر المجتمعية، بما أفرزته من تقنيات ووسائل واستخدامات مستحدثة، وقد كانت الصحافة بشكلها التقليدي

المطبوع، في مقدمة الوسائل، بعد الإذاعة المرئية، التي تأثرت بالتطور التكنولوجي الاتصالي. يمكن رصد مجمل استخدامات الصحافة للوسائل التكنولوجية الحديثة من خلال استعراض التطورات المرحلية التالية:

➤ شهدت الصحافة منذ حوالي الستينيات بداية تحول نحو استخدام أنظمة الجمع الإلكتروني والأنظمة الرقمية. كما ظهر الاتجاه إلى استخدام الكمبيوتر في جميع الأخبار، فيما عرف بـ «صحافة التدقيق» (Precision Journalism)، كوسيلة لإثراء التغطية والمعالجات الصحفية، على أنه بدأت تقنيات معالجة المعلومات القائمة على استخدام الحاسبات تدخل تدريجياً إلى مجال المعالجة الصحفية للأخبار والموضوعات.

➤ منذ بداية التسعينيات أخذت أجهزة الكمبيوتر تدخل بشكل مكثف إلى صالات الأخبار والتحرير في الصحف الأمريكية والكندية، ولحقت بهما بعض دول أخرى عديدة. حيث بدأ استخدام الحاسبات في الكتابة والتحرير والصف والجمع الإلكتروني. ثم اتجهت بعض الصحف إلى التحول إلى الآلية الكاملة في عملية إنتاج الصحيفة من خلال الاستعانة بالحاسبات الإلكترونية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية.

➤ أطلق علماء الصحافة وخبرائها على صحافة التسعينيات الصحافة الإلكترونية أو الصحافة الرقمية أو الصحافة القائمة على الحاسبات الإلكترونية. إذ دخلت هذه الحاسبات مع تكنولوجيات الاتصالات المتمثلة في التلكس والتلكس والفاكس والأقمار الفضائية في كل مراحل العمل الصحفي، وبفضل هذا التقدم أصبح المراسلون أو المندوبون الصحفيون قادرين على الاتصال بصحفهم.

إن التطور أتاح للصحف والصحفيين إمكانيات كبيرة في هيئة نظام تكنولوجي جديد. وأصبح مفهوم التغطية الصحفية الاستقصائية باستخدام الكمبيوتر (Computer - Assisted Investigation Reporting)، يشتمل على جمع وتحليل وعرض المادة الصحفية باستخدام وسائل وقواعد البيانات الإلكترونية، وتحليل السجلات الإلكترونية العامة، وبناء قواعد معلومات نموذجية موثقة، نذكرها فيما يلي: (حافظ، 2005، صفحة 21)

أ. تعدد خيارات التصفح: يوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على إتاحة التصفح الحر أمام القراء انطلاقاً من استخدامه لنظامي الكتابة الإلكترونية الهيرتكست، والهير ميديا اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع، إضافة إلى قابليتهما للدمج والتحول بما يساعد على ربط النصوص المنشورة بأجزاء متعلقة بها في مواقع أخرى من الشبكة.

ب. **سهولة الدخول:** تعد سهولة التصفح أحد أهم عوامل تفضيل الجمهور الإعلامية، ولذلك فإن اقبال جماهير يزداد على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التصفح لها، حيث أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب، ذلك أن أفراد هذا الجيل يهتمون بالإنترنت لتلقي الأخبار.

ج. **القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات:** تأتي القدرة على ربط العناصر وأشكال مختلفة من المعلومات مع بعضها البعض كأهم الملامح التي تميز الصحافة الإلكترونية، لأنها تتيح للمستخدم أن ينتقل من متابعة معلومة ما في وثيقة ما إلى وثيقة أخرى مختلفة تماماً، وقد تكون محفوظة في حاسب آخر. وتتيح شبكة الويب للصحف الإلكترونية إمكانية الربط بين خبرات ومعارف متنوعة للعديد من الأفراد في مجالات مختلفة من المعلومات، لتكون في النهاية مساحات شاسعة من المعرفة الإنسانية المتشعبة، والمرتبطة ببعضها البعض بشكل مرن ديناميكي، ويتربط على ما سبق أهمية أن تراعي الصحف الإلكترونية أساليب وآليات الربط المستخدمة، والكيفية التي يتم استخدامها للربط بين المحاور والأجزاء والموضوعات، وكذلك وصلات المقدمة والشكل الذي تظهر به، وكذلك التأكد من فاعلية استخدامها.

د. **استخدام الوسائط المتعددة:** تزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة، نظراً لمساهمة هذه الوسائط بشكل رئيسي في تسهيل التعرض لهذه الصحف، ولذلك أصبح استخدام هذه الوسائط المتعددة إحدى أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية، كما أن الاستخدام السليم للإمكانيات المتنوعة التي توفرها شبكة الإنترنت، ومنها استخدام الوسائط المتعددة، يحقق فائدة عظيمة، لأنه يساعد على تقديم محتوى متميز ومؤثر بما يلائم احتياجات (المزاهرة، 2014، الصفحات 342-344)

هـ. **الأرشيف الإلكتروني الفوري:** تأتي خدمة الأرشفة على جانب كبير من الأهمية في مجال النشر الإلكتروني للصحافة الإلكترونية والتي أصبحت تعد مصدراً للبحث عن الموضوعات المختلفة داخل الموقع والتي أتاح للمستخدم تقديم سابقاً شاملاً حول الموضوع الذي يتعامل معه ويستخدمه، فالقدرة على البحث والتجوال بحرية والحصول على النتائج بسرعة ودقة عالية كل هذا يمثل فروقاً مهمة جداً للمستخدم بين خدمة الأرشفة الصحفي بشكله التقليدي وبين خدمة الأرشفة في الصحافة الإلكترونية، حيث باتت

عملية الأرشفة في الصحافة الإلكترونية للحصول على المعلومات واستدعائها سهلة وميسورة، لأنها أتاحت العديد من الطرق التي تمكن المستخدم من الحصول على كافة المعلومات عبر هذه الخدمة، التي تضم أشكالاً مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية، ولقطات الفيديو الحية، والصورة إلى جانب المواد النصية المكتوبة، ما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات.

و. إعادة تعريف مفاهيم العمل الصحفي: فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالصحفيين، وإمكانياتهم، وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية، وبشروط الكتابة لأنترنت وللصحافة الإلكترونية، حيث تتسع مهام المحرر من مجرد صياغة المادة، أو جمع المعلومات، إلى ضرورة إجادة مهارات فنية متعددة، تبدأ من فنون الإخراج الصحفي، وتحديد شكل عرض المادة، إلى امتلاك الأدوات الفنية الرئيسية للمحرر على الأنترنت، من التعامل مع الكاميرات الديجيتال، مروراً بالتعامل مع الكمبيوتر المحمول، إلى إجادة عمليات التحميل، والبتش على الموقع في وقت الطوارئ والأزمات.

ز. توسيع دائرة النشر: ذلك عبر خدمة إرسال لصديق التي تتيحها الصحف الإلكترونية، حيث تتيح للمستخدم إمكانية إرسال أي موضوع يعجب به لصديقه، ومن خلال الضغط على زر إرسال لصديق، وكتابة عنوانه الإلكتروني ليصله الموضوع فوراً، وبالتالي تزداد معدلات النشر والمقروئية للمادة الواحدة من خلال هذه الطريقة. ويؤخذ على هذه الخدمة أنها تجهد المستخدم الذي قد يرسل إليه أصدقاؤه مئات الموضوعات التي أعجبتهم، وبالتالي تؤدي إلى ملء بريده الإلكتروني، ما يجعله ينتقي من تلك الموضوعات أو يحذفها.

ح. قياس سريع لرجع الصدى: منحت تقنيات الصحافة الإلكترونية عملية رجع الصدى (Feed Back)، إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل في وسائل الإعلام، فالصحافة الإلكترونية من أكثر وسائل الإعلام قدرة على قياس رجع الصدى، والتعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة، وهو ما يشير إلى تحول العملية الاتصالية إلى عملية تبادلية تفاعلية بين المرسل والمستقبل، بمعنى أن الاتصال سيتحقق بين طرفي العملية الاتصالية، وسيعلم دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها طلب المزيد من المعلومات، بل سيصل الأمر إلى تحول المرسل العادي إلى منتج للمادة الإعلامية. (المزاهرة، 2014، صفحة

ط. تكنولوجيا التوثيق الصحفي، (تخزين المعلومات واسترجاعها): تطورت تكنولوجيا التوثيق الصحفي نظرا لتطور الأنترنت في المجال الصحفي، بعد أن أتاحت الوصول إلى فيض متدفق ومتجدد من المعلومات والأخبار من مصادر متنوعة ومتعددة، وبلغات متباينة وفي شتى الموضوعات، حيث أمكن توفير كم هائل من البيانات والأرقام والإحصاءات الموجودة على الأنترنت، كذاكرة متنقلة ومركز معلومات (أرشيف) متحرك خاص للصحفي. كما شهدت مراكز المعلومات الصحفية تحولا من مجرد أرشيف ومكتبة تقليدية تتضمن مجموعة المواد التي تحوي المعلومات من نسخ الصحف، والكتب، والمصادر المرجعية الصور والرسوم والقصاصات إلى استخدام المصغرات الفيلمية والميكروفيلم والميكروفيش، والاتجاه في ذلك إلى اتباع نظم الأرشفة الإلكترونية للصحيفة بالاستفادة من الاستخدامات الحديثة للأنترنت في بناء ذاكرة الصحيفة الإلكترونية.

ترتبط أهمية نظم الأرشفة الإلكترونية، بدورها الذي تؤديه لتحقيق التكامل بين التوثيق الصحفي، وعمليات تجهيز المعلومات، والتغطية، والتحرير، حيث أصبح يتاح للصحفيين استخدام شاشة عرض واحدة لحاسب إلكتروني متصل بمركز معلومات الصحيفة، للاطلاع على البيانات والمواد والمعلومات اللازمة للموضوع أو الخبر الذي يحضره، واستدعاء كل ما يحتاج إليه من دون أن ينتقل إلى مقر مركز المعلومات. كذلك يتم إعطاء أولوية من الاهتمام بإعداد وتأهيل الصحفيين كعنصر بشري أساس وفاعل في الصناعة الصحفية، وتهيئة المجال أمامه لتطوير قدراته واكتساب مهارات التعامل مع المستحدثات، واستخدام الأجهزة التي تمكنه من الكتابة بأكثر من لغة، وكذلك الاتصال بقواعد البيانات وشبكات المعلومات للحصول على المعلومات في أي مكان يتواجد فيه، واستقائها من أي مصدر داخل وخارجي وبالتالي فإن الأرشيف الصحفي التقليدي لم يعد له مكانا تاما، كما أن المجال لا يتسع سوى لما يمكن أن يطلق عليه الصحفي التكنولوجي الذي يتمتع بقدرات الجمع بين مهارات التعامل مع الأنترنت، والوسائل التكنولوجية، وأدوات التعامل مع نظم المعلومات المتطورة بكل ما تتيحه من كم هائل من الموسوعات والدوريات والمعاجم والمراجع، الذي يعمق معارف الصحيفة ويطورها بالاستجابة إلى احتياجات العصر. (المزاهرة، 2014، صفحة 349)

2.8 تكنولوجيا إنتاج ومعالجة المعلومات الصحفية:

أصبحت الصحف نتيجة التطورات التكنولوجية مجموعة من خلايا إلكترونية تدار وتوجه بواسطة الحاسبات الإلكترونية، إضافة إلى الاستعانة بأشعة الليزر والألياف البصرية في مجال عمليات معالجة المعلومات الصحفية

وإنتاجها، فقد تطورت استخدامات شبكة الأنترنت صحفية، ويشهد على ذلك ظواهر عديدة يمكن رصد أهمها في كل من اتجاه الصحف منذ حوالي الستينيات في القرن العشرين إلى استخدام أنظمة الجمع الإلكترونية الشمل بذلك بداية تحول إلى استخدامها الأنظمة الرقمية.

كما أتاحَت التكنولوجيا المتقدمة والمتطورة إمكانية إدخال النصوص المصورة من صور فوتوغرافية ورسوم إلى الحاسب الإلكتروني عن طريق المساح الضوئي، بحيث تدخل إلى الماكيت مع المواد المكتوبة إلى الشاشة، وحيث تتم عمليات الإخراج الصحفي فور عمليات الجمع والتصحيح لها على شاشة الحاسب، وبالتالي توزيع المواد على الصفحات، وتوزيع المادة الخاصة بكل صفحة، من حيث المحتوى أو المضمون، والعناوين، والصور، والرسوم، والجداول، والفواصل، وتحديد الحجم والموقع والاتجاه على آلة الجمع الإلكترونية ذاتها، بجانب المادة الإعلامية التي قد تكون مصاحبة لذلك. وبذلك تدمج عمليات المونتاج مع الإخراج الصحفي في ذات الوقت على شاشة الحاسب الإلكتروني. (المزاهرة، 2014، صفحة 351)

3.8 استخدام تقنية التليفون المحمول في نقل الصور الصحفية:

يعد التليفون المحمول من الوسائل المستحدثة مؤخرة لنقل الصورة الصحفية لاسلكية عبر الموجات الكهرومغناطيسية التي تسير في الغلاف الجوي، وإن كان لا يعتمد على الأقمار الصناعية، وهو الأمر الذي يجعل التليفون المحمول يصلح فقط في مهمة إرسال الصور الفوتوغرافية عبر مسافات بعيدة، ولكنها قد لا تتجاوز في معظم الأحيان حدود الدولة الواحدة.

يتيح الهاتف المحمول المزايا نفسها التي يحققها تليفون الأقمار الصناعية في نقل الصور الصحفية، يضاف إلى ذلك أنه يوفر الصور المنقولة في طرف الاستقبال، وهي تعاني درجة أكبر من عدم الوضوح مقارنة بتلفون الأقمار الصناعية، ويتميز في ذات الوقت بأنه رخيص السعر بالنظر إلى هاتف الأقمار الصناعية بملحقاته الذي يصل سعره إلى ما يناهز المائة ألف دولار أمريكي.

9. تغير الأدوار والوظائف داخل المؤسسات الصحفية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحولا جذريا في تعريف الأدوار الوظيفية داخل المؤسسات الصحفية. لم تعد الوظائف ثابتة أو تقليدية كما كانت في الماضي، بل أصبحت أكثر مرونة وتنوعا وترابطا، مما غير بشكل كامل طبيعة العمل الإعلامي. يمكننا ملاحظة أبرز ملامح هذا التحول من خلال المحاور التالية:

أ. بروز الصحفي متعدد المهارات، (Multiskilled Journalist): أجبرت البيئة الرقمية الصحفيين على تجاوز مهارة الكتابة التقليدية، حيث أصبح من الضروري أن يمتلكوا مهارات في التصوير، المونتاج، إدارة المحتوى، وتحسين ظهوره على المنصات الرقمية. أن المؤسسات تطلب من الصحفيين دمج المهارات التقنية مع التحريرية، ليكونوا قادرين على إنتاج محتوى متكامل للنشر الفوري عبر وسائط متعددة. في هذا الإطار، ظهرت أنماط جديدة من الصحافة، مثل:

- الصحفي الرقمي، (Digital Journalist)

- الصحفي الهجين، (Hybrid Journalist)

- الصحفي المحمول، (Mobile Journalist – MoJo)

وتمثل هذه الأنماط تنوعا في المهارات والقدرة على التحرير الفوري والتفاعل. (Küng, 2015, p. 94)

ب. استحداث وظائف إعلامية جديدة: أدى التحول الرقمي إلى ظهور مهن جديدة في غرف الأخبار لم تكن موجودة من قبل، ومن هذه المهن:

- مسؤول التفاعل، (Engagement Editor): يركز على مراقبة تعليقات الجمهور وتحفيز النقاشات.

- مدير المجتمعات الرقمية، (Community Manager): يعمل على بناء علاقات مع جمهور المنصات وتنشيط المحتوى.

- محلل البيانات، (Data Analyst): يقوم بتحليل سلوك الجمهور وتحديد أنماط المتابعة.

- مصمم محتوى بصري، (Visual Storyteller): يتولى إنتاج مواد مرئية تتناسب مع المنصات الرقمية.

(Deuze, Media Work, 2007, p. 149)

ج. تقاطع الوظائف التقنية والتحريرية: لم يعد هناك فصل صارم بين الأقسام التقنية والتحريرية داخل المؤسسات:

- فالصحفي بحاجة إلى فهم خوارزميات الظهور في الفيسبوك واليوتيوب.
- والمحرر ملزم بتحديد صيغ العناوين الأكثر قابلية للانتشار.
- والمصور مطالب بتهيئة الصورة لتكون صالحة للنشر على الهاتف المحمول ومواقع الويب معا. (Pavlik J. V., 2001, p. 107)

هذا التداخل يطرح تحديا في الهيكلة، مما يستدعي من المؤسسات تحديث مهاراتها البشرية بشكل مستمر.

د. إعادة هيكلة النمط الهرمي في العمل داخل المؤسسات: في النموذج التقليدي، كان القرار الصحفي ينتقل من رئيس التحرير إلى المحرر، ثم إلى الفني. أما في البيئة الرقمية، فإن فرق العمل تدار بشكل مرن ومتزامن، كما تعقد الاجتماعات التحريرية باستخدام أدوات رقمية مثل "Slack و Zoom و Trello"، كما يمكن للجمهور أحيانا المشاركة في صياغة المحتوى من خلال تقديم الاقتراحات والتصويت. (Singer J. B., 2011, p. 92)

هـ. الانتقال من مهمة النشر إلى مهمة إدارة النقاش العام: أصبحت المؤسسات الصحفية تدرك أن دورها لم يعد مقتصرًا على نشر المعلومات فحسب، بل يتضمن أيضا:

- تنظيم تدفق المعلومات عبر المنصات،
- إدارة النقاش العام ومراقبة مصداقيته،
- تحليل ردود الفعل وتضمينها في المحتوى التحريري. (Benkler, 2006, p. 217)

تظهر هذه الاتجاهات الحديثة والإجراءات الخاصة في تصميم الصفحة الأولى، نظرا لأهميتها باعتبارها أبرز صفحات الجريدة. فالإخراج الصحفي عملية منظمة وليست عشوائية، إذ يؤدي أدوارا وظيفية محددة. ولتحقيق هذه الأدوار، يعتمد على مجموعة من العناصر التيبوغرافية، ويتم توزيعها على الصفحات بطريقة تخدم الهدف الأساسي، وهو عرض المحتوى بشكل مناسب وجذاب. (الرحامنة، 2016، صفحة 114)

المبحث الرابع: المؤسسات الصحفية من الصحفي إلى صحافة المواطن

أبرزت التحولات الرقمية ظهور صحافة المواطن، التي مكنت الأفراد العاديين من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي دون المرور بالمؤسسات التقليدية. هذا التطور أعاد تشكيل أدوار الصحافة ومكانتها، وفرض على المؤسسات الإعلامية إعادة تقييم بنيتها ووظائفها، بعدما كان النشاط الصحفي محصورا داخل غرف تحرير منظمة.

ومع التحول نحو القراءة على الشاشات والاعتماد على قواعد البيانات وشبكات المعلومات، تحولت الصحافة إلى نشاط يقوم على المعالجة الرقمية للمحتوى. وهكذا استفادت الصحافة من إمكانيات مجتمع المعلومات، حيث أصبحت تكنولوجيا الاتصال، بما تشمله من مهارات ومعارف وأدوات لجمع ومعالجة وتوزيع المعلومات، هي الإطار الحاكم لعملية الإنتاج الإعلامي في العصر الراهن.

يمكن رصد أوجه استفادة صناعة الصحافة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في مختلف مراحل إنتاج الصحيفة، بدءا من جمع المعلومات وإرسالها إلى مقر الصحيفة، مروراً بتوثيق المعلومات الصحفية، ثم مرحلة المعالجة والإنتاج، وأخيرا مرحلة النشر والتبادل. (الدين م.، المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، 2005، صفحة 217)

سننتقل إلى التعرف عن صحافة المواطن فيما يلي:

1. صحافة المواطن، بين الهوية والمشاركة والمسؤولية:

صحافة المواطن هي نشاط إعلامي يمارسه أفراد غير محترفين، حيث يساهمون في جمع الأخبار، توثيق الأحداث، تحليل الوقائع، ونشر المعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية، لاسيما من خلال المنصات الاجتماعية والمدونات.

عملية يقوم بها المواطنون بشكل مستقل عن المؤسسات الصحفية، حيث يجمعون ويعدون وينشرون الأخبار، انطلاقا من شعورهم بالمسؤولية كمشاركين في الحياة العامة. (Willis, 2003, p. 9)

ما يميز صحافة المواطن عن الصحافة التقليدية من خلال التأكيد على أن الأولى تعتمد على مبدأ المبادرة الفردية بدلا من التوظيف الرسمي. كما أنها تهدف إلى نقل ما يلاحظه الشخص كشاهد عيان، وليس كممثل عن مؤسسة. (Allan, 2013, p. 17)

ويعرف المواطن الصحفي بأنه أي فرد يمتلك أدوات النشر الرقمي ويختار استخدامها لنقل معلومات ذات طابع عام. (Rosen J. , A Most Useful Definition of Citizen Journalism, 2008, p. 3)

ما يميز صحافة المواطن عن الصحافة التقليدية ليس فقط الجهة التي تنتج المحتوى، بل أيضا طبيعة العلاقة مع الحدث والزمن والجمهور. في حين أن الصحفي التقليدي يعمل ضمن هيكل تحريري محدد، يتفاعل المواطن الصحفي مع الحدث بشكل مباشر وفوري، دون الحاجة إلى وسائط مؤسسية.

1.1 تاريخ ظهور صحافة المواطن:

على الرغم من أن ممارسة الإعلام من قبل غير المحترفين موجودة منذ قرون، كما يتضح من المنشورات الشعبية والنشرات المحلية، إلا أن مصطلح صحافة المواطن أصبح مرتبطا ارتباطا وثيقا بظهور الأنترنت، خاصة بعد بروز الويب التفاعلي 2.0 في أوائل الألفية .

وقد تجلت أبرز لحظات ظهور هذا المفهوم خلال تغطية كوارث طبيعية وأحداث سياسية، مثل:

- زلزال تسونامي في آسيا عام 2004، حيث لعبت المدونات والهواتف المحمولة دورا إعلاميا موازيا.

- تفجيرات مترو لندن عام 2005، حيث قام المواطنون بنقل صور ومقاطع فيديو لحظية قبل أن تتمكن وسائل الإعلام من ذلك.

- الربيع العربي، حيث تم استخدام فيسبوك وتويتر لتوثيق التظاهرات ونقل الأخبار بشكل فوري. (Allan S. &, 2009, p. 45)

2.1 الأطر النظرية المفسرة لصحافة المواطن:

تندرج ظاهرة صحافة المواطن ضمن عدة أطر نظرية في مجالات الإعلام والاتصال، ومنها:

- أ. نظرية المجال العام، (Public Sphere – Habermas): تعتبر أن صحافة المواطن تساهم في توسيع المجال العام من خلال إشراك فئات لم تكن ممثلة في الإعلام الرسمي. (Habermas, 1989, p. 76)
- ب. نظرية الذكاء الجمعي، (Collective Intelligence – Lévy): تشير إلى أن المعلومات لم تعد تُنتج من مصدر واحد، بل تنشأ من تفاعل عقول متعددة، وهو ما يمثل جوهر صحافة المواطن. (Lévy, 1997, p. 15)
- ج. نظرية الصحافة الشبكية، (Networked Journalism – Beckett): تعيد تفسير العلاقة بين الصحفي والجمهور كعلاقة تبادل، حيث يتكامل العمل الصحفي مع مساهمات الجمهور. (Beckett, 2008, p. 6)

3.1 مقارنة في تعريف صحافة المواطن:

يعد مصطلح صحافة المواطن مفهوما إعلاميا واتصاليا معاصرا، إذ يعتبر حديث النشأة من الناحية التاريخية، ويتميز بعدم الاستقرار المفاهيمي. ينظر إلى صحافة المواطن من قبل بعض الباحثين على أنها إعلام المواطن، بينما يفضل آخرون تسميتها بالإعلام التشاركي أو التفاعلي أو حتى التعاصدي، في حين يراها فريق ثالث ضمن إطار الإعلام البديل أو الصحافة المدنية. بناء عليه، نجد أنفسنا أمام تعددية مصطلحية يصعب ضبط تماثلاتها وتحديد روادها وأدبياتها بدقة.

ورغم هذا التداخل المفاهيمي، يلاحظ وجود إجماع نسبي حول تبني مرجعيات مصطلح صحافة المواطن، الذي يعد الأكثر تداولاً في الأدبيات المتعلقة بهذا الحقل، مع توافق ضمني حول دلالاته بوصفه مفردة جديدة في معجم الإعلام والاتصال، والتي يمكن اختزالها في اعتمادها على شبكة الأنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي، تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية، اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتدادا لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.

ومحاولة للتفاعل مع هذه الخصائص التي تحمل في طياتها خلفية فكرية ونظرية فإننا سنعود إلى أدبيات بعض المواقع الفرنسية التي تعلن عن نفسها بكونها صوت أو فضاء الإعلام المواطن وهي: "AgoraVox.fr"، "placepublique.fr"، "BlogNews.fr"، وأخيرا "MediaCitoyen.fr". وهي كلها مواقع تتخذ لنفسها سياسة تحرير تعتمد على مرجعية صحافة المواطن وفلسفتها.

يمثل موقع "Agoravox" أول مبادرة أوروبية في صحافة المواطن، وذلك على مستوى جماهيري ومجاني واسع. فهو موقع على هيئة قاعدة بيانات متعددة الوسائط، متوفر لكل المواطنين الراغبين في نشر أخبار ومعلومات حصرية والمؤسس على ثلاثة قواعد مرجعية هي:

أ. كل مواطن هو باحث عن المعلومة: كل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات، المدونون ومتصفح الإنترنت والمواطنون والصحفيين والجمعيات الأهلية. إن فلسفة موقع (Agoravox.fr) بسيطة وتقوم على قاعدة ما توفره تكنولوجيات الاتصال الحديثة وشبكة الإنترنت من ديمقراطية، حيث أصبح بإمكان كل مواطن جمع الاتصال الحديثة وشبكة الإنترنت من ديمقراطية، حيث أصبح بإمكان كل مواطن جمع المعلومة والحصول عليها. وأن يتحول بالتالي إلى مراسل قادر على تمييز واقتراح المعلومة ذات القيمة المضافة بهدف نشرها.

ب. التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير: تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية، على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة (from one to many)، ويقوم موقع (AgoraVox) بقلب العادلة والاعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل، (from many to many) وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين، وهي النظرية التي يبشر بها أحد أهم مؤسسي هذا الموقع جويل "دى روسني" صاحب كتاب "ثورة بروليتاريا الإنترنت".

ج. سياسة تحرير مختلفة: يعتمد موقع (AgoraVox)، على سياسة تحرير خاصة به فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث الموضوعية وأن تتميز بأقصى قدر من السبق. واعتبارا لإمكانية خضوع المعلومة والخبر لتضليل المؤسسة، فإن هذا الموقع يعتمد على هيئة تحرير تقوم بدور الغرلة، فيقع إخضاع كل معلومة إلى المراجعة وذلك مخافة أي توظيف إيديولوجي. وبالإضافة إلى قاعدة التدقيق فإن موقع (AgoraVox) يعتمد بشكل مكثف على تعليقات وردود القراء والتي تمثل حسب فلسفة هذا الموقع، مرجعية رئيسية يطلق عليها بآليات الذكاء الجماعي. وهي التهذيب الجماعي للمعلومة لنشرها بصفة مشتركة في الشبكة، هكذا يمكن لصاحب المقال أو الخبر بالاشتراك مع هيئة تحرير الموقع أن يتفاعل مع الزائرين والمعلقين بهدف تطوير المقال.

يرى رئيس مركز إعلام المواطن بأن القراء بإمكانهم أن يكونوا أكثر اطلاعا مني، من أجل إعلام المواطنين، هو عنوان افتتاحية أحد أهم المواقع الناطقة باسم إعلام المواطن في فرنسا "place-publique.fr"، وترجمته الساحة

العمومية، والذي يعود تأسيسه إلى عشرية، فهو يهدف إلى البحث في حيثيات مفهوم إعلام المواطن وتطوير قاعدته، ومن خلال احترام سياسة خبير خاصة فإن هذا الموقع يسعى إلى تفعيل الإنتاج المشترك للخبر وإتاحة الفرصة لمبادرة المواطن ويعطى الكلمة إلى المجتمع المدني، فهو بذلك يطور ولا ينقد ليتحدث عن القطار الذي تأخر عن موعد انطلاقه فيحفز الرغبة في المشاركة وتوفير صورة أقل كارثية عن المجتمع، تلك الصورة التي تسوق لها يوميا وسائل الإعلام الكلاسيكية.

يعتبر موقع www.BlogNews.fr، وهو مدونة إخبارية النسخة الفرنسية للموقع الكوري الجنوبي الشهير "Oh my news"، ويعتمد هذا الأخير على قاعدة المواطن المخبر أو المحقق أو المواطن الصحفي.

ويعود باعث موقع "BlogNews.fr" إلى منجد لاروس، من أجل مقارنة في تعريف صحافة المواطن، فالمواطن هو ذلك الشخص المنتمي إلى الدولة والذي يتعامل معه باعتبار حقوقه وواجباته السياسية. أما المراسل فهو الصحفي الذي يجمع المعلومة والخبر بقصد نشرها في وسيلة إعلام. إن المواطن المراسل هو شخص متطوع لنشر ما يسمعه ويشاهده ويحصل عليه من معلومات وأخبار في شبكة الأنترنت، وذلك من خلال الالتزام الذاتي والمسؤولية الاجتماعية ومراقبة بقية زملائه ومتصفح شبكة الأنترنت، له كل مقال أو خبر ينشر في موقع "BlogNews.fr"، تقع مراجعته من قبل مجموعة من المدققين وبعض المواطنين المراسلين وذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير الصارمة أخذا بعين الاعتبار الميثاق النشر المعتمد من قبل الموقع. ويهدف موقع "BlogNews"، إلى أن يكون حسب مؤسسيه عبارة عن وكالة أنباء للمواطن المراسل.

من خلال عنوانه إعلام المواطن "Mediacitoyen.fr"، يقدم هذا الموقع نفسه باعتباره صحافة بديلة تتيح لأي شخص من أن ينشر على شبكة الأنترنت أخبار قصيرة ومقالات. وصور وفيديو ويمكن أن تكون تلك المقالات في شكل وجهة نظر أو تساؤل حول قضية معينة. أو عرض لوقائع. ومهما كانت صفة الناشر صحفيا أكان أم مدونا أو مديرا لمؤسسة، أو عاطلا عن العمل فيمكنه عرض معلوماته وأخباره بهدف نشرها شريطة احترامه القيمة الصحفية التي يجب أن تتميز بها تلك الأخبار والمقالات.

كما يمكن أن يصبح المواطن صحفيا فموقع إعلام المواطن لا يسعى إلى منافسة بقية وسائل الإعلام التقليدية المتجذرة في شبكة الأنترنت. فمن خلال التقاء مجموعة من المحررين المواطنين يمكن عرض وتسريب بعض

المواقف أو إثارة بعض القضايا أو شرح بعض المسائل التي تتجاهلها الصحافة التقليدية ويؤكد موقع "Mediacitoyen.fr"، وعليه علينا أن نقتنع بأن كل مواطن بإمكانه أن يصبح صحفي حقيقي.

4.1 تعريف الصحفي المواطن:

في الماضي، كان المواطنون الذين يشهدون كارثة غالبا ما يتواصلون مع منظمة إخبارية لنقل ما شاهدوه، أما في الوقت الراهن فإن عددا كبيرا منهم يبادر إلى أداء دور الصحفي من خلال تصوير الحدث وإرسال المادة المصورة مع التفاصيل باستخدام الهواتف المحمولة. وقد تم رصد ذلك خلال تغطية أحداث تونس ومصر وليبيا والعراق، مما أسهم في بروز ما يعرف اليوم بظاهرة المواطن الصحفي.

يستمد الصحفيون كذلك معلوماتهم حول هذه الأحداث من المستجيبين الأوائل مثل عمال الطوارئ، قوات الشرطة، رجال الإطفاء، والمسؤولين عن الإغاثة والإنقاذ. وتتيح بعض الدول للمنظمات الإخبارية إمكانية مراقبة الاتصالات الطارئة بين فرق الإنقاذ والمستجيبين الأوائل، مما يمكن الصحفيين من التوجه بسرعة إلى مواقع الأحداث لمتابعة التطورات بشكل مباشر.

من بين أبرز مصادر الأخبار في العديد من غرف التحرير، يبرز الجدول اليومي للأحداث في المدينة، والذي يتضمن اجتماعات الهيئات الحكومية، افتتاح المؤسسات التجارية، ونشاطات المجتمع المحلي. وعلى الرغم من أن هذه القائمة اليومية، التي يشار إليها غالبا باسم الكتاب اليومي، لا تعتبر بالضرورة أخبارا صالحة للنشر بشكل تلقائي، إلا أنها توفر نقطة انطلاق جيدة للصحفيين الباحثين عن الأخبار. ويشير الصحفيون المتخصصون في تغطية قضايا أو مؤسسات محددة إلى أنهم غالبا ما يستلهمون أفكارهم لتغطية الأخبار من خلال مراجعة جداول الاجتماعات المقبلة. (الدليمي، التحرير الصحفي، 2012، صفحة 33)

وتعتبر تجربة "آي قوقل، 2005 Igoogle"، و"ماي ياهو، My yahoo" إحدى التجارب الرائدة في هذا المجال نظرا للإقبال الواسع على استخدام الموقعين، الأول للبحث بالدرجة الأولى والثاني للبريد الإلكتروني، وهو ما كان له أثر بالغ على شريحة كبيرة من المستخدمين في شتى أنحاء العالم، لكن التجربة لم تكن مقتصورة على الموقعين فقط بل عمت قطاعات أخرى من خدمات الإنترنت ولعل أهمها ما يتعلق بالإعلام والأخبار كمواقع الصحف الإلكترونية وقنوات التلفزيون وغيرها كالبرنامج التلفزيوني "Iroport" على قناة CNN الذي يسمح للمواطن العادي من شتى بقاع العالم بأن يسجل كل ما يدور حوله من أحداث ويجمع العديد من

المواد الإعلامية من صور وفيديوهات، تحول الموقع الإلكتروني المخصص للبرنامج "irport.com"، ومن ثم يعرضه على القناة ليناكش العديد من المشاهدين ورواد موقع البرنامج.

إن المفهوم الذي يربط القراء والمشاهدين في جمع المعلومات وتحرير التقارير الإخبارية ونشرها يسمى بـ: صحافة المواطن، "Citizen Journalism" أو الصحافة التشاركية، "Participatory Journalism" أو المستخدم منتج المحتوى، "User Generated Content".

كما تطلق تسميات أخرى كـ: صحافة المصدر المفتوح، "Open Source journalism" والصحافة الشبكية، "Networked Journalism"، وهذه الحركية التي عرفها العمل الصحفي هو محاولة من المؤسسات الصحفية وغيرها من المواقع الإلكترونية لزيادة حجم التفاعل مع جماهيرها، والمشارك في هذا العمل يدعى المواطن الصحفي، "The Citizen Journalist" لأنه ليس من ضمن الطاقم الأساسي للمؤسسة الصحفية، كما أنه بإمكانه أن يكتب في مدونته الخاصة من خلال العديد من المواقع التي توفر ذلك. (وسام، الإعلام الإلكتروني والحمل، بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي، 2014، صفحة 46)

ويعتبر مفهوم المواطن الصحفي جزء من المفهوم العام لما يسمى "بمواطن الأنترنت، Netizen أو مواطن النت" وهو الفرد الذي يساهم بفعالية من أجل تطوير المحتوى على الأنترنت، هذا المواطن يعي تماما قيمة العمل الجماعي والمفهوم الواحد للاتصال الجماهيري، هذا هو الفرد الذي يناقش بفعالية وبطريقة استدلالية مختلف القضايا، هومن يرسل بالبريد الإلكتروني الإجابات لأشخاص آخرين كما يزود باقي المستخدمين الجدد، هومن يصون ويحافظ على ملفات خاصة "الأسئلة الأكثر تردداً، frequently asked questions أو FAQ"، وغيرها من مخازن المعلومات العامة، هومن يحافظ على "القوائم البريدية، Milling Lists". هذا هو الفرد الذي يدرس ويناقش ويتبادل طبيعة ودور هذا الوسيط الاتصالي الجديد، مواطن النت هو الفرد الذي قرر أن يجعل النت موردا وتجمعا متجددا ومفعما بالحياة. (شريطي، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، 2014، صفحة 123)

لا يمكن الحديث عن صحافة المواطن، إذا كانت العلاقة بين الصحافة والمواطن في النموذج التقليدي علاقة سليمة، قائمة على مراقبة أداء السلطة التنفيذية وحماية المؤسسات الديمقراطية. يهدف الإعلام البديل إلى تعزيز حضور المواطن في قضايا الصالح العام، وهو أيضا من الشعارات والأهداف الأساسية لصحافة المواطن. إن هذا التقاطع بين خلفيات الإعلام البديل ومرجعيات صحافة المواطن حول أهمية الشأن العام في نشر

المعلومة ونوعيتها، يشير إلى أن الفارق بين الفلسفتين يضيق كلما تم تقديم مصلحة المواطن على المصالح الفتوية.

فوسائل الإعلام الحديثة تؤدي دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمجتمع المدني، حيث تنقل مشاكل المواطن إلى السلطة وتراقب أداء المسؤولين. انطلاقاً من ذلك، تسعى صحافة المواطن إلى إعادة تموضعها ضمن هذه الخارطة وتصحيح دور الوسيط في تفعيل قضايا الشأن العام، من خلال نقد السلطة التنفيذية وكشف التلاعب بالمال العام، وهي قضايا ساهمت صحافة المواطن في كشفها، مما كان سبباً في شهرتها. (الرز، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلًا، 2010، صفحة 23)

إن الأخبار تملك سمكا أكبر مما لو نشرت في وسائل الإعلام الكلاسيكية التي تعاني من ضيق الوقت والمساحة، إذ أنها تستوعب كل ما يستجد ويطرأ على الحدث ويث في أنه وتتضمن، في الوقت ذاته، خلفية الحدث. (العباضي، 2007، صفحة 54)

ولابد من التذكير هنا أن المؤسسات الصحفية الورقية لا تستطيع منافسة المنتديات لأن لديها ضوابط، فمثلاً التكاليف التي تضعها الصحف الورقية لا تقارن بالمواقع والمنتديات الإلكترونية. فإذا ما أغلقت الصحيفة فإنها ستعاني من الخسائر الكبيرة، إلا أن أي موقع إلكتروني إذا أغلق فإن أصحابه يمكنهم فتح موقع آخر كذلك فإنه للمحافظة على مصداقية الصحيفة، فإنها تلجأ لنشر الخبر بعد التأكد منه، لأن المصداقية تكون على المحك، وأنه يصعب على الصحيفة أن تعيد هذه المصداقية إذا ما تضررت سمعتها.

وأخيراً فإنه من الضروري التفاعل والتكامل بين الإعلام الإلكتروني العربي والإعلام التقليدي، وأن موضوع التغذية الراجعة "Feed back" بالنسبة للإعلام الإلكتروني مهمة، وينبغي أن تؤخذ بالاعتبار، خاصة عند نشر أخبار مهمة وحيوية. (قندلجي، 2015، صفحة 102)

5.1 مرجعيات صحافة المواطن:

يمكن تحليل مرجعيات صحافة المواطن انطلاقاً من نتائجها، وذلك بالعودة إلى الخطاب الذي تروج له، والمبني على تفعيل دور المواطن في العملية السياسية من خلال استثمار وتوظيف تكنولوجيات الاتصال الحديثة، كما يتجلى ذلك في شبكة الأنترنت. أما المستوى الثاني من مرجعيات صحافة المواطن، فيستمد جذوره من

العنصر الأول، أي الديمقراطية، ويتمثل في نقد خصائص الإعلام التقليدي، الذي يقود بدوره إلى مرجعية
ثالثة قوامها الدعوة إلى إعلام بديل:

أ. الديمقراطية في تناول الجميع: إن نقد وسائل الإعلام التقليدية من قبل صحافة المواطن والمدونات يعد
مدخلا أساسيا لنقد وضع الديمقراطية، إذ إن سيطرة وسائل الإعلام على الفضاء العمومي وخضوعها لمصالح
جماعات الضغط السياسي والاقتصادي، فضلا عن تهميش المواطن وحرمانه من حقه في الحصول على
المعلومات الضرورية لصياغة مستقبله، تمثل جميعها إشكاليات محورية لما لها من انعكاسات مباشرة على مسار
الديمقراطية. إن وجود الإنسان الحر مرهون بوجود ديمقراطية سليمة، ومدى تحقق هذه الديمقراطية مرتبط بتوفر
وسائل إعلام مستقلة وصحافة محايدة تخدم الصالح العام. وقد أثبتت تجارب التاريخ القديم والحديث أن
غياب النظام الديمقراطي الحر يحول دون وجود مواطن فاعل في واقعه، وأن حضور المواطن بمعناه الحديث،
كما تبلور في عصور التنوير الأوروبية، يمثل دليلا قاطعا على وجود الديمقراطية أو غيابها.

تستند قيم الديمقراطية إلى مبدأ المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات، في حين أن الأنظمة
الاستبدادية، مهما بلغت شرعيتها، لا تحقق هذه المساواة بل تميز بين الأفراد على أسس دينية أو طبقية أو
أيديولوجية. لذلك، تقوم المواطنة على احترام الآخر، ويسعى الأفراد لاعتماد الديمقراطية كنظام مشترك لإدارة
الشأن العام، إلا أن هذه الديمقراطية تظل رهينة بحرية التعبير عبر وسائل الإعلام، التي توصف اليوم بأنها لا
تخدم الصالح العام. إن ذلك يمثل إعلانا عن نشأة صحافة المواطن، فإذا كانت الصحافة الهاوية تعبيراً عن
رغبة فردية، فإن صحافة المواطن تعد استجابة لواجب جماعي. وتكمن قوة صحافة المواطن في اقتران البعد
الإعلامي بالممارسة الديمقراطية ضمن مشروع نقدي، وهو أمر فكري قبل أن يكون إجرائيا، وخلاصته أن
وحدة وسلامة المجتمع ترتبط بصحة العلاقة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الديمقراطية، وهوما يعرف بثنائية
أو جدلية الإعلام والديمقراطية. ومن ثم، فإن الديمقراطية التشاركية القائمة على صحافة المواطن تنطلق من
نقد أداء وسائل الإعلام التقليدية المنحازة، مما يحيل إلى نقد أيديولوجيا الهيمنة التي توظف وسائل الإعلام
لتبرير سياساتها. (الرز، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلا، 2010، صفحة 16)

ب. تفاعلية الوسيط الجديد وتمثلاته: إذا كان تبسيط التقنية في شبكة الأنترنت قد أسهم في بروز فرص
جديدة ضمن فضاءات التعبير عن الرأي وحرية التعبير لدى الجماهير الواسعة، فإن هذا التطور لا يمكن فهمه
بمعزل عن مساءلة السياق الاجتماعي الذي نشأت فيه ظاهرة صحافة المواطن. وتعد صحافة المواطن ظاهرة

تواصلية تشكل جزءا لا يمكن إغفاله من المجال الاجتماعي العام، إذ يمكن تصنيفها كظاهرة اتصالية اجتماعية تتبلور ضمن سياق تفاعلات مكثفة في فضاء للتبادل والتفاعلية بين جماهير متعددة. تعد صحافة المواطن شكلا من أشكال الوسائطية والتفاعلية عبر وسيلة الأنترنت، حيث تتيح للفرد إمكانية التملك المنفرد لرموز جماعية، مما يوفر فرصة للتجاذب بين البعد الفردي للموضوع وعمقه الجماعي من حيث الأثر والارتداد. تعد شبكة الأنترنت والمدونات، في إطار فلسفة صحافة المواطن، فضاء يتيح للفرد التعبير عن الرأي مع الحفاظ على رمزية جماعية واضحة. إذ يستدعي المتلقي أثناء عملية التدوين، وعند قراءته لأي رسالة، مجموعة القواعد والبنى الجماعية التي تم على أساسها صياغة مضمون الرسالة.

تعتمد التفاعلية في صحافة المواطن على مجموعة من التمثيلات المشتركة بين الأفراد، بهدف تحقيق انسجام وتناسق في عملية الاتصال، بما يحمل من ذكاء جمعي. ففي سبعينيات القرن الماضي، كان الأمل معقودا على ديمقراطية تفاعلية أساسها المواطن، يجسدها التلفزيون من خلال انتشار الفيديو والصورة. أما اليوم، فقد أصبح هذا الطموح معلقا على شبكة الأنترنت، ويشار إليه بالديمقراطية الافتراضية.

لا يقصد بالديمقراطية الافتراضية، كما يعتقد البعض، الديمقراطية الإلكترونية أو إمكانية التصويت عن بعد عبر الأنترنت، بل المقصود هو فضاء للتواصل الحر والتفاعلي. وفي هذا السياق الاجتماعي المستجد، تساهم صحافة المواطن من خلال المدونات بشكل فعال في دفع التمثيلات الاجتماعية الجديدة للممارسة الديمقراطية، حيث وجهت نقدا فعالا لوسائل الإعلام التقليدية (الصحيفة، التلفزيون، الإذاعة)، التي تعتبرها وسيطا أحادي البث ينطلق من الجزء نحو الكل. وقد أتاحت شبكة الأنترنت عبر المدونات إمكانية تجاوز هذا النقد، إذ تمنح المدونة فرصة التواصل الأفقي، حيث يتجه الجميع نحو الجميع، مما يفسح المجال لتبلور صحافة المواطن، حيث يكون للذكاء الجمعي والإبداع التشاركي دور حاسم في تجسيد المشروع الديمقراطي. (الرزن، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلا، 2010، صفحة 17)

ج. نقد الإعلام السائد غياب الثقة في أهل الثقة: تعد صحافة المواطن، ذات الجذور الغربية والأمريكية تحديدا، شكلا من أشكال الصحافة البديلة التي تتسم بالالتزام والاختلاف عن الصحافة التقليدية السائدة، إذ تمثل تعبيرا عن حالة من النقد الذاتي الداخلي لمهنة الصحافة التقليدية وأدائها الإعلامي. وتقارب هذه الظاهرة في نشأتها اتجاهها فكريا ومهنيًا يحذر مما آلت له الصحافة منذ نهاية القرن العشرين، من احتكار وتوظيف وتزكية، ومن التأثيرات السلبية للعمولة على قطاعات الإعلام والاتصال. في جوهرها، تعد صحافة

المواطن رد فعل قد يكون تلقائيا وواعيا في آن واحد إزاء تراجع حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيدا على حالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، بما يعكس ظرفا حرجا من انعدام الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الأنترنت والإعلام الرقمي.

أدت هذه التحولات إلى تآكل بنية المؤسسة الإعلامية وتنازلها المتزايد عن دورها الإخباري الاستقصائي ووظيفتها الاجتماعية، كما غابت الموضوعية والمصداقية في أروقة الشركات متعددة الجنسيات أو في كواليس اللوبيات الاقتصادية والسياسية. من هنا، بدأت تتبلور أزمة فكرية بين المرسل (الوسيلة) والمستقبل (الجمهور)، تعود في أصلها إلى التسيب المهني والأخلاقي الذي عرفه القطاع الخاص في مجالات الإعلام والاتصال، وإلى الحضور المتزايد للمتلقي في المشهد الاتصالي الرقمي الحديث.

تعد إشكالية تراجع الثقة بين وسائل الإعلام والمواطن مسألة قديمة، قدم وسائل الإعلام نفسها، إذ تتفاوت حدتها عبر الفترات التاريخية، غير أن اهتزاز الثقة في صيغته الحديثة يرتبط أساسا بمسألة التوازن البيئي بين وسائل الإعلام، ولا سيما العلاقة بين الصحافة والأنترنت. يرجع ذلك إلى انتقال الإعلام والاتصال من نمط هرمي تقليدي إلى نمط شبكي حديث، ومن إعلام جماهيري إلى إعلام فردي وشخصي، مما أدى إلى تحول المتلقي إلى فاعل ومرسل في الوقت ذاته. لقد أصبح اهتزاز الثقة ظاهرة يصعب إنكارها، إذ إن كثرة وسائل الإعلام وتعدد الأخبار والمعلومات والحقائق المنشورة يوميا لا تساهم في تقريب الصورة الواقعية للمواطن، ولا تساعد الفرد على فهم أعمق للتحولات العالمية. وبهذا، يجد المواطن نفسه أمام مفارقة تاريخية تتمثل في فائض المعلومات الذي لا يوفر قيمة مضافة لاتخاذ القرار، مقابل تراجع فرص المشاركة الشعبية والسياسية في إدارة الشأن العام.

يرى بعض المختصين أن أزمة الثقة بين المواطن ووسائل الإعلام تعد ظاهرة صحية في العملية الديمقراطية، إذ تدل على أن المواطن المستهلك للمنتج الإعلامي ليس متلقيا سلبيا، بل واعيا بالتغيرات التي تشهدها الساحة الإعلامية سواء على مستوى تقديم الأخبار أو إنتاجها وتسويقها. وإذا كان نقد المواطن للإعلام علامة صحية للديمقراطية، فإن غياب الثقة بين المواطن ووسائل الإعلام كذراع للديمقراطية يعد انتكاسة لمدى فاعلية الديمقراطية في حماية حرية التعبير.

هناك حالة لا يمكن تجاهلها من انعدام الثقة لدى المواطن، تتجلى في عدم استعداده لتصديق كل ما تنشره وسائل الإعلام من أخبار وتحليلات ومدى حيادية مخرجاتها. ويستدعي ذلك من المؤسسات الإعلامية التقليدية مراجعة أدائها وقواعد العمل التي تعتمدها، كما أن هذا النقد والتشخيص لواقع الممارسة الديمقراطية ولأداء الإعلام التقليدي يعد إعلاناً عن البحث في إعلام بديل تجسده صحافة المواطن.

د. صحافة المواطن والإعلام البديل: يعد موضوع الإعلام البديل إشكالية فكرية ضمن إطار نظريات الاتصال، إذ تكتنفه العديد من الإشكالات المنهجية. ومن بين هذه الإشكالات، يمكن الإشارة إلى كيفية تحول مفهوم الإعلام البديل، وما يصاحبه من نقد لعدم تكافؤ النظام الإعلامي، إلى أرضية فكرية أساسية لحركات اليسار الأوروبي في سبعينيات القرن العشرين. كما ينطبق الأمر ذاته على بلدان العالم الثالث، حيث برزت الدعوات إلى إقامة نظام إعلامي بديل عن إعلام الأنظمة السلطوية.

تمثل أطروحة الإعلام البديل امتداداً نظرياً لأطروحات الثقافة المضادة، والتي تتجسد في منظومة من القيم والمبادئ المناهضة للنظامين السياسي والاقتصادي القائمين، وللايديولوجيا السائدة. وقد استخدم مصطلح الثقافة البديلة، خاصة خلال سبعينيات القرن الماضي في أوروبا عامة وفي فرنسا على وجه الخصوص، لوصف تلك الجماعات الفكرية والثقافية التي نشأت كرد فعل رافض للثقافة السائدة آنذاك، وغالباً ما ارتبطت بقضايا سياسية. ويشار إلى الثقافة المضادة باعتبارها مجموع التيارات الفكرية التي ظهرت عقب أحداث ثورة الطلاب في ماي 1968 بفرنسا، حيث تبلورت هذه الثقافة في فرنسا، على سبيل المثال، على الصعيد الإعلامي من خلال مؤسسات مثل صحيفة ليبراسيون، ودور النشر المستقلة، والإذاعات المجتمعية، والصحف والمجلات النقدية. أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد ظهر سياق الصحافة البديلة في السبعينيات "Underground medias"، حيث تميز، إلى جانب نقد الهيمنة المؤسسية للإعلام التقليدي، بمحاولة إبراز التمايز عن الإعلام المهيمن. ويذهب بعض الأكاديميين وصحفيي الإعلام البديل إلى أن هذا الإعلام يستند إلى مرجعية تلقائية غير منظمة، تقوم على مبدأ حرية التعبير والاستقلال عن الالتزامات الإيديولوجية أو الاقتصادية، دون قيود، ما يشير إلى أن الإعلام البديل يمثل مواقف فكرية تتفاعل مع المشهد الإعلامي اعتماداً على آليات التشكل الذاتي.

لفهم أعمق لهذه الظاهرة، يرى العديد من الباحثين في الاتصال أن الإعلام البديل يؤثر ضمن تداعيات إيديولوجيا الاتصال وآلياتها، كما يؤكد كل من "فيليب بروتون" و"ميشال ماتلار"، بل إنه يبدو في

تعارض جوهري مع ما تروج له هذه الإيديولوجيا. وبعيدا عن المقاربات القيمية، ينبغي تناول هذه الظاهرة الاتصالية والاعتراف بها بحثيا، وتأطيرها ضمن تحولات القيم الجماعية التي تصاحبها إفرازات متعددة، كما أشار إلى ذلك بارت، أو باعتبارها منتجة لسلطات رمزية خاصة "lhabitus" وفقا لبورديو.

كما أن حصر الإعلام البديل في إطار كونه حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة يعد مقارنة نظرية قاصرة، إذ إن الإعلام البديل ينتج أيضا ثقافة اتصالية مغايرة. وتظهر العلاقة بين الإعلام البديل والاتصال البديل في الدعوة إلى نظام اجتماعي مختلف، غالبا ما يكون في تعارض مع السائد. ومن هنا، يتضح أن المسألة النظرية للإعلام البديل ليست عملية يسيرة على المستوى الفكري، إذ يقع تعريف الإعلام البديل عند تقاطع مناهج نظرية متداخلة، ويعاني من طابعه الهامشي وخصوصيته كبديل عن النظام الإعلامي القائم. وتشكل هذه التساؤلات دعوة للتفكير الجاد في كل ما هو بديل، وخاصة الإعلام البديل، من خلال مسألة الأسس وآليات العلاقة بين الإعلام المهيمن والإعلام البديل. (الرزن، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلا، 2010، الصفحات 19-21)، يؤسس علاقة مباشرة مع جمهور يتفاعل ويشارك. (Rettberg, 2014, p. 42)

من خلال المعايير التمييزية المعتمدة في توصيف الإعلام البديل، يلاحظ أن المنظرين لهذا الاتجاه يهدفون أساسا إلى تحقيق رأسمال رمزي من خلال انخراطهم في هذا النوع من الإعلام، أكثر من سعيهم لتحقيق رأسمال مادي، وهوما ينطبق كذلك على مخرجات صحافة المواطن.

2. تطور العلاقة بين المؤسسات الصحفية وصحافة المواطن:

شكل ظهور صحافة المواطن تحديا حقيقيا للمؤسسات الصحفية، لا فقط على مستوى احتكار الخبر وتدفق المعلومات، بل أيضا على مستوى الشرعية المهنية والسلطة الرمزية التي كانت تتمتع بها هذه المؤسسات لعقود طويلة. هذه العلاقة مرت بثلاث مراحل أساسية :

- أ. **الرفض والإنكار:** عندما بدأت أشكال صحافة المواطن تتجلى من خلال المدونات ومقاطع الفيديو غير الاحترافية، كانت ردود فعل المؤسسات الصحفية تقليدية إلى حد كبير، حيث تمثلت في :
 - الشك في مصداقية المحتوى، انتقاد نقص الإطار الأخلاقي واعتبار الممارسين غرباء عن مهنة الصحافة.

ب. التردد والانفتاح الجزئي: مع تزايد استخدام الهواتف الذكية وقدرة الأفراد على التقاط الصور ومقاطع الفيديو في مواقع الأحداث مثل الكوارث والاحتجاجات والاعتيالات، لم يعد بإمكان المؤسسات تجاهل هذا التدفق المتزايد. لذلك، بدأت بعض هذه المؤسسات في:

- اقتباس الصور أو الفيديوهات من الجمهور مع الإشارة إلى المصدر، تخصيص فقرات تحت عنوان مراسلات المشاهدين، إنشاء أقسام فرعية مخصصة للمتابعين. (Allan S. &, 2009, p. 84)

ج. التكامل المؤسسي، "Istitutional Integration": في المرحلة الأكثر تقدماً، بدأت بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى في إعادة هيكلة استراتيجياتها التحريرية لتأخذ في الاعتبار دور الجمهور كفاعل في العملية الإعلامية. ومن أبرز هذه الممارسات:

- إنشاء منصات لاستقبال المحتوى من المواطنين، اعتماد آلية "Report It" كما هو الحال في قناة الجزيرة مباشر، تطوير غرف تحرير موزعة تتيح تفاعلات الجمهور في الوقت الفعلي. (Beckett, 2008, p. 112)

3. التحديات المهنية والأخلاقية المرتبطة بصحافة المواطن:

على الرغم من أن صحافة المواطن قد أو جدت فرصة هامة لتجديد المشهد الإعلامي وتعزيز التعددية والمشاركة، إلا أنها أيضاً واجهت مجموعة من التحديات المعقدة على المستويين المهني والأخلاقي. تتعلق هذه التحديات بمصادقية المعلومات، وحدود حرية التعبير، مسؤولية النشر، وسلطة التحقق، خاصة في ظل الفضاء الرقمي المفتوح والفوري. فيما يلي نستعرض أبرز هذه التحديات كما تم توثيقها في الدراسات والمرجعيات المهنية:

أ. نقص التأطير المهني: يعاني العديد من المواطنين المشاركين في التغطية الإعلامية من عدم وجود خلفية صحفية أو تدريب مهني. وهذا يترتب عليه:

- خلط بين الرأي والمعلومة، غياب قواعد الكتابة الصحفية، تقديم معلومات غير دقيقة أو مضللة. (Hermida, 2010, p. 303)

كما أن غياب معايير إنتاج المحتوى لدى المواطن الصحفي ينتج نوعاً من الفوضى المعلوماتية التي تربك المتلقي وتضعف الثقة في المصادر.

ب. إشكالية المصدقية والتحقق: يعتبر نشر المعلومات دون التأكد من صحتها من أبرز المخاطر التي تواجه صحافة المواطن، خصوصا في أوقات الأزمات والكوارث. فقد تكون الصور المستخدمة قديمة أو مزيفة، كما يمكن أن تكون المعلومات المتداولة إشاعات أو أخبارا غير مكتملة. لذلك، تلجأ المؤسسات الإعلامية إلى إنشاء وحدات متخصصة للتحقق من المعلومات التي يرسلها الجمهور (وحدات التحقق من الحقائق). (Derakhshan, 2017, p. 14)

ج. المساءلة والمسؤولية القانونية: يخضع الصحفي المحترف لقوانين النشر، ومواثيق التحرير، وأخلاقيات المهنة. في المقابل، غالبا ما يقوم الصحفي المواطن بالنشر دون معرفة بقوانين التشهير أو الخصوصية، دون إدراك لخطورة تسريب بعض المعلومات، دون وجود مؤسسة تتحمل مسؤوليته. (Rosen J. , A Most Useful Definition of Citizen Journalism, 2008, p. 4)

هذا يؤدي إلى وجود فراغ قانوني، مما يجعل من الصعب تحديد المسؤولية في حالة حدوث خطأ جسيم أو نشر معلومات مضللة.

د. الاستخدام السياسي والإيديولوجي: تتحول صحافة المواطن إلى وسيلة للدعاية أو التحريض أو التعبئة، خصوصا في أوقات الاحتجاجات السياسية، النزاعات المسلحة، الحملات الانتخابية. إن حرية التعبير في صحافة المواطن يمكن أن تصبح أداة سياسية خطيرة عندما تستخدم لنشر الكراهية أو التضليل تحت شعار التعددية. (Beckett, 2008, p. 122)

يعتبر مفهوم الجمهور من بين أكثر المفاهيم المتعلقة بالعملية الاتصالية التي تتغير وتتطور باستمرار. يطرح السؤال حول ما إذا كانت الأبحاث العلمية هي التي تسهم في تطور هذا المفهوم، أم أن مسار الأبحاث هو الذي يتغير نتيجة لتغير مفهوم الجمهور. كانت النظريات الأولى في مجال الإعلام والاتصال ترى أن الجمهور سلبي وغير فاعل، ويتأثر بالرسائل الإعلامية بشكل منفرد، وأن المؤسسات الإعلامية تحقق أهدافها بسهولة لأن سلوك الجمهور هو مجرد استجابة للمنبه الإعلامي.

لذا، تغيرت النظرة للجمهور في الدراسات العلمية من مجرد مستقبل للتنبيهات إلى شخص لديه أجندة خاصة يختار بناء عليها المحتوى الإعلامي الذي يناسب احتياجاته ورغباته. وما زال هذا النوع من الدراسات يسيطر على الأبحاث الإعلامية حتى اليوم، حيث أصبح الاعتقاد بسلبية المتلقي شيئا من الماضي، وأصبح من المؤكد أن جمهور وسائل الإعلام إيجابي وفاعل بفضل قدرته على الاختيار بين ما تعرضه هذه الوسائل ورفض أو

قبول ما يناسبه. ومع الثورة الخامسة في مجال الاتصال وظهور تكنولوجيا الإعلام الحديثة، أصبح مفهوم الجمهور على موعد مع تغيير جديد. فقد جعلت ثورة الأقمار الصناعية والهاتف والإنترنت الفرد قادراً على صنع رسالته، ليصبح من متلق إلى مرسل.

مع ظهور الجيل الثاني من الإنترنت، وخاصة المدونات، أصبح بإمكان المواطن أن يكون إعلامياً بمجرد إنشاء مدونته الخاصة، حيث يمكنه مشاركة ما يشاء من معلومات وأفكار وآراء، والتفاعل مع الآلاف أو الملايين من الناس عبر الشبكة، ومخاطبتهم بما يريد من يوميات شخصية أو مواضيع عامة وإعلامية، أو حتى مواضيع علمية متخصصة وهوايات ممتعة مثل الطبخ والسياحة.

4. نقد صحافة المواطن:

على الرغم من الزخم الذي تشهده صحافة المواطن على الصعيد الميداني، وما تحققه يومياً من إنجازات في رصد الأخبار وكشف العديد من الحقائق المرتبطة بقضايا الشأن العام، فإن هذا النمط المستجد من الممارسة الإعلامية يظل محل انتقاد، مع تزايد الدعوات إلى تبني خطاب يتسم بقدر أكبر من الواقعية فيما يتعلق بطبيعة العلاقة الممكنة بين وسائل الإعلام والمواطن. ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية:

أ. **التجاذب الإيديولوجي:** عند مناقشة التفاعل الإيديولوجي بين وسائل الإعلام التقليدية وصحافة المواطن، ينبغي الإشارة إلى أن التدوين غالباً ما تعتمد على المعلومات والأخبار الأصلية المستقاة من الإعلام التقليدي، حيث تقوم بعملية تصفية وإعادة صياغة للمحتوى قبل نشره والتعليق عليه لإبداء الرأي.

إن ظهور مسار جديد في ممارسة العمل الصحفي، يقوم على مبدأ قلب النموذج التقليدي "غربل ثم انشر" أي ترتيب الأخبار وانتقاؤها والفصل بين الرأي والخبر إلى نموذج جديد هو "انشر ثم غربل"، وهو الشعار الذي تتبناه المدونات وصحافة المواطن، يفرض علينا، في حال سعيها لتعزيز ممارسة ديمقراطية تشاركية متقدمة من قبل المواطن، أن نعترف بأننا نقع في كلتا الحالتين ضمن إطار الإيديولوجيا. (الرزق، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مراسلاً، 2010، صفحة 24)

ب. **افتراضية الخلفية التشاركية:** في البداية، يبرز تساؤل جوهري مفاده، هل يعد كل من لا يمارس التدوين الإلكتروني خارج نطاق المواطنة التشاركية. إذ توجد فجوة فكرية واضحة بين شعار المرجعية التشاركية الذي تطرحه حركة التدوين وبين الفلسفة التي تقوم عليها صحافة المواطن، فممارسة التدوين الإلكتروني وحدها لا

تكفي لتأسيس مواطنة فاعلة داخل المجتمع. إذ يلاحظ أن المواطن المدون غالبا ما يكتفي بانتقاد المجتمع ووسائل الإعلام، دون أن يتحول بالضرورة إلى فاعل يتعامل بشكل فعلي وملمس مع مشكلاته ومشكلات مجتمعه. وبناء عليه، يمكن النظر إلى حركة التدوين أحيانا بوصفها تجسيدا لمشاركة سلبية أكثر منها تفاعلا اجتماعيا حقيقيا. وعليه، فإن مجرد انتقاد المجتمع ووسائل الإعلام عبر المدونات الإلكترونية لا يؤدي بالضرورة إلى تحول الفرد إلى مواطن تفاعلي وتشاركي معني بقضايا الشأن العام.

ج. السلبية الاجتماعية للتدوين: يبدو أن النقاش الدائر في المدونات، والذي يستند إلى فرضية إمكانية استبدال الديمقراطية الكلاسيكية بديمقراطية افتراضية، يتطلب قدرا من النسبية. إذ يظهر من خلال الخطاب المتناغم لغالبية المدونين حول إمكانية تحقيق ديمقراطية تشاركية عبر المدونات أن فكرة مشاركة المواطن تبدو مثالية إلى حد بعيد. فوفقا لفلسفة صحافة المواطن، يصبح الفرد فاعلا ويتخذ موقفا متقدما إزاء قضايا الواقع المعقدة كلما كان حاضرا في فضاء التدوين الإلكتروني. ويتفاعل المواطن المدون مع الواقع من منظور نقدي، فينتقد المجتمع الذي ينتمي إليه ويكشف بعض التجاوزات، ويتموضع خارج المجتمع ليشبع حاجته في الكتابة والنقد، مما يؤدي إلى تحويل عملية الاتصال إلى وهم ينتج مواطنا سلبيا.

إن الخطاب المتفائل بديمقراطية الإعلام والاتصال بحاجة إلى مراجعة عقلانية، إذ أن حركة التدوين الإلكتروني ليست ظاهرة جماهيرية شاملة، وليس كل مواطن مدونا أو مهتما بالتدوين الإلكتروني، كما أن الإطار الإيديولوجي الذي يفعل شعار حرية التعبير والنشر قد يصل إلى شكل من أشكال السلبية في التفاعل الاجتماعي.

د. الجيل الثاني في مسيرة التدوين: ينبغي الإشارة إلى أن الجيل الثاني من المدونات، الذي يتميز بتكامل تقنيات الوسائط السمعية والبصرية (الفيديو، الصورة، الصوت)، يتطلب امتلاك المستخدمين لمهارات تقنية متقدمة، إذ يستلزم الأمر القدرة على توصيل كاميرا أو جهاز تصوير رقمي بالحاسوب وتحميل مقاطع الفيديو لعرضها على المدونات. وتتيح شبكة الأنترنت عالية الجودة إمكانيات متعددة لاستعمال هذه الوسائط ضمن المدونات.

كما تبرز إشكالية تكلفة تصفح الأنترنت والاشتراك فيها، والتي لا تزال مرتفعة في العديد من الدول، مما لا يشجع عامة الناس على الاشتراك في الأنترنت أو الانخراط في التدوين الإلكتروني. وقد يكون للاندماج

والتقارب بين الوسائط من جهة، وانتشار استخدام تقنيات الشبكات اللاسلكية المجانية الأنترنت عن بعد، من جهة أخرى، دور في ديمقراطية الوسائط الجديدة مستقبلا. بالإضافة إلى ذلك، فإن الجيل القديم من مستخدمي الأنترنت قد يجد صعوبة في مواكبة هذا التقدم في البرمجيات والتعقيدات الآلية. (الرزن، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلا، 2010، صفحة 25)

أثارت صحافة المواطن إشكاليات جادة ومعقدة ضمن المجتمعات الغربية الديمقراطية، تتعلق بدور الإعلام وآثاره السلبية على المجتمع. إذ تعد صحافة المواطن إحدى الإجابات المطروحة على التساؤلات المهنية المتكررة في الحقل الصحفي، حيث تتسم أساسا بمواقف تصحيحية تجاه وظيفة الصحافة، أكثر من كونها مجرد نمط يخضع لمجموعة من القواعد الصارمة.

يبدو أن صحافة المواطن تهدف بدرجة أكبر إلى إعادة الاعتبار لمجموعة القيم التي تروج لها الديمقراطية، وإبراز قدرة المواطن على تقرير مصيره، وتحديد مستقبل أبنائه، واختيار نمط الحياة الذي يرغب فيه. ومن خلال مشروعها الرامي إلى إنقاذ الديمقراطية، تسعى صحافة المواطن إلى تحرير الاتصال والإعلام من آليات التوظيف والاحتكار، ويتم ذلك عبر تفعيل الحوار والجدل الديمقراطي، بما يسمح لجميع الأفراد بتحديد مستقبلهم الفردي والجماعي بحرية وشفافية، بعيدا عن مختلف أشكال الضغط والتلاعب.

هنا تتجلى أهمية صحافة المواطن في تعزيز النقد الذاتي داخل المهنة الصحفية وتوسيعه، وهو أمر بالغ الأهمية، إذ يمنح الصحفي المواطن لنهجه نوعا من المشروعية والاعتراف ضمن الوسط الصحفي التقليدي الذي غالبا ما ينظر إلى الصحفي باعتباره فوق الخطأ والنقد. (الرزن، صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مرسلا، 2010، صفحة 26)

يمكن اعتبار الصحفي المواطن، من منظور الدراسات الإعلامية، فئة مستحدثة ضمن تصنيفات الأخبار والأحداث الجارية. وعلى الرغم من أن معظم المدونين لا يزعمون ممارسة العمل الإعلامي وفق المفهوم السائد في وسائل الإعلام التقليدية، إلا أن عددا من المبادئ التي يركز عليها التدوين في علاقته مع الحقل الإعلامي يمكن أن تثير تساؤلات وتشكل تحديا للمعايير المهنية التقليدية. ويبرز من بين هذه المبادئ التفاعل مع الجمهور، والشفافية في عمليات معالجة ونشر الأخبار، إضافة إلى الطابع الجماعي (التشاركي) في إنتاج الأخبار، وهي سمات رئيسية يتقاسمها الفضاء التدويني. (رابح ا.، التدوين الإعلامي والوسائط الإعلامية التقليدية، بحث في حدود الوصل والفصل العدد 52/51 تونس، 2010، صفحة 31).

ل. استغلال المؤسسات الصحفية لمحتوى المواطنين دون تعويض: على الرغم من اعتماد العديد من المؤسسات الصحفية على محتوى المواطنين مثل الصور والفيديوهات والتدوينات، إلا أن هناك بعض الملاحظات الهامة:

- معظمها لا تشير إلى المصدر، لا تقدم تعويضا ماليا أو معنويا للمساهمين، تقوم بإعادة تحرير المحتوى بطريقة تضعف الرسالة الأصلية. (Willis, 2003, p. 22)

تتجلى هذه التحديات بوضوح، لاسيما نتيجة لعدة عوامل، منها ضعف الثقافة القانونية لدى المستخدمين، غياب قوانين واضحة تنظم المحتوى الذي ينشره المواطنون، استغلال بعض الصفحات الرقمية لتصفية الحسابات أو نشر خطاب تحريضي. إن صحافة المواطن في الجزائر تعمل في بيئة مفتوحة تعاني من الفوضى، حيث تفتقر إلى الآليات القانونية والتنظيمية التي تضمن الاحترافية والمسؤولية. (عزوز، 2018، صفحة 204)

أظهر هذا المبحث أن تحول المؤسسات الإعلامية من النمط التقليدي إلى اعتماد صحافة المواطن ليس مجرد تحول تقني، بل هو أيضا تحول ثقافي وهيكلية ومهني، يعكس إعادة تشكيل جذرية للعلاقة بين الإعلام والجمهور. لم تعد المؤسسات الصحفية تحتكر إنتاج المعرفة الإعلامية، بل أصبحت تشارك هذه الوظيفة مع فاعلين جدد هم الصحفيون المواطنون، الذين يمتلكون الوسائل التكنولوجية، والإرادة الذاتية، والقدرات الفعلية للتغطية والإبلاغ والنشر.

مرت العلاقة بين الطرفين بعدة مراحل بدأت بالرفض والإنكار من قبل المؤسسات، ثم اتخذت طابع الحذر والتردد، لتصل أخيرا إلى محاولات تكاملية أكثر نضجا، رغم تفاوتها من حيث العمق والفاعلية وفقا للسياقات الجغرافية والسياسية. هذا التحول أو جد فرصا وتحديات في الوقت نفسه، فمن جهة، أصبح المحتوى أكثر تنوعا وارتباطا بالواقع، وبرزت قضايا جديدة كانت الإعلام التقليدي يتجاهلها. ومن جهة أخرى، ظهرت مخاطر تتعلق بالمصادقية، وغياب التحقق، وانتهاك المعايير الأخلاقية.

قد تبين أن نجاح هذا التكامل يعتمد على توفر عدة شروط، أبرزها، وجود إطار قانوني واضح يحدد المسؤوليات، وتكوين الصحفي المواطن في مبادئ العمل الإعلامي، والتزام المؤسسات الصحفية بالاعتراف العادل بمساهمات الجمهور، وتطوير آليات فعالة للتحقق من صحة المعلومات المقدمة من المستخدمين.

الفصل الرابع: السيوسولوجية الجديدة للعمل الصحفي

يعتبر الفصل الرابع من الفصول الأساسية في الجانب النظري لهذه الأطروحة، حيث يتناول التحولات العميقة التي شهدتها مهنة الصحافة وممارساتها في ظل البيئة الرقمية. فقد أحدثت الوسائط الرقمية تغييرات جذرية في أسلوب العمل الصحفي، مما دفع المؤسسات الإعلامية إلى إعادة هيكلة بنيتها ومفاهيمها التحريرية. كما فرضت على الصحفيين ضرورة اكتساب مهارات جديدة والانفتاح على جمهور يتفاعل بشكل دائم مع الأخبار.

المبحث الأول: الخلفية النظرية لحارس البوابة لتوظيفات الصحفي بين التنظير، التقييم وانتقاء الأخبار

يعتبر مفهوم حارس البوابة "Gatekeeping" أحد المفاهيم الأساسية في دراسات الاتصال والإعلام، حيث قدم منذ منتصف القرن العشرين إطاراً لفهم كيفية انتقال المعلومات عبر قنوات معقدة من التصفية والانتقاء قبل وصولها إلى الجمهور. فقد انطلق لوين "Lewin" من فكرة أن كل نظام اجتماعي يحتوي على بوابات تمنع مرور كل شيء، ثم جاء وايت "White" ليطبق هذا المفهوم على العمل الصحفي، معتبراً أن الصحفي هو الحارس الذي يختار من بين الأحداث ما يستحق الظهور في الفضاء العام. ومنذ ذلك الحين، تطور المفهوم ليشمل ممارسات التحرير، وضوابط المؤسسات الإعلامية، والضغط المهنية، بالإضافة إلى المنتجات الثقافية التي تحدد ما يصبح خبراً وما يتم استبعاده.

ومع التحولات الرقمية العميقة، لم تعد وظيفة حارس البوابة مقتصرة على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، بل أصبحت موزعة بين خوارزميات المنصات، وتفاعلات الجمهور، وتدفقات المحتوى الرقمي الذي ينتجه المستخدمون. ومع ذلك، لا يزال الصحفي يحتفظ بمكانة محورية في تقييم قيمة الأخبار، وترتيب أولوياتها، وتحديد مصداقيتها، ووضعها في سياقاتها المهنية. هنا يظهر البعد التطبيقي للمفهوم، حيث يتحول الصحفي من حارس يقوم بالإقصاء أو السماح بالمرور، إلى منسق للمعنى يعيد تشكيل الخبر عبر أدوات التحرير، والمعالجة، والتحقق، بما يجعله متوافقاً مع المعايير المهنية واحتياجات المؤسسة.

فيسعى هذا البحث إلى تفكيك الخلفية النظرية لحارس البوابة كنموذج لفهم السلوك المهني للصحفي، وتبيان أبعاده المختلفة بين التنظير الكلاسيكي والتطبيق المعاصر في بيئة رقمية مفتوحة. كما يتناول كيفية ممارسة الصحفي لعمليات التقييم "Assessment" والاختيار الخبري "News Selection"، في ظل تزايد

تدفقات المعلومات وتعاضم دور الخوارزميات في تحديد ما يظهر وما يخفى. ومن خلال هذا التوجه، يعاد التفكير في قيمة الخبر، وفي السلطة المهنية التي يمارسها الصحفي اليوم، وفي حدود استمرار نموذج حارس البوابة التقليدي أو تحوله إلى نموذج تشاركي وهجين ضمن إعلام متعدد المصادر والفاعلين.

تعتبر المقاربات النظرية المتعلقة بأدوار القائم بالاتصال من الموضوعات الأساسية في هذا المجال. فمن الضروري التطرق إلى مفهوم الدور، الذي سيكون محوريا، نظرا لارتباطه الوثيق بمفهوم القائم بالاتصال. يعرف الدور بأنه مجموعة من الأنظمة الإلزامية المعيارية التي يتعين على الفاعلين الالتزام بها، مقابل حقوق ترتبط بهذه الالتزامات.

إن هذه الالتزامات ضرورية لتحليل سلوكياتهم، لكنها ليست كافية وحدها لتحديد هذا السلوك. فالإلزاميات بشكل عام تحمل غموضا يتيح للفاعل مجالا من المناورة، مما يمكن أن يؤدي إلى ظهور سلوك استراتيجي داخلها. بناء على ذلك، يؤكدان على أن لمفهوم الدور أهمية كبيرة في التحليل السوسولوجي الشامل. (صغير، 2019، صفحة 29)

1. القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة:

يعرف في مجال الصحافة ما يسمى بتنظيم غرف الأخبار، وهو نظام يشير إلى عدة معان، أبرزها ترتيب الأوضاع، وتحديد العلاقات والسلطات، وتوزيع المسؤوليات، ووضع الهياكل التنظيمية، وتفويض الصلاحيات. ويعد التنظيم كوظيفة إدارية بمثابة المحرك الأساسي للمؤسسة الصحفية أو غير الصحفية، حيث يساهم في رسم الأدوار وتحديد السلطات والمسؤوليات، بهدف تحويل أهداف المؤسسة إلى واقع ملموس داخلها وخارجها، كما أن التنظيم الفعال يحول المؤسسة إلى وحدات تنظيمية مترابطة تعمل معا لتحقيق الأهداف المحددة. (شاعر، 2015، صفحة 154)

1.1 حارس البوابة:

تشير نظرية الإعلام إلى مجموعة الاحتمالات التي تفسر طبيعة التفاعل بين عناصر عملية الاتصال الجماهيري، والقوى المجتمعية المؤثرة فيها، بالإضافة إلى تحديد الدور المتوقع للوسيلة الإعلامية ضمن هذه العملية. (السماصري، فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي، 2008، صفحة 32)

تعرف النظرية، في معناها الدقيق، بأنها بناء يتكون من مجموعة من العلاقات الظاهرة التي تم التحقق من صحتها جزئياً على الأقل بين مجموعة محددة من الظواهر. ونظراً لأن عملية التحقق تتم عبر البحث الإمبريقي، فإن النظرية ليست مجرد تصور خيالي، بل تمثل أداة أساسية نعتمد عليها، سواء بشكل ضمني أو صريح، في تفسير العالم وفهمه. فإذا كانت المفاهيم تعمل على تنظيم الواقع في صورة تصنيفات أو مقولات، فإن النظرية بدورها تقوم بتنظيم تلك المفاهيم أو المقولات أو تصوغها ضمن أطر محددة، بغرض تفسير طبيعة العلاقات القائمة بينها. وبهذا، تؤدي النظرية دوراً إرشادياً للباحث، إذ توجهه إلى الجوانب التي ينبغي فحصها وتحدد له منظوراً معيناً، ليعتمد عليه كأساس لإطار نظري خاص به. (المسلمي، 2009، صفحة 25)

تعد نظرية حارس البوابة دراسة تجريبية، ومنظمة لسلوك الأفراد، الذين يتحكمون في مصير الأخبار عند نقاط مختلفة. ويعرف حارس البوابة بأنه الشخص المخول أو صاحب الامتياز، الذي يمتلك صلاحيات أو نفوذاً يتيح له التحكم في الرسالة الإعلامية، فيقرر تمريرها أو تعديلها أو حذف بعض مضامينها، بل وحتى حذفها بالكامل. ويمكن التمييز بين القائم بالاتصال وحارس البوابة. (شاك، 2015، صفحة 89)

2.1 طبيعة عمل حارس البوابة:

يخضع حراس البوابة في الصحافة الإلكترونية للأطر القانونية ذاتها التي تحكم نظراءهم في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، غير أن تطبيق هذه القوانين لا يتم بصورة شاملة ومطلقة. إذ أن الإعلاميين المنتمين إلى المؤسسات التقليدية التي تمتلك منصات إلكترونية يظلون مرتبطين مهنيًا بهذه المؤسسات أكثر من ارتباطهم بالكيانات الإلكترونية المستقلة.

فهم يستمرون في أداء مهامهم استناداً إلى البيئة الإعلامية التقليدية، مع السعي إلى تطوير موانئ مهنية تتلاءم مع خصوصية الممارسة الإعلامية الإلكترونية. كما يحرصون على تنقية المهنة من الأفراد الذين لا يلتزمون بضوابطها الأخلاقية، ويؤكدون على عدم استغلال الإمكانيات التكنولوجية المتاحة في البيئة الإلكترونية للإساءة إلى حقوق الآخرين أو مضايقتهم أو انتهاك خصوصياتهم أو ممتلكاتهم، بالإضافة إلى ضرورة تجنب تضارب المصالح بين الأعمال الخاصة والعمل الإعلامي الإلكتروني، وعدم استغلال موارد المؤسسات الإعلامية التقليدية في إنشاء مواقع إعلامية خاصة. (شريف، 2002، صفحة 119)

أما الفرد المتلقي لرسائل وسائل الإعلام، فهو جزء من شبكة علاقات اجتماعية ضمن الجماعة، ويؤثر نمط عمل هذه الشبكة في توقع أو تحديد كيفية استجابة الفرد للرسالة الإعلامية. ويزداد اعتماد المجتمع على سلاسل وسائل الإعلام مع ارتفاع معدلات التعليم والتصنيع، بينما يقل هذا الاعتماد في المجتمعات ذات المعدلات المنخفضة للتعليم والتصنيع، حيث تنتشر الرسائل إلى مختلف أرجاء المجتمع. ومن الحقائق التي أشار إليها العالم "كورت لوين" هي تفاصيل عمل سلسلة الاتصال. (رشتي، 1978، الصفحات 163-164)

3.1 الرقابة في وسائل الإعلام:

شهد موضوع الرقابة اهتماما متزايدا من قبل الباحثين والممارسين في حقل الإدارة، حيث أصبح يحتل مكانة بارزة في الأدبيات الإدارية باعتباره عنصرا أساسيا ضمن مكونات العملية الإدارية ووظيفة جوهرية للرئيس. ويساهم هذا الاهتمام إلى الارتباط الوثيق بين الرقابة والتخطيط، إذ تعد الرقابة مكونا مكملًا وحيويا في تنفيذ التعليمات والتوجيهات الصادرة عن الإدارة. كما تمثل الرقابة الوسيلة التي تمكن من التأكد من أن العمليات تسير ضمن المسارات المحددة. وفي إطار توضيح المفهوم العلمي والدلالة الاصطلاحية للرقابة. (الدليمي ع.، التحرير الصحفي، 2012، صفحة 39)

إن أصحاب الصحف والناشرين، بالإضافة إلى تأثير التطورات التكنولوجية التي قد تؤدي إلى احتكار الصحافة وتركيز ملكيتها. وتأثير رئيس التحرير والعاملين في الصحيفة، ودور القراء والمعلنين، وكذلك دور الحكومة وجماعات الضغط. يمكن أن تشكل كل من هذه المؤثرات حاجز أمام ممارسة الصحافة لحرية التعبير الحقيقية، حيث تعكس صوت الحكومة في توازن وانسجام مع الصالح العام.

إلى جانب هذه المؤثرات، توجد ضغوط اجتماعية داخل المجتمع نفسه، والتي غالبا ما تحد من حرية التعبير أكثر من القوانين. كما أن الصحافة في عصرنا الحالي تعتبر صناعة وتجارة، بجانب كونها رسالة، مما يجعل لها مصالح خاصة كأي مشروع صناعي أو تجاري.

ولكن في البلدان التي يعترف فيها رسميا بهذا المبدأ، يجب ألا نغفل أن هناك قيودا تبقى رغم غياب الرقابة المباشرة من قبل الجهات المعنية بالإعلام. للهروب من هذا الصراع، يكمن الحل الوحيد في تقليل تأثير الدولة وترك آليات السوق تؤدي دورها. هذا الخيار يتيح تعزيز العلاقات بين المنتخبين والكتاب، ويظهر خاليا من أي نية سياسية، حيث إن المحررين ليسوا موالين إلا للقراء والمشاهدين والمستمعين. ويجب على المنتخبين عدم

التدخل في هذا المنطق الموجه نحو جذب الجمهور. يتجلى هذا النموذج المثالي في صورة الإعلاميين المستقلين فكريا الذين يلتزمون بمبدأ الصدق والنزاهة أكثر من الموضوعية. (الله، 2005، صفحة 90)

4.1 أشكال الرقابة في وسائل الإعلام:

- **الرقابة الإعلامية الرسمية:** التي تحول دون نشر الآراء السياسية أو الأيديولوجية التي لا تحظى بقبول لدى الدولة، وهذه الرقابة معروفة بطبيعتها، ولا تقتضي مزيدا من التفصيل أو الشرح بشأنها.

- **الرقابة الاجتماعية:** في المجتمع العربي المعاصر، يوجد عدد كبير من المتشددین الذين يرفضون بشكل قطعي ونهائي، ودون أي نقاش، الآراء الجديدة التي تتعارض مع القناعات الراسخة لديهم عبر السنين. هؤلاء الأفراد يعارضون بقوة الأفكار والمسلمات التي تتنافى مع معتقداتهم، ويغلقون جميع السبل أمام أي حوار حر بشأنها. إن الأشخاص الذين يتبنون مثل هذه المواقف المتشددة يشكّلون عائقا أمام أي تقدم اجتماعي أو فكري سليم. (الدليمي، التحرير الصحفي ، 2012، صفحة 90)

- **رقابة الصحافة أو سياستها:** يظل موضوع الرقابة محور اهتمام مستمر لدى العاملين في مجال الإعلام في المنطقة العربية، حيث أن فكرة حرية الأنترنت المطلقة قد تبدو ممكنة في المستقبل، إلا أن الرقابة، والاعتبارات التجارية، وقيود الوصول تظل تمثل تحديات متزايدة أمام حرية التعبير وتداول المعلومات وإبداء الرأي المعارض.

فيما يتعلق بسياسات التحرير والمواضيع المطروحة، فقد ألغى الموقع الإلكتروني أشكال النقاش، وأصبح تفاعل المستخدمين مقتصرًا على تصفح الموقع وكتابة التعليقات على المواضيع. ويتساءل الدكتور عمار عن سبب تركيز الجمهور على مواضيع مثل صدام، وما إذا كان من المناسب تلبية هذا الاهتمام على حساب قضايا الأزمت الإنسانية، مشيرًا إلى أن هذا التساؤل يمثل معضلة لغالبية المؤسسات الإخبارية على مستوى العالم، ويؤثر في السياسات التحريرية ومعايير إعداد البرامج الإخبارية. ويرى فيما يتعلق بالنشر المعتمد على التعليقات المباشرة أن الجمهور لم يكتسب بعد الوعي الكافي لإدراك أن مساهماتهم تشكل جزءا من الرسالة الإعلامية الكلية، حيث أن بعض المستخدمين لا يتعاملون بجدية مع ما يكتبونه، مما يؤدي إلى غموض في الطرح، وهو ما ينطبق أيضا على موقع العربية. نت. (حسنين، 2015، صفحة 347)

يهدف هذا النوع من التصفية إلى حماية الأهداف المؤسسية لموقع الأخبار، غير أن ذلك يعد تبريرا للسياسة التي اعتمدها العربية. نت، مما يثير تساؤلات حول مستوى الثقة الذي يمنحه الموقع لمستخدميه

والمجتمعات التي يتفاعل معها. ويلاحظ أن الميل نحو الرقابة التقليدية وتقييد النقاش الحر يعد ظاهرة بارزة في المنطقة، الأمر الذي يجعل من الصعب على الموقع الإلكتروني الانفصال عن أنماط الرقابة الإعلامية التقليدية.

إن حرية مستخدمي الأنترنت في هذا الفضاء الإعلامي تشهد تزايداً مستمراً مع مرور الوقت، مما ينعكس على أنماط سلوك الأفراد ضمن المجموعات والمجتمعات. بالإضافة إلى ذلك، أتيحت منافذ إعلامية جديدة للجمهور دون أن تتمكن الرقابة من فرض قيود صارمة عليها، فعلى سبيل المثال، في السابق، إذا مرض رئيس دولة، لم يكن أحد يعلم بذلك بسبب الرقابة الإعلامية، أما الآن، ومع تزايد الشفافية، فقد حظي مرض الرئيس مبارك وسفره للعلاج بتغطية إعلامية يومية. (حسنين، 2015، صفحة 348)

5.1 المراقبة الاجتماعية على وسائل الإعلام:

المراقبة الاجتماعية هي مفهوم يتضمن التأثير المتبادل بين هيئة التحرير والصحيفة، ويشمل ذلك الآليات التي تمكن المؤسسة من الحفاظ على السياسة الإخبارية، بالإضافة إلى الوسائل التي تتيح للمحرر تجاوز بعض العقبات التي تفرضها تلك السياسة داخل غرفة الأخبار. وعند النظر إلى إدارة التحرير بوصفها نسقا اجتماعيا منظما، يتضح أن الأطر المرجعية والمعايير والقيم والجزاءات وغيرها من المفاهيم العلمية المتعلقة بالجماعات الصغيرة تؤدي دورا أساسيا في تفسير سلوك أعضاء هذه الإدارات. ومن النقاط الجديدة بالدراسة في هذا السياق، تحليل وتفسير الكيفية التي تضمن بها إدارة التحرير في صحيفة ما الالتزام بخط سياسي محدد والمحافظة الدائمة عليه.

تعرف المراقبة الاجتماعية بوصفها مفهوما يتضمن التأثير المتبادل بين هيئة التحرير والصحيفة، ويشمل ذلك الآليات التي تمكن المؤسسة من الحفاظ على سياستها الإخبارية، بالإضافة إلى الوسائل التي تتيح للمحرر تجاوز بعض العقبات التي تفرضها السياسة الإخبارية داخل غرفة الأخبار. وعند النظر إلى إدارة التحرير باعتبارها أنساقا اجتماعية منظمة، يتضح أن الأطر المرجعية والمعايير والقيم والجزاءات، وغيرها من المفاهيم المستمدة من الدراسة العلمية للجماعات الصغيرة، تؤدي دورا أساسيا في تفسير سلوك أعضاء تلك الإدارات. (المزاهرة، نظريات الاتصال، 2012، صفحة 255)

أجرى "وارين بريد" في عام 1950، دراسة بعنوان "المراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار"، حيث أشار إلى أن كل وسيلة إعلامية تمتلك سياسة إخبارية، سواء أقرت بذلك أم لم تقر، ويعرف السياسة بأنها توجه

منسق بدرجة متفاوتة، ويتجلى ذلك في مكونات الصحيفة، ليس فقط في افتتاحيتها، بل أيضا في أعمدتها الإخبارية وعناوينها المتعلقة بالقضايا والأحداث المختارة.

من القضايا التي تستدعي اهتمام الباحثين في هذا المجال تحليل وتفسير آليات التزام إدارة التحرير في إحدى الصحف باتجاه سياسي محدد، فضلا عن المحافظة المستمرة على هذا التوجه. يمكن تصنيف آليات الرقابة فيما يلي:

أ. **الآليات الرسمية:** تتم عملية الترقية ضمن هيئة التحرير، حيث يمكن تعيين المحرر في منصب رئيس قسم، ويتم اختيار المحرر الملائم استنادا إلى كفاءته وقدرته على تلبية متطلبات الصحيفة. ومع ذلك، فإن هذه الآليات توظف بشكل محدود، إذ يميل المحرر غالبا إلى ممارسة الرقابة الذاتية، ويتجنب الخوض في موضوعات يحتمل أن تثير المعارضة. ويلاحظ أن حالات الفصل من العمل تعد نادرة، وغالبا ما ترتبط بمخالفات انضباطية مثل التغيب، ولا تتعلق عادة بالسياسة التحريرية للصحيفة.

ب. **الآليات الغير رسمية:** تعد الآليات غير الرسمية أكثر فعالية مقارنة بالآليات الأخرى، حيث تساهم هذه الآليات في الحفاظ على السياسة الإخبارية للصحيفة دون تعريضها للنقد المباشر.

ج. **إتباع نظام التسلسل:** يتبع الصحفي نظام التسلسل الوظيفي، إذ يعمل كمحرر تحت إشراف مساعد التحرير، الذي يخضع بدوره لإشراف رئيس التحرير، ويعد رئيس التحرير مسؤولا بشكل مباشر أمام الناشر فيما يتعلق بالسياسة الإخبارية. تناولت العديد من الدراسات البحثية الضغوط التي يواجهها الصحفي داخل غرفة الأخبار، كما أشار إلى ذلك كل من "ستارك، سيجلمان وجبير". (المزاهرة، نظريات الاتصال، 2012، صفحة 257)

6.1 مفهوم الرقابة من وجهة نظر الصحفيين:

تباينت تعريفات الرقابة بين الصحفيين، فبعضهم يعتبر الرقابة قيودا ذاتية تهدف إلى الامتثال لاتجاه سائد تفرضه الدولة، بينما يرى آخرون أن الرقابة تمثل شعور الكاتب بالمسؤولية تجاه ضميره ومجتمعه. وهناك من يعرف الرقابة بأنها إدراك داخلي للمعايير المهنية المتعلقة بالنشر، في حين يصفها فريق رابع بأنها عملية تنظيمية يشرف عليها المسؤول عن النشر لضمان الالتزام بسياسة المطبوعة. وتتمثل الغاية الأساسية للرقابة في وضع

ضوابط أمام الصحفيين تحول دون نشر موضوعات أو أخبار غير مرغوب فيها، مع تشجيع تناول موضوعات تتماشى مع سياسة الصحيفة. وبالنظر إلى هذه التعريفات المتنوعة لمفهوم الرقابة من منظور الصحفيين، يمكن تصنيفها ضمن الإطارات التعريفية التالية: (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 151)

- الرقابة، جزء من عملية كلية للضبط الاجتماعي.
- الرقابة، تمنع تداول معلومات أو أخبار غير مرغوب فيها.
- الرقابة، نوع من السيطرة والتحكم المفروض من قبل بعض الأفراد على أنفسهم.
- الرقابة، عملية تنظيم أو ضبط تحكمي في مجال الأخبار والمعلومات.
- الرقابة، هي فحص المطبوعات قبل النشر وبعده.

7.1 أشكال الرقابة حسب الأولوية من وجهة نظر الصحفيين:

رتب الصحفيون أشكال الرقابة التي يتعرضون لها حسب أولوياتها من وجهة نظرهم إلى خمسة أشكال على النحو التالي:

أ. **الرقابة المباشرة:** يتم تنفيذ هذا النوع من الرقابة من قبل رئيس التحرير أو من ينوب عنه، وقد أشار غالبية الصحفيين العاملين في الصحف القومية والحزبية والخاصة إلى تعرضهم لهذا النمط من الرقابة، مما يجعله يحتل المرتبة الأولى بين أولويات أشكال الرقابة التي يوجهونها. ويصنف هذا النوع من الرقابة على أنه رقابة مباشرة، غير شاملة، يمارسها رئيس التحرير شخصياً أو من يثق بهم من مساعديه. كما أفاد محررو قسم السياسة الداخلية وأخبار المحليات في الصحيفة نفسها بأن تدخل رئيس التحرير غالباً ما يكون مدفوعاً بأسباب ودوافع شخصية.

ب. **الرقابة الذاتية:** تمارس الرقابة الذاتية من قبل الصحفيين على أنفسهم، وقد نشأت هذه الرقابة نتيجة للتوجيهات المتكررة الصادرة عن رئيس التحرير أو من ينوب عنه، مما يؤدي إلى تشكل حدود واضحة لحركة الصحفيين، وهي حدود تتغير تبعاً للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، فضلاً عن موقف النظام السياسي من الحدث المعني. (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 155)

ج. **رقابة الدولة:** تتحقق رقابة الدولة بصورة أساسية عبر التشريعات والقوانين ومحظورات النشر، إذ تعد هذه الرقابة من أبرز أشكال الرقابة وأكثرها أهمية. وتطبق هذه التشريعات والقوانين ومحظورات النشر على الصحف القومية والحزبية والخاصة وفقا للآليات التالية. (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 154)

أشار صحفي آخر في صحيفة الأسبوع إلى أنه يخضع لرقابة الدولة نتيجة استمرار تطبيق قانون الطوارئ، وما يفرضه من قيود بوليسية تهدد سلامة الصحفي في حال نشره أخبارا أو موضوعات تتعلق بشخصيات أو قيادات أمنية. كما أوضح أن الصحفيين يواجهون أطرا تحد من قدرتهم على نشر الأخبار والموضوعات التي تمس قضايا عامة وخاصة، لا سيما فيما يتعلق بقضايا الفساد، والتي قد يسمح أحيانا بنشرها وفقا لتوجيهات محددة وتحت مسؤولية رئيس التحرير. (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 158)

د. **الرقابة التنظيمية:** تعد هذه العملية مراقبة مستمرة تهدف بشكل رئيس إلى التأكد من أن العاملين في مجال التحرير الصحفي يؤدون المهام الموكلة إليهم بكفاءة. ويختلف منهج التقييم تبعا لطبيعة العمل المنجز، إذ يكلف المحررون والكتاب بتنفيذ مسؤوليات محددة، مثل متابعة تغطية أخبار نشاط جهة معينة، أو إعداد مقال أسبوعي أو يومي. يتضمن هدف الرقابة في هذا السياق نوعين رئيسيين:

➤ **رقابة كمية:** فمن الجانب الكمي، تهدف الرقابة إلى التأكد من أن المحرر أو الكاتب قد أنجز المهام الصحفية أو المقالات المطلوبة منه وفقا للمعايير المحددة.

➤ **رقابة نوعية:** تركز الرقابة على ضمان أن ما أعده المحرر أو الكاتب صالح للنشر ويحقق مستوى مناسباً من الجودة. وتجدر الإشارة إلى أن الرقابة التنظيمية، بحسب ما ذكره أحد رؤساء تحرير الصحف القومية، قائمة بالفعل لتنظيم سير العمل الصحفي داخل المؤسسة عبر اللوائح والتعليمات والالتزام بالسياسة التحريرية المعتمدة.

هـ. **الرقابة الشعبية:** على الأداء المهني للصحفيين، وقد أدى ذلك إلى استغلال بعض الصحفيين لأفلامهم لتحقيق مصالح شخصية ومكاسب ذاتية على حساب المصلحة العامة، وإصدار أحكام مسبقة ضد بعض المواطنين أو المسؤولين قبل صدور حكم القضاء. رغم أهميتها في الأنظمة الليبرالية للحد من تجاوزات الصحف وتوفير وسيلة للجمهور للتعبير عن اعتراضه، تتمثل في تعيين محققين الشكاوى الذين يعملون كحلقة وصل بين الجمهور والصحيفة. (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 191)

8.1 أدوار الضبط للأفكار والمعلومات:

تتمثل الأدوار الداخلية لحراس البوابة في الصحف في كونهم جزءاً من الهيكل التنظيمي المؤسسي، حيث يمارسون مهامهم ضمن إطار السياسات المعتمدة للمؤسسة. وتندرج ضمن هذه الأدوار كل من الرقابة التي يمارسها رئيس التحرير ومعاونوه، بالإضافة إلى الرقابة التنظيمية، والتي تعد من أكثر العوامل تأثيراً على الأداء المهني للصحفيين هو أدوار الضبط الخارجي للمشرعين والمنظمين من خارج الصحيفة، الذين يعملون في نظام قيمي مختلف، فهم يمثلون الجمهور والحكومة. تندرج رقابة الدولة من خلال التشريعات والقوانين، بالإضافة إلى الرقابة الشعبية التي يمارسها الجمهور العام والمجالس التشريعية والنيابية، ضمن إطار أدوار الضبط الخارجي للتنظيم المؤسسي. ويشترك كل من الأدوار الداخلية وأدوار الضبط الخارجي في ضبط المحتوى وتفسيره وتقييمه. (سعد و أشرف فهمي خوجة، 2011، صفحة 192)

2. القائم بالاتصال في البيئة الجديدة:

في العصر الرقمي، تحولت عملية جمع الأخبار من نشاط تقليدي يعتمد على المصادر الرسمية إلى ممارسة ديناميكية مفتوحة تعتمد على أدوات رقمية وآنية، مثل محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة. يشير "Deuze" إلى أن الصحفي الرقمي مطالب بتوظيف تقنيات متنوعة لتتبع الأخبار عبر الأنترنت، بما في ذلك التنبيهات اللحظية وخدمات تتبع الكلمات المفتاحية. (Deuze, 2005, p. 447) أصبح من الشائع أن يعتمد الصحفي على تغريدات المستخدمين أو منشوراتهم على الفايسبوك كمصادر أولية للمعلومات، ثم يقوم بتأكيداها عبر قنوات رسمية أو ميدانية. وبهذا، تغير تسلسل جمع الأخبار، حيث تأتي المعلومات أولاً من الجمهور، ثم يتم التحقق منها لاحقاً، على عكس النمط التقليدي. (Alfred, 2010, p. 303)

كما زاد استخدام الأدوات التحليلية مثل "Google Trends و CrowdTangle" رصد الموضوعات الرائجة، مما يجعل الصحفي يمارس العمل التحقيقي باستخدام الوسائل الرقمية. وقد أطلق عليها البعض اسم الصحافة الاستكشافية الرقمية. (Paul, 2011, p. 37)

قبل التطرق لفهم القائم بالاتصال في البيئة الرقمية لا بد أن نتعرف على المفاهيم التالية:

- القيم: الحكم هو القرار الذي يتخذه الفرد بشأن موضوع معين، مستندا إلى مجموعة من القواعد والمعايير التي أقرها المجتمع الذي ينتمي إليه، والتي تحدد ما يعتبر مرغوبا فيه وما يعد غير مرغوب من أنماط السلوك. (سلى و عباس إبراهيم محمد، الأنثروبولوجيا والقيم، 2013، صفحة 19)

تعرف القيم بأنها مفهوم أو معيار ثقافي يبنى عليه تقييم الأشياء أو الأفعال، بحيث تقبل أو ترفض هذه الأشياء أو الأفعال وفقا لمقاييس نسبية، حيث تعد بعضها مرغوبا أو غير مرغوب فيه، أو صحيحا أو خاطئا، استنادا إلى المجال الثقافي والاجتماعي. (بلقاسم، 2016، صفحة 441)

- القيم الإخبارية: تعد القيم الإخبارية من أكثر المفاهيم تعقيدا في بنية المجتمع المعاصر، لما تتضمنه من دلالات أيديولوجية وفكرية. فاختلاف الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية حول العالم يؤدي إلى تباين القيم الإخبارية التي يعكسها كل نظام. (الدليمي ع.، التحرير الصحفي، 2012، صفحة 35)

وقد عرفها عبد الفتاح عبد النبي بأنها مجموعة من العناصر أو المعايير التي تستند إليها الأخبار الصحفية، والتي تتداخل في عملية تحديد أولويات نشر الأخبار على صفحات الجريدة. إذ إن كل خبر ينشر في الجريدة يتضمن عنصرا أو عدة عناصر، أو حكمة معينة، كانت سببا في اختياره وتفضيل نشره على صفحات الجريدة دون غيره من الأخبار المنافسة في المجال ذاته. ويطلق على هذا العنصر أو هذه العناصر القيم الإخبارية. (الفتاح إ.، 1989، صفحة 165)

- الخبر الصحفي: في اللغة العربية، يعرف الخبر بأنه ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة. ويقال: "خبرت بالأمر" أي علمته، و"خبرت الأمر" إذا عرفت على حقيقته. وجمع "الخبر" هو "أخبار"، ويقصد به ما يصل إلى الشخص من نأ عن يستخبر عنه. وبهذا المفهوم، يفهم الخبر على أنه واقعة أو حدث يتم تداوله بين الناس إما عبر الأحاديث أو من خلال الكتابة، أو هو المعلومات المتعلقة بأحوال وقعت. (فاضل، 2015، صفحة 24) يعرف بأنه كل قول يفيد المستمع معنى لم يكن لديه من قبل. (جمال، 2013، صفحة 35)

يعد هذا مفهوما من مفاهيم النشاط الإنساني الذي يحظى باهتمام الرأي العام، أو على الأقل شريحة منه، ويعمل على تسليته، فضلا عن إثراء معارفه بإضافة معلومات جديدة عند الاطلاع عليه. (نبيل، 2002، صفحة 170) يعرف بأنه العملية التي يزود من خلالها الأفراد بالمعرفة الدقيقة حول طبيعة الأحداث الجارية في المجتمع خلال فترة زمنية محددة. (الفتاح ك.، 1989، صفحة 24)

يعرف الخبر الصحفي بأنه عرض أو تقرير موضوعي ودقيق للوقائع الجوهرية المتعلقة بحادثة جديدة ذات أهمية لجمهور القراء، مع الالتزام بالحياد وعدم التحيز في نقل المعلومات. (حمزة، 1956، صفحة 57)

يعرف الخبر في الأدبيات الإعلامية بأنه المادة التي تم أكبر عدد ممكن من القراء، وذلك لأسباب تتباين بحسب اختلاف الخلفيات الشخصية والثقافية والفكرية لكل قارئ. كما يعد الخبر تقريراً عن واقعة لم تكن معروفة لدى الجمهور من قبل، تم جمعها بدقة من مصادر موثوقة يعتمد على صحتها، ويشترط في صياغتها أن يتولاها محررون متخصصون في المجال الصحفي. (إبراهيم إ.، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، 1998، صفحة 12)

- **الخبر الصحفي الإلكتروني، "Online/Electronic News":** اصطلاحاً، يعرف الخبر الإلكتروني بأنه ذلك الخبر الذي ينشر عبر مواقع الصحف الإلكترونية، حيث تخضع هذه الأخبار في معظم هذه المواقع لعملية تحديث متواصلة. وتزود الأخبار الإلكترونية، على غرار الأخبار الصحفية والتلفزيونية، بالصور والخلفيات، بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المماثلة وقواعد البيانات والمعلومات ذات الصلة. (علي ع.، 2014، صفحة 92)

يشير هذا المصطلح إلى الأخبار التي تنشر عبر المواقع الإلكترونية للصحف، والمواقع التابعة للمحطات الإذاعية والتلفزيونية، بالإضافة إلى المنصات الإخبارية المتنوعة على شبكة الأنترنت بشكل متواصل على مدار اليوم. وتخضع هذه الأخبار، في معظم الحالات، لعمليات تحديث دورية تتيح إضافة أي تفاصيل جديدة تتعلق بالحدث، كما يتم تزويدها، على غرار الأخبار الصحفية والتلفزيونية، بالصور والمعلومات الخلفية، فضلاً عن ربطها بالأحداث المماثلة وقواعد البيانات والمعلومات ذات الصلة. (سنا، 2014، صفحة 34)

كما يشمل هذا المفهوم الصحف التي تقدم تسجيلات دقيقة للنسخة الورقية أو تكتفي بتقديم ملخصات لما نشر فيها، طالما تصدر بصورة منتظمة، أي أن محتواها يحدث بشكل يومي أو على مدار الساعة أو من حين لآخر، وذلك وفقاً للإمكانات المتاحة للجهة الناشرة. (رضا، 2007، صفحة 93)

تعرف بأنها شكل من أشكال الاتصال البشري الذي يتم عبر الفضاء الإلكتروني، والأنترنت، وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، حيث توظف فيه فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي التقليدي، بالإضافة إلى مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تتلاءم مع استخدام الفضاء الإلكتروني

كوسيط أو وسيلة اتصال. ويشمل ذلك استخدام النصوص، والصوت، ومستويات متعددة من التفاعل مع المتلقي، بهدف استقصاء الأخبار الفورية وغير الفورية، ومعالجتها وتحليلها، ونشرها إلى الجمهور عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة. (ناصر، 2016، صفحة 54)

سعت العديد من الكتب إلى تقديم تعريف شامل للخبر الإلكتروني، لكنها لم تتوصل في النهاية إلى تعريف محدد وموحد. يعود ذلك عادة إلى عدة عوامل، منها حداثة الوسيلة نفسها وطبيعتها وخصائصها المميزة. بالإضافة إلى ذلك، هناك المتغيرات المرتبطة بها، سواء كانت ثابتة أو متغيرة من لحظة لأخرى، مما دفع العديد من الباحثين إلى استخدام تسميات متعددة، أبرزها الأخبار الإلكترونية "Online News"، التي يعتبرها الباحثون في مجال الإعلام والاتصال الأكثر دقة في وصفها. كما تعرف أيضا بـ "الأي برس" و "الأي تي". (خالد و خليل إبراهيم محمد، 2011، صفحة 223)

- **المفهوم الاتصالي:** يعتبر هذا النوع من الاتصال ظاهرة تتجلى عبر الفضاء الإلكتروني، بما في ذلك الأنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى. يعتمد هذا الاتصال على فنون وآليات ومهارات العمل في مجال الصحافة المطبوعة، مع إضافة مهارات وآليات تقنيات المعلومات المناسبة لاستخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة للتواصل. يتضمن ذلك استخدام النصوص، والصوت، والصورة، فضلا عن مستويات متعددة من التفاعل مع المتلقي، بهدف استقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة. (سعد س.، 2017، صفحة 72)

تعرف الصحافة الإلكترونية بأنها نوع من الاتصال الذي يتم عبر الفضاء الإلكتروني، حيث يتم استخدام الفنون وآليات ومهارات العمل المعتمدة في الصحافة المطبوعة. وقد ظهرت الصحافة الإلكترونية نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات والأنترنت، التي فرضت تحديات كبيرة تتعلق باستخدام وسائل وأساليب جديدة للتواصل. وبالتالي، تمثل الصحافة الإلكترونية تجسيدا لإحدى صور هذا التطور. (ناصر، 2016، صفحة 54)

تم تعريف الصحافة الإلكترونية بأنها العمليات الصحفية التي تنفذ على مواقع محددة على الشبكات، بهدف إتاحة المحتوى من خلال روابط متعددة، باستخدام مجموعة من الوسائل. تعتمد هذه العمليات على آليات وأدوات معينة تساهم في تمكين القارئ من الوصول إلى المحتوى، وتوفير له حرية التنقل والاختيار

والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتماشى مع احتياجاته واهتماماته وتفضيلاته، مما يساهم في تحقيق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع. (محمد غ، 2016، صفحة 107)

في تعريف آخر للصحافة الإلكترونية، يمكن اعتبارها جزءاً من مفهوم أوسع يتعلق بالنشر الإلكتروني، الذي لا يقتصر فقط على استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأنظمة Plates to-Computer المتكاملة. يمتد نطاق النشر ليشمل النشر عبر شبكة الأنترنت، أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد، أو عبر الوسائط المتعددة، وغيرها من الأنظمة الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات. تعتمد نظم النشر الإلكتروني بشكل عام على التقنية الرقمية التي تتيح إمكانية نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معاً، بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة. (المالك، صفحة 129)

- **المفهوم التقني:** تعتبر الصحافة الإلكترونية النسخة الرقمية للصحافة التقليدية، حيث يتم تخزين المعلومات وإدارتها واسترجاعها إلكترونياً. يمكن أن يتم هذا الاستخراج والتخزين من مواد تم نشرها سابقاً بصيغة ورقية، أو من خلال إدخال المعلومات مباشرة، بما في ذلك النصوص والصور والرسوم، إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي. (رضا، الصحافة الإلكترونية، صفحة 93)

تساهم كل هذه التطورات في تحويل المستخدم من مجرد مشاهد إلى مشارك في عالم الصحافة، ومن الشعور بنقص المعلومات إلى الإحساس بالقوة والاكتفاء منها. (صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، 2008، صفحة 73)

تشير الدراسات إلى أن المنتج الإعلامي أصبح أكثر تفاعلية ومتاحة للجميع بسهولة ويسر، مما ساهم في زيادة انتشار المحتوى الإعلامي وملاءمته للزمن الراهن بفضل انخفاض تكلفته وسهولة الوصول إليه. وقد أدى ذلك إلى إثراء وتنوع المحتوى الإعلامي نتيجة استخدام الوسائط المتعددة، من خلال تقنيات عرض النصوص والرسوم المتحركة وغيرها من الخصائص التفاعلية التي تصل إلى القارئ عبر شاشة الحاسوب، سواء كان المحتوى ذا أصل مطبوع أو كان صحيفة إلكترونية بالكامل. (عبود و مزخر العاني، 2014، صفحة 91)

1.2 القائم بالاتصال وحراسة البوابة على الأنترنت:

يعد القائم بالاتصال ضمن المؤسسة الإعلامية عنصرا محوريا في منظومة العمل، إذ يمارس دورا رقابيا وإشرافيا على ما يعرف في الأدبيات البحثية بالبوابات، والتي تشكل حلقات أساسية في سير العمليات الإعلامية. (كمال، 2020، صفحة 46)

لقد أصبح بإمكان الأفراد الوصول إلى الأخبار والمعلومات والآراء والتوجهات التي يرغبون بها دون أن تعترض طريقهم أية قيود أو حواجز تحول دون ذلك، الأمر الذي يؤدي إلى تراجع دور الرقيب أو الحارس الذي كان يتولى سابقا تصفية أو حجب أو منع أو تقييد أو مصادرة المعلومات والأخبار والآراء. (السيد، 2010، صفحة 147)

أدت الرقمنة في القطاع الإعلامي إلى بروز العديد من الإشكاليات الأخلاقية، من بينها سهولة التعدي على حقوق الملكية ونسبتها إلى غير أصحابها من الحراس الأصليين للبوابة الإعلامية. كما ساهمت الرقمنة في تسهيل عمليات تزيف المحتوى الإعلامي، إلى جانب تراجع الدور التقليدي لجامعي الأخبار في الصحافة الإلكترونية، حيث أصبح الحصول على المعلومات متاحا بسهولة للعاملين في مجال الاتصال عبر وسائل إلكترونية متعددة مثل البريد الإلكتروني، القوائم البريدية، المجموعات الإخبارية، والمؤتمرات المرئية، وغيرها. ومع ذلك، لوحظ تزايد في أعداد معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات. (محمد م.، 2018، صفحة 9)

أتاحت التقنيات الحديثة إمكانية تقسيم العملية الإعلامية إلى وحدات تحتوي على روابط تشعبية تؤدي وظائف التفسير وتقديم الخلفيات، بالإضافة إلى ضرورة تزويدها بمعلومات مختلفة على ما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية. ويؤدي ذلك إلى توفير منظور أوسع وأكثر شمولاً للحدث، ويفتح المجال أمام آفاق جديدة للغطية الإعلامية الفورية والمتكاملة، بما في ذلك ما يعرف بالغطية ذات الهوامش.

تساهم هذه التحولات في رفع سقف توقعات الجمهور، إذ تمنحهم القدرة على اختيار المضامين الإخبارية التي تلبي احتياجاتهم، من خلال دعم القائمين بالاتصال لهم وتزويدهم بمعلومات متنوعة أو أخبار تجذب انتباههم وتشبع فضولهم بشأن قضايا وأحداث متعددة، إضافة إلى إتاحة فرص الحوار معهم عبر أشكال إعلامية مستحدثة لا تتوافر في وسائل الإعلام التقليدية. (فاطمة، صفحة 165)

لقد شهد مفهوم حارس البوابة في الصحافة الإلكترونية تحولاً ملحوظاً مقارنة بما كان عليه في السابق، حيث استبدله الباحثون " Gate keeping " بمفهوم مراقبة البوابة " GateWatching"، مما أدى إلى تغيير دور القائم بالاتصال من أداء مهام الحراسة التقليدية للبوابة إلى عملية انتقاء الموضوعات الملائمة من بين الكم الهائل من المعلومات والأخبار المتنوعة. وتشير إحدى الدراسات المنجزة إلى أن الإشكالية الأساسية لا تكمن في إنتاج المعلومات بحد ذاته، بل في التحكم في انتباه الجمهور أو التحكم في مسار تدفق المعلومات. ويركز حراس البوابة بشكل أساسي على ترتيب الأخبار والأحداث والقضايا وفقاً لما يصدر عن الجمهور، بالإضافة إلى التركيز على الموضوعات والقضايا التي يتم نشرها أو السماح بنشرها عبر هذه البوابات. وقد تقلص دور حراس البوابة في البيئة الرقمية المعاصرة مقارنة بدورهم في البيئة التقليدية، إلا أن ذلك لم يمنعهم من ممارسة سيطرة شبه كاملة على محتوى الرسائل الإعلامية المنشورة على المواقع أو الصحف الإلكترونية. (هيثم، 2015، صفحة 174)

يمكن للصحفي الإلكتروني الاستغناء عن الورقة والقلم، غير أنه يظل مرتبطاً بالمحتوى الرقمي وبالاتصال الدائم بشبكة الأنترنت لممارسة مهنته، إذ يؤدي انقطاع الاتصال بالأنترنت إلى توقفه عن العمل، مما يضعه في حالة بطالة تقنية، ذلك أن نشاطه المهني يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت ووسائطها المتعددة. (أليس و ترجمة سامي عامر، 2017، صفحة 24)

لقد وفرت صحافة المواطن مساحة واسعة من الحرية، الأمر الذي أدى إلى استقطاب أعداد متزايدة من الأفراد والمستخدمين، ولاسيما أولئك الذين لم تتح لهم الفرصة سابقاً للتعبير عن آرائهم وأفكارهم واهتماماتهم للآخرين. وقد ساهم ذلك في ديمقراطية وسائل الإعلام، أي تمكين الاستخدام الديمقراطي والتداول لوسائل الإعلام بعيداً عن رقابة وضغوط الناشرين والمديرين والمسيرين، وخصوصاً في غياب الرقابة المباشرة. (بعزيز إ.، 2012، صفحة 62)

يبدو أن صحافة المواطن قد انتزعت سلطة القائم بالاتصال، وأعادت توزيع أدوار نظرية حارس البوابة، بحيث أصبح من غير الممكن التحكم في مضامين وسائل الإعلام الحديثة، كما بات من الصعب جداً ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية. إن الحرية التي لم تكن متاحة للقائم بالاتصال أو الصحفي في وسائل الإعلام التقليدية، أصبحت متوفرة بشكل كبير للجماهير التي تستعمل وتنتج مضامين وسائل الإعلام في آن واحد.

ولهذا، فإن عملية النشر في إطار صحافة المواطن تعتمد على نموذج "النشر ثم الغربة والتقييم"، على عكس الصحافة التقليدية التي تتبع نموذج "الغربة والتقييم ثم النشر".

2.2 دور القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية:

لا يقل دور القائم بالاتصال أهمية عن مضمون الرسالة نفسها، ووسائل الإعلام باعتبارها مؤسسات ذات وظيفة اجتماعية، بالإضافة إلى دراسة دور المركز الصحفي في الجريدة أو محطة الإذاعة أو التلفزيون أو القنوات الفضائية. ونلاحظ مدى التعقيد والتداخل في تلك الأعمال داخل المؤسسات الإعلامية، حيث تتخذ يومياً قرارات هامة تؤثر بشكل كبير على الجمهور. لذلك، من الضروري فهم الأسلوب الذي تتخذ به هذه القرارات والمناصب المهمة.

كما أن طبيعة القائم بالاتصال تؤثر في اختيار المواد الإعلامية والقيم التي يتم تبنيها. وتجدد الإشارة إلى أن تاريخ الصحافة مليء بالحياة الإعلامية الجادة، وتقوم الجامعات بتدريس ما يجري داخل الصحف وأساليب العمل فيها لطلاب الصحافة. إلا أن المقصود هنا هو تحليل وسائل الإعلام كمؤسسات وظيفية، ودراسة دور الصحفي والعوامل والظروف التي تؤثر في اختيار مضمون العمل الصحفي، سواء من الناحية المهنية أو الأخلاقية. (رشتي، 1978، صفحة 158)

إن مسألة الضوابط الذاتية التي يفرضها الصحفي على نفسه، أو طبيعة السيطرة البيروقراطية المفروضة عليه، قد تناولتها الأدبيات العلمية من خلال دراسات تحليلية لقطاعات من القائمين بالاتصال.

كلما تعددت المراحل التي تمر بها الأخبار قبل أن تعرض في وسيلة الإعلام، زادت النقاط التي يمتلك فيها الأفراد أو مجموعات منهم سلطة تحديد ما إذا كانت الرسالة ستنقل كما هي أو بعد إدخال تعديلات عليها. ولهذا السبب، فإن من يسيطرون على هذه البوابات والقواعد المطبقة عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة اتخاذ القرار، تكتسب أهمية كبيرة في عملية انتقال المعلومات. (رشتي، 1978، صفحة 159)

3.2 المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يواجه القائم بالاتصال ضغوطا مهنية متعددة تؤثر في أدائه المهني، وتدفعه إلى التكيف مع سياسة المؤسسة الإعلامية والأخبار التي تعتمدها، وذلك في إطار المعايير المهنية، وسياسة الوسيلة الإعلامية، والأخبار المتاحة، بالإضافة إلى علاقات العمل وما يصاحبها من ضغوط. وتشمل المعايير المهنية كلا من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتوفرة، وعلاقات العمل وضغوطها، وذلك على النحو التالي:

أ. **سياسة المؤسسة الإعلامية:** تعد سياسة المؤسسة الإعلامية بمثابة الإطار الذي يوجه أداء القائم بالاتصال، وقد تفرض عليه تبني توجه مهني محدد. وتظهر هذه الضغوط من خلال عوامل خارجية وداخلية، فالعوامل الخارجية تتعلق بمكانة الوسيلة الإعلامية ضمن النظام الاجتماعي السائد، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة، حيث تؤثر هذه العوامل بشكل كبير في طبيعة المضمون المقدم للجمهور، وتؤدي في النهاية إلى اندماج القائم بالاتصال ضمن البنية العامة للمؤسسة. أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية، وآليات الرقابة، والهياكل الإدارية، وضغوط الإنتاج، وتؤثر بدورها في طبيعة المضمون الإعلامي، وتفرض على القائم بالاتصال في الكيان المؤسسي. ومن ثم، فإن العديد من الصحفيين ينظرون إلى أنفسهم باعتبارهم موظفين ضمن منظومة بيروقراطية لجمع الأخبار، حيث لا يعبرون عن آرائهم الشخصية، بل ينقلون وجهات نظر مالك المؤسسة الإعلامية ويلتزمون بسياساته.

ب. **مصادر الخبر:** توضح معظم الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه أحيانا الاستغناء عن جمهوره، لكنه لا يستطيع الاستغناء عن مصادره. فقد أظهرت عدة دراسات حول الصحفيين أن للمصادر الصحفية تأثيرا كبيرا على القائم بالاتصال، حتى أنها قد تسيطر عليه بالكامل أحيانا. كما أكدوا أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار ليست بالأمر السهل.

ج. **علاقات العمل وضغوطه:** يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تؤثر بشكل ملحوظ في القائم بالاتصال، إذ يرتبط هذا الأخير بزملائه من خلال علاقات تفاعلية تسهم في تكوين بعد اجتماعي محدد. وتعد هذه العلاقات بمثابة جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، ما يؤدي إلى اندماج الأفراد داخل المجموعة وتشكيل هوية جماعية مشتركة. ونتيجة لذلك، يتعامل أعضاء هذه الجماعة مع العالم الخارجي انطلاقا من

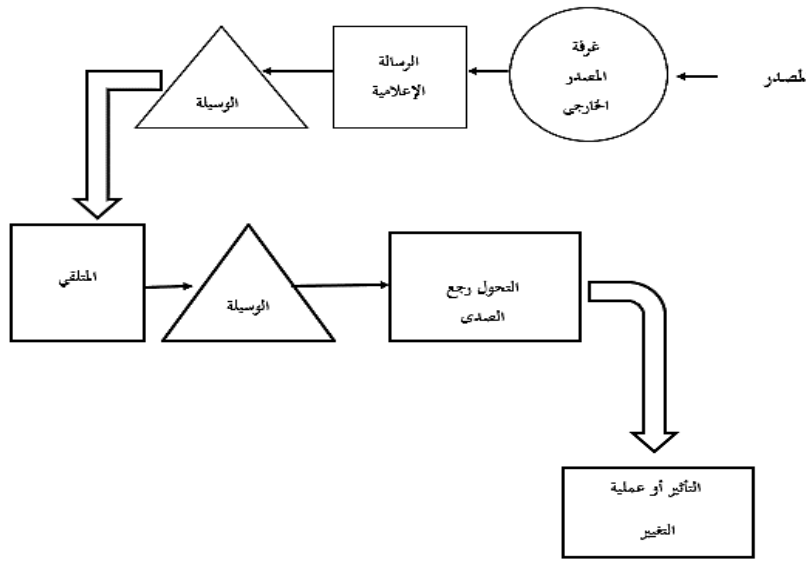
شعورهم الذاتي كجزء من الجماعة، الأمر الذي يجعل الصحفي يعتمد بدرجة كبيرة على هذه الجماعة وعلى الدعم المعنوي الذي توفره له.

غير أن هناك دوما معايير ذاتية يحتفظ بها القائم بالاتصال لنفسه، ولا يفصح عنها للجماعة التي ينتمي إليها، وتعد هذه المعايير من العوامل المحفزة له للسعي نحو التفوق على زملائه ضمن إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية. إذ يسعى كل صحفي باستمرار إلى تحقيق سبق الصحفي الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماعة التي يعمل ضمنها. (المزاهرة، نظريات الاتصال، 2012، صفحة 272)

بما أن نظرية الإعلام في أي مجتمع تشكل جزءا لا يتجزأ من النظرية الاجتماعية العامة التي يعتمدها ذلك المجتمع، فإنه من الطبيعي أن تتبنى نظريات الإعلام ما يتوافق مع النظريات الاجتماعية السائدة فيه. وتقوم هذه النظريات ضمن إطار نظرية اجتماعية شاملة تغطي الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية وغيرها. (السماسيري، فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي، 2008، صفحة 23)

4.2 السياسة الإعلامية أو السياسة الاتصالية:

يشير هذا المصطلح إلى الآليات التي يتم من خلالها تطبيق الفلسفة الإعلامية التي يعتمدها مجتمع معين في الواقع العملي. وعليه، تعرف سياسة الإعلام أو الاتصال بأنها مجموعة من الممارسات الواعية والمدروسة، بالإضافة إلى السلوكيات الاتصالية داخل المجتمع، والتي تهدف إلى تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية عبر الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والطبيعية المتوفرة في المجتمع. أما النظام الإعلامي أو النظام الاتصالي، فيعرف بأنه مجموعة النظم والأساليب التي يتم من خلالها نقل المعلومات إلى الجمهور، إضافة إلى الوسائل المستخدمة في ذلك، والقواعد والقوانين التي تنظم هذه العملية، فضلا عن الضوابط أو القيود المفروضة على تلك الوسائل. (السماسيري، فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي، 2008، صفحة 33)



شكل (7) يوضح الهدف من تنفيذ عملية الاتصال نقلا عن سعاد جبر سعيد (سعيد، 2005، صفحة 30)

يظهر تحليل العلاقة بين مفهومي الإعلام والاتصال وجود تداخل مفاهيمي كبير، إذ ينظر إلى الإعلام كعملية نشر معلومات دقيقة وموثوقة بهدف التأثير الواعي في الجمهور وتوجيهه، بينما يعرف الاتصال كفن نقل الأفكار والمعلومات داخل عملية اجتماعية تفاعلية لا يمكن أن تقوم بدون التواصل. يعكس ذلك أن التفاعل الاجتماعي نفسه قائم على منظومة من العمليات الإدراكية والنفسية والمعرفية التي تُفضي إلى تغيرات في السلوك.

انطلاقاً من هذه الرؤية، يتبين أن الإعلام هو في جوهره نشاط اتصالي، يخضع للعناصر الأساسية لأي عملية اتصال. مصدر، رسالة، ووسيط ينقل المحتوى إلى الجمهور. وهذا التوافق المفاهيمي يمهّد لفهم أدق للسياسة الإعلامية أو الاتصالية بوصفها امتداداً لمبادئ الاتصال وإدارة تدفق الرسائل داخل المجتمع. (سلطان، 2015، صفحة 151)

تتنوع تعريفات الباحثين للسياسة الإعلامية، لكنها تتفق على أنها الإطار الذي يحدد المبادئ والمعايير المنظمة لعمل الدولة في مجال الاتصال، من حيث الإدارة والرقابة والتقييم وتنسيق مختلف الأنظمة الاتصالية، خصوصاً وسائل الإعلام الجماهيري، بهدف تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية ضمن الرؤية السياسية والاجتماعية للدولة. كما تفهم السياسة الإعلامية بوصفها ممارسات اتصال واعية ومخططة لها داخل المجتمع، تستهدف تلبية حاجاته الاتصالية عبر الاستخدام الأمثل لموارده البشرية والمادية. (الحديد، 1986، صفحة 3)

تخضع المؤسسات الإعلامية في مختلف الدول لتأثير مباشر من النظام السياسي الذي تعمل في إطاره، حيث تحدد القوانين واللوائح المنظمة للإعلام مضمون الرسالة الإعلامية وآليات النشر والتوظيف وصنع القرار. كما أن الرؤية السياسية للمؤسسة تشكل هويتها الاتصالية، وتجعلها جزءاً من أدوات تنفيذ التوجهات السياسية للدولة داخليا وخارجيا. (سلطان، 2015، صفحة 153)

5.2 الأسس الإعلامية لتحرير الأخبار:

إن شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها يرتبطان ارتباطاً وثيقاً لا يمكن فصله بأي حال من الأحوال، الأمر الذي يفرض على المحرر اتخاذ قرارات متعددة تشمل تحديد الأدلة التي سيتم اعتمادها أو استبعادها. ويعد الخبر كرسالة إعلامية نتاجاً لتراكم قرارات تتعلق بالشكل والمضمون معاً. وتجدد الإشارة إلى أن معظم هذه القرارات لا تخضع فقط للهدف الإقناعي للرسالة الإعلامية، بل تتأثر أيضاً بعدة عوامل أخرى، من بينها خصائص الجمهور المستهدف، وكفاءات المحرر، وغيرها من الاعتبارات ذات الصلة. (شرف، 2000، صفحة 143)

ينبغي أن تتسم اللغة الصحفية بالبساطة والوضوح، وأن تخلو من التعقيد البيوي، نظراً لاعتماد المتلقي الجماهيري على الرموز والتجسيد في الفهم، إذ أن الجمهور غالباً لا يلجأ إلى التحليل الموضوعي أو الدراسة العلمية لاستنباط الحقائق. (الله ب.، 2007، صفحة 132)

عند جمع هذه المهمات ضمن إطار موحد، فإنها تساهم في تكوين صورة متكاملة لبنية وهيكل الخبر الإلكتروني في ذهن المحرر المتمرس بأدوات مهنته. وتعد الصحف ووكالات الأنباء، سواء العربية أو الأجنبية، من المصادر الأساسية للأخبار في وسائل الإعلام الإلكترونية، ولا سيما في مجال الصحافة، خاصة فيما يتعلق بأخبار الشؤون العربية والدولية. (الأمير، 2014، صفحة 157)

6.2 دور غرفة الأخبار في تحرير الأخبار:

تتميز غرف الأخبار التقليدية المعتمدة على النصوص بخصائص تختلف عن تلك الخاصة بغرف الأخبار المتكاملة التي تنتج نصوصاً وفيديو، إلا أنها غالباً ما تحتفظ بنسخة للتحرير الذي يقوم بمراجعة المادة الإعلامية قبل نشرها.

يرأس غرفة الأخبار رئيس التحرير الذي يساعده عدد من النواب، ويتولى الإشراف على عمليات الكتابة والتحرير والعناوين والإخراج. في الصحف الكبيرة، يتم تقسيم الغرفة إلى أقسام متخصصة (داخلي، خارجي، اقتصاد، رياضة...)، حيث يمتلك كل قسم محرريه، بينما تساهم الاجتماعات الدورية في تنسيق المواد وتحديد أولويات النشر ضمن المساحات المتاحة. (السمان، 2022، صفحة 174)

غرفة الأخبار هي مركز الصحيفة، تختلف مساحتها وتنظيمها حسب حجم المؤسسة، وتضم أقساما متعددة يعمل محرروها بتقنيات حديثة، مع اعتماد دورات تداول داخلية تنظم التنسيق اليومي بين الأقسام. (حسين ع.، 2013، صفحة 143)

تصل المعلومات إلى غرفة التحرير من المراسلين والوكالات، حيث يقوم رئيس القسم بفرزها وتوجيهها للمحررين وفقا لخبراتهم، مما يؤدي مع مرور الوقت إلى تكوين محررين متخصصين في قضايا أو مناطق معينة. على الرغم من الروتين اليومي، تتحول غرفة الأخبار إلى ورشة عمل طارئة عند حدوث أحداث هامة، حيث تستنفذ جميع موارد الصحيفة لجمع المعلومات الجديدة. العمل لا يتوقف، إذ يمكن تعديل الأخبار في أي لحظة، وقد تتوقف الطباعة لإضافة تفاصيل جديدة، مما يعكس الديناميكية والغنى في العمل الصحفي. (حسين ع.، 2013، صفحة 145)

أثناء انتقال الخبر داخل غرفة الأخبار، يمر عبر سلسلة من البوابات، يشرف عليها محررون يمتلك كل منهم السلطة لتقرير ما إذا كان الخبر سينتقل، وكيف سينتقل، وما الذي يحذف أو يضاف أو يعدل منه. تعرف هذه العملية بنظرية حارس البوابة، حيث يسيطر حارس البوابة على نقطة حاسمة في تدفق المعلومات، متأثرا بعوامل داخلية وخارجية. يعتبر المحررون في الوكالات والصحف أبرز حراس البوابات، وتكتسب أمانتهم وموضوعاتهم أهمية كبيرة، رغم صعوبة تحقيق الحياد التام بسبب انتماءات مهنية أو سياسية.

وبالتالي، يعاد تشكيل الخبر عدة مرات عبر مراحل التحرير، مثل تشكيل الطين، حتى يظهر بصورته النهائية، ويتغير مرة أخرى عندما تنقله وسيلة إعلامية أخرى، ليظل في حالة إعادة تشكيل مستمرة. (حسين ع.، 2013، صفحة 146)

وقد أدت هذه التطورات إلى ظهور ظواهر متناقضة في عالم الصحافة داخل الصحيفة الواحدة. ففي حين يقوم بعض الصحفيين بجمع البيانات والأخبار ومعالجتها وتحليلها وتحريرها باستخدام هذه التقنيات

الحديثة، مما ينعكس إيجاباً على مضمون وشكل الصحيفة، نجد أن هناك صحفيين آخرين لا يستخدمون هذه التقنيات أو لا يزالون يعتمدون عليها لأداء مهام تقليدية، متبعين الوسائل التقليدية نفسها في معالجة البيانات. (صغير ز.، 2016، صفحة 88)

إن اختيار الأنظمة والتقنيات المثلى وتحديد الاتجاهات الصحيحة من الناحيتين الفنية والوظيفية والاقتصادية في استخدام الأنظمة الحديثة في التحرير ومعالجة البيانات داخل غرف الأخبار الرقمية يعد أمراً حيوياً. يتطلب ذلك توظيف هذه التقنيات لتطوير أساليب العمل داخل قاعات التحرير وتحديثها بما يتناسب مع اندماج مختلف العاملين من صحفيين ومحررين وتقنيين، مما يعزز روح الابتكار والإبداع في معالجة البيانات واستغلال المحتوى الصحفي بسرعة وكفاءة.

3. التقييم واختيار الأخبار:

يعد الإعلام في جوهره عملية انتقائية تهدف إلى اختيار المحتوى الملائم، وتوظيف اللغة المناسبة، بالإضافة إلى استخدام الصورة والصوت بطريقة فعالة. ويستند هذا الانتقاء إلى هوية الوسيلة الإعلامية، وتكوين الصحفي المهني، فضلاً عن قدرته على تكييف خصائص النوع الصحفي مع طبيعة الحدث والمواد المتوفرة لبناء مادته الصحفية. وفي الحقل السمعي البصري، يميل الصحفي إلى الاعتماد بشكل أكبر على الصورة المتناغمة مع الصوت، خاصة في الحالات التي يكون فيها النص اللفظي ضعيفاً أو متكرراً، مما يساهم في تعزيز القيمة الإعلامية للمادة. أما إذا كان النص قوياً ويمتاز بثقل إخباري، فيمكن للصحفي الاستعانة بمواد سمعية بصرية غير مكتملة. ويتم تقييم الأخبار وفقاً للمعايير التالية:

- موضوع المادة الإعلامية (حدث، واقعة، قضية)
- طريقة الإنجاز ومدى التوافق مع الواقع
- حجم المادة الصحفية
- أسلوب الكتابة ومواد بنائها وحجمها (المعطيات والحقائق، الآراء ووجهات النظر، البراهين والحجج، الوصف والسرد، والتحليل والدراسة)

➤ الهدف من الكتابة (وظيفة النوع): التبليغ والإخبار، الإقناع، البحث والتحليل، التعبير، الجدل والسجال، وغيرها

➤ السياسة التحريرية أو طبيعة الوسيلة

➤ وضع الصحافي (مستقل عن المؤسسة، تابع لتنظيم سياسي أو مدني)

➤ الاعتبارات الأخلاقية وشرف المهنة

➤ موقع المادة الإعلامية في الصحيفة (اليعاضي، 2007، صفحة 6)

لا ينبغي أن يكون تحقيق الصحيفة للسبق الصحفي على حساب الدقة في نقل المعلومات. إذ يقوم المراسلون بجمع كميات كبيرة من المعلومات، ويتوقع من المراسل أن يمتلك معرفة عن مصدر الخبر تعادل معرفته بنفسه. ويطلب من المراسل أن يستخلص الأخبار من بيئة مليئة بالمخاطر، وأن يتعامل مع مواد قد تتجاوز حدود التصور. عليه أن يلاحظ الحدث بسرعة، ويحدد جوهره، وينقل صورة دقيقة عنه إلى الجمهور الذي لم يشهده أو يسمع به مسبقاً، مع مراعاة الدقة والسرعة والجاذبية في العرض. كما يجب انتقاء ما يكتب بناءً على أهمية الأخبار الحقيقية، مع الالتزام بالموضوعية وأعلى معايير الدقة والصدق والأمانة المهنية. (باسين، 2010، صفحة 31)

1.3 القيم الإخبارية في البيئة الرقمية الحديثة:

يفهم القيام في اللغة بمعنى الوقوف والثبات، ويستعمل أيضاً للدلالة على التوقف عند أمر ما دون تجاوزه، كما في قولهم: "أقام بالمكان" أي ثبت فيه. وتقال عبارة "قامت السوق" إذا نشطت وراجت. أما المقام والمقامة فهما الموضع الذي يقيم فيه الإنسان. وتشير الاستقامة إلى الاعتدال، فيقال: "استقام الأمر" أي اعتدل. أما القوام فيعني العدل وحسن الطول، كما يقال "حسن القامة". ويوصف الدينار بأنه قائم إذا كان مثقاله مستويا لا يميل، غير أن الصيارفة يعدونه ناقصاً حتى يميل فيسمى حينئذ ميالاً. (عادل، 1986، صفحة 35)

تعرف القيمة من خلال الاهتمام، ويعتمد معناها على معنى الاهتمام ذاته، فكلما ازداد الاهتمام بشيء ما، ازدادت قيمته. وبذلك، فإن أي موضوع، بغض النظر عن طبيعته، يكتسب قيمة عندما يحظى بدرجة من الاهتمام، مهما كان نوع هذا الاهتمام. وبعبارة أخرى، تعد القيمة علاقة محددة تنشأ عندما يكون

للأشياء، سواء كانت ذات وجود أنطولوجي حقيقي أو خيالي، أهمية نابعة من هذا الاهتمام. (أحمد م. معجك اللغة العربية المعاصرة، 2008، صفحة 138)

تصنف القيم استناداً إلى نوع المجتمع إلى قيم ترتبط بالمجتمع الشعبي القديم، حيث تسود القيم التقليدية، وقيم أخرى تخص المجتمع الحضري، الذي تسود فيه القيم العصرية. (الفتاح م.، ارتقاء القيم، 1992، صفحة 33)

تعرف القيم في بعض الأدبيات بأنها معايير اجتماعية تتسم بقوة انفعالية وطابع شمولي، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمستويات الأخلاقية التي تعتمدها الجماعة. ويكتسب الفرد هذه القيم من بيئته الاجتماعية المحيطة، ليكون من خلالها مقاييس يستند إليها في تبرير سلوكياته، ويتخذها دليلاً ومرشداً في حياته. وتنتشر هذه القيم بين الأفراد، فتسهم في تحديد علاقاتهم الاجتماعية، بما في ذلك الأصدقاء والخصوم. (الشاذلي، 2012، صفحة 7)

تشكل القيم مرجعية أساسية لجميع المنتمين إلى مهنة الصحافة، بغض النظر عن انتماءاتهم الأيديولوجية أو توجهاتهم الفكرية، إذ إن غياب القيم ينعكس سلباً على الصحافة بوجه عام، ويؤدي إلى تراجع فعاليتها في التأثير على أفراد المجتمع، فضلاً عن إضعاف دورها التربوي الهام. (هلال و محمد حسن علي الجندي، القيم الاقتصادية في الصحافة، 2010، صفحة 314)

في عام 1965، شهدت هذه المفاهيم تطوراً ملحوظاً من خلال إعادة تصنيفها ضمن مجموعة من المعايير التي توجه عملية اختيار الخبر، بدلاً من الاختصار على سرد مجموعة من الوقائع. وقد تجلّى هذا التطوير بشكل أكثر دقة في أعمال الباحث الألماني "كاسبر ستيلر"، الذي حدد خمس قيم أساسية لانتقاء الأخبار، وهي: الجودة، الطرافة، قرب المكان، التأثير، الأهمية، بالإضافة إلى السلبية. (سعد ب.، 2011، صفحة 51)

على الرغم من التغيرات التي تطرأ على القيم الإخبارية عبر الزمن، فإنها تبقى قواعد حدسية يعتمد عليها الصحفيون لتقدير ما يستحق النشر، استناداً إلى ما قد يجذب انتباه الجمهور. يعتمد هذا الاختيار على الحس الإخباري، الذي يعتبر مزيجاً من الخبرة والمعايير المهنية والثقافة العامة السائدة في المجتمع. وقد أوجز "ستيوارت هوود" هذا المفهوم بقوله إن الحس الصحفي هو القدرة على تحيل اللغة والمواقف ضمن إطار مؤسسة تشكيل الرأي العام، وفي سياق اجتماعي محدد. (جواد، 2001، صفحة 55)

تعرف هذه العناصر أو الاعتبارات بمصطلح القيم الإخبارية. ويعد تحليل هذه القيم والكشف عنها مدخلا أساسيا ليس فقط لفهم آليات انتقاء ونشر الأخبار، بل أيضا لاستكشاف ملامح السياسة التحريرية لكل صحيفة وقياس فعالية الأخبار المنشورة ومدى تأثيرها. (الفتاح إ، 1989، صفحة 165)

تمثل القيم الإخبارية مجموعة من المعايير المتفق عليها في الوسط الإعلامي، والتي تستند إلى الثقافة والقيم العامة للمجتمع، وتحدد ما يستحق الاهتمام والنشر. هذه القيم ليست قواعد مكتوبة، بل هي مكتسبات مهنية يكتسبها الصحفي من خلال الخبرة والممارسة. تعمل هذه القيم كإطار إدراكي يساعد القائم بالاتصال على اختيار الأحداث الأكثر أهمية من بين العديد من الوقائع، وتنظيمها وصياغتها ضمن هيكل إخباري يضمن ظهورها في الوسيلة الإعلامية وفق أولويات معينة. (انتصار و حسام الساموك صفد، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة، 2011، صفحة 89)

تعد عملية انتقاء الأخبار أو ما يعرف بالقيم الإخبارية مفهوما غير ثابت، إذ تخضع باستمرار لعوامل التغيير والتجديد، نظرا لارتباطها الوثيق بمستجدات الممارسة المهنية الإعلامية وتطوراتها المتنوعة. كما تتأثر هذه العملية بالتقدم التقني والتطورات التكنولوجية الراهنة، إلى جانب التحولات المستمرة التي تطرأ على المنظومة البشرية. وقد أدى ذلك إلى تفسير العديد من الباحثين لظهور بعض القيم الإخبارية واختفاء أخرى ضمن تسلسل أولويات القائمين بالاتصال، حيث تتبدل هذه القيم بين الحين والآخر تبعا للمتغيرات المحيطة. (عرفات، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، 2014، صفحة 175)

الإعلامي المهني يعرف بأنه ذلك الإعلامي الذي يمتلك كفاءة نوعية في توظيف الرموز، ويستخدم هذه المهارة من أجل بناء الروابط بين الأفراد أو الجماعات أو الهيئات المختلفة. (جوديت، ترجمة على وطفة، و هيثم سطايجي، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، 1994، صفحة 173)

2.3 اختيار الأخبار:

تهيمن الأخبار السياسية على محتوى الصحف وشاشات التلفاز في معظم دول العالم، استنادا إلى الاعتقاد السائد بأن هذا النوع من الأخبار هو ما يفضلها الجمهور، بغض النظر عن مدى صحة هذا الافتراض. ويعود هذا التصور إلى جميع المؤسسات الإعلامية، ويرتبط بغياب الدراسات الإحصائية العلمية وعدم استجابة المحررين لملاحظات القراء التي تشير إلى أن اهتمامات الناس تتجاوز الشأن السياسي وحده. لقد ساهم ظهور

الأنترنت في إعادة ترتيب أولويات الأخبار، إذ باتت المواقع الإلكترونية قادرة على رصد تفضيلات القراء بدقة، مستفيدة من أدوات التحليل الإحصائي التي تتيح معرفة الأخبار الأكثر تصفحاً أو المواد الأكثر تحميلاً، بالإضافة إلى تحديد الدول التي يأتي منها زوار هذه المواقع وغيرها من البيانات ذات الصلة. (الدليمي، التحرير الصحفي، 2012، صفحة 318)

ساهم التطور التكنولوجي في توزيع الأدوار بين وسائل الإعلام التقليدية، إذ كانت الإذاعة تتولى الإعلان عن الأحداث أولاً، يليها التلفزيون الذي يعرضها، ثم تأتي الصحافة لتقديم التعليق والتحليل. هذا التوزيع انعكس على استخدام الأنواع الصحفية، حيث اتجهت الصحافة المكتوبة نحو الأنواع الفكرية، بينما ركزت الإذاعة على الأنواع الإخبارية، واهتم التلفزيون بالأنواع الاستعراضية، نتطرق إليها فيما يلي:

- كل وسيلة إعلام جديدة تخلق فضاء إعلامياً خاصاً بها: تستثمر الصحافة الأنواع الصحفية التي اعتمدتها الوسائل السابقة، وتسعى إلى تطويرها وتكييفها بما يتلاءم مع خصوصياتها وسياقها المستجد. إضافة إلى ذلك، تبتكر أنماطاً صحفية جديدة تتناسب مع أدوارها ووظائفها المستحدثة. هذا ما شهدته الإذاعة ثم التلفزيون، ويجري حالياً مع الصحافة الإلكترونية التي عرفت ازدهاراً ملحوظاً عبر الأنترنت. وقد مكنت الخصوصية التقنية للصحافة الإلكترونية من تطوير نوع صحفي كان استعماله محدوداً في السابق، وهو الملف الصحفي.

- لا زلنا ننظر إلى وظائف الصحافة بنظرة "ثابتة" مستمدة من الماضي: أدت التطورات في تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى تحول اقتصاديات الإعلام من هيمنة العرض إلى هيمنة الطلب، حيث أصبحت وسائل الإعلام ملزمة بالاستجابة لاحتياجات الجمهور نتيجة للضغط التنافسي. ومع توسع الوسائط التفاعلية، زاد الطابع الفردي للاستهلاك الإعلامي وتجزأ الجمهور، مما منح الصحفيين قدرة أكبر على تشكيل المحتوى وفقاً لتفضيلاتهم الشخصية. إن هذا التحول في أنماط القراءة والاستخدام يستدعي إعادة تقييم وظائف الصحافة والأدوار التي تقوم بها الأنواع الصحفية التقليدية. (العباضي، 2007، صفحة 36)

يمكن الإشارة إلى أن التحول الرقمي لم يقتصر على تعديل أدوات جمع الأخبار فحسب، بل ساهم أيضاً في إعادة تشكيل منطق البحث الصحفي ذاته، منتقلاً من منطق الاعتماد على المصدر إلى منطق الشبكة، ومن الاعتماد على القرب الميداني إلى القرب الرقمي، وهو ما انعكس بصورة مباشرة على سرعة ودقة وأولوية التغطية الإخبارية.

3.3 مميزات الخبر في البيئة الرقمية الجديدة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية:

- أ. **التفاعلية، "Interactivity"**: يمكن وصف هذه العملية بأنها تتضمن تأثير المشاركين في عملية الاتصال على أدوار الآخرين. بناءً على ذلك، يمكنهم تبادل هذه الأدوار، وتعرف هذه العملية بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية. هذه التفاعلية تتميز بمعنيين، الأول هو وجود سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يمكن للفرد (أ) من خلالها أن يتخذ موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية. في هذه الحالة، يقوم المرسل باستقبال وإرسال المعلومات في الوقت ذاته، كما يفعل المستقبل. وبالتالي، يستخدم مصطلح "مشاركين" للإشارة إلى القائمين بالاتصال بدلاً من "مصادر". وعليه، تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، تبادل التحكم، والمشاركين، كما يتضح في التفاعلية ببعض أنظمة النصوص التلفازية. (شيخاني، 2010، صفحة 446) التفاعلية بشكل مبسط، تشير إلى عملية التأثير والتأثر المتبادل بين عناصر العملية الاتصالية. (راضي، و مهند حميد التميمي، 2017، صفحة 36) إن التفاعل يمكن المستخدمين من تحديد محتوى المواد التي يقومون بقراءتها، كما يتيح للجمهور إمكانية التفاعل مع هؤلاء المستخدمين. (Channel, 2010, p. 5)
- ب. **العمق المعرفي**: يشير هذا المصطلح إلى الكمية المعرفية المتواجدة في المحتوى الصحفي المنشور على المواقع الإلكترونية، والتي تمثل عادة إضافة معرفية للمحتويات المنشورة. تهدف هذه الخدمات إلى تقديم سياقات للأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات ذات الصلة، ويتم ذلك من خلال تفاعل القارئ مع أيقونة مخصصة يوفرها الشكل الإلكتروني، مما يتيح له الانتقال إلى خدمات معرفية إضافية تقدمها الصحيفة نفسها، بما في ذلك إمكانية الوصول إلى أرشيف الصحيفة. (منصور، 2018، صفحة 58)
- ج. **الشخصنة**: تتيح هذه الخاصية لكل زائر للموقع إمكانية تحديد الشكل الشخصي الذي يرغب في أن يظهر به الموقع، مما يمنحه القدرة على التركيز على أقسام ومواد معينة مع إمكانية حجب أخرى. يمكن للزائر القيام بذلك في أي وقت ومن أي مكان، مما يتيح له تلقي والاستماع ومشاهدة المحتوى الذي يتوافق مع اختياراته الشخصية ورغباته وميوله، بدلاً من الاعتماد على ما ينشره الموقع وما يفرضه. بالإضافة إلى ذلك، تتوفر العديد من الخصائص والخدمات التي تقدمها المنصة لكل من المرسل والمتلقي، مثل الاتصال التفاعلي المباشر بينهما، وتعدد خيارات التصفح، وخدمات الأرشيف والبحث وغيرها. (فوزي، 2015، صفحة 116)
- د. **الحدود المفتوحة، "Breadth of geographical expansion"**: ساهم الإعلام الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت في إلغاء الحدود الجغرافية، حيث يتيح هذا النوع من الإعلام الوصول إلى أماكن متنوعة من العالم في فترة زمنية قصيرة وبتكاليف منخفضة مقارنة بعدد كبير من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، التي

عادة ما تكون مقيدة بحدود جغرافية معينة. لذلك، تسعى العديد من المؤسسات الإعلامية إلى نشر رسائلها الإعلامية بطريقة ورقية مع توفير نسخة إلكترونية على الأنترنت، مما يتيح نشر الرسالة الإعلامية على نحو عالمي، متجاوزا القيود التقليدية التي قد تعيق التلفزيون والصحافة المطبوعة. (عباس ن.، 2016، صفحة 184)

هـ. **المباشرة أو الفورية، "Immediacy"**: يمكن توضيح هذه الخاصية من خلال تقديم الصحف الإلكترونية، لخدمات إخبارية آلية تهدف إلى إطلاع مستخدميها على أحدث الأخبار والمعلومات والبيانات في مجالات متعددة، لمتابعة تطورات الأحداث ومجرياتها. حيث تتيح شبكة الأنترنت إمكانية تحديث الموضوعات المعروضة بشكل شامل مع إضافة العناصر الجديدة الطارئة. ومن الجدير بالذكر أن الموقع الإلكتروني الواحد يمكنه عرض العديد من المواد المحدث في دقائق معدودة، وهو ما يعرف بالفورية، التي يمكن أن يستفيد منها الإصدار الفوري نظرا لمرونتها، وهو ما يتضح بشكل خاص عند التعامل مع الأخبار الطارئة. على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تتميز أيضا بالفورية، إلا أنها لا تستطيع تحديث المحتوى بشكل شامل في أكثر من اتجاه، حيث تقدم للمتلقي عنصرا واحدا فقط في اللحظة ذاتها. (موسى، 2015، صفحة 152)

و. **التحديث المستمر للمضمون المقدم**: تتمحور أنشطة الصحف الإلكترونية حول تقديم محتوى صحفي وخدمات إخبارية بشكل مستمر على مدار اليوم، وهو ما يتماشى مع الخصائص المميزة للأنترنت، التي تتسم بالسرعة والتحديث الدائم. ومن الجدير بالذكر أن الفورية تعد من أبرز هذه الخدمات، حيث ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة المحتوى الإخباري المقدم في الصحف الإلكترونية، والذي يتضمن نشر المعلومات، وتحديثها، وتصحيحها بشكل متواصل. وهذا ما يساهم في جعل المادة الصحفية تحمل تاريخا متطورا حتى في إطار اليوم الواحد. إن الطابع العالمي للصحافة الإلكترونية قد ساهم في تحويلها إلى شكل من أشكال الصحافة التي تتفاعل مع الأحداث بشكل فوري. كما أن استخدام البريد الإلكتروني قد ساعد في تقليص الفجوات الزمنية المتعلقة بمعرفة ردود الفعل السريعة والمباشرة بين النص ومعناه وتأثيره. (محمد م.، 2007، صفحة 102)

ز. **التمكين**: تتيح الصحافة الإلكترونية للجمهور تعزيز تأثيره على المواد الصحفية المقدمة، من جهة، وعلى العملية الاتصالية بشكل عام، من جهة أخرى، من خلال التفاعل بين الصوت والصورة والنص المتاح مع المحتوى الصحفي، بغض النظر عن نوع المادة الصحفية المنشورة، سواء كانت أخبارا أو تقارير أو تحليلات أو رورتاج. وبالتالي، يصبح لدى القارئ قصة إخبارية واحدة تتسم بتعدد الأبعاد وزوايا التحليل المختلفة، مما

يتيح له الاطلاع على جميع القصص الإخبارية المتعلقة بنفس الموضوع، بالإضافة إلى تزويده بروابط لمواقع أخرى تحتوي على معلومات متنوعة يمكنه اختيار ما يناسبه منها. (وآخرون ع.، 2015، صفحة 185)

ح. **الشمولية:** تعمل الصحف الإلكترونية، مثلها مثل وسائل الإعلام الأخرى، على تقديم أفضل الأخبار من خلال توفير معلومات أكثر شمولاً وبأفضل الوسائل للوصول إليها. (اللحام و مروى عصام، 2014، صفحة 162)

ط. **عامل التكلفة:** هذا العامل يتجلى بوضوح في مجال الصحافة المكتوبة، خصوصاً عند إنشاء موقع إعلامي إلكتروني. حيث يتيح لصاحب الجريدة تقليص جزء من التكاليف المرتبطة بطباعة وتوزيع النسخة الورقية، مع ضمان الوصول إلى عدد أكبر من القراء. ومن هنا، يمكننا الإشارة إلى أن الصحيفة الناجحة تسعى إلى تحقيق توازن بين إصدار نسخة ورقية وتطوير موقع إلكتروني على الشبكة المعلوماتية. (الأمير م.، 2006، صفحة 117)

تسعى الصحافة الإلكترونية بشكل كبير إلى تحويل الجمهور من مجرد متابعين إلى مشاركين فعالين في المحتوى الإعلامي. وهذا يمنح الأفراد شعوراً بالتفاعل والمسؤولية والقوة، ويعزز من مكانتهم وأهميتهم في الفضاء الافتراضي الذي يعكس الواقع. فالحوار والنقد المستمر في هذا الفضاء يخلق بيئة تعتمد على ما ينشر حول الأحداث، مما يساهم بشكل فعال في تشكيل الرأي العام من خلال النقاشات التي تحدث فيه.

كما يسعى القارئون على هذه الصحف إلى إجراء استبيانات تهدف إلى معرفة آراء الجمهور حول الأحداث والأزمات التي تهمهم. وغالباً ما تلجأ معظم الصحف إلى هذا النوع من الاستطلاعات، التي تجرى عادة بشكل يومي أو أسبوعي أو شهري، للتعرف على اتجاهات الجماهير تجاه الموضوعات والأحداث في المجتمع. (غالبا، 2017، صفحة 93)

ي. **السرعة في نقل المعلومات والأخبار:** سمحت الوسائل الإلكترونية بنقل الأخبار بشكل أسرع وأكثر حداثة مقارنة بالوسائل التقليدية. فالمعلومات التي تنشر في الصحف تبقى فيها لمدة 12 ساعة، بينما تكون محتويات المجلات الشهرية قديمة جداً مقارنة بالوقت الذي نشرت فيه، حيث يتم تحريرها قبل النشر بثلاثة أشهر أو أكثر. (نصرو و عبد الرحمن، 2009، صفحة 31).

"دانيال كارفي" و "ويليام رايجرز" يعرفان الخبر الإلكتروني بأنه تقرير فوري يتناول أحداث وحقائق وآراء ذات أهمية لشريحة واسعة من الناس، وقد تم صياغته ليتماشى مع قيود الوقت في الوسيلة الإعلامية ومع قدرة الجمهور على استيعاب المعلومات المقدمة شفاهياً.

ويؤكد هذا التعريف على نقطتين مهمتين في الوسائل الإلكترونية:

- توافق الخبر مع الوقت الخاص بكل وسيلة إخبارية: على سبيل المثال، يختلف شكل ومدة الخبر الصحفي في الإذاعة عن تلك الموجودة في التلفزيون. إذ تمتلك كل وسيلة إعلامية مدة زمنية معينة محددة مسبقا لعرض الأخبار، مما يستدعي من القائمين على الاتصال تقسيم المحتوى وفقا لذلك.
- ضرورة التأكيد على حاجة الجمهور في استيعاب الخبر: حالة سماعه تشير إلى إدراك الجمهور للمعلومات الواردة في الخبر الصحفي. (جواد، 2001، صفحة 196)

- مفهوم الخبر الإلكتروني: هذا تقرير حول حادث يثير اهتمام الجمهور، ويتشكل من ثلاثة عوامل رئيسية، وهي الحقائق، التشويق، والقراء، مما يعني أن الهدف من الخبر هو جذب القراء للانخراط في قراءته. (حسن ع،، صفحة 153)

ساهمت التطورات التكنولوجية، بما تضمنته من تقنيات ووسائل جديدة، في إحداث تغييرات جذرية في مفهوم الخبر الصحفي. فقد اختلف تعريف الخبر عما كان عليه في الأدبيات الكلاسيكية في علم الإعلام والاتصال، حيث كان يعرف بأنه الحدث الذي وقع. (فريد و خليف، 2016، صفحة 311)

تعتبر اللغة المستخدمة في الأخبار بسيطة وموجزة، لكنها تتمتع بصلاية في البناء، مما يجعلها من العناصر الأساسية التي تبنى عليها الأخبار. هذه اللغة تقرب المحتوى إلى مدارك القراء وعقولهم. بناء على ذلك، يتعين على الصحفيين تحرير الأخبار بلغة يمكن أن يفهمها خريج التعليم المتوسط كمدل، مما يستدعي الابتعاد عن التعقيد والأساليب المركبة. إذ إن فنون الصحافة، وبالأخص الخبر الصحفي، موجهة إلى الجمهور العام وليس إلى فئة محددة من المثقفين. (حبيب، 2008، صفحة 12)

ك. **الفورية، "Immediacy"**: يتفق جميع الباحثين في مجال الكتابة الصحفية، سواء في صيغتها الحديثة أو التقليدية، على أن عنصر الفورية يعد من أهم العناصر التي لا يمكن تجاهلها في عملية الاتصال وفرض المحتوى الإخباري. إذ إن أي خبر صحفي يفتقر إلى عنصر الفورية يفقد قيمته الإخبارية التي تؤهله للنشر. في المقابل، فإن فقدان أحد العناصر الأخرى لا يؤثر عليه بنفس القدر الذي تؤثر به الفورية أو الجودة في عملية النشر. وهذا يعني ببساطة أن الخبر الجديد يعتبر الخبر الأفضل. ومن هنا، تنشأ المنافسة المستمرة بين المراسلين

للحصول على ما يعرف بالسبق الصحفي، أو الأخبار ذات الجودة، التي من شأنها جذب انتباه القارئ واهتمامه أثناء تصفحه للجريدة، سواء كانت ورقية أو إلكترونية. (نبيل، في الكتابة الصحفية، 2002، صفحة 132)

ل. **عولمة وسائل الإعلام، "The globalisation of media"**: تتجلى عولمة وسائل الإعلام بشكل واضح في قطاع الأخبار، حيث كانت وسائل الإعلام والاتصال التقليدية تنقل الأخبار، ضمن مناطق جغرافية محدودة ولعدد قليل من الأفراد وبوتيرة بطيئة نسبياً مقارنة بالسرعة والكيفية التي تنقل بها الأخبار الإلكترونية في العصر الحالي. أصبحت هذه الأخبار تصل إلى فئات متنوعة من الجماهير وفي مناطق جغرافية واسعة من العالم بشكل فوري. ولم تقتصر الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة على الصحافة المطبوعة فحسب، بل شملت أيضاً التلفزيون، مما أدى إلى زيادة عولمة ورقمنة الأخبار في كلا القطاعين. (أحمد ع.، 2015، صفحة 117)

م. **الوسائط المتعددة، "Multimedia"**: تتألف الوسائط المتعددة المستخدمة في القصص الإخبارية عادة من نصوص، ورسوم، وفيديوهات، مما يمكن تصنيفه كمجال تفاعلي قابل للنقر. تعتبر هذه الطريقة فعالة في إنشاء وتطوير مواد صحفية، مما ساهم بشكل ملحوظ في ظهور رزم تفاعلية شاملة تروي الأخبار بطرق لم تكن متاحة سابقاً في وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى. (جليلة، 2014، صفحة 225)

ن. **صحة الخبر ودقته**: تعتبر المصدقية من أبرز عناصر الأخبار التي تبني عليها العلاقات بين القراء ووسائل الإعلام، كما تحدد نجاح هذه الوسيلة أو البرنامج أو غيرها من البرامج والأخبار الصحفية. فالخبر يعتبر مقدساً، بينما التعليق يعتبر حراً، كما يقال في اللغة الإعلامية. وهذا يفسر سبب تنافس الإعلاميين والمراسلين ووكالات الأنباء في الحصول على السبق الصحفي وسرعة نشره. ومع ذلك، لا تقوم هذه الوسائل بنشر كل ما يصل إليها من معلومات أو أخبار، بل تتأكد أولاً من مصداقيتها وتتحقق من مضمونها وسلامتها قبل نشرها، وذلك لتجنب تشويه سمعة الصحفي والمؤسسة الإعلامية. (نسيم، 2009، صفحة 100)

لقد بدأت العديد من المؤسسات الإعلامية في تقديم محتوى إعلامي وإخباري يتميز بالتنوع والثراء، متضمناً مقاطع سمعية وفيديو بالإضافة إلى عدد كبير من العناصر التفاعلية. تركز العديد من المواقع الإلكترونية على الأخبار والمعلومات المحلية بشكل أكبر مقارنة بالنسخ المطبوعة للصحف. كما تم التأكيد على أهمية عرض محتوى أصلي على الأنترنت غير متوفر في النسخ الورقية، مما يعكس الرغبة في إبراز الديناميكية الحركية وخصائص الفورية للأنترنت، وتقديم محتوى إخباري متجدد ومتعدد للجماهير. هذان العنصران يعدان

أساسيين لتحقيق ما يعرف بالفاعلية على شبكة الأنترنت، مما يتيح للمؤسسات الإخبارية فرصة تقديم محتوى إخباري يتفوق بشكل كبير على أي وسيلة إعلامية تقليدية تعتمد عادة على المادة المطبوعة.

بالإضافة إلى ذلك، يتوقع الجمهور عند تصفحهم لمواقع إخبارية على الأنترنت الحصول على أخبار فورية وجديدة تتسم بالتحديث المستمر والتنوع والثراء المعلوماتي، نظرا لأن الأنترنت يمثل عالما لا متناها من المعلومات. لذلك، تسعى هذه المؤسسات دائما إلى توفير مضامين إخبارية متجددة على مدار الساعة، وإذا انعدمت خاصية التجديد والتحديث المستمر، فقد تفقد الصحيفة أو الموقع الإلكتروني قاعدة جماهيره المتابعة بانتظام. (وآخرون و ترجمة محمد صفوت، 2012، صفحة 21)

استنادا إلى ما تم ذكره، يمكننا أن نستنتج أن التأثير التكنولوجي الذي تداخل مع وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة قد أسفر عن مجموعة من المتغيرات التقنية والفنية التي أثرت على الاستخدام الصحفي للتقنيات التكنولوجية، سواء من حيث الممارسة المهنية أو من حيث تحرير المواد الإعلامية ذات الطابع الإخباري من حيث الشكل والمضمون. (ساعد، 2014، صفحة 262)

المبحث الثاني: التأطير في الدراسات الصحفية "Farming"

لقد أحدثت البيئة الرقمية تغييرات جذرية في دور الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية، في الماضي، كان الصحفي يقتصر على نقل الأخبار، بينما أصبح اليوم منتجا لمحتوى متعدد الوسائط، يتفاعل مع الجمهور ويستخدم الأدوات الرقمية في جميع مراحل إنتاج المادة الإخبارية. إن الصحفي الرقمي يجب أن يتقن تقنيات التحرير الإلكتروني، ويكون قادرا على التعامل مع قواعد البيانات، بالإضافة إلى فهم واجهات التفاعل والتصميم الرقمي. (Vernon, 2001, p. 125)

كما ظهرت مفاهيم جديدة مثل الصحفي الشامل، "Multimedia Journalist"، والصحفي المتقاطع "Cross-media Reporter"، مما يعني أن الصحفي يجب أن يمتلك مهارات الكتابة، التصوير، المونتاج، وتنسيق القصص عبر منصات متعددة. فالمؤسسات الإعلامية لم تعد تبحث عن صحفيين تقليديين، بل عن منتجي محتوى رقميين قادرين على تنفيذ القصص بسرعة وبأقصى قدر من التفاعل. (Lucy, 2015, p. 94)

هذا التوسع أدى أيضا إلى ظهور مهارات جديدة في العمل الصحفي، مثل القدرة على قراءة التحليلات الرقمية "Analytics"، وضبط العناوين لمحركات البحث "SEO"، واستخدام الذكاء الاصطناعي لتوليد أو مراجعة بعض أشكال المحتوى. إن أكثر المهارات المطلوبة في غرف الأخبار الحديثة تشمل إتقان أدوات التصميم، تحرير الفيديوها، والقدرة على التعامل مع الخوارزميات. (Newman, Fletcher, & schulz, 2021, p. 35)

إن هذه الأنواع الصحفية المعروفة، التي كانت سائدة في وسائل الإعلام التقليدية، تظهر الآن في وسيلة إعلامية جديدة حيث يكون الجمهور جزءا من العملية بشكل مباشر، من خلال المشاركة في منتدياتها، أو بشكل غير مباشر عبر وجود تفاعلات مع الصحفيين والكتاب الذين يأخذون غالبا برأيهم وأفكارهم. يمكن الإشارة إلى بعض الأبحاث الميدانية، مثل تلك التي أجرتها مؤسسة "Middleberg/Ross" في 2001، والتي تؤكد أن 70% من الصحفيين في الدول المتقدمة يتواصلون مع القراء عبر الإنترنت.

كما أن "News Engine PR" ذكرت في دراستها أن 56% من الصحفيين البلجيكيين والهولنديين يشاركون في منتديات النقاش، وأن 53% يأخذون بعين الاعتبار ردود فعل القراء التي تصلهم عبر الإنترنت. من المؤكد أن هذه النسبة سترتفع إذا نظرنا فقط إلى محرري الصحافة الإلكترونية. هناك بعض التقنيات التي بدأت تبرز في وسائل الإعلام، خاصة تلك التي تبث محتوياتها عبر الإنترنت مثل "Talkback"، وهو الهامش الموجود في نهاية المادة الصحفية المنشورة، الذي يتيح للقارئ التعبير عن رأيه أو وجهة نظره. لقد زاد عدد المساهمين في التعليق على المواد الصحفية المنشورة على الإنترنت، مما رفع من قيمتها، ودفع الكثير من القراء إلى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها للمادة التي كانت موضوعا للتعليق. وتسمح التعقيبات المختلفة للكاتب بإعادة الكتابة عن الموضوع نفسه. فالتعقيب يبرز وجهات نظر كانت تطرح في المقالات والتعليقات الصحفية في الإعلام التقليدي، والفرق الوحيد هو أن التعقيب في الصحافة الإلكترونية يكون فرديا، أي أنه غير مؤسسي.

كما أن الحديث الصحفي الذي يتحول بفضل "Talkback" إلى حوار مع الجمهور، والردشة بين القراء والكتاب أو الشخصيات، يشكل سمة بارزة في الصحافة الإلكترونية. بالإضافة إلى منابر النقاش التي تفتح للجمهور ولكل المشتركين في الإنترنت الراغبين في تبادل الأفكار والمعلومات.

جعلت هذه السمات البعض يعتقد أن الصحافة الإلكترونية ليست مجرد وسيلة إعلامية، بل فضاء رمزي يلتقي فيه الناس لتبادل الآراء والأفكار والمعارف والخدمات. اللقاء الذي كان شبه مستحيل في الماضي بسبب التباعد الجغرافي والاختلافات الزمنية والاجتماعية والثقافية أصبح الآن ممكنا. لكن من المهم أن نكون واعين لمخاطر التفاؤل المفرط بشأن هذا الفضاء ووعوده العديدة. فالإنترنت لا تزال وسيلة اتصال تقتصر على النخبة بسبب الفجوة التكنولوجية والاقتصادية بين الدول والمجتمعات، وحتى داخل المجتمع الواحد. بالإضافة إلى وجود المشرفين على منابر الحوار أو البريد الإلكتروني الذي يصل إلى الصحف الإلكترونية، حيث يمارسون دور الرقيب والموجه، مما يؤثر على عدد ونوعية إسهامات القراء التي تنشر. (العباسي، 2007، صفحة 53)

أصبحت وظيفة الصحفي أكثر تعقيدا وانفتاحا على تخصصات متعددة، لم يعد الصحفي مجرد كاتب للخبر، بل أصبح مهندس محتوى رقمي، يعمل ضمن نظام بيئي إعلامي متشابك يجمع بين التحرير والتقنية والجمهور.

1. التكوين المهني للصحفيين:

تعد مسألة التدريب العملي في مجال الصحافة من القضايا المحورية المطروحة في سياق الصحافة الإلكترونية، نظرا لدورها الحيوي في تعزيز كفاءات الإعلاميين والتطوير المستمر الذي يتطلبه هذا المجال المهني. ولا تقتصر هذه المسألة على طلاب الصحافة والإعلام وما تقدمه مؤسساتهم التعليمية من تدريب عملي يدعم المناهج الأكاديمية والدراسات النظرية، بل تتجاوز ذلك لتصبح قضية أساسية تهم المؤسسات الإعلامية التي تسعى إلى التكيف المستمر والرعاية الدائمة للعناصر الإعلامية العاملة لديها. (تسيير، 2000، صفحة 326)

أدى تنوع المصادر الإلكترونية وظهور أنواع جديدة من الخدمات إلى زيادة الأهمية الممنوحة للتعليم، مما يمكن المستفيد النهائي من الاستفادة من الفرص الجديدة المتاحة. تعتبر المصادر الإلكترونية استثمارا حيويًا في العديد من المؤسسات الإعلامية. ينبغي على هذه المؤسسات التأكد من أنها قد أنفقت مواردها المالية بشكل

حكيم، لذا فإنه ليس كافياً مجرد توفير المصادر دون تقديم أشكال من التدريب على استخدامها، حيث يمكن أن تساهم هذه المصادر في تعزيز الفعالية. (الويشي، 2016، صفحة 31)

التبعية شبه الكاملة للنظريات الغربية في الإعلام والمصادر الغربية للأخبار، بالإضافة إلى السمات الخاصة بالواقع السياسي والاجتماعي في الوطن العربي، مثل النظرة المتعالية اتجاه الجماهير نتيجة انتشار الأمية والتخلف الاجتماعي. (عواطف، صفحة 42)

2. المشاكل التي يعاني منها الصحفي في زمن التدوين الإلكتروني:

1.2 ندرة الموارد باللغة العربية:

تعاني المواد الصحفية المتاحة على الأنترنت من قلة الموارد وغياب واجهة استخدام باللغة العربية، حيث تكتب معظم هذه المواد باللغة الإنجليزية، مما يعكس توجهات الفكر الغربي وفلسفاته الصحفية والإعلامية. هذا الأمر يعد عائقاً أمام انتشار استخدام الأنترنت بين الصحفيين الذين لا يجيدون اللغة الإنجليزية، إذ تهيمن المصادر والمواد الأنجلوساكسونية على شبكة الأنترنت، مما يجعل العثور على مصادر مكتوبة باللغة العربية أمراً نادراً. (باية، 2016، صفحة 180)

2.2 دورة الأخبار:

إن الدورة الإخبارية للمعلومات التي أوجدتها الأنترنت قد ساهمت بشكل فعال في تطوير صناعة الأخبار. كما يشير الصحفي "داف كانساس" رئيس التحرير المسؤول عن موقع "Street-com" إلى أنها تقدم نوعاً مختلفاً من التحدي، حيث يتطلب العمل في الأنترنت مزيجاً قوياً بين الدقة والجودة.

3.2 كثرة الضغوط:

يعاني العاملون في المجال الإعلامي من ذوي الخبرة من ضغوطات متعددة، لاسيما فيما يتعلق بعامل الزمن، مما يؤدي إلى مخاطر وإمكانيات غير طبيعية لحدوث الأخطاء. ويجد المحررون والمنتجون أنفسهم مضطرين للتعامل مع هذه المفارقة من خلال اتخاذ قرارات حاسمة، حيث تفتقر البيئة إلى أدوات أو إجابات جاهزة أو سهلة. (سؤد، 2012، صفحة 235)

3. الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون أثناء استخدامهم للإنترنت هي:

الضغوط التي يواجهها الصحفيون أثناء استخدامهم للإنترنت تشمل مشكلات الإبحار على الشبكة، والتي تعتبر من العوامل الأساسية التي تستهلك وقتا كبيرا من المستخدمين، لاسيما الصحفيين، دون جدوى، ودون إدراك للوقت أو المكان المناسبين للتوقف عن البحث. يتطلب البحث عن المعلومات تطوير مهارات الباحثين، حيث يتعين عليهم التعامل مع كميات كبيرة من المعلومات غير المنظمة بشكل فعال. هذا الأمر يفرض على الصحفيين الإلكترونيين القيام بعمل مضاعف للتحقق من مصداقية المعلومات ومصادرها، وذلك من خلال التأكد من دقة المعلومات والرسائل الإلكترونية. (القيسي، 2013، صفحة 135)

يعاني العاملون في المجال الإعلامي من ذوي الخبرة من ضغوطات متعددة، لا سيما فيما يتعلق بعامل الزمن، مما يؤدي إلى مخاطر وإمكانيات غير طبيعية لحدوث الأخطاء. ويجد المحررون والمنتجون أنفسهم مضطرين للتعامل مع هذه المفارقة من خلال اتخاذ قرارات حاسمة، حيث تفتقر البيئة إلى أدوات أو إجابات جاهزة أو سهلة. (سود، 2012، صفحة 235)

إن استمرار الصحف الإلكترونية وتدفقها يعتمد على عاملين رئيسيين، وهما استمرار تدفق القراء نحو هذه الوسيلة، بالإضافة إلى استمرار إنفاق المعلنين على الإعلانات ضمن هذه الصحف. (القيسي، 2013، صفحة 138)

المبحث الثالث: التمثل والهوية المهنية للصحفي المحترف / المدون

تمثل الهوية المهنية للصحفي أحد الأسس الأساسية التي بنيت عليها الممارسة الإعلامية الحديثة، حيث تجسد مجموعة من القيم والمعايير التي تنظم أداء الصحفي وتوجه اختياراته التحريرية وتفاعلاته مع محيطه المهني. وقد تشكلت هذه الهوية تاريخيا ضمن مؤسسات إعلامية منظمة تعتمد على مبادئ الاحتراف وأخلاقيات العمل والالتزام بالدقة والموضوعية. ومع ذلك، فإن التحولات الرقمية العميقة وما رافقها من ظهور المدونات والمنصات الاجتماعية كفضاءات بديلة للإنتاج الإخباري، أعادت تشكيل الحدود التقليدية لهذه الهوية وأدخلت الصحفي في مواجهة نماذج جديدة من الممارسة الاتصالية.

في البيئة الرقمية الحالية، يتواجد الصحفي المحترف جنبا إلى جنب مع المدون الذي يمتلك القدرة على إنتاج وتوزيع ونشر المحتوى بشكل مستقل عن المؤسسات الإعلامية، وأحيانا يتجاوز قواعدها المهنية. هذا

التداخل يجعل التصور الذهني للصحفي اتجاه نفسه واتجاه المدون عنصرا مؤثرا في إعادة تشكيل الهوية المهنية، وفي تحديد ما يعتبر عملا صحفيا وما يبقى ضمن تعبيرات المستخدمين أو الإنتاج الشبكي الحر. وبالتالي، لم تعد الهوية المهنية ثابتة، بل أصبحت عملية ديناميكية تتفاعل مع التقنيات الجديدة وتوقعات الجمهور وأشكال الفعل الشبكي التي تتحدى الاختصاصات التقليدية للمهنة.

يهدف هذا المبحث إلى تحليل التصورات التي يحملها الصحفيون حول أنفسهم وحول المدون كفاعل مواز في الفضاء الرقمي، واستكشاف كيفية إعادة بناء الهوية المهنية ضمن سياق إعلامي هجين تتقاطع فيه السلطة التحريرية مع المشاركة المواطنة. كما يتناول التأثيرات السوسيو-معرفية لهذه التصورات على ممارسات الصحفي، وعلى تصوره لمعايير الاحتراف، وعلى تقييمه للمحتوى الرقمي الذي ينتجه المستخدمون. ومن خلال هذا التحليل، يتضح كيف يتفاوض الصحفي اليوم حول حدود مهنته، وكيف يعيد تعريف ذاته المهنية في ظل تحول الإعلام من نظام عمودي مغلق إلى فضاء اتصالي أفقي ومفتوح يشارك فيه مجموعة واسعة من الفاعلين.

في العصر الرقمي، لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي للمعلومات، بل أصبح فاعلا حقيقيا في إنتاج المحتوى الإعلامي من خلال المشاركة والتفاعل وحتى إنتاج الأخبار. هذا التحول استدعى من الصحفي إعادة تقييم طبيعة العلاقة مع الجمهور، التي أصبحت تفاعلية ومفتوحة على عدة مستويات.

تعتبر سوسيولوجيا التمثالات الاجتماعية، كما وضعها "سيرج موسكوفيتشي"، من المقاربات الأساسية لفهم التصورات التي يكونها الأفراد والجماعات حول الظواهر الاجتماعية. فالتمثالات ليست مجرد آراء أو مواقف، بل هي أنظمة معرفية مشتركة تتشكل عند تداخل الخبرة الفردية مع البنية الثقافية والاجتماعية، وتعمل كأطر تفسيرية تنظم إدراك الواقع وتوجه الممارسات.

وقد وسعت "دنيز جودوليه" هذا المفهوم، مشيرة إلى أن التمثالات الاجتماعية تشكل معرفة عملية يبتكرها الفاعلون الاجتماعيون لتفسير عالمهم، وأنها ترتبط ارتباطا وثيقا بالهوية والانتماء داخل البنية الاجتماعية. في مجال العمل الصحفي، وتكتسب التمثالات أهمية مضاعفة، حيث تحدد نظرة الصحفي إلى نفسه ومهنته وإلى الفاعلين الجدد في المجال الإعلامي، مثل المدون، مما يؤثر على أسلوب تفاعله مع المحتوى الرقمي وحدود دمج أو استبعاده في مسار إنتاج الخبر.

يصف هذا التغيير بأنه انتقال من صحافة المؤسسة إلى صحافة الشبكة، حيث يساهم المستخدمون في جمع وتحرير ونشر الأخبار. (Willis, 2003, p. 13)

كما أن المنصات الرقمية مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب، قد منحت الجمهور القدرة على محاسبة الصحفيين بشكل مباشر، وأحيانا تصحيح أخطائهم في الوقت الفعلي، مما أوجد ديناميكية جديدة من التوتر والتعاون في الوقت نفسه. أصبحت الصحافة محادثة اجتماعية مستمرة، حيث يعتبر التفاعل بين الصحفي والجمهور عنصرا أساسيا في بناء المصداقية. (Hermida, 2010, p. 302)

نتيجة لهذا التحول، ظهر ما يعرف بالصحافة التشاركية، التي تعتمد على تكامل ما تنتجه المؤسسات مع ما يقدمه المستخدمون. إن العديد من المؤسسات أنشأت أقساما خاصة للتفاعل مع الجمهور، مثل محرر الجمهور أو مدير التفاعل الرقمي، مما يؤكد على دور الجمهور كطرف في العملية التحريرية. (Singer J. B., 2011, p. 108)

أصبح للجمهور تأثير على أجندة التغطية الإعلامية، من خلال حجم التفاعل والمشاركات وعدد النقرات، مما دفع بعض الصحفيين إلى تعديل زوايا تناولهم للمواضيع بناء على تحليلات التفاعل بدلا من الاعتماد فقط على المعايير المهنية التقليدية. (Newman al, 2021, p. 28)

إن العلاقة بين الصحفي والجمهور في البيئة الرقمية لم تعد خاضعة لرقابة أحادية، بل أصبحت علاقة شبكية قائمة على التعاون والمساءلة المتبادلة، مما يتطلب من الصحفي امتلاك مهارات تواصلية واستعداد دائم للتفاعل والتعلم من جمهوره.

تستند الهوية المهنية، وفقا لمفاهيم سوسيولوجيا المهن، إلى عملية مستمرة من التفاوض بين الفرد وبيئته المؤسسية والاجتماعية، فإن الهوية المهنية ليست شيئا ثابتا أو جاهزا، بل تبنى من خلال تفاعل بين مسارين: -المسار البيوغرافي الفردي الذي يتضمن الخبرات، والتكوين، والتصورات الذاتية، -المسار البنيوي الذي تحدده المؤسسات المهنية، وتقسيم العمل، وقواعد الشرعية.

إن المهنة تمثل نظاما أخلاقيا، يتضمن مجموعة من الواجبات والحقوق والمهام التي يطلبها المجتمع من الفاعل المهني مقابل منحه الاعتراف والسلطة في مجاله. وبالتالي، تصبح الهوية المهنية للصحفي نتيجة لمعادلة

معقدة تجمع بين الشرعية المؤسسية، والمهارات التقنية، والقيم الأخلاقية، والاعتراف الاجتماعي بالدور الإعلامي.

1. الهوية المهنية للصحفي:

مفهوم الهوية، من حيث الدلالة اللغوية، هي كلمة تتكون من ضمير الغائب "هو" مضافا إليه ياء النسبة، مما يشير إلى جوهر الشيء والمعنى كما هو في الواقع، مع خصائصه ومميزاته التي تميزه. (ثائر، 2009، صفحة 205)

هي منظومة متكاملة للمعطيات المادية والنفسية والمعنوية والاجتماعية التي تنطوي على نسق من عمليات التكامل المعرفي. (البديرات و البطاينة ، 2016، صفحة 34)

هي التركيبة الشاملة التي تتجلى في الأفكار والاتجاهات ونظام القيم وطرق التفكير والعمل وأساليب الإدارة وآداب السلوك التي تنظم مجموعة من الأفراد، بالإضافة إلى اللغة ونمط الحياة بما يملكه من غذاء وشراب ومسكن، والعلاقات التي تؤسس التواصل بين الأفراد وبعضهم، وبين الأفراد والجماعة. (شرقي، 2013، صفحة 192)

تتضمن هذه المعرفة والأفكار القيم والرموز التي يتعلم الفرد من خلالها كيفية التفاعل والعيش ضمن المجتمع. (Rocher، 1992)

يشير مصطلح المحترف/المدون إلى حالة التداخل والازدواجية في الهوية التي يعيشها الفاعل الإعلامي في البيئة الرقمية الحديثة. فلم يعد الصحفي مجرد كيان مهني تقليدي يستمد شرعيته من المؤسسة فقط، كما لم يعد المدون مجرد هاو ينتج محتوى عشوائيا. بل ظهرت منطقة وسطى تجمع بينهما وتعيد تشكيل الحدود التي كانت تفصل بين الممارسة المهنية والممارسة الشبكية.

يمثل المحترف نموذج الصحفي الذي يلتزم بمعايير التحرير وأخلاقيات المهنة وآليات التحقق، ويعمل ضمن هياكل مؤسسية منظمة. بينما يشير المدون إلى الفاعل الرقمي الذي ينتج محتوى إعلاميا خارج الأطر التقليدية، مستفيدا من حرية المنصات وسرعتها التفاعلية. ومع توسع التدوين الرقمي وزيادة اعتماد الصحفيين على المحتوى الشبكي، أصبح العديد منهم، خاصة الصحفيين الشباب، يمارسون دور المدون في مسارات

عملهم اليومية من خلال إنتاج محتوى مستقل، أو التفاعل المباشر مع الجمهور، أو نشر معلومات أولية قبل معالجتها بشكل مهني.

وبذلك، يشير مفهوم المحترف/المدون إلى هوية مهنية هجينة تتشكل عند تقاطع الخبرة المهنية مع مهارات الإنتاج الشبكي، وتجسد الانتقال من الصحافة المؤسسية المغلقة إلى إعلام تشاركي تعيد فيه المنصات الرقمية توزيع الأدوار والسلطات.

تعكس هذه الثنائية واقعا يمارس فيه الصحفي أدوارا مزدوجة:

دورا مؤسسيا يستند إلى معايير الاحتراف، ودورا شبكيا يستفيد من خصائص التدوين مثل السرعة والتفاعل والتحرر من الروتين.

تعد ثنائية المحترف/المدون مدخلا لفهم التحولات العميقة في الهوية المهنية للصحفي في ظل الإعلام الرقمي، وما تنتجه من أشكال جديدة في التمثيل الذهني والممارسة والتقييم وصناعة الخبر.

المبحث الرابع: الأخلاقيات الصحفية في الميديا الجديدة

في هذا المبحث سنتناول الأخلاقيات الصحفية، وعلاقتها بالإعلام في الميديا الجديدة، تعتبر الأخلاقيات عنصرا أساسيا في تشكيل المهن واستقلاليتها. وتواجه إشكالية الأخلاقيات مقاربتين:

- **المقاربة الأولى:** هي مجموعة من المبادئ والقواعد الأخلاقية التي تحكم الصحافة التقليدية، وكيف أنها لم تعد تتماشى مع النسق السوسولوجي الجديد للمجتمع، الذي يتعلق بتطور احتياجات المواطن.
- **المقاربة الثانية:** يتعلق هذا النص بعدد من القضايا التكنولوجية المرتبطة بأخلاقيات استخدام الأنترنت بشكل عام، والإذاعة الرقمية بشكل خاص. يوجهنا هذا الإشكال نحو موقع الإذاعة في سياق الأخلاقيات، حيث نجد أنفسنا في مفترق طرق بين نقد أخلاقيات الصحافة التقليدية من جهة، وغياب مبادئ محددة للصحافة الإلكترونية من جهة أخرى. (الرزق، 2012، صفحة 37)

1. تعريف أخلاقيات المهنة:

هي مجموعة من القواعد التي تنظم السلوك المهني، والتي وضعتها مهنة معينة لجميع أعضائها. تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها، كما تسعى لضمان احترامها. تمثل هذه القواعد أخلاقاً وآداباً جماعية، بالإضافة إلى كونها واجبات تكمل أو تعوض التشريع وتطبيقاته من قبل السلطة القضائية. (محبوب، 2001، صفحة 19)

عدم وجود تشريعات للأنترنت، إذ يعود الدستور إلى عام 1971. (اللبان، 2011، صفحة 31)

هي الالتزامات الأساسية التي ينبغي أن يتحلى بها كل صحفي، والتي تتمثل أساساً في ضرورة العمل نحو تحقيق تغطية منصفة وشاملة ودقيقة وصادقة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، وذلك من خلال الالتزام بالقانون واحترام حقوق الحياة الخاصة للأفراد وتصحيح الأخطاء عند وجودها. (مكاوي، 1994، صفحة 153)

تعتبر أخلاقيات المهنة الصحفية في إطار الصحافة الاشتراكية مجموعة من المبادئ والمعايير الأخلاقية التي لم تثبت قانونياً بعد، لكنها تحظى بقبول واسع في وسائل الإعلام وتلقى دعماً من الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية. وبالتالي، فإن أخلاقيات المهنة الإعلامية تمثل مجموعة من القواعد التي تنظم ممارسة الصحافة، وهي المبادئ التي ينبغي على الصحفي الالتزام بها أثناء أداء مهامه. بعبارة أخرى، تعد هذه المعايير دليلاً للصحفي نحو إنتاج عمل جديد يحظى بقبول الجمهور، كما أنها تتضمن مجموعة من المبادئ الأخلاقية التي يجب على الصحفي الالتزام بها في سلوكه المهني، مما يقوده إلى إنتاج عمل ينال استحسان الرأي العام.

وتتلخص أخلاقيات المهنة فيما يلي:

أ. **الصدق:** إن السعي نحو الحقيقة يعتبر جوهر العمل الإعلامي ومحركه الأساسي. ولا يتحقق الوصول إلى الحقيقة من خلال طرق سهلة أو مختصرة، بل يتطلب مسارات مهنية دقيقة وشاقة تضمن الدقة والموضوعية. فالحقيقة قد تكون بعيدة، مما يستلزم من الصحفي بذل جهد واعتماد مصادر متنوعة للتحقق منها ضمن سياقها الزمني والمكاني. ويمنح هذا المسار الصعب شعوراً بالتميز المهني، ويتيح مقارنة أداء الوسائل الإعلامية في قدرتها على الوصول إلى الحقائق ونقلها بأعلى مستويات الصدق والمصداقية. (آخرون م، 2015، الصفحات

30-31) يلتزم رجل الإعلام بالموضوعية والصدق في جميع ما ينشره من أخبار للجمهور، ويستند هذا الالتزام إلى النصوص القانونية المعمول بها. (قاسم، 1976، صفحة 31)

ب. **احترام الكرامة الإنسانية:** إن عرض الأخبار والصور بطريقة تحترم الكرامة الإنسانية يعد أمراً ضرورياً، سواء كان ذلك متعلقاً بجماعات مثل الفئات أو الثقافات، أو بالأفراد كما في حالة عرض صورة شخص دون الحصول على إذنه. يتطلب ذلك الالتزام باستخدام وسائل قانونية مشروعة للحصول على المعلومات، حيث لا ينبغي اللجوء إلى أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص، مثل التسجيل أو التصوير غير القانوني.

ج. **النزاهة:** تعني تقديم الأخبار والصور بطريقة محايدة، مع تجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإعلان، وكذلك بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة أو الاعتبارات الذاتية. كما تشير النزاهة إلى التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل، وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة سواء كانت داخلية من المنشأة، أو خارجية من الجمهور، بالإضافة إلى الضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.

د. **المسؤولية:** يتعين على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية صحة المعلومات التي يقدمها، مما يعني أنه لا يجوز له نقل أي خبر دون التحقق من صحته وإجراء التحريات اللازمة بشأنه، بالإضافة إلى الالتزام بالدقة في معالجته والتحلي بالحذر عند نشره. (آخرون، 2015، صفحة 32) أن لا يحصل عليها بأي وسيلة غير مشروعة، مثل تقديم رشاي على شكل هدايا أو عبر هدايا أخرى، أو أي طرق لا تتوافق مع أخلاقيات الإعلام. (السماسيري، 2008، صفحة 46)

هـ. **العدالة:** تشير إلى أن المواطنين يتمتعون بالمساواة في الحقوق والواجبات، كما أنهم متساوون أمام وسائل الإعلام. ومن هنا تنبثق الحاجة إلى ضمان أن تعكس هذه الوسائل تمثيلاً متوازناً للفئات والثقافات المختلفة، دون تمييز أو تفضيل جهة على أخرى. ويتطلب تحقيق العدالة اتخاذ الحيطة والحذر في عرض الأخبار والصور، مع الابتعاد قدر الإمكان عن أساليب المبالغة والتحويل والإثارة غير المبررة.

و. **الموضوعية:** تبرز هذه النقطة قضية مهمة تتعلق بضرورة تحرر المراسل أو المندوب أو أي فرد يعمل في مجال الإعلام من هيمنة الدولة على نشاطه. وقد وصف مهنا هذه الإشكالية عند تناوله للواقع الإعلامي

العربي، حيث أشار إلى أن الإعلام العربي يقدم وجهة نظر واحدة تعتبر معبرة عن المصلحة العامة. ولكن، كيف يمكن للمواطن متابعة سياسة الدولة وتقييمها إذا لم يكن على دراية بوجهات النظر المتعددة، وكيف يمكن له التأثير على سياسة الدولة إذا كان عاجزاً عن التعبير عن تقييمه لها. (محمد م.، 2001، صفحة 440)

يمكن القول أن الصحفيين يجب أن يتحرروا من أي التزام اتجاه أي جهة ذات مصلحة، باستثناء التزامهم اتجاه الجمهور ليتمكن من معرفة الحقيقة. (هاتلنج و ترجمة كمال، 1996، صفحة 132)

2. المعايير القانونية والأخلاقية:

تعتمد فاعلية الصحافة بشكل كبير على الالتزام بالمعايير القانونية والأخلاقية، تعتبر حرية الإعلام الجماهيري ركيزة أساسية لعمل وسائل الإعلام في دولة القانون، لكن يجب أن تكون هذه الحرية مصحوبة بالمسؤولية القانونية والأخلاقية، ينبغي على الصحفي أن يتمتع بمستوى عال من الثقافة القانونية وأن يلتزم بوضوح باللائحة الأخلاقية.

أ. أخلاق الصحفي: تعتمد المصدقية والموضوعية إلى مجموعة مبادئ للصحافة، حيث تحدد قواعد السلوك الأخلاقي ونظام المعايير واجبات الأفراد اتجاه المجتمع والآخرين وفقاً للقوانين. يتجلى التنظيم الأخلاقي لسلوك الصحفي على مستوى المبدأ والمعيار، إذ يمتلك المبدأ الأخلاقي طبيعة عقائدية، مما يعكس العلاقة بين المثل الأعلى وتنظيم السلوك. تظهر ميكانيكية نشوء المعايير الأخلاقية على النحو التالي:

الحالة، التقييم، الفعل والنتيجة.

تمتاز معايير الأخلاق المهنية بدرجات متفاوتة من الوحدة، حيث يمنح البعض الصحفي توجيهها أدنى في حدود الحالة الخاصة، مثل تصحيح المعلومات دون تشويه معنى رسالة القارئ. يتطلب الأمر الحصول على تأشيرة من المتحدث قبل نشر الوثيقة، بينما تحمل الشروط والمتطلبات الأخرى طبيعة مشتركة. (آخرون م.، 2015، صفحة 115)

ب. الأخلاق المهنية والخدمية: تتجلى متطلبات الأخلاق في شكل قواعد تنشأ بشكل منتظم في العلاقات بين الصحفي والجمهور، وبين الصحفي ومصدر المعلومات، وبين الصحفي وأحد الشخصيات في العمل، وبين الصحفي والمؤلف، والمحرر، وزملائه في العمل.

ترتبط الأنواع الثلاثة الأولى بأفعال الصحفي في المجال الاجتماعي، بينما تتعلق الأخلاق المهنية بسلوكه في المجال المهني، أو بالأخلاق الخدمية للصحفي. عند جمع الوقائع، يتوجه الصحفي إلى مصادر متنوعة من المعلومات، تشمل المصدر الفردي (الإنسان)، والمصدر الجماعي، والوثائقي.

يعتبر الجمع المكشوف للأخبار الطريقة الأكثر صدقا ونزاهة ومبدئية. ينص النظام الداخلي لمنظمة الصحفيين الدولية على ضرورة أن يحافظ الصحفي على كرامة مهنته، وأن يمتنع عن استخدام الأساليب والوسائل غير الشريفة للحصول على المعلومات، يتطلب الموقف المبدئي من الصحفي التعبير عن الحقائق السلبية بشكل علني وشريف، دون إظهار تحيزه.

ج. الصحفي يستدعى إلى المحكمة: تشير الاستطلاعات الاجتماعية التي تجرى بشكل دوري في مناطق متنوعة من الدول إلى أن أكثر من نصف المستجوبين يعتقدون أن الصحفيين يتحدثون بمصادقية حول الأحداث، بينما تعتقد الغالبية أن وسائل الإعلام الجماهيرية لا تستطيع تعزيز الوفاق الاجتماعي. (آخرون م، 2015، صفحة 118)

إن فريق العمل ورئيس التحرير والصحفيين لا يتحملون المسؤولية عن نشر المعلومات المتعلقة بالصحة والتي قد تكون مسيئة للأفراد إذا كانت موجود ضمن أخبار إلزامية، واردة من وكالة الأنباء، موجودة ضمن على طلب معلومات في مواد الخدمة الصحفية لهيئات السلطة الحكومية والمؤسسات والدوائر والمصانع وأجهزة المنظمات الاجتماعية، إذا كانت تعتبر معدة حرفيا لمقاطع من كلمات وتصريحات المندوبين من مختلف المستويات السلطوية. إذا كانت تعتبر معدة حرفيا لأخبار ومواد أو المقاطع منها منشورة من قبل إحدى وسائل الإعلام الجماهيرية التي يمكن أن تحاسب بسبب خرقها للقوانين. (آخرون م، 2015، صفحة 118)

3. أهم مصادر تشريع قواعد أخلاقيات المهنة الصحفية:

توجد ثلاث مصادر رئيسية لأخلاقيات المهنة تتمثل في:

- **التنظيمات المهنية:** إن الإجراء الغالب الذي تقوم به التنظيمات المهنية هو إصدار قواعد السلوك المهني، لكن ما يتميز به هذه القواعد الصادرة عن هذه التنظيمات أنه ليس لها القوة الإلزامية.

- **السلطة العمومية:** تقوم السلطات العمومية بفرض قوانين برلمانية ولوائح حكومية على الصحافة وتعتبر هذه القواعد ذات الصبغة القانونية الملزمة.

- **التشريعات الدولية.** (الشواري، 2004، صفحة 213)

4. أخلاقيات المهنة الإعلامية:

قبل مناقشة أخلاقيات المهنة الإعلامية، من الضروري الإشارة إلى العمل الإعلامي، والممارسات الإعلامية أو المواد الإعلامية، والعناصر البشرية المطلوبة في العملية الإعلامية، بالإضافة إلى الآلات والأجهزة الإعلامية والمهارات اللازمة لتنفيذ العمليات الإعلامية أو إنتاج المواد الإعلامية. كما تشمل هذه العملية الجمهور المستهدف الذي تسعى الجهود الإعلامية إلى اجتذابه والتأثير فيه. (اسماعيل، 1991، صفحة 39)

أما أخلاقيات الإعلام، هي الأخلاق المتعلقة بمهنة الإعلام والصحافة بشتى أنواعها وأنماطها وهي تشمل واجبات الصحفيين وحقوقهم وطبيعة أعمالهم. (بسام، 1994، صفحة 70)

فيمايلي أنواع الأخلاقيات المهنية:

أ. **أخلاقيات الخاصة بالإعلان:** تستند هذه المبادئ إلى تنظيم أخلاقيات الإعلان من خلال حظر الترويج للممنوعات والمحتويات غير المناسبة، ومنع التضليل، وعدم استغلال المرأة والطفل، مع الالتزام بنسبة الإعلان المتفق عليها وضمان توافقه مع قيم المجتمع. (وآخرون، 2015، صفحة 34)

تنازلت وسائل الإعلام الغربية عن مسؤوليتها الاجتماعية لصالح تحقيق الأرباح، مما أسفر عن انتشار الصحافة الصفراء التي تركز على الفضائح والتجسس على الحياة الخاصة، وتستند إلى الإثارة والكذب والتحيز بدلا من تقديم محتوى إعلامي وثقافي ذو قيمة حقيقية. (مكاوي، 1994، صفحة 16)

ب. **أخلاقيات خاصة بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام:** تستند هذه المبادئ إلى الصدق والدقة في جمع المعلومات، بالإضافة إلى الإنصاف والتوازن، مع الحرص على تجنب التحريف والتشويه.

ج. أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة بين الإعلاميين: يتمثل ذلك في عدم الاعتداء على زملاء المهنة من خلال القذف أو السب أو المعاملة السيئة، مثل الاحتقار أو السخرية من آراء الآخرين، أو الاعتداء على حقوق الزملاء من خلال سرقة موادهم الإعلامية وانتحال آرائهم ونسبها إليهم.

د. أخلاقيات خاصة بوسائل الإعلام بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده: إن تقديم الصورة من جانب واحد فقط يرسل إشارات مضللة إلى عموم الشعب، مما قد يؤدي إلى جذب الشباب المتحمس نحو أفكار متطرفة وغير قانونية، مثل العنف. بينما قد تكون بعض المذاهب الغربية قد أفسحت المجال للعمل الإعلامي دون قيود أخلاقية أو مهنية، متجاهلة ذلك في سعيها للحصول على الأخبار، فإن ذلك بالطبع لا يمكن أن نوافق عليه أو نتقبل به، إذ يتعين علينا الالتزام بالمعايير الأخلاقية في عملنا الإعلامي. (شلي ك، 2007، صفحة 117)

هـ. أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين: تتمثل الوظيفة الأساسية للإعلام في تزويد الأفراد والجماعات بالأخبار الدقيقة والمعلومات الصادقة والحقائق الموضوعية الثابتة، مما يسهم في تشكيل رأي عام مستنير بشأن واقعة أو حادثة أو قضية ذات أهمية. (زهران، 1977، صفحة 30)

5. أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية:

أخلاقيات المهنة تعتبر مجموعة من القيم والمبادئ الداخلية التي تنظم عمل الإعلامي وتوجه قراراته، دون الاعتماد الكلي على القوانين أو الرقابة الحكومية. تمثل هذه الأخلاقيات إطاراً ذاتياً يحدد المعايير الصحيحة والموضوعية في الممارسة الإعلامية، وتكتسب أهميتها في تعزيز المسؤولية المهنية وتشكيل هوية المؤسسة الإعلامية، خصوصاً في أوقات الأزمات. (وآخرون م، 2015، صفحة 35)

تستند أخلاقيات المهنة الإعلامية إلى مفهوم الرقابة الذاتية، حيث يعتمد الصحفي على ضميره المهني في انتقاء المعلومات من مصادر موثوقة، مما يعزز من مكانته كفرد موثوق ومحترم. إن المسؤولية هنا ليست مفروضة بالقانون، بل تنبع من التزام الصحفي بالمعايير المهنية ورغبته في أداء دوره بأمانة. يتحمل الإعلامي مجموعة من المسؤوليات المتعددة، تبدأ من المسؤولية تجاه نفسه، ثم تجاه الجمهور، فالمعلنين، فمالكي الوسيلة الإعلامية، ثم زملائه، وتصل إلى مسؤوليته الأشمل تجاه المجتمع ككل. (وآخرون، 2015، صفحة 37)

يمثل التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية فرصة كبيرة، ولكنه في الوقت نفسه يشكل تهديداً، خاصة فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة الصحفية. فقد أدى منطق السرعة والسبق والتفاعل الفوري إلى ضغوط قد تؤثر سلباً على القيم الأساسية مثل الصدق والدقة والاستقلالية والنزاهة.

إن هذا التحول أعاد طرح سؤال السلطة المهنية للصحفي، وهو مدى قدرة الصحفي على الحفاظ على مكانته الأخلاقية في بيئة معلوماتية مفتوحة وغير منضبطة. (Carlson, 2017, p. 22)

إن الاعتماد المفرط على المنصات الرقمية مثل الفايسبوك وتويتر دفع بعض المؤسسات الإعلامية إلى السعي نحو الإثارة لجذب الجمهور، مما يؤدي إلى إنتاج محتوى سطحي أو مضلل. فمنطق المنصة أصبح يهيمن على عملية التحرير، حيث يبدأ الصحفي في التفكير في خوارزميات الانتشار أكثر من اهتمامه بجودة المعلومات. (Bell & Owen, 2017, p. 39)

من ناحية أخرى، أدت وفرة المعلومات إلى ظهور ظاهرة النسخ واللصق، حيث تقوم بعض المواقع بإعادة نشر الأخبار دون التحقق من صحتها أو نسبتها إلى مصدرها الأصلي، مما يعد انتهاكاً واضحاً لأخلاقيات الملكية الفكرية. إن الفوضى المعلوماتية، في البيئة الرقمية تحدد وظيفة الصحافة كمصدر موثوق للمعرفة. (Derakhshan, 2017, p. 21)

تشير أدوات الذكاء الاصطناعي تساؤلات جديدة حول المصداقية والشفافية، إن مستقبل الصحافة الأخلاقية في ظل الذكاء الاصطناعي يعتمد على مدى تدخل البشر في العملية التحريرية. (Marconi, 2020, p. 109)

لذا، فإن التحول الرقمي، رغم ما يقدمه من إمكانيات تحريرية وتقنية، يجب أن يرافق بعقل أخلاقي رقمي، مما يستلزم إدماج قواعد السلوك المهني بشكل صريح ضمن سياسات التحرير الرقمي. ويتطلب ذلك تدريباً مستمراً للصحفيين وتحديث مواثيق أخلاقيات المهنة لتواكب التغيرات التقنية.

6. أخلاقيات مهنة الصحافة في الميديا الجديدة:

أصبحت الصحافة في وسائل الإعلام الجديدة مهنة مستقلة تتطلب من الصحفيين الإلكترونيين الالتزام بأخلاقيات تمنحهم ثقة الجمهور. يعتمد ذلك على الأمانة والدقة والبحث عن الحقيقة ونقلها بإنصاف

واستقلالية، مع تحمل المسؤولية الكاملة عن الأخبار المنشورة. بناء على ذلك، يتم تحديد أهم الأخلاقيات المهنية المطلوبة منهم:

أ. **المصداقية:** يشير هذا النص إلى أهمية نقل الحقائق، حيث يتعين على الصحفيين الإلكترونيين السعي بجد للحصول على الحقيقة والوصول إليها، وتقديم الأخبار ذات الصلة بدقة. بعبارة أخرى، يجب على الصحفيين الإلكترونيين تقديم الأخبار بصدق ونزاهة، مع تجنب تضارب المصالح، واحترام كرامة وذكاء الجمهور.

ب. **الاستقلالية:** يتعين على الصحفي أن يضمن استقلاليته في معالجة الأخبار، وأن يتجنب أولئك الذين يسعون للتأثير عليه أو السيطرة على محتويات تقاريره.

ج. **الإنصاف والعدل:** يجب على الصحفيين الإلكترونيين تقديم الأخبار بطريقة عادلة وموضوعية، مع إضافة قيمة جوهرية تتعلق بالمحتوى المعروض.

د. **المساءلة والمحاسبة:** يتعين على الصحفيين أن يكونوا واعين للمسؤولية الملقاة على عاتقهم فيما يتعلق بتوجهاتهم الإعلامية، وأعمالهم، وكتابتهم، اتجاه الجمهور أولاً، والمهنة ثانياً، وكذلك اتجاه أنفسهم وضمائرهم. (قنديلجي، 2015، صفحة 182)

7. معايير الصحافة في الميديا الجديدة وأخلاقياتها:

في ظل التوسع الكبير والاتجاهات الحديثة نحو الإعلام الإلكتروني، يعتقد العديد من الكتاب والمهتمين في مجالات الإعلام والصحافة الإلكترونية بضرورة وضع مجموعة من المعايير والقواعد التي تضمن الضبط والالتزام في العمل الصحفي والإعلامي على شبكة الأنترنت.

وعلى أساس ما تقدم فإنه من الممكن تحديد وتلخيص الضوابط والمعايير المقترحة فيما يأتي:

1.7 المعايير المهنية:

تتميز الصحيفة الإلكترونية بمجموعة من المعايير المهنية الأساسية، أبرزها اعتماد القوالب الصحفية التقليدية مثل الخبر والتحقيق والحوار، مع إمكانية تبني أشكال جديدة تتماشى مع طبيعة الوسيط الرقمي. كما يتوجب عليها إنتاج محتوى ميداني يتضمن تغطية المؤتمرات والندوات والأنشطة المحلية والدولية، بالإضافة إلى الالتزام

بمبادئ العمل الصحفي الاحترافي، بحيث يعتمد الموقع الإلكتروني على صحفيين محترفين بدلا من الهواة. (قنديلجي، الإعلام الإلكتروني ، 2015، صفحة 179)

ومن هذا المنطلق فإننا نستعرض أبرز محددات الاحتراف، المتعارف عليها، والتي نذكرها فيما يلي:

أ. التفرغ: أي أن يكون الصحفي والإعلامي الذي يعمل من خلال موقع إلكتروني متفرغا لهذا النوع من العمل، وفي هذه المهنة.

ب. الكفاءة المهنية: والتي يمكن أن يحصل عليها الصحفي والإعلامي من خلال تدريبه وتفرغه في العمل في مجال الإعلام الإلكتروني، بوجه عام، والصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص.

ج. الخبرة التراكمية: الممارسة والخبرة أمران أساسيان في العمل الصحفي والإعلام الإلكتروني.

د. المؤسسية: بمعنى أن يكون منتما إلى مؤسسة صحفية وإعلامية، على شبكة الأنترنت.

2.7 المعايير الفنية:

يمكن تحديدها وتلخيصها فيما يلي:

- أ. وجود سيرفر أو ما يطلق عليه اسم خادم، "Server" خاص ومستقل للموقع.
- ب. وجود نظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية، ونقصد بذلك وجود نظام وخطط وليس ضمان عدم الاختراق.

3.7 معايير تتعلق بعدد الزوار:

يمكن تحديد ذلك من خلال مواقع متابعة التصفح العالمية، مثل موقع أليكسا "ALEXA"، أو أي موقع يتوافق مع شروط ومواصفات متابعة التصفح والاستخدام، والذي يمكن من خلاله التعرف على مايلي:

- عدد زوار الموقع،
- عدد الاستخدامات والجلسات التي تمت على الموقع،
- معدل الزيارات المروية فقط التي تمت للموقع،
- الدول التي تمت زيارات الموقع منها. (قنديلجي، الإعلام الإلكتروني ، 2015، صفحة 180)

4.7 معايير مالية وتمويلية:

يتجلى ذلك في وجود نظام تمويلي واضح ومحدد للمؤسسة أو الموقع، وقابل للمراجعة من قبل الجهات المعنية.

5.7 معايير قانونية:

يتناول النص القضايا القانونية المتعلقة بالصحافة الإلكترونية، بدءاً من الإطار القانوني للمؤسسات وضمان حقوق العاملين، وصولاً إلى المسائل الجدلية في العالم العربي. تتركز أبرز الإشكالات حول، العلاقة بين النشر الإلكتروني وحرية الصحافة والرقابة، إمكانية لجوء الأفراد الممنوعين من إصدار صحف ورقية إلى النشر عبر الأنترنت، تأثير النشر الرقمي على حقوق المؤلف والرقابة على المصنفات، احتمال إلغاء التصنيفات التقليدية للصحف (محلية، إقليمية، وطنية)، قدرة الصحف الإلكترونية على استبدال الصحافة الورقية، وأخيراً، مدى التزامها بالمعايير الأخلاقية في الممارسة المهنية. (فنديجي، 2015، صفحة 181)

8. أخلاقيات الإعلام في ظل الإعلام الجديد:

أدى تطور البيئة الاتصالية الجديدة إلى نشوء فوضى معلوماتية ومهنية، نتيجة لغياب التشريعات المناسبة للتغيرات الرقمية السريعة، وضعف الوعي القانوني لدى المستخدمين، مما أتاح حدوث انتهاكات واسعة للحقوق دون محاسبة. ومع تزايد الاتصالات غير المنضبطة، أصبحت أخلاقيات الإعلام تعتبر مبادئ مثالية يصعب تطبيقها عملياً، خاصة في ظل هيمنة السرعة والآنية على العمل الصحفي، مما أدى إلى تدهور مصداقية العديد من القنوات الإخبارية.

تعرف أخلاقيات الإعلام على أنها مجموعة من المبادئ المهنية التي تنظم السلوك الصحفي، وتحدد واجباته في نقل الحقائق والتعامل مع المصادر والمؤسسات. وتمثل هذه المبادئ التزاماً طوعياً جماعياً يصاغ عادة داخل النقابات المهنية أو المؤسسات الإعلامية لضبط الممارسة وضمان احترام معايير الدقة والموضوعية. (الجميلي، 2016، صفحة 101)

المواثيق التحريرية على غرار مدونة البي بي سي، "BBC editorial Guidelines"، وعلى هذا النحو تختلف الأخلاقيات عن القانون من حيث أنها من إبداع الجماعات المهنية ذاتها في إطار ما يسمى التنظيم الذاتي. أما القوانين فيضعها البرلمان ويمكن أن تطبق على بعض الممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء.

في العصر الحديث، لوحظ توجه عام نحو تشكيل مختلف مجالات الحياة، مما أدى إلى بروز الأخلاقيات التطبيقية كنظام من القواعد العملية التي تنظم الممارسات في مجالات العلم والتكنولوجيا وسياقاتها الاجتماعية والمهنية. تعتمد هذه الأخلاقيات على معالجة القضايا الأخلاقية المعاصرة من خلال الحوار والتوافق بدلا من الاعتماد على معايير مطلقة جامدة، وتركز على دراسة الحالات الخاصة والمعقدة.

تعرف أخلاقيات الإعلام من خلال قواعد السلوك المهني التي تحدد حقوق الصحفي وواجباته، وتشمل مبادئ أساسية، من أبرزها، ضمان حرية الإعلام والصحافة، تأمين الوصول إلى مصادر معلومات موثوقة، الالتزام بالدقة والمصداقية، مع احترام الحق في المعرفة والموضوعية وعدم الانحياز، وتحمل المسؤولية اتجاه الرأي العام ومصالح المجتمع، بالحفاظ على النزاهة والاستقلالية المهنية، والامتناع عن التشهير والقذف وانتهاك الخصوصية، واحترام حق الرد والسرية المهنية.

يمثل هذا الإطار الأخلاقي آلية لتنظيم الممارسة الإعلامية وحمايتها من الانزلاقات المهنية التي قد تنتج عن التطور التكنولوجي والضغط المهنية المعاصرة.. (الجميل، 2016، صفحة 103)

الصحفي في عمله المهني، بغض النظر عن الوسائط المستخدمة، كما قامت العديد من مؤسسات الإعلام بوضع موثائق لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية، وتؤكد هذه الموثائق بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تظل سارية في مجال الإعلام الاجتماعي، ومن بين هذه الأخلاقيات نذكرها فيمايلي:

- الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار، "Editors The American Society of News":

أصدرت هذه الجمعية دليلا يختصر القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي، ويتضمن هذا الدليل عشر قواعد رئيسية نذكرها في مايلي:

أ. المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني: لا ينشر الصحفي ما لا يوافق على نشره في الصحيفة، كما أنه لا ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي ما يسيء إليه شخصا أو مهنيًا، أو ما يسيء إلى مؤسسته. وبالتالي، لا يوجد مبرر لعدم تطبيق القواعد الأخلاقية التقليدية في المجال الإلكتروني.

ب. يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه: لأن كل ما يكتب يصبح ملكا عاما، حتى وإن كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة، وذلك نتيجة لصعوبة التمييز بين الفضاء الشخصي والفضاء العام.

ج. يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية: يمكن للصحفي أن يستقصي الأحداث ويجمع المعلومات، إلا أن الانخراط في العالم الافتراضي يواجه حدودا تجعل الصحفي يتجنب الاتصال العدائي المعروف بالـ "flaming"

د. لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفيسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة.

هـ. ينتبه الصحفي إلى نظرة الآخرين إليه: يتعين على الصحفيين أن يوضحوا أن الروابط التي يوصون بها ليست ملزمة لهم. من المستحسن أيضا إخفاء قائمة الأصدقاء، حيث يمكن أن يكونوا مصادر للأخبار. فإن انضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات من خلال الإعجاب ومتابعة الأخبار قد يؤثر في الوقت نفسه على صورتهم المهنية. يوصى بعدم الانخراط في المجموعات ذات الاتجاه الإيديولوجي الأحادي، كما ينبغي على الصحفيين إدارة خيارات الخصوصية بطريقة لا تجعلهم يظهرون كداعم لمجموعة معينة. (الجميل، 2016، صفحة 136)

و. يتأكد الصحفي من أصالة وصحة ما يقرأه على مواقع الشبكات الاجتماعية: إن كل ما ينشر ليس بالضرورة صحيحا، لذا فإن دور مؤسسات الإعلام والصحفيين يتمثل في التحقق من المعلومات المنشورة ومدى مصداقيتها. يجب على الصحفي أن يكون حارس بوابة فعالا "a good gate keeper" يتأكد من أصالة المعلومات، من خلال تطبيق المبدأ التقليدي القائم على استخدام المصادر المزدوجة "Double sourcing".

ز. يقدم الصحفي نفسه دائما على أنه صحفي: لا يمكن للصحفي أن يخفي هويته، سواء في الفعاليات الصحفية التقليدية أو أثناء ممارسته لمهنته في الميدان أو عبر شبكة الأنترنت. وعندما يطلب الصحفي معلومات بغرض نشرها، يتوجب عليه الإفصاح عن هويته المهنية.

ح. الميديا الاجتماعية أدوات وليست لعبة: يمثل الصحفيون مؤسساتهم، ولا يجوز لهم التصرف بطرق غير مقبولة على الشبكة.

ط. يجب على الصحفي أن يكون شفافا ويعترف بأخطائه بسرعة: تظل المبادئ نفسها المستخدمة في الممارسات التقليدية.

ي. يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة: يتعين عليه الامتناع عن إفشاء الأسرار المتعلقة بهيئة التحرير، حيث إن منصات الشبكات الاجتماعية قد تشكل تهديدا لسلامة العملية التحريرية التي تتم خلف الأبواب المغلقة. (الجميل، 2016، صفحة 137) ومن أجل أن يساهم الخبر في الدول النامية في عملية التنمية الشاملة ويتخلص من هيمنة السلطة السياسية في دول العالم الثالث، خاصة في عصر يشهد تنافسا شديدا بين وسائل الإعلام والاتصال، يجب أن يقوم الخبر على الأسس التالية: (الجميل، 2016، صفحة 121)

➤ أن يعطي للإثارة معنى الأهمية: إن جذب الانتباه لا يعني بالضرورة الأهمية، إذ تحمل الأهمية في طياتها

معنى جادا. بينما يتسع مفهوم جذب الانتباه ليشمل كل من الجاد وغير الجاد.

➤ أهمية الحدث: إن الموضوع الذي يتناوله الخبر يعد محورا مهما لجمهور القراء من جهة، كما أنه يحمل أهمية بالغة في تنمية المجتمع وترقيته من جهة أخرى. ومن الضروري عدم حجب الأخبار السلبية التي تعكس جوانب الضعف في مؤسسات النظام السياسي وتطبيقاته أو حالات الفساد، حيث إن المتلقي قد يحصل على هذه المعلومات من مصادر أخرى.

➤ لا بد من أن يتضمن الخبر قيما إخبارية: تساهم في تلبية احتياجات الجمهور الاتصالية وتساعد في تطوير المجتمع وتحسينه، مع التأكيد على أهمية أن يتميز الخبر بالصدق والصحة والدقة والموضوعية والتوازن في التغطية الإعلامية. ينبغي الابتعاد عن استخدام الأخبار بما يتماشى مع النظم السياسية في تلك البلدان، لأن ذلك يتعارض مع خصائص الخبر ورسالة الإعلام النبيلة.

➤ عدم تجاهل الأخبار: التي تم الأقليات في المجتمع، والاتجاه نحو تحقيق توازن بين المعلومات الواردة من المركز وتلك المستمدة من الأطراف.

➤ الابتعاد عن تغليب الموضوعات: تعتبر السياسة معيارا رئيسيا في تقييم الموضوعات الأخرى للأخبار، حيث يتم الاعتماد على أهمية الخبر بالنسبة للمتلقي وتأثيره على جماهير واسعة، بالإضافة إلى مساهمته في تنمية المجتمع، كأسس للتنافس بين الأخبار. (الجميل، 2016، صفحة 123)

9. أخلاقيات ومعايير:

التوازن بين الانفتاح والمسؤولية يحمل الانفتاح التشاركي، مخاطر التضليل والتحيز الخوارزمي وضغط السرعة، لذا يجب وضع معايير أخلاقية شبكية، تجمع بين الشفافية (إظهار المنهجية والمصادر) والمسؤولية اتجاه المجتمعات المتأثرة بالمحتوى، ومحاسبة المنصات على آليات التوزيع والترتيب.

يعتمد ذلك على إعادة تعريف المهنة لتشمل التصميم المعلوماتي، وتتبع مصادر البيانات، وإتاحة المستندات للجمهور للمراجعة. (Deuze Mark & Bardoel Jo, 2001, p. 13)

المبحث الخامس: إنتاج المضمون الصحفي بين التدوين الإلكتروني والحوكمة الخوارزمية والفقاعات الرقمية

يشير مفهوم الإعلام البديل إلى مجموعة من الفاعلين، والمنصات والممارسات التي تنتج خطابا إعلاميا خارج نطاق الملكية والهياكل المهنية التقليدية. لا يقتصر هذا على محتوى مختلف فحسب، بل يشمل أيضا أساليب الإنتاج والتنظيم والتوزيع والمشاركة، مما يجعل البديل صفة ترتبط بطرائق العمل كما هو الحال مع المحتوى. وبالتالي، يتسع المفهوم ليشمل الصحافة المواطنية، والمدونات، والشبكات القاعدية، والهيئات المجتمعية التي تعتمد نماذج مفتوحة وتشاركية في صناعة الأخبار.

1. التداخل بين الإعلام البديل ومنصات التواصل الاجتماعي في إنتاج المحتوى الصحفي:

الإعلام البديل لا يقتصر فقط على الأشكال الإعلامية أو وسائل الاتصال التي تم تطويرها واستخدامها في العملية الإعلامية، بل يشير أيضا إلى فلسفة جديدة في طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام المختلفة. هذه الفلسفة نشأت نتيجة لتفاعل عوامل سياسية، اقتصادية، إعلامية، اجتماعية، ثقافية وتكنولوجية، مما أدى إلى ظهور أشكال ووسائل إعلامية جديدة تجمع بين الخصائص التي ساهمت في تشكيلها.

إن لفظ البديل يفترض وجود شيء أو ظاهرة أخرى جاء الإعلام البديل في مقابلها، مما يجعل من الصعب تحديد مفهوم شامل ودقيق لهذا المصطلح. (عبد، الإعلام البديل على الأنترنت، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، 2016، صفحة 17)

يعكس كل قرن الطريقة التي تقوم عليها الأشكال الإعلامية الطريقة التي ترى بها العلوم والثقافة المعاصرة الواقع. وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك والنسبية والفوضى، وهي أوصاف مشتركة للثقافة المعاصرة. (الغفار، 2015، صفحة 131)

كما ساهم الإعلام البديل في إزالة الحدود والصراعات السياسية، وأحد أهم إنجازاته هو التركيز على حق التعبير، مما أثار غضب العديد من الحكومات العربية، التي أصبحت تأخذ هذه الوسيلة بعين الاعتبار. وقد أجبر تداول الأحداث ذات الطابع السياسي بعض الحكومات على اتخاذ قرارات أو التراجع عنها بسبب الاحتجاجات الجماهيرية. (الغفار، 2015، صفحة 132)

2. من الثنائية إلى المهجين، تحول الهوية المهنية في المجال الإعلامي:

لطالما قدم المجال الإعلامي صورة ثنائية واضحة للفاعلين من جهة:

- الصحفي المحترف الذي يعمل داخل مؤسسات منظمة ويخضع لمعايير التحرير والأخلاقيات المهنية،
 - من جهة أخرى، المدون الذي ينتج محتوى خارج الضوابط المؤسسية وفي فضاءات رقمية مفتوحة.
- هذه الثنائية التي فصلت بين الشرعية المهنية والحرية الشبكية، لم تعد قادرة على تفسير التحولات السريعة التي فرضتها البيئة الرقمية، حيث تداخلت الأدوار وتقاطعت الوظائف وتغير الفاعلون أنفسهم.
- ومع صعود المنصات الاجتماعية كوسيط رئيسي لتداول الأخبار، وانتقال الجمهور نحو التفاعل الفوري والتحديث المستمر، نشأت هوية مهنية تجمع بين خصائص الصحفي المحترف ومهارات المدون. بحيث أصبح الصحفي ينتج محتوى مباشرا وسريعا يشبه التدوين الإلكتروني، ويستخدم حساباته الشخصية كامتداد لعمله التحريري، بينما اكتسب المدون بدوره ملامح مهنية مثل التحقق، السرد الإخباري، الالتزام النسبي بالمصداقية، وبناء الأجندة الإخبارية.

إن التشارك هنا لا يعني زوال الحدود بين الطرفين بقدر ما تعني إعادة تشكيلها. فالهوية المهنية الجديدة لا تعتمد على الانتماء الحصري إلى مؤسسة إعلامية، ولا على الحرية المطلقة في التدوين الإلكتروني، بل تعتمد على مزيج من المهارات الرقمية، المعايير المهنية، المرونة الشبكية والممارسات التفاعلية. وهو استجابة سوسيو- مهنية للتحولات التكنولوجية، وتعبّر عن مرحلة جديدة في تاريخ المهنة، حيث لم يعد الصحفي حارس بوابة فقط ولا المدون مستخدما عابرا، بل كلاهما يشتركان في تشكيل المحتوى، وبناء المعنى، وصياغة الفضاء العمومي.

وبالتالي، فإن الانتقال من الثنائية إلى الهجين يفسر اليوم جزءا كبيرا من إعادة بناء الهوية المهنية للصحفي، ويكشف عن مسار جديد يدمج الخبرة المهنية بالقدرات الشبكية، ويعيد رسم ملامح السلطة التحريرية في بيئة رقمية مفتوحة ومتنوعة.

إعادة التوصيف لم يعد يعتمد على ثنائية "تقليدي/بديل"، بل ظهر ما يسميه تشادويك "النظام الإعلامي الهجين"، حيث تتداخل منطقيات المؤسسات الإعلامية التقليدية مع منطقيات المنصات الرقمية ضمن دورة خبرية واحدة تتسم بالتكامل والتنافس في الوقت ذاته. هذا الهجين يعيد توزيع السلطة الخبرية من خلال تسارع وانتشار متعدد المنصات، ويحول الإنتاج الصحفي إلى سلسلة من العمليات الموزعة بين غرف الأخبار والجماهير الشبكية. (Chris, 2002, pp. 4-13)

تشهد صناعة الأخبار تغييرات جذرية منذ ظهور الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه المنصات تسيطر على مجالات متعددة مثل السياسة، الاقتصاد والثقافة. وعلى الرغم من أن هذا التحول قد قلل من قدرة الصحفيين على أداء مهامهم المهنية، إلا أنه جعل صناعة الأخبار أقل جدوى من الناحية الاقتصادية.

يشير تقرير المرصد الأوروبي للصحافة إلى عاملين رئيسيين في هذا التغيير، فقدان ناشري الصحف السيطرة على التوزيع، وانتقال جزء كبير منه إلى المنصات الكبرى للتواصل الاجتماعي. كما تعززت قوة الشركات الرقمية العملاقة مثل قوقل وأبل والفيسبوك، بالإضافة إلى منصات مثل تويتر وسناب شات، التي أصبحت تتحكم في النشر والجمهور وآليات تحقيق العائدات. وبالتالي، أصبحت صناعة الأخبار تعتمد بشكل كبير على منصات لا تملك المؤسسات الإعلامية سلطة عليها. (الرز، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، 2017، صفحة 3)

3. تحول دور القائم بالاتصال من وسيط هرمي إلى عقدة شبكية:

في سياقات الإعلام البديل والهجين، لم يعد الصحفي مجرد ناقل للمعلومات، بل أصبح عقدة تربط بين التكنولوجيا والمجتمع، وبين الخبر والتحليل، وبين الانتقاء والتفسير. فهو يمارس مهام التنظيم والتنسيق والشرح إلى جانب التحرير التقليدي. وهذا يتطلب مهارات إضافية في فهم الجمهور بشكل شبكي، والتعامل مع تنوع المنصات، وتعزيز الحوار العمومي. (Deuze Mark & Bardoel Jo, 2001, pp. 10-13)

ثقافة المشاركة والاستعمال-الإنتاج "Produsage"، تظهر أن الحدود بين المنتج والمستهلك بدأت تتلاشى. إذ يساهم الجمهور في جمع المعلومات، وتنظيمها، وتبادلها، وتفسيرها، مما يعيد تشكيل دورة الإنتاج الصحفي.

يوصف هذا التحول، بأنه انتقال من رؤية التقارب كتكنولوجيا إلى فهمه كتغيير ثقافي في أدوار الجمهور، حيث تتفاعل قوة المنتج مع قوة المستهلك بطرق غير متوقعة. (Jenkins, 2006, p. 16)

مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، اكتسبت التفاعلية معان جديدة. أصبح تصميم البرامج يعتمد على التفاعل والتعليقات من قبل مستخدمي هذه الشبكات، سواء على تويتر أو الفايسبوك. عند النظر إلى العديد من البرامج الحوارية على شاشات التلفزيون في فرنسا وأمريكا، وكذلك بعض القنوات الإخبارية العربية مثل "الجزيرة" و"France24" و"BBC"، نجد أنه بمجرد بدء البرنامج وطرح موضوع النقاش، حتى قبل البث يتم دعوة رواد شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل والتعليق وطرح الأسئلة، وأيضاً لإجراء نوع من الاستفتاء حول مدى صحة تلك الآراء.

أصبحت قيمة البرنامج وشهرته تعتمد على مدى تحقيقه لمستوى عال من التفاعل داخل شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تصميم رابط خاص بالبرنامج على تويتر عبر وسم أو هاشتاق خاص به، والذي يديره متخصصون في إدارة شبكات التواصل الاجتماعي من داخل وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون.

وبدلاً من الأسئلة عبر الهاتف، التي أصبحت تقنية قديمة، أصبح التفاعل المباشر مع البرامج التلفزيونية مؤشراً ومحددًا لمدى نجاح البرنامج، حيث نقيس نسب المشاهدة التي أصبحت تتجلى مؤخراً بشكل مكثف عبر الهواتف الذكية. (الرزق، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، 2017، صفحة 6)

4. نماذج إنتاج المحتوى في البيئة البديلة:

تتنوع نماذج إنتاج المحتوى الصحفي بين:

- أ. الإنتاج التشاركي المفتوح الذي يركز على المشاع المعرفي، ودوائر التقييم المجتمعي.
- ب. الإنتاج الهجين الذي يجمع بين التحقيق المؤسسي والتعبئة الشبكية "crowdsourcing"، لتسريع الانتشار وتوسيع نطاق التحقق الجماعي.

ج. التجميع التفكيكي "remix/collage"، كأسلوب سردي بياني شائع في الوسائط البديلة. هذه النماذج تعيد تشكيل سلسلة القيمة (جمع-تحقق-سياق-توزيع) عبر منصات متعددة. (Chadwick, 2013, p. 46)

ليس جديدا القول أنه منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، تواجه مهنة الصحافة العديد من التحديات المهنية وأخرى تتعلق بمكانتها في المجتمع. كما أنه ليس غريبا أن يتلقى الصحفي الأخبار من هذه الشبكات كما يفعل أي مواطن عادي، مما يجعلها اليوم وغدا مصدرا مهما للأخبار بالنسبة للصحفيين. يمكن تقديم العديد من الأمثلة، مثل إعلان وزيرة العدل الفرنسية "كريستين توبيرا" استقالتها من حكومة "فرانسوا هولاند" عبر حسابها على تويتر في عام 2016.

هناك العديد من الأخبار التي يعلنها قادة الشأن العام على شبكات التواصل الاجتماعي قبل إرسالها إلى الصحفيين. تشير هذه المتغيرات إلى أن الصحفي لم يعد المتحكم أو المطلع الأول على المعلومات والأخبار قبل نشرها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعلنا ندرك أن هذه الوسائل لم تعد المصدر الوحيد لنشر الأخبار وتداولها. (الرز، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، 2017، صفحة 10)

د. **جودة المحتوى بين التحقق والمعنى:** مع تزايد وفرة المحتوى البديل، تتوقف قيمة العمل الصحفي على قدرة الصحفي على التحقق والتفسير، أكثر من مجرد تحقيق سبق الصحفي. يتطلب ذلك الانتقال من دور حارس البوابة إلى صناعة المعنى، أي إنشاء سياقات تفسيرية تساعد الجمهور في تنظيم تدفق الوعي وتقييم الموثوقية. وهذا يستدعي دمج أساليب التحقق، وتتبع الأثر الرقمي للمعلومات، وبناء مسارات شفافة للبيانات. (Alfred, 2010, p. 358)

5. اقتصاديات واستدامة العمل الصحفي البديل:

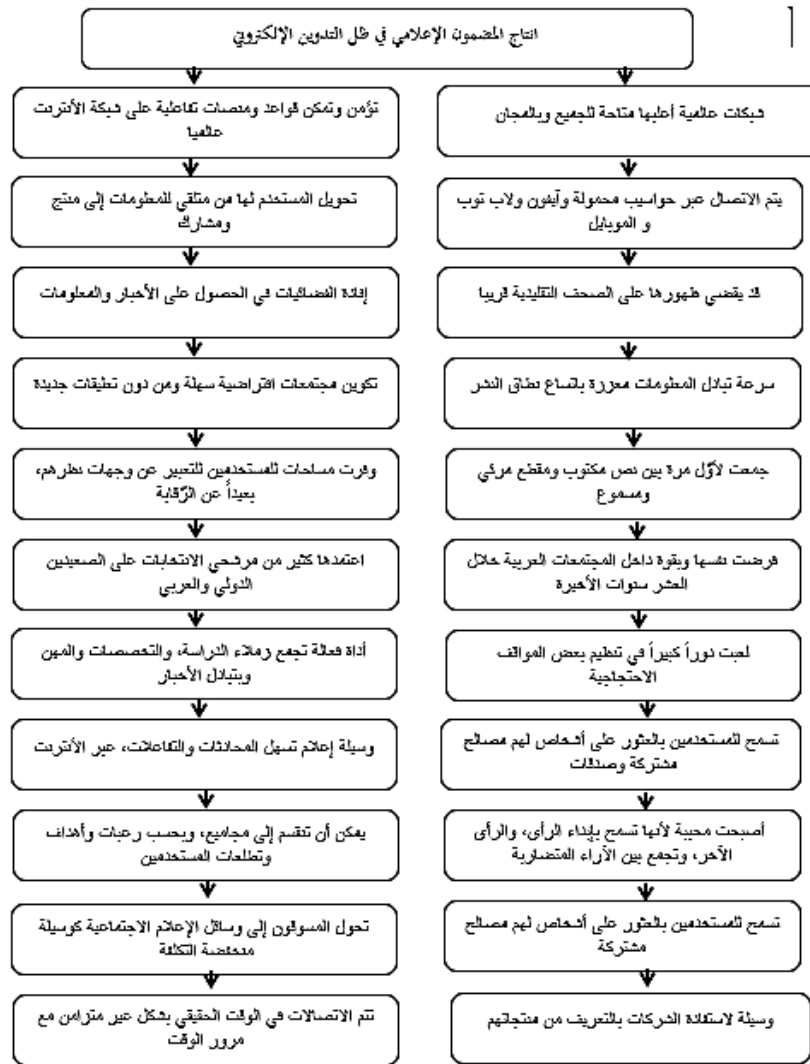
يواجه المنتجون البديلون تحديات تتعلق بالتمويل والاستدامة في ظل هيمنة اقتصاد المنصات. ومع ذلك، فإن التشارك يتيح فرصا لاستراتيجيات متنوعة تشمل العضويات والدعم المجتمعي، والشراكات مع المؤسسات، والترخيص المفتوح مع تقديم خدمات ذات قيمة مضافة مثل تنقيح البيانات، وأدوات التحقق، والواجهات التفاعلية. وتظهر بعض الحالات كيف تعزز المنصات الرقمية تأثير التحقيقات المؤسسية عند دمجها مع حملات مشاركة الجمهور. (Chadwick, 2013, p. 47)

في إطار المقارنة بين الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي، يمكن القول أن الإعلام التقليدي لم يتبق منه سوى الصحافة، التي تعتبر العنصر الأساسي في تشكيل ظاهرة الصحافة. ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، لم يعد للصحفي السيطرة المطلقة على إنتاج الأخبار، حيث أصبح بإمكان أي مواطن أن يكون شاهدا على أي حدث يواجهه، ويشارك الآخرين تفاصيله عبر الكاميرا أو التدوين أو الصوت أو من خلال هذه الوسائل جميعها.

تعرف هذه الظاهرة بصحافة المواطن، التي تستفيد من سرعة النشر وتكاليفه المنخفضة، مما يسبب ارتباكاً في عمل الصحفي، الذي يجب عليه التحقق والرجوع إلى مصادر متعددة لتقديم خبر دقيق للجمهور. وقد دفع هذا التطور وسائل الإعلام التقليدية إلى تخصيص اهتمام مهني لما ينشره المواطنون على وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تعيين مسؤولين أو مديري وسائل التواصل الاجتماعي لجمع الأخبار والصور والفيديوهات القابلة للنشر، حتى لا تتخلف المؤسسة الإعلامية التقليدية عن اللحاق بالأخبار المهمة التي قد ينشرها صحفيون من المواطنين. لذا، أصبح من الضروري على الصحفيين التعامل مع هذه التحولات في مهنتهم بشكل احترافي في المستقبل.

تعتبر الصحافة التقليدية النظام الذي أتاح لمفاهيم الاتصال الجماهيري أن تتطور، ولا تزال تلعب دوراً مهماً. وتتداخل المقاربات الوظيفية التقليدية والجديدة في نظريات الاتصال، من ناحية أخرى، يمثل الإعلام الاجتماعي وشبكاته، بفضل استقلالته النسبية عن المؤسسات وخصائصه غير المحدودة وغياب الأطر النظرية التي تضبطه، مدخلاً جديداً لمقاربة وظيفية/نقدية لوسائل الإعلام. هذه المقاربة تسعى دائماً إلى تحرير الأفراد من هيمنة وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعتبر منتجة للهيمنة.

ويوضح المخطط التالي نظرة موجزة عن الأدوار الإعلامية التي قامت وتقوم به شبكات التواصل الاجتماعي.

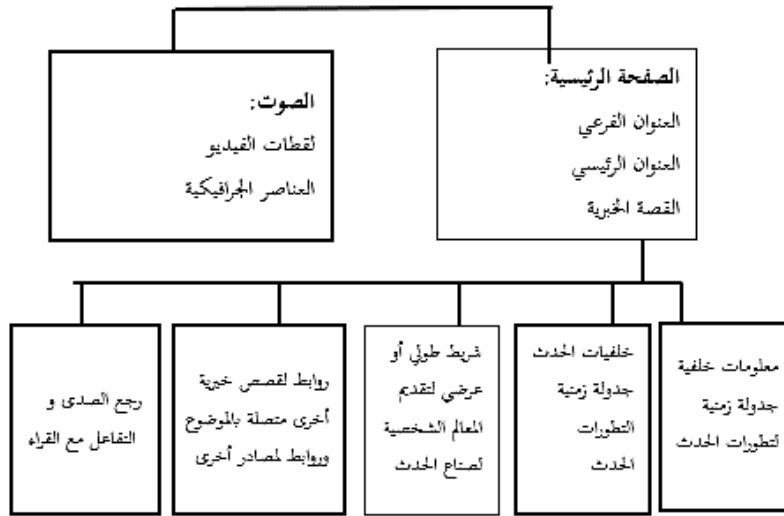


الشكل رقم (8): يوضح انتاج المضمون الإعلامي في ظل التدوين الإلكتروني نقلا عن الدليمي.

6. الأساليب الحديثة في إنتاج المضمون الصحفي:

- نمط لوحة التصميم:

من الأنماط البارزة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الأنترنت هو نمط لوحة التصميم "Storyboard"، الذي يأخذ بعين الاعتبار أن الخبر الإلكتروني يختلف عن الخبر المطبوع من خلال استغلال جميع الإمكانيات التي توفرها بيئة العمل على شبكة الأنترنت، وخاصة الوسائط المتعددة التفاعلية. في هذا النمط، يتم دمج الصوت والصورة وردود الفعل في القصة الخبرية، ويتجلى هذا النمط في الشكل التالي:



الشكل رقم (9): يوضح نمط لوحة التصميم لخبر ينشر على الأنترنت نقلا عن (الدليمي ع.، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 263)

يستفيد الصحفيون العاملون في المؤسسات الإخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية من الأنترنت في عملية البحث والتحضير لموضوعاتهم الصحفية. في بعض الحالات، تعتبر المقابلة عبر البريد الإلكتروني "E-mail Interviewing"، الوسيلة الوحيدة المتاحة للحصول على تصريحات المصادر الإخبارية. يتميز البريد الإلكتروني كمصدر للأخبار، هو يوفر للمصدر الوقت الكافي للتفكير في ردوده، ويعفي المحرر من الحاجة إلى تدوين الملاحظات والاعتماد على الاقتباسات. ومع ذلك، فإن عيوب هذه الطريقة تشمل عدم الفورية في إجراء المقابلات وغياب إمكانية طرح أسئلة استفسارية أو متابعة ما يقوله المصدر.

"Yahoo Netscape , MSN Info seek , Excite , Lycos" وغيرها من المحركات، يتيح للصحفيين استخدام خدمة البحث باللغة العربية على بعض المحركات مثل المحرك "Google" (الدليمي ع.، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 264)

7. صناعة الخبر الصحفي في ظل التدوين الإلكتروني:

تجمع الكفاءة الصحفية بين السرعة والشمولية، بالإضافة إلى الكشف عن المصادر والنقل الجاد، مع إضافة عنصر المرح. هذه العناصر قد تتعارض أحيانا، مما يستدعي تحقيق توازن دقيق بينها. يقدم الأنترنت نوعا جديدا من فن التصوير، يحمل مزايا وعيوب، حيث تختلف المعايير وقد تكون اللغة أقل دقة، كما قد

يكون التحرير أقل قوة. يمكن لقراء التعليق على المحتوى، وغالبا ما يكون ذلك بطرق غير متحضرة. ومع ذلك، يشجع الأنترنت على علاقة أكبر مع القراء، حيث يتميز بطابع غير رسمي.

عند ظهور وسيلة إعلامية جديدة، يميل روادها عادة إلى تقليد الأنماط السائدة في وسائل الإعلام السابقة قبل أن يتجهوا نحو تطوير أنماطهم الخاصة التي تستفيد من الإمكانيات الجديدة التي توفرها الوسيلة الإعلامية الحديثة. وقد تجلّى هذا الأمر عند ظهور التلفزيون، حيث كانت الأخبار في بداياته تقليدا لأخبار الراديو، الذي كان الوسيلة الإعلامية السابقة. لم يكن هناك فارق جوهري بين الاستماع إلى الأخبار عبر الراديو أو مشاهدتها على التلفزيون، سوى أن المشاهد كان يرى المذيع وهو يقرأ الأخبار.

وبعد فترة، بدأ رواد العمل التلفزيوني تدريجيا في إدراك أهمية تفعيل وتطوير هذه الإمكانيات للتلفزيون كوسيلة إعلامية. وقد تم استخدام الصورة على نطاق واسع كوسيلة لنقل المعلومات، مما ساهم في نقل المشاهد إلى أجواء الحدث. كما تم تطوير تحرير الخبر ليتناسب مع الكتابة للصورة المتحركة. (الدليمي ع،، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 302)

أصبحت الصحافة الإلكترونية تعتمد على جميع التقنيات التي استخدمتها وسائل الإعلام الأخرى، مع إضافة ميزة التفاعلية، التي تجعل القارئ مشاركا إيجابيا في العملية الإعلامية. يمكن للقارئ التعليق مباشرة على ما يقرأ، مما يحول الإعلام إلى إعلام ذي اتجاهين، حيث يقوم الصحفي بإبلاغ القارئ بالمعلومات، بينما يعبر القارئ عن رأيه. كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الشهيرة في تجربة جديدة تسمح للقارئ بإعادة تحرير الخبر بطريقة الخاصة ونشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني، ليتمكن الجمهور من قراءة نفس الخبر بصيغ متعددة. ورغم أن عمر الصحافة الإلكترونية قصير مقارنة بالصحافة التقليدية، إلا أنه شهد العديد من الدراسات العلمية والملاحظات التي سلطت الضوء على سمات متعددة مرتبطة بهذا النوع من الصحافة. تتمتع الصحافة الإلكترونية بعدد من المميزات، أبرزها التغطية الخبيرة للأحداث وإجراء المقابلات مع شخصيات معنية. بالإضافة إلى التغطية الفورية للأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث، وتوجد ميزات أخرى غير متاحة في الصحافة الورقية، مثل سرعة تحديث الأخبار وغرف الدردشة، ساحات الحوار والمنتديات.

(الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، صفحة 304)

8. من التدوين الفردي إلى النظام الخوارزمي:

يعتبر التحول الناتج عن التطور التكنولوجي جوهر الإعلام، حيث أن ما يبدو اليوم مبتكرا يصبح عتيقا مع ظهور تقنيات جديدة. ألم يكن الإعلام يعتبر جديدا مع بروز الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون. كل ذلك يعود إلى طبيعة التحول التي تؤدي إليها التكنولوجيا.

المقصود هنا هو الموقع الذي يتم فيه ممارسة النقد، حيث تولد أفكار وطرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. ومن الأهمية بمكان أن يشير البديل إلى الموضوعات الحساسة المتعلقة بالآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وكذلك التوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، مما يؤدي إلى تراجع البديل ليصبح نمطا من أنماط الاتصال الجماهيري. كما أن الإعلام البديل ينشأ من مرجعية عفوية وغير منظمة، تستند إلى مبدأ حرية التعبير والاستقلال عن أي التزامات إيديولوجية أو اقتصادية قائمة دون قيود.

هذا يعني أن الإعلام البديل هو نتاج مواقف فكرية تعتمد على قاعدة التشكل الذاتي، وبعيدا عن النظرة القيمة. لذا، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية ونعترف بها من منظور بحثي، ونؤطرها ضمن تحولات المثل الجماعية التي تشهدها العديد من الإفرازات وتنتج سلطات رمزية. (الغفار، 2015، صفحة 129)

شهدت البيئة الإعلامية في العقدين الماضيين تحولا جذريا من نموذج الاتصال الخطي الذي يعتمد على العلاقة التقليدية بين الصحفي والمتلقي إلى نموذج شبكي تشاركي تتداخل فيه أدوار الأفراد والتقنيات. لقد مثل التدوين الإلكتروني، بمختلف أشكاله من المدونات الفردية إلى المنصات الجماعية، ثورة في إنتاج المحتوى، حيث أتاح للصحفيين والجمهور إمكانية النشر المباشر دون الحاجة إلى وساطة مؤسسية. ومع توسع الذكاء الاصطناعي، أصبحت الخوارزميات وسيطا جديدا توجه المحتوى وتعيد تشكيل الرؤية الإعلامية للعالم. (Lev, 2013, p. 318)

التدوين الإلكتروني كمساحة لإعادة تعريف الصحافة يعتبر التدوين الإلكتروني ممارسة اتصالية تحمل بعدا ثقافيا، حيث يعرف بما يسمى بالصحافة الذاتية أو "Self-Publishing Journalism"، يصبح الصحفي أو المدون فاعلا إعلاميا مستقلا يمتلك أدوات النشر والتحرير والتوزيع. هذا التحول أضفى على الصحافة بعدا جديدا من الحرية والتخصص والتفاعل، ولكنه أيضا أوجد تحديات تتعلق بموثوقية المحتوى وأخلاقيات

الممارسة. إن المدون يعيد تقديم نفسه كعلامة إعلامية شخصية، تجمع بين الخبر والرأي والتجربة الذاتية في فضاء عمومي مفتوح. (Trammell & Keshelashvili, 2005, p. 972)

1.8 الخوارزميات كفاعل في إنتاج المحتوى:

لم تعد الصحافة الرقمية تنتج وتستهلك فقط من قبل البشر، بل أصبحت الخوارزميات تشارك كفاعلين غير بشريين ضمن شبكة معقدة من البيانات والذكاء الاصطناعي. فخوارزميات المنصات مثل الفايسبوك وتويتر واليوتيوب تحدد المحتوى المعروض وتهمش آخر، مما يوجه انتباه الجمهور بطرق غير مرئية. وبالتالي، تتغير وظيفة الصحفي من منتج وحارس للبوابة إلى منسق بيانات، يعمل ضمن بيئة تخضع لمنطق رياضي تحكمي. (Michael, 2014, p. 56)

أدخلت الثورة الرقمية مفهوما جديدا في المجال الإعلامي، يتمثل في الخوارزميات كفاعل غير بشري يؤثر بشكل مباشر على تدفق المعلومات، وصياغة المحتوى، وتوجيه الانتباه. ومع توسع منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث وأنظمة التوصية، لم يعد الفاعلون في العملية الإعلامية مقتصرين على الصحفيين والمؤسسات والجمهور، بل أصبحت الخوارزميات جزءا أساسيا من البيئة الاتصالية، تتحكم في ترتيب الأخبار، وتصفية المعلومات، وتحديد ما يظهر وما يختفي في واجهات المستخدمين.

تستند فكرة الفاعل غير البشري إلى مقاربات نظرية الفعل الشبكية، التي تؤكد أن التقنيات ليست أدوات محايدة، بل كيانات تمتلك قدرة فعل تؤثر في العلاقات الاجتماعية والممارسات اليومية. وتأخذ الخوارزميات هذا الدور من خلال تحديد قابلية الوصول والأولوية والرؤية، مما يجعلها تشارك في صناعة المعنى وإنتاج المحتوى حتى دون تدخل مباشر من الصحفيين.

في غرف الأخبار، أصبحت الخوارزميات معيارا توجيهيا يؤثر في القرارات التحريرية عبر مؤشرات مثل، معدلات التفاعل، الكلمات المفتاحية الأكثر انتشارا، السلوك التنبؤي للجمهور، والترتيب الخوارزمي للأخبار.

وبالتالي، يتفاعل الصحفي مع نظام تقني يضبط خياراته المهنية، ويعيد تشكيل علاقته بالمصادر، ويحدد إيقاع الإنتاج نفسه. وهذا يعني أن الخوارزميات أصبحت تؤدي وظيفة حارس بوابة جديدة، لكنها بوابة صامتة لا تظهر في الواجهة، رغم أنها تتحكم في مسار الخبر ونجاعته وانتشاره.

كما أن دور الخوارزميات لا يقتصر على الترتيب، بل يمتد إلى شكل المحتوى ذاته، حيث تشجع المنصات أنماطا معينة من السرديات المرئية القصيرة، والاختزالات النصية والتفاعل اللحظي، مما يدفع الصحفي إلى إعادة تكييف لغته وأدواته لتتوافق مع منطق المنصة.

يصبح التفاعل بين الصحفي والخوارزمية نوعا من التفاوض المهني، يعيد تعريف معايير الجودة والإيقاع، وأشكال التلقي. إن إدراك الخوارزميات كفاعل غير بشري لا يعني أنها تمتلك نية أو وعيا، بل يعني الاعتراف بتأثيرها البنوي في تشكيل الفضاء الإعلامي، وتوجيه المحتوى، وصناعة الرأي العام.

وهذا الإدراك ضروري اليوم لفهم ديناميات إنتاج الخبر في البيئة الرقمية، ولتفسير التحول من نموذج إنتاج يعتمد على القرار البشري الخالص إلى نموذج هجين تتداخل فيه سلطات البشر والآلات، ويعيد توزيع الأدوار بين الصحفي، الجمهور، والمنصة.

2.8 الفقاعات الرقمية وتأثيرها على التنوع المعرفي:

تعتبر الفقاعات المعلوماتية واحدة من الظواهر الأساسية لفهم العلاقة بين الخوارزميات والمحتوى الصحفي. فهي تعكس حالة من العزلة الإدراكية الناتجة عن أنظمة التوصية التي تقدم للمستخدم محتوى يتماشى مع اهتماماته السابقة، مما يساهم في تضيق آفاق المعرفة وإلغاء مبدأ التعددية الإعلامية.

إن هذه الفقاعات تخلق عالما شخصيا، يراه كل مستخدم بشكل مختلف تماما عن الآخرين، مما يهدد الدور العام للصحافة في تشكيل الفضاء العام المشترك. (Pariser, 2011, p. 9)

تمثل الفقاعات الرقمية، المعروفة أيضا بفقاعات التصفية، إحدى النتائج البارزة للتفاعل المعقد بين الخوارزميات وسلوك المستخدمين على المنصات الاجتماعية. هذا المفهوم يوصف البيئة المعلوماتية الضيقة التي تتشكل عندما تقوم الخوارزميات بتخصيص المحتوى وفقا لتفضيلات المستخدم السابقة وتاريخه في التصفح وأنماط تفاعله. ويصبح الفرد محاطا بمحتوى مفصل على مقاسه، حيث يرى دائما ما يتوافق مع قناعاته، بينما يتم إقصاء أو إخفاء المعلومات التي تتعارض مع ميوله أو رؤيته للعالم.

تؤدي هذه الفقاعات الرقمية إلى تآكل التنوع المعرفي من خلال تقليل احتكاك الأفراد بوجهات نظر مختلفة، مما يقلص نطاق التعددية الفكرية، ويحول الفضاء الرقمي من مجال مفتوح للتنوع إلى بيئة مغلقة تعيد

إنتاج الأفكار ذاتها. فالخوارزميات، التي تعتمد على الملاءمة والتخصيص، تميل إلى تعزيز المحتوى الأكثر توافقا مع سلوك المستخدم، مما يخلق دائرة تكرارية تزيد من احتمالات التعرض لأنماط محدودة من المعلومات، بينما تتضاءل فرص الوصول إلى المعرفة المتنوعة أو المعارضة.

يصبح هذا التأثير أكثر حساسية، إذ تؤثر الفقاعات الرقمية في توجيه الاهتمامات الإخبارية، وتشكيل الأجندة الشخصية للمستخدمين، وتعزيز حالات الصدى الرقمي، حيث يتفاعل الجمهور مع خطابات موحدة، ويميل إلى تأكيد ذاته وهويته عبر محتويات تتوافق مع تمثلاته المسبقة. ونتيجة لذلك، قد يجد الصحفي نفسه أمام جمهور مجزأ معرفيا، لا يتشارك نفس المرجعيات أو الموضوعات أو الأولويات، مما يعقد عملية إنتاج الخبر، ويضعف الدور التقليدي للإعلام كفضاء جامع للمعلومات ووجهات النظر.

تنعكس هذه الظاهرة أيضا على مصداقية الأخبار، فالمستخدم المحصور في فقاعة رقمية قد يتعرض بشكل أكبر للمعلومات المضللة التي تؤكد معتقداته، بينما يتراجع انفتاحه على المصادر المهنية أو المتنوعة.

وهكذا، تساهم الفقاعات الرقمية في خلق بيئات معرفية متوازية، تضعف التواصل الاجتماعي المشترك، وتعيد تشكيل فضاء النقاش العام وفق آليات خوارزمية غير شفافة.

إن إدراك تأثير الفقاعات الرقمية على التنوع المعرفي يعد خطوة أساسية لفهم التحولات العميقة في المجال المعلوماتي، ولتقدير التحديات التي تواجه الصحفي في سعيه للحفاظ على التعددية، ومقاومة التحيزات الخوارزمية، واستعادة دوره في توسيع أفق الجمهور بدلا من تضيقه.

9. من التدوين إلى الصحافة المدعومة بالخوارزميات:

تتجه بعض المؤسسات الإعلامية إلى استخدام أدوات التدوين الإلكتروني والصحافة المدعومة بالخوارزميات، حيث تستطيع البرمجيات كتابة تقارير مالية ورياضية بشكل تلقائي استنادا إلى قواعد بيانات. فهذا النوع من الصحافة الخوارزمية لا يلغي دور الصحفي، بل يعيد تشكيله ليكون أكثر تركيزا على الإشراف والتحليل وتفسير البيانات، بينما تتولى الخوارزميات المهام الروتينية في جمع وتصنيف الأخبار. (William, 2013, p. 1015)

ففي بداياته، كان التدوين الإلكتروني يمثل مساحة مفتوحة للتعبير الفردي بعيدا عن قيود المؤسسات الإعلامية، حيث أتاح للمستخدمين إنتاج المحتوى وتداوله بحرية، مما أعاد توزيع سلطة الخطاب بشكل أكثر

أفقية. ومع ذلك، شهد المشهد الإعلامي في العقد الأخير تحولا هيكليا عميقا من هذا النموذج البسيط القائم على المبادرة الفردية إلى شكل أكثر تعقيدا من الإنتاج الرقمي، حيث أصبحت الخوارزميات محورا أساسيا في توجيه المحتوى وصناعة المعنى وإدارة التفاعل.

أصبحت الصحافة المعاصرة تعتمد بشكل متزايد على آليات توصية المحتوى، وتصنيف البيانات، وتتبع سلوك الجمهور الرقمي، مما جعل الخوارزميات شريكا غير مرئي ولكنه مؤثر للغاية في العملية الإخبارية. وبالتالي، انتقل الفاعل الإعلامي من زمن يتيح فيه التدوين الإلكتروني سرعة ومرونة في الإنتاج إلى زمن جديد تتداخل فيه هذه المهارات مع قدرات خوارزمية متقدمة تحدد ما يجب أن يظهر، ولمن، وفي أي وقت. ونتيجة لذلك، تتشكل اليوم الصحافة المدعومة بالخوارزميات، كمرحلة تكنولوجية جديدة تعيد تعريف العلاقة بين الصحفي والجمهور والمنصة.

لا يتعلق الأمر هنا بمجرد استخدام أدوات تقنية، بل بتحول أعمق يمس البنية المعرفية للعمل الصحفي، إذ لم تعد قيم الانتقاء وتحديد الأولويات وصياغة الأجندة تعتمد فقط على الخبرة البشرية، بل تشاركها نماذج حسابية توجه التفاعل وتضبط إيقاع الانتباه. هذا التحول يفرض على الصحفي تبني أدوار هجينة تجمع بين مهارات التحرير التقليدية والقدرة على فهم المنطق الخوارزمي للمنصات، بما في ذلك كيفية تعاملها مع الكلمات المفتاحية، وأنماط التفاعل، والزمن الأمثل للنشر، وهي عناصر باتت تحدد بشكل مباشر مدى وصول الخبر وفاعليته.

إن الانتقال من التدوين الإلكتروني إلى الصحافة المدعومة بالخوارزميات لا يمثل مجرد تطور تقني، بل يعكس تغييرا جذريا في مفهوم العمل الصحفي ذاته، حيث تتداخل الخبرة البشرية مع الذكاء الاصطناعي، وتتوزع سلطة حراسة البوابة بين الإنسان والآلة، في مجال إعلامي يعاد تشكيله باستمرار عبر آليات رقابية غير مرئية ومعايير جديدة للجودة والانتشار. وهذا يستدعي إعادة التفكير في قيم المهنة، وحدود استقلالية الصحفي، ومستقبل صناعة الأخبار في زمن أصبحت فيه الخوارزميات جزءا من البنية التحتية للمعرفة ذاتها.

10. إنتاج المحتوى في عصر الذكاء الاصطناعي:

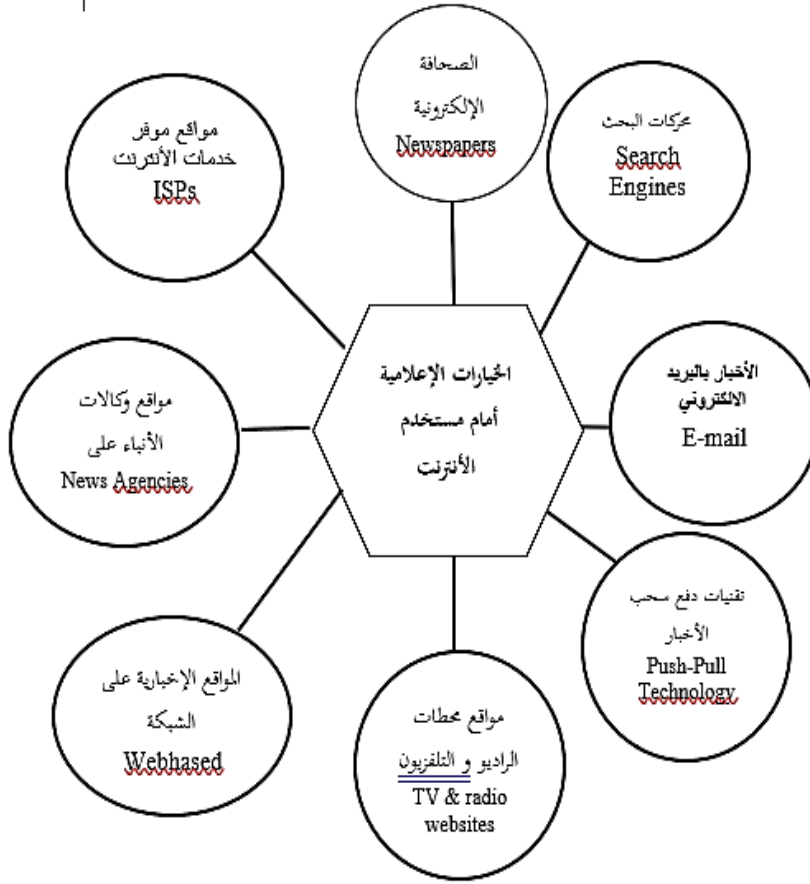
بين الكفاءة والحياد مع تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي، أصبحت الخوارزميات قادرة على كتابة النصوص وتحرير الصور والفيديوهات، مما يثير تساؤلات حول الحياد والشفافية والمساءلة.

إن كل عملية خوارزمية تحمل منطقاً ثقافياً ضمناً، حيث تحتوي على معايير معينة للقيمة والأهمية، وبالتالي فهي ليست محايدة بل تساهم في تشكيل المعنى الاجتماعي. (Nick, 2018, p. 2018)

يشهد إنتاج المحتوى الصحفي تحولاً عميقاً في عصر التدوين الإلكتروني والخوارزميات والذكاء الاصطناعي، حيث لم يعد يعتمد العمل الصحفي فقط على الجهد البشري، بل أصبح نتيجة تفاعل معقد بين الإنسان والآلة. يوفر التدوين الإلكتروني حرية التعبير، بينما تفرض الخوارزميات قواعد خفية تؤثر على الظهور والتهميش، وتخلق الفقاعات الرقمية بيئات معرفية مغلقة تحد من التعددية.

أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً أساسياً في جمع المعلومات، وصياغة السرديات، وترتيب المحتوى وتوزيعه، مما جعله شريكاً غير مرئي في تحديد الأجندة الإعلامية. كما دفع هذا الواقع الصحفيين إلى اكتساب مهارات جديدة تشمل فهم الخوارزميات وتقييم البيانات والتحقق الرقمي، بالإضافة إلى الالتزام بأخلاقيات جديدة تتعلق بالشفافية، ومسؤولية المحتوى، وحدود تدخل الآلة.

11. الخيارات الإخبارية المتوفرة أمام مستخدم الأنترنت:



شكل رقم (10) يوضح الخيارات الإخبارية المتوفرة أمام مستخدم الأنترنت نقلا عن ناصر سعود الرحامنة (الرحامنة، 2016، صفحة 162).

إنتاج المحتوى الصحفي في ظل الإعلام البديل لا يعتبر خروجاً عن المهنية، بل هو إعادة صياغة لمنطقها. من منطق احتكار الندرة إلى منطق تنسيق الوفرة، ومن نقل الأحداث إلى إعداد البنية التحتية للمعرفة العامة (مثل البيانات المفتوحة، مسارات تحقق الظواهر وأدوات المتابعة)، ضمن نظام هجين تتوزع فيه الأدوار بين غرف الأخبار والمجتمعات الشبكية.

الإطار التطبيقي

الفصل الخامس: التحليل الكيفي للدراسة من خلال الاستمارة

في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الأول: عرض تاريخي ومؤسسي لقناتي الشروق والنهار الإخباريتين وموقعي سبق وأوراس

المبحث الثاني: اختيار وتصنيف الأخبار ومصادرها

المبحث الثالث: الاستخدام الاجتماعي والتقني للتدوين الإلكتروني

المبحث الرابع: المؤسسة الهوياتية للصحافي في ظل القطيعة الإلكترونية

الفصل السادس: التحليل الإمبريقي وفق أداة الاستمارة

المبحث الأول: وصف عينة الدراسة البشرية

المبحث الثاني: التوصيف الكمي لاستبيان صحافي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الثالث: التوصيف الكيفي لاستبيان صحافي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الرابع: القطيعة السيوسولوجية عبر النيو الميديا في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق

وأوراس

النتائج العامة والتوصيات

خلاصة

الفصل الخامس: التحليل الكيفي للدراسة من خلال المقابلة

في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

المبحث الأول: عرض تاريخي ومؤسسي لقناتي الشروق والنهار الإخباريتين وموقعي سبق وأوراس

1. نبذة تاريخية عن قناة النهار الإخبارية:

أ. الانطلاق والبت التجريبي:

بدأت قناة النهار التلفزيونية بثها التجريبي رسميا في 6 مارس 2012، حيث تم عرض أول نشرة إخبارية قدمها الثنائي الإعلامي "رياض بن عمر" و"نور اليقين مغريش"، عبر قمر النابلسات من عمان. وبعد ذلك، تم الافتتاح الرسمي للقناة من الجزائر العاصمة.

ب. الموافقة الرسمية والبت المستمر:

في أبريل 2013، حصلت قناة النهار على الموافقة الرسمية من وزارة الاتصال، لبدء البث كمحطات إخبارية محلية.

ج. المؤسسون:

تأسست القناة على يد مجموعة "النهار" الإعلامية برئاسة الصحفي "أنيس رحمان"، بالتعاون مع عدد من المثقفين العرب والجزائريين. وقد اعتبرت هذه القناة أول قناة تلفزيونية جزائرية متخصصة في تقديم الأخبار على مدار الساعة، تحت اسم قناة النهار الإخبارية.

د. إنجازات ميدانية:

خلال فترة اختبارات البث التجريبي، كانت قناة النهار من بين أولى القنوات الجزائرية التي قدمت تغطية حصرية وآنية لعدة أحداث، منها الاعتداءات التي تعرض لها مجمع "تغنتورين الغازي" في جانفي 2013. حيث عرضت القناة مقاطع فيديو لم تتمكن أي من القنوات المنافسة من تقديمها في ذلك الوقت. كما كانت النهار أول من أعلن عن مقتل "عبد الحميد أبوزيد"، متفوقة بذلك على وسائل الإعلام الدولية مثل "TF1" والجزيرة ولوموند، حيث استندت في خبرها إلى مصادر مباشرة من تغطياتها الميدانية.

هـ. الانتشار والجمهور:

بحلول عام 2016، أصبحت قناة النهار الإخبارية تتصدر قائمة القنوات الجزائرية الخاصة من حيث نسبة المشاهدة خلال شهر رمضان، حيث تقدر أعداد متابعيها بالملايين يوميا. وقد حققت القناة انتشارا واسعا من خلال البث عبر القمرين "عربسات" و"نايلسات"، بالإضافة إلى توفرها مجانا عبر التلفزيون "IP" والإنترنت.

و. مقر المؤسسة:

يقع مقر القناة في بئر مراد رابس بالعاصمة الجزائر، داخل برجين يحملان اسم "مقر موقدم بن سليمان". على الرغم من تأسيسها كبث خارجي من عمان، إلا أن جميع مهامها التحريرية والإدارية تنجز داخل الجزائر .

بدأت القناة بميزانية مرتبطة بشكل أساسي بالصحيفة الورقية "النهار الجديد"، لكنها تمكنت سريعا من تحقيق استقلال مالي من خلال عائدات الإعلانات الرقمية.

2. نبذة تاريخية لقناة الشروق الإخبارية

أ. الانطلاق والبث:

قناة النهار الإخبارية هي قناة تلفزيونية خاصة جزائرية، تأسست في عام 2012، يقع مقرها الرئيسي في العاصمة الجزائر، وتهتم بتقديم الأخبار المحلية والدولية على مدار الساعة، مع تركيز خاص على القضايا الوطنية والاجتماعية. تعتمد القناة على اللغة العربية الفصحى في نشراتها، وتستخدم اللهجة الجزائرية في بعض برامجها الحوارية والميدانية، بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين.

ب. النوع الصحفي:

تتميز القناة بطابعها الإخباري البحت، حيث تقدم نشرات إخبارية في بداية كل ساعة، بالإضافة إلى فقرات تحليلية وبرامج سياسية واقتصادية وثقافية. كما تعتمد على شبكة واسعة من المراسلين في مختلف الولايات الجزائرية، مما يمنحها القدرة على تغطية الأحداث بشكل مباشر وفوري. تبث قناة النهار عبر القمر الصناعي "نايلسات" على مدار 24 ساعة، بجودة بث "HD و SD"، وتتمتع بمتابعة كبيرة داخل الجزائر وخارجها.

ج. شعار القناة:

تبنى القناة شعار "قناة كل الجزائريين"، وتهدف إلى تقديم محتوى إعلامي يجمع بين نقل الحدث والتحليل العميق، مع الحرص على تحقيق سبق الصحفي في تغطية الأحداث الوطنية الكبرى، مما جعلها واحدة من أكثر القنوات مشاهدة في الجزائر.

3. نبذة تاريخية عن موقع سبق (sabq press):

أ. الانطلاق والبث:

موقع "سبق برس" هو منصة إخبارية إلكترونية جزائرية مستقلة، تأسست في أوت 2015، ويعتبر من أوائل مواقع الصحافة الرقمية الحديثة في الجزائر. يصنف الموقع كأحد أبرز المنابر التي تقدم تغطية فورية ومتنوعة للأحداث الوطنية والدولية.

يعتبر موقع سبق برس منصة إخبارية إلكترونية جزائرية مستقلة، تم تأسيسها في إطار الإعلام الرقمي الحديث. يصنف الموقع ضمن المواقع الإخبارية التي تغطي بمتابعة واسعة داخل الجزائر. يقدم محتوى خبريا متنوعا يغطي مجالات السياسة، الاقتصاد، المجتمع، الثقافة، والرياضة، ويتميز بتحديثه اليومي السريع ومواكبته للأحداث الوطنية والدولية. مستخدما أسلوبا مختصرا وموضوعيا يركز على السرعة والدقة في نقل الأخبار والتحليلات، مما أكسبه تأثيرا ملحوظا في المشهد الإخباري المحلي.

ب. اللغة والأسلوب الخبري:

يعتمد الموقع على اللغة العربية الفصحى في تحرير مواده، ويتبنى نهجا تحريريا مهنيا يميل إلى الحياد وسرعة نقل الأخبار. يعرف سبق برس بأسلوبه التحريري المختصر والواضح، مع تقديم تحليلات وملفات خاصة عند الحاجة. وقد ساهم حضوره القوي على وسائل التواصل الاجتماعي في توسيع نطاق انتشاره، خاصة بين فئة الشباب التي تتابع الأخبار عبر الوسائط الرقمية. يعتبر الموقع اليوم أحد أبرز الأمثلة على الإعلام الإلكتروني الناشئ في الجزائر، ويمثل نموذجا معاصرا لصحافة التدوين الإخباري الاحترافي.

يعرف "سبق برس" أيضا بأسلوبه التحريري الاحترافي الذي يسعى لتحقيق التوازن بين النقل الإخباري الفوري وجودة المحتوى، ويعتبر مثالا واضحا لصحافة التدوين الإلكتروني في الجزائر، حيث يتيح للباحثين فهم كيفية توظيف الصحفيين للتدوين الإلكتروني كمصدر أولي أو داعم في تغطياتهم الإخبارية.

ج. التغطية الإعلامية:

يغطي الموقع مجالات متعددة تشمل السياسة، الاقتصاد، المجتمع، الثقافة، الرياضة، والتكنولوجيا، ويقدم تقارير حصرية، حوارات، ومتابعات ميدانية بشكل مستمر عبر منصاته التحريرية ووسائل التواصل الاجتماعي. كما يتميز بحضور رقمي قوي، حيث تجاوز عدد متابعيه على الفيسبوك 800,000 معجب، مما يعكس استقلاليته وانتشاره الواسع بين الجمهور الجزائري.

4. نبذة تاريخية عن موقع أوراس الإخباري (Awras):

أ. الانطلاق والمقر:

انطلقت المنصة غداة الحراك الشعبي الذي اندلع في 22 فيفري 2019، أوراس، علامة تجارية مسجلة لشركة ديزاين، وهي جهاز إعلام مسجل ومرخص من طرف مصالح وزارة الاتصال طبقا للقوانين التي تنظم إنشاء المواقع الإلكترونية.

نادت الجمهور المستهدف حينها بضرورة الذهاب إلى جزائر جديدة بفكر ورؤية جديدتين. جاءت المنصة لتقدم نموذجا جديدا يستجيب لنداءات الشباب الجزائري ولتسد ثغرة في الإعلام الشعبي الذي يجعل الإنسان أولوية الأولويات، وحاولت المنصة تقديم عملها كإعلام بديل عن الإعلام الكلاسيكي الذي ارتبط بالفترة السابقة. المقر الاجتماعي للمنصة حاليا متواجد في العاصمة بمدينة الشارقة بمبنى القدس.

ب. قيم المنصة:

هي قيم وثوابت المجتمع الجزائري بكل ثرائه الثقافي والحضاري، لكنها تصطف دائما مع الثوابت التي تجمع الجزائريين ولا تفرقهم. ويسهر على خدمة الجمهور فريق صحافي متخصص في نقل الأخبار وصياغتها، وفق رؤية تحريرية مهنية تراعي خصوصية المجتمع الجزائري وتماسكه.

ج. مميزات الموقع:

يتميز موقع أوراس بواجهة تفاعلية تتيح للزوار، الاطلاع على الأخبار وفقا للتصنيفات المختلفة مثل الاقتصاد، الرياضة، والمجتمع. يعتمد الموقع على بنية رقمية متطورة تشمل تطبيقا إلكترونيا وحضورا نشطا على

وسائل التواصل الاجتماعي، مما يعزز قدرته على الوصول المباشر إلى الجمهور واستثمار محتواه في التغطيات الإعلامية.

يعتبر موقع أوراس منصة إعلامية رقمية جزائرية تركز على التغطية الفورية للأحداث المحلية والدولية. يتميز الموقع بإنتاج محتوى متنوع يتضمن الأخبار، التقارير، مقالات الرأي، الفيديوها، والتحليلات. يعتمد أسلوب التحرير في أوراس على تقديم تغطية صحفية توازن بين السرعة والموضوعية، مستهدفًا جمهورًا واسعًا من مختلف الفئات العمرية داخل الجزائر وخارجها.

تمثل أوراس نموذجًا حديثًا للصحافة الرقمية التشاركية، حيث تجمع بين منصات النشر الجماهيري وأدوات التحرير الإعلامي، مما يجعلها جزءًا أساسيًا من تحليل تصورات الصحفيين تجاه المصادر الرقمية غير التقليدية في المشهد الإعلامي الجزائري.

د. اللغة والأسلوب المستخدم:

تقدم منصة أوراس محتوى ثنائي اللغة، حيث يتوفر باللغة العربية وبعض المنشورات باللغة الفرنسية. منصة أوراس الرقمية خدمة إخبارية جزائرية تحاول نقل الحقيقة والوصول إلى عمق الأحداث باعتماد قوالب خبرية جديدة عبر الموقع الإلكتروني أو المنصات الرقمية المختلفة بأقلام شابة ومتدربة. منصة أوراس الرقمية، خدمة إخبارية جزائرية تحاول نقل الحقيقة والوصول إلى عمق الأحداث باعتماد قوالب خبرية جديدة عبر الموقع الإلكتروني أو المنصات الرقمية المختلفة بأقلام شابة ومتدربة.*

* أميرة خاتو: صحفية بموقع أوراس، تاريخ الإرسال 15 جانفي 2025.

المبحث الثاني: اختيار وتصنيف الأخبار ومصادرها

1. الأفكار العامة حول التدوين الإلكتروني:

أصبحت العلاقة مع هذه المنصات جزءاً أساسياً من الروتين المهني اليومي. أصبح الصحفيون يستخدمون مواقع التواصل كتويتر والفيسبوك بشكل مستمر لمتابعة الأحداث وتفاعلات الجمهور. أما على المستوى المهني، فهي أدوات مساعدة ومهمة للحصول على الأخبار العاجلة ورصد ما يتم تداوله في الفضاء الرقمي، خاصة في ظل تسارع الأحداث.

تختلف جودة المعلومات بشكل كبير. فبعض الحسابات والمدونات تقدم بيانات ميدانية دقيقة وسريعة، خاصة من شهود عيان أو مختصين. ومع ذلك، هناك أيضاً الكثير من التضليل الإعلامي والشائعات، لذا لا يمكن الاعتماد عليها كمصدر وحيد من مصادر الأخبار. من الضروري دائماً التحقق من أي معلومة قبل استخدامها في التغطية الرسمية.

2. التفاعل المهني داخل المؤسسة:

تشجع المؤسسة على متابعة المحتوى الرقمي والاطلاع على ما ينشر على المنصات الرقمية، خصوصاً في حالات التغطية العاجلة. ومع ذلك، لا توجد سياسة تحريرية مكتوبة تحدد كيفية التعامل مع التدوين الإلكتروني كمصدر أساسي للخبر. وغالباً ما تدعم المؤسسة الإعلامية اللجوء لهذه المواقع للحصول على الأخبار، لكنه غير معتمد بشكل رسمي. ما يدفع بالصحفي للاعتماد على اجتهاده الشخصي في التحقق والاختيار.

هناك اختلافات واضحة من الجيل الجديد الذين يتمتعون بتفاعل أكبر مع التدوين الإلكتروني، ويظهرون ثقة أكبر في استخدام منصات التواصل الاجتماعي. مقارنة مع الصحفيين من الجيل القديم. في المقابل يميل الصحفيون المخضرمون إلى التحفظ، وغالباً ما يعتمدون على المصادر الرسمية والمباشرة. وهذا الفرق يعكس خلفياتهم المهنية والرقمية، بالإضافة إلى ثقافة الصحافة الكلاسيكية التي نشأوا فيها.

3. المراقبة والموثوقية:

التدوين الإلكتروني والمنصات الرقمية لن تستبدل الصحافة التلفزيونية، بل ستعيد تشكيلها. في المستقبل، سيكون الصحفي أكثر مرونة وسيطلب منه اكتساب مهارات رقمية إضافية ليظل على اطلاع. أصبح التفاعل مع الجمهور وتبني روايات متعددة حول الأحداث جزءا من الواقع الحالي. تعتبر الأخبار الكاذبة من أبرز المخاطر التي يمكن اعتبارها تهديدا للصحفيين والمؤسسات الإعلامية ككل، حيث يصعب التحقق منها بسرعة، بالإضافة إلى تراجع المعايير المهنية في بعض التغطيات الإعلامية. كما قد تواجه المؤسسات ضغوطا من الرأي العام الرقمي، مما قد يؤثر على استقلالية قراراتها التحريرية.

4. الاستخدامات المهنية للتدوين الإلكتروني:

يعتبر التدوين الإلكتروني عنصرا أساسيا في بيئة العمل الإعلامي الحالي. فقد أصبح الصحفيون يستخدمونه لرصد المواضيع الشائعة، والتحقق من اتجاهات الرأي العام، والبحث عن زوايا جديدة للمعالجة الصحفية. كما يستعينون به لتغطية الأحداث المحلية التي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، حيث توفر المدونات والتغريدات مواد أولية وتحفيزا للمتابعة والتغطية الإعلامية.

يفضل الكثير من الصحفيون الجمع بين الاثنين، مع التعامل بحذر أكبر مع المصادر الخارجية. كالحسابات الشخصية لبعض الصحفيين أو النشطاء المعروفين بموثوقيتهم تفيد كثيرا في الحصول على الأخبار، أما المصادر العشوائية، فتتطلب التحقق المضاعف من الأخبار المنتشرة في المواقع.

5. التفاعلات التحريرية:

لا توجد سياسة رسمية مكتوبة، ولكن هناك توجيهات عامة من إدارة التحرير تشدد على ضرورة التحقق الدقيق قبل استخدام أي معلومات مستمدة من التدوين الإلكتروني. يمنع الاعتماد على المحتوى غير المؤكد كمصدر وحيد، خصوصا في المواضيع الحساسة أو السياسية.

يوجد توافق غير معلن بين فريق التحرير على أهمية التعامل بحذر مع المعلومات المدونة في المواقع، يطلب من الصحفيين التحقق منها ميدانيا أو التواصل مع مصادر موثوقة قبل الموافقة على نشرها.

6. التمثلات الذاتية والرقمية:

يمارس الصحفيين نوع من الصحافة التدوينية، ولكن ضمن إطار مهني محدد. يعتمدون على أسلوب مرن يجمع بين التفاعل الرقمي وسرعة النشر، مع الحرص على الحفاظ على مصداقية المعلومات. ومع ذلك، هناك تمييز واضح بين الآراء الشخصية والتقارير المهنية داخل المؤسسات الإعلامية.

تعتبر هذه المعلومات مهمة في بعض الأحيان، خاصة في الحالات الطارئة. ومع ذلك، لا يراها الصحفيين موثوقة بشكل تلقائي. بل يجب تقييم المعلومات، ومصدر المنشور، والمنصة التي تنشره. فكل معلومة تستحق التدقيق.

7. آفاق التدوين الإلكتروني:

إن الصحافة الرقمية ستستمر في التوسع بدلا من أن تلغى، يوفر التدوين الإلكتروني منظورا مختلفا وتفاعلية أكبر، لكن ستظل الصحافة هي المصدر الموثوق للجمهور الذي يسعى إلى التحقيق والموضوعية. لذا، فإن التكامل بينهما هو الأكثر واقعية.

إن غياب التأطير يؤدي إلى أن يصبح التعامل مع هذا المحتوى عشوائيا أو غير مسؤول في بعض الأحيان. من الضروري وضع دليل تحرير يوضح كيفية التفاعل والتعامل مع التدوين الإلكتروني، يتضمن ما يقبل وما يرفض، بالإضافة إلى كيفية التوثيق والمعايير المعتمدة لذلك.

المبحث الثالث: الاستخدام الاجتماعي والتقني للتدوين الإلكتروني

يعتبر التدوين الإلكتروني من أبرز نتائج التحول الرقمي في مجال الإعلام الاجتماعي، حيث يوفر للمستخدمين وسيلة للتعبير الفوري والمختصر عن آرائهم عبر منصات التواصل، على الرغم من طابعه السريع والوجيز، فقد أصبح التدوين الإلكتروني أداة فعالة للتأثير الاجتماعي، وتشكيل النقاشات العامة، وتداول الأخبار.

1. أنماط الاستخدام الاجتماعي للصحفيين الجزائريين في قناتي الشروق والنهار الجزائريين

وموقعي سبق وأوراس:

تشير النتائج المستخلصة من الاستبيان الإلكتروني الذي تم توزيعه على عينة البحث إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين تستخدم التدوين المصغر لأغراض التواصل الاجتماعي وتبادل الآراء الشخصية. كما يعتقد هؤلاء أن التدوين الإلكتروني يعزز شعورهم بالانتماء إلى جماعات افتراضية تتقاطع فيها اهتماماتهم بالقضايا الاجتماعية، الرياضية، والثقافية. بالإضافة إلى ذلك، أشار المشاركون إلى مفهوم الحذر الانتقائي اتجاه المحتوى المنشور، حيث يدمجون بين متابعة الحسابات الإخبارية والمصادر الموثوقة والتفاعل مع المستخدمين العاديين. نتطرق فيما يلي إلى أنماط الاستخدام لدى الصحفيين:

أ. الاستخدام التقني والمنصات:

من خلال تحليل بيانات الاستبيان، يتضح أن الهواتف الذكية تشكل الوسيلة الرئيسية في ما يتعلق بالاستخدام والحصول على الأخبار، وذلك في ظل تزايد الاعتماد على الخوارزميات الخاصة بالاقتراف والتوصية لمتابعة الموضوعات.

كما يستخدمون الوسم، "#Hashtags"، لتوسيع الوصول وزيادة مستوى التفاعل، كما يعتمدون على إعادة النشر كوسيلة للتأثير الاجتماعي.

ب. الأبعاد الاجتماعية والتواصلية:

يمكن أن يساهم التدوين الإلكتروني في تشكيل الهوية الرقمية من خلال اختيار الموضوعات، والأسلوب اللغوي، وطبيعة التفاعل. وقد أشار الصحفيون إلى أن الإيجاز والسرعة يساهمان في توفير شعور بالوجود اللحظي ضمن النقاش العام. من جهة أخرى، وضح بعض الصحفيين عن شعورهم بالإرهاق الرقمي نتيجة الضغط الناتج عن التفاعل المستمر والرغبة في الظهور بشكل دائم.

تظهر النتائج أن الاستخدام الاجتماعي للتدوين الإلكتروني يستند إلى منطق الهوية والانتماء بصورة أكبر من منطق المعلومات، ويلعب البعد التقني دورا محوريا في توجيه أنماط هذا الاستخدام عبر خوارزميات المنصات. ويصبح التفاعل هنا نتاجا لتداخل العاملين الإنساني، المتمثل في الرغبة في التعبير والمشاركة، والعامل

التقني، الذي يتمثل في آليات الترتيب والتوصية. هذا الأمر يعزز من أطروحة الوسيط الخوارزمي الذي يعيد تشكيل أنماط الاتصال الاجتماعي المعاصر.

أظهرت الدراسة الميدانية أن التدوين الإلكتروني، يعد فضاء اجتماعيا تقنيا هجيناً، يجمع بين الحرية الفردية والقيود الخوارزمية. فهو أداة تتيح للمستخدم التعبير والمشاركة، لكنها في الوقت نفسه تعيد توجيه سلوكه من خلال بنية المنصة نفسها. يوصى بتوسيع الدراسة في المستقبل من خلال إجراء تحليل مقارن بين فئات عمرية ومهنية متنوعة، ودراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ومصداقية المحتوى المصغر.

المبحث الرابع: المؤسسة الهوياتية للصحافي في ظل القطيعة الإلكترونية

تظهر القطيعة الإلكترونية أن الهوية المهنية للصحافي لم تعد تعتمد فقط على الانتماء المؤسسي، بل أصبحت تتشكل من خلال الكفاءة الرقمية والقدرة على التفاعل والتأثير في الفضاء العمومي الرقمي. إن المؤسسة الهوياتية الجديدة للصحافي تتحدد اليوم من خلال مزيج من المهارات التقنية، والحضور الرقمي، والالتزام الأخلاقي الذاتي، في مجال لم تعد فيه الحدود واضحة بين الإنسان والآلة، والمؤسسة والصحافي، المهنة والممارسة.

1. مؤشرات حول التغيير في الانتماء المهني:

أظهرت النتائج أن الصحفيين الذين تم استجوابهم يشعرون بأن انتماءهم المهني لم يعد مقتصرًا على المؤسسة الإعلامية فقط، بل يمتد إلى شبكاتهم الرقمية وحضورهم الشخصي على المنصات الاجتماعية. وقد عبر عدد منهم عن أن الهوية المهنية أصبحت تبنى من خلال الجمهور المتابع أكثر من بطاقة العمل. وهذا يعكس تحولاً من المؤسسة التنظيمية إلى المؤسسة الشبكية، حيث تكتسب القيمة المهنية من خلال التفاعل والتأثير بدلا من الهيكل الإداري. نذكرها فيمايلي:

أ. **القطيعة كعامل نفسي ومهني:** يشعر الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة، بوجود انفصال عن مؤسساتهم الإعلامية، وذلك نتيجة للسياسات التحريرية المقيدة وضعف التجديد الرقمي. هذا الوضع دفعهم إلى البحث عن فضاءات حرة للتعبير، مثل التدوين الإلكتروني، الصفحات الشخصية، أو المنصات البديلة. تعكس هذه الحالة وجود قطيعة إلكترونية بين الصحافي والمؤسسة من حيث التوجه المهني والتقني، كما تترجم في الوقت نفسه إلى ظهور أشكال جديدة من الذات المهنية المستقلة.

ب. **الحضور الرقمي كوسيلة لسد القطيعة:** أظهرت الدراسة أن عددا كبيرا من الصحفيين يمتلكون حسابات مهنية نشطة على منصات التواصل الاجتماعي خصوصا "Facebook و LinkedIn"، ويعتبرون هذا الحضور جزءا من مهنتهم وليس نشاطا شخصيا. وهذا يؤكد أن الهوية المهنية أصبحت اليوم تعتمد على الذات الرقمية للصحفي، التي تعكس واجهته المهنية أمام الجمهور والزملاء.

ج. **القيم المهنية الجديدة في عصر القطيعة الإلكترونية:** من خلال تحليل نتائج الاستبيان، اتضح أن هناك تحولا في منظومة القيم المهنية نحو:

- الشفافية الشخصية بدلا من الموضوعية المجردة،
- الانخراط الاجتماعي بدلا من الحياد المطلق،
- المصداقية التفاعلية بدلا من التوثيق المؤسسي.

يؤمن الجيل الجديد من الصحفيين، بأن الثقة تبنى من خلال التواصل المباشر مع الجمهور وليس من خلال شعار المؤسسة. يعكس هذا التحول إعادة تعريف العملية الإعلامية فيما بعد المؤسسات التقليدية.

د. **فجوة المهارات والتكوين المهني:** تشير النتائج إلى أن الصحفيين يعتقدون أن مؤسساتهم لم تقدم تدريباً كافياً في أدوات النشر الرقمي أو في استخدام التدوين الإلكتروني وتقنيات التفاعل، مما أدى إلى وجود فجوة بين الصحافي التقليدي والصحافي الشبكي. وقد أسفر هذا النقص عن تعزيز النزعة الفردية في التطوير الذاتي، حيث يتعلم الصحفي المهارات التقنية من خلال المنصات التكوينية الذاتي أو عبر الممارسة اليومية.

تظهر النتائج الميدانية أن المؤسسة الهوياتية تمر حالياً بمرحلتين متوازيتين:

1. **تفكك مؤسسي:** نتيجة الفجوة بين الصحافي والبنية التنظيمية التقليدية.
2. **إعادة تشكيل شبكي:** من خلال إنشاء هويات رقمية مستقلة ومرنة ضمن فضاءات تفاعلية.

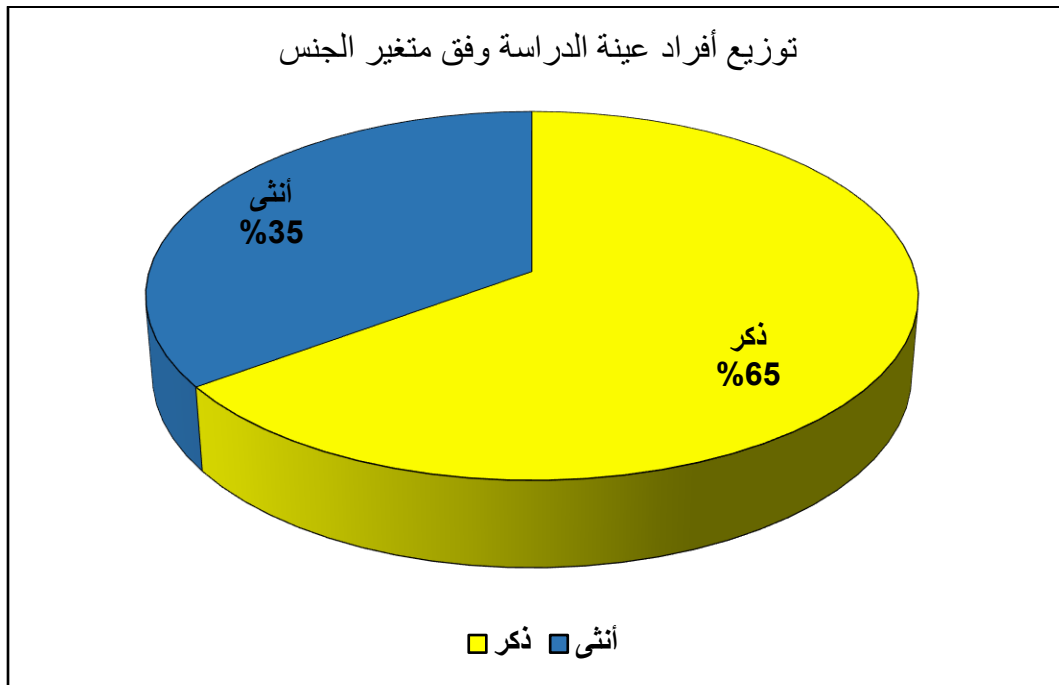
لذا، لم تختف المؤسسة، بل تغير شكلها ووظيفتها، من مؤسسة صلبة مغلقة إلى مؤسسة رمزية شبكية تدار بواسطة رأس المال الرقمي للصحافي (المتابعون، السمعة الرقمية، المشاركة). (Bourdieu, 1996, p. 64)

الفصل السادس: التحليل الإمبريقي وفق أداة الاستبيان

المبحث الأول: وصف عينة الدراسة البشرية

محور البيانات الشخصية:

الرسم البياني رقم 11: يوضح جنس أفراد العينة



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه، أن 65% من المبحوثين يمثل ذكور، و35% تمثل نسبة الإناث.

أظهرت النتائج المتعلقة بمتغير الجنس أن معظم أفراد العينة هم من الذكور، مما يعكس واقعا محتملا في المؤسسات الإعلامية الجزائرية كونها تستقطب عددا كبيرا من الذكور، حيث قد يكون هناك تفوق عددي للذكور في بعض القطاعات. ومع ذلك، فإن مشاركة نسبة معتبرة من الإناث تشير إلى تزايد حضور المرأة في المجال الإعلامي، مما يضيف تنوعا في تمثيلات العينة حول موضوع الدراسة.

أولاً: التفسير السوسيولوجي للهيمنة الذكورية في المجال الإعلامي:

هذا التفاوت النوعي يعود لعدة عوامل سوسيولوجية، فالبنية المؤسسية الإعلامية لا تزال تحمل طابعا ذكوريا، حيث تفضل بعض المؤسسات الإعلامية الجزائرية توظيف الذكور في أقسام التحرير والتغطية الميدانية، التي تحتاج إلى مرونة في الوقت وقدرة على التواجد في مواقع الأحداث دون قيود. كذلك، تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دورا في هذا الاتجاه، إذ ينظر إلى مهنة الصحافة، خاصة العمل الميداني والتحريري، على أنها أكثر ملائمة للذكور، مما قد يجعل بعض الإناث يترددن في دخول هذا المجال، خصوصا في القنوات الإخبارية التي تتطلب جهدا ووقتا كبيرين. يشير "بيار بورديو" إلى أن الحقول المهنية، بما فيها الحقل الإعلامي، تعيد إنتاج علاقات الهيمنة بناء على رأس المال الرمزي والاجتماعي، مما يعزز النمط الذكوري داخل المؤسسات الإعلامية. (Bourdieu, 1996, p. 34)

ثانياً: تأثير الانتماء النوعي على التمثيلات المهنية:

يمكن أن تؤثر النسبة الأكبر من الذكور على كيفية استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للمعلومات، حيث قد تختلف آراء الإناث والذكور في عدة جوانب، كمصادر المعلومات الرقمية، أنماط التفاعل مع الجمهور والتحفظات أو المخاوف من الاعتماد على المحتوى الرقمي غير المهني. لذا، يجب أن نفهم التمثيلات التي تظهر في نتائج الاستبيان في ضوء هذا الاختلال النوعي.

ما يمكن تفسيره من خلال النتائج المتحصل عليها أعلاه هو عدم التوازن في بين الجنسين في عملية التوظيف لدى المؤسسات الإعلامية من عينة الدراسة، ويشير هذا المصطلح إلى الفجوة العددية الكبيرة بين الذكور والإناث في المنظمات الإعلامية، حيث يشغل الذكور بشكل أساسي المناصب الميدانية والتحريرية. وغالبا ما يشار إلى هذه الحالة باسم هيمنة الذكور في المجال الإعلامي. هذا من جهة. ومن جهة أخرى ما يسمى بتركيبة غرف الأخبار مع توظيف معظم الأدوار التحريرية من قبل الذكور، وتأثر القرارات المتعلقة بالمحتوى التحريري، واختيار الموضوعات، وتفاعل الجمهور بشكل كبير بالمنظور الذكوري.

يمكن أن تؤدي قلة تمثيل الإناث إلى إخفاء وجهات نظر متنوعة حول قضايا معينة وتؤدي إلى نطاق أضيق من الأولويات الإعلامية. وأثر ذلك على التمثيلات والممارسات الصحفية التي تعكس كيف ينظر

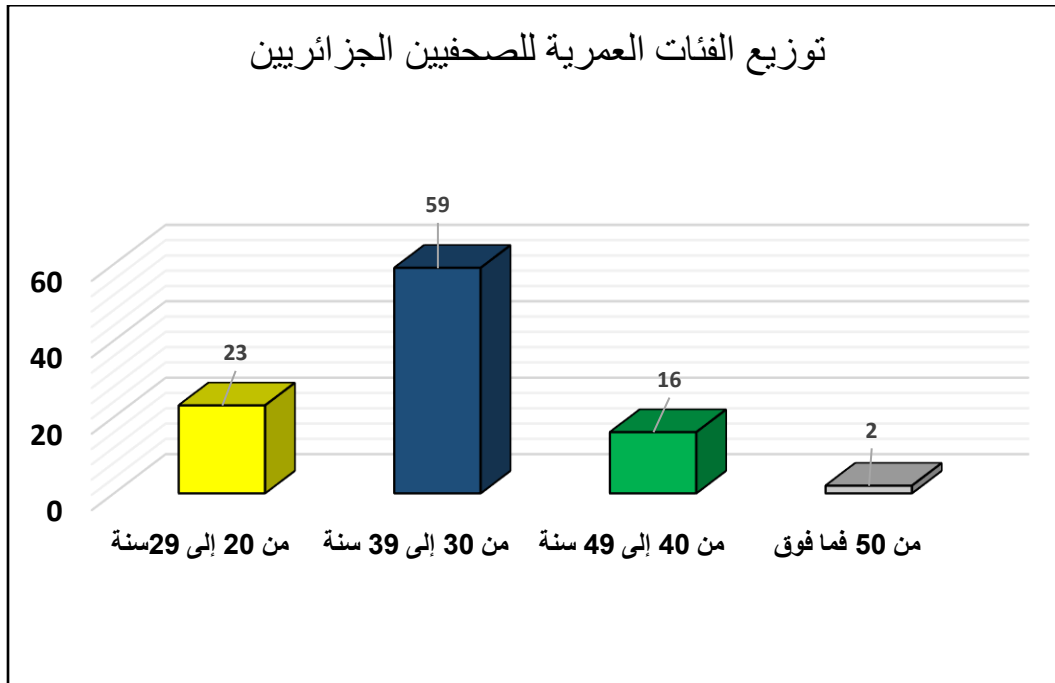
الصحفيون إلى أدوارهم، والتي تتشكل من خلال خلفياتهم الثقافية وجنسهم وتجاربهم. فالممارسات الصحفية تشمل الأساليب المستخدمة في جمع الأخبار، والتحقق من المعلومات، واستراتيجيات التغطية، وقنوات النشر. قد يؤدي الهيمنة الذكورية إلى تفضيل أدوات معينة، مثل المصادر التقليدية على الرقمية.

فالتدوين الإلكتروني يعتبر وسيلة حديثة لجمع الأخبار وتحليلها. ومع ذلك، يمكن أن تختلف نظرة الصحفيين إلى التدوين. قد يعتبره البعض وسيلة غير موثوقة، بينما يرى آخرون أنه منصة قيمة لتفاعل الجمهور واكتساب رؤى جديدة. حيث تشير بعض الدراسات إلى أن الإناث يميلن إلى أن يكن أكثر حذرا بشأن استخدام المحتوى غير الرسمي كمصدر للأخبار.

فهذه الاختلافات النوعية تشكل التفاعل ويبرز هذا المفهوم أن التجارب، والتأثيرات الثقافية، والتمثيلات الذاتية تختلف بين الذكور والإناث، مما يؤدي إلى:

- معلومات متنوعة
- مستويات متفاوتة من الثقة في مصادر التدوين الإلكتروني
- اختلافات في تمثيلات الاحترافية بشأن المحتوى الرقمي الجديد.

الرسم البياني رقم 12: يوضح سن أفراد العينة



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن أكبر نسبة من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من 30 إلى 39 سنة بنسبة 59%، أما نسبة 23% فهي العمرية الشابة التي تتراوح أعمارهم من 20 إلى 29 سنة، أما نسبة 2% هم في سن الخمسين أو أكثر.

تشير نتائج التوزيع إلى أن عينة الدراسة تتكون بشكل رئيسي من الفئات العمرية الشابة إلى المتوسطة، وبالتحديد من 30 إلى 39 عاما. وهذا قد يدل على أن معظم الصحفيين ينتمون إلى جيل متوسط الخبرة، الذي غالبا ما يكون الأكثر تفاعلا مع البيئة الرقمية، مما يجعل فهم موقفهم اتجاه التدوين الإلكتروني أمرا ذا أهمية كبيرة. في المقابل، يشير وجود عدد أقل من الصحفيين الأكبر سنا إلى قلة تواجد الكفاءات المخضمة في المجال الرقمي أو عدم مشاركتهم في الأبحاث الإلكترونية. كما أن وجود فئة عمرية ملحوظة من الشباب يعزز الفرضية بوجود جيل جديد من الصحفيين قد تكون تصوراتهم وآراؤهم مختلفة تماما.

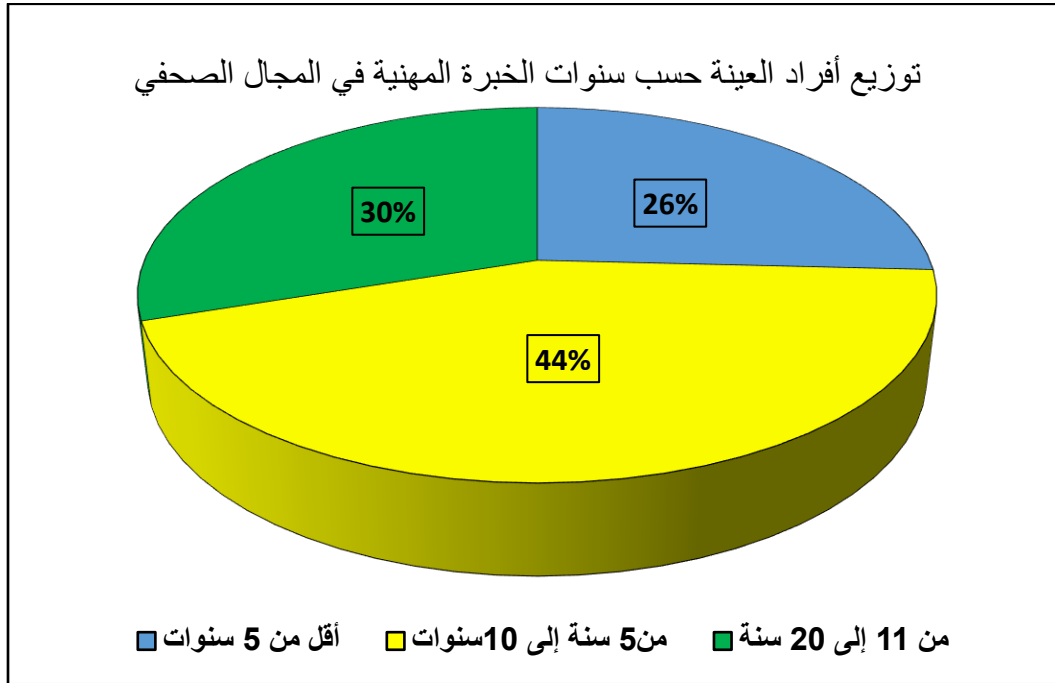
تسيطر الفئة العمرية من 30 إلى 39 سنة على الميدان الصحفي، نلاحظ أن النسبة العالية لهذه الفئة تشير إلى أن القطاع الإعلامي في الجزائر، وخاصة في القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية، يعتمد بشكل كبير على صحفيين لديهم خبرة مهنية. هؤلاء هم الصحفيون الذين تجاوزوا مرحلة التدريب الأولية ودخلوا فعليا في مرحلة الخبرة المهنية.

وهذا يتماشى مع ما يشار إليه "بيار بورديو" حول الاعتقاد المهني "habitus professionnel"، الذي يتشكل عادة بعد سنوات من الخبرة، حيث يكتسب الصحفي أنماطا معرفية وسلوكية تساعد على أداء مهامه بكفاءة ومهنية عالية.

تمثل نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 50 عاما وما فوق 2%، وهي نسبة منخفضة تشير إلى عدة فرضيات محتملة، مثل التقاعد المبكر أو انتقال كبار السن إلى مناصب إدارية أو استشارية لا تتطلب وجودا دائما في الميدان. قد يكون التحول نحو الرقمنة والتكنولوجيا الحديثة عائقا أمام بعض الصحفيين المخضرمين الذين لم يتكيفوا مع الأدوات الرقمية الجديدة. بالإضافة إلى ذلك، تشير الدراسات في علم الاجتماع المهني إلى أن التغيرات التكنولوجية السريعة قد تؤدي أحيانا إلى ما يعرف بالاستبعاد الرمزي للأفراد الأكبر سنا داخل المؤسسات ذات الطابع الفني أو التكنولوجي. (castells, The Rise of the Network Society, 2010)

كما يلاحظ وجود تمثيل مقبول للفئة العمرية الشابة (من 20 إلى 29 عاما)، حيث تشكل 23% من العينة، مما يعكس تحديد القوة العاملة الصحفية من خلال توظيف خريجي الجامعات. تميل بعض المؤسسات الإعلامية إلى توظيف صحفيين أصغر سنا، الذين يظهرون مرونة أكبر وقدرة على التكيف مع تقنيات التدوين الإلكتروني وإدارة المحتوى على المنصات الرقمية.

الرسم البياني رقم 13: يوضح الخبرة المهنية لدى أفراد العينة



تمثل 41% أكبر نسبة التي تمثل فئة الخبر المتوسطة من 5 إلى 10 سنوات، تم تليها فئة 11 إلى 20 سنة بنسبة 28%، أما الأقل من 5 سنوات بنسبة 24%.

يعكس التوزيع المهني لعينة الدراسة وجودا بارزا للخبرات المتوسطة، مما يعزز الفرضية بأن المشاركين يتمتعون بتفاعل يومي كاف مع متغيرات العمل الإعلامي، بما في ذلك التحديات المرتبطة بالتدوين الإلكتروني. كما أن وجود فئة ذوي الخبرة القصيرة يشير إلى انخراط الجيل الجديد في الممارسة المهنية، وهو الجيل الأكثر توافقا مع الأدوات الرقمية الحديثة، مما يضيف عمقا لفهم تصورات هذا الجيل حول مصداقية التدوين كمصدر للأخبار.

في المقابل، يبقى تمثيل أصحاب الخبرة الطويلة محدودا، مما قد يدل على تحفظ هذه الفئة أو ابتعادها النسبي عن التفاعل مع أدوات الإعلام الجديد، وهو ما قد يؤثر على رؤيتهم اتجاه التدوين الإلكتروني من حيث المصداقية والمهنية.

انتشار الصحفيين ذوي الخبرة المتوسطة (5-10 سنوات)، يشكل الصحفيون في الجزائر، وخاصة في قناتي النهار والشرق، بالإضافة إلى مواقع سبق وأوراس، نسبة كبيرة (41%) من فئة ذوي الخبرة المتوسطة. تعرف هذه المجموعة بدناميكيته في عدة مجالات من حيث:

- التكيف مع التحولات الرقمية
- اكتساب المهارات العملية
- تبني أدوات الإعلام الجديد، مثل التدوين الإلكتروني.

وتدعم هذه الاتجاهات مفهوم الرأس المال المهني الذي طرحه "بيار بورديو"، والذي يقترح أن الصحفيين في مرحلة الخبرة المتوسطة هم الأكثر انفتاحا على التجديد المهني وتطوير مهاراتهم في مشهد إعلامي متغير. (Bourdieu, 1996)

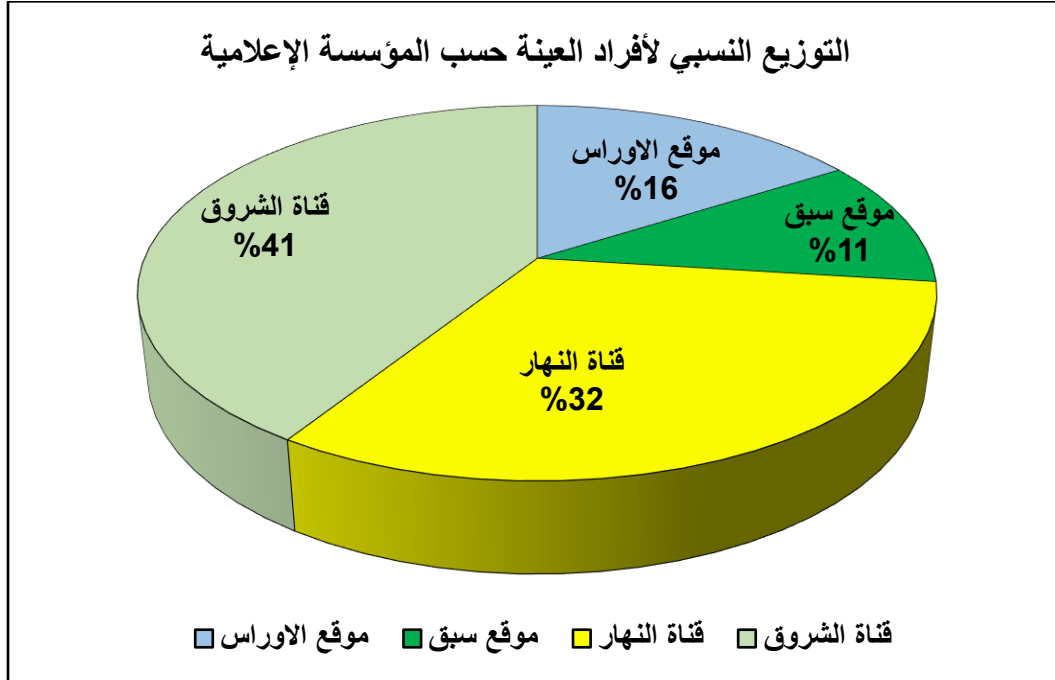
تمثيل محدود للصحفيين الجدد (الأقل من 5 سنوات) تشكل هذه المجموعة فقط 24% من الإجمالي، وهي تمنع الدخول إلى مجال الصحافة، وغالبا ما يشار إليها بإلغاء مؤسسات العمل الإعلامي، في الجزائر تشمل هذه العوامل المساهمة في:

- عدم وجود مسارات واضحة للتوظيف
- تفضيل بعض الشباب لوسائل الإعلام الرقمية المستقلة أو الشبكات الاجتماعية على الصحافة التقليدية.
- تتماشى هذه الملاحظة مع تحليل "Manuel castells" حول كيفية إعادة تشكيل صعود وسائل الإعلام الشبكية للمشهد الإعلامي التقليدي وجذب المواهب الشابة. (castells, Communication power, 2009)

الصحفيون ذوو الخبرة (11-20 سنة): تتكون هذه الفئة من 28% ملحوظة من الصحفيين وتتميز بـ: خبرة مهنية واسعة ومعرفة متخصصة. ومع ذلك، قد يكون هؤلاء الصحفيون أيضا أقل انخراطا مع أدوات الإعلام الجديدة. وغالبا ما يتولون أدوار إدارية بدلا من العمل مباشرة في الميدان.

إن الجيل القديم من الصحفيين قد يواجه صعوبة في التكيف مع التغيرات الرقمية السريعة، مما يعزز أهمية الصحفيين ذوي الخبرة المتوسطة خلال فترات التحول الرقمي. (Moussa, 2013)

الرسم البياني رقم 14: يوضح مؤسسة العمل أفراد العينة



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن قناة الشروق تمثل أكبر نسبة لعينة الدراسة تقدر بـ 41% ثم تليها قناة النهار بنسبة 32% يعني ثلثي العينة ينتمون إلى مؤسستين تليفزيونيتين. أما موقعي سابق وأوراس فقد كان محدود نسبيا مقارنة بالقنوات التليفزيونية بـ 16% لموقع سابق و 11% لموقع أوراس.

يظهر من خلال النتائج أعلاه أن العينة تتكون بشكل رئيسي من صحفيين يعملون في قنوات تلفزيونية، وخاصة في قناتي النهار والشروق، مما يعكس هيمنة المؤسسات المرئية على سوق الإعلام الجزائري. من المحتمل أن تكون هذه المؤسسات أكثر انفتاحا أو نشاطا في بيئات العمل التي يسهل فيها الوصول إلى الصحفيين واستطلاع آرائهم. في المقابل، قد يرتبط التمثيل المحدود للمواقع الإخبارية الإلكترونية مثل موقعي الأوراس وسابق، بكون هذه المؤسسات تعتمد على فرق أصغر أو أكثر مرونة، مما يجعل الوصول إليها ميدانيا أكثر صعوبة، أو أنها أقل اندماجا في الأبحاث الإعلامية الرسمية. من ناحية أخرى، يتيح وجود تمثيل من مختلف أنواع الوسائط (مرئية ورقمية) إمكانية مقارنة مواقف الصحفيين اتجاه التدوين الإلكتروني من زوايا مهنية متنوعة.

ما يمكن استنتاجه من هذه النتائج هو الانتشار الواسع لهاتين القناتين على المستوى الوطني، حيث تعدان من أولى القنوات الإخبارية الجزائرية التي حققت شعبية كبيرة منذ انطلاقتها، مما جعلها قناة مفضلة لكل من الصحفيين الشباب. كذلك كثافة الطاقم الصحفي داخل كل من القناتين مقارنة بالمنصات الإلكترونية، مما يبرر العدد الكبير من المشاركين المرتبطين بهما في عينة الدراسة.

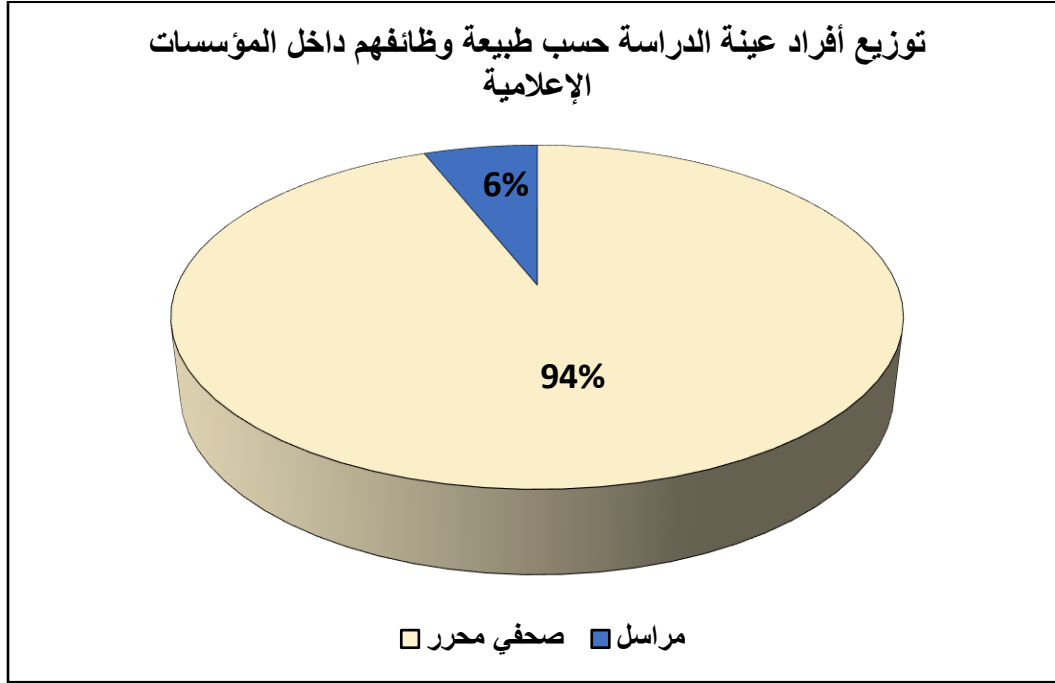
كذلك الطابع المهني المؤسسي الذي تتمتع به هذه القنوات، والذي يفرض تنظيما إداريا وهيكليا يسهل الوصول إلى الصحفيين ومشاركتهم في الدراسات (علي، 2019، صفحة 77)، على عكس المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تعتمد غالبا على العمل الحر أو فرق تحرير محدودة.

أما العدد الصغير أو المحدود للمواقع الإخبارية الإلكترونية، فيمكن تفسيره بما يلي:

- العدد المحدود من الصحفيين العاملين في المنصات الإلكترونية مقارنة بالقنوات التلفزيونية الإخبارية، مما يعكس طبيعة العمل عبر الأنترنت الذي يعتمد غالبا على فرق تحرير صغيرة أو تعاون مع صحفيين مستقلين.
- كما تتميز هذه المواقع بضعف التفاعل أو صعوبة الوصول إلى بعض الموظفين في هذه المؤسسات، خاصة إذا كان الموقع يفتقر إلى مكاتب تمثيلية رسمية أو تواصل تنظيمي واضح. فهي تعتمد على المرونة أكثر مما تعتمد على الهيكل التنظيمي للقناة. (عماد، 2021، صفحة 183) وحداثة بعض المنصات الإلكترونية، مثل موقع أوراس، مقارنة بالقنوات التقليدية، مما يؤدي إلى عدد أقل نسبيا من الصحفيين.

ما يمكن استنتاجه إليه من خلال هذه النتائج إلى أن وسائل الإعلام التلفزيونية لا تزال تمثل الفاعل الرئيسي في مجال الأخبار في الجزائر من حيث القوة العاملة والتأثير، على الرغم من التطور المستمر في وسائل الإعلام الرقمية. كما تؤكد أن الانتقال نحو الرقمنة لا يزال تدريجيا، حيث لم يصل بعد إلى مرحلة تتساوى أو تتجاوز فيها وسائل الإعلام التقليدية من حيث حجم التوظيف أو الاستقطاب المهني.

الرسم البياني رقم 15: يوضح وظيفة أفراد العينة



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن النسبة الغالبة للصحفيين هم عبارة عن صحفيين محررين تظهر بنسبة 94%، أما المراسلين لدى عينة الدراسة فتقدر نسبتهم بـ 6% وهي نسبة محدودة لفئة المراسلين.

يظهر التوزيع أن غالبية أفراد العينة يعملون كصحفيين محررين، مما يمنح الدراسة منظورا يرتبط بيئة إنتاج الأخبار المكتتبية، حيث تكون العلاقة مع المحتوى الرقمي والمنصات الإلكترونية أكثر مباشرة. إن التركيز على فئة المحررين يعزز من أهمية النتائج المتعلقة بالتدوين الإلكتروني، خاصة أن هؤلاء الصحفيين يتعاملون يوميا مع المصادر والتحقق وإعادة الصياغة.

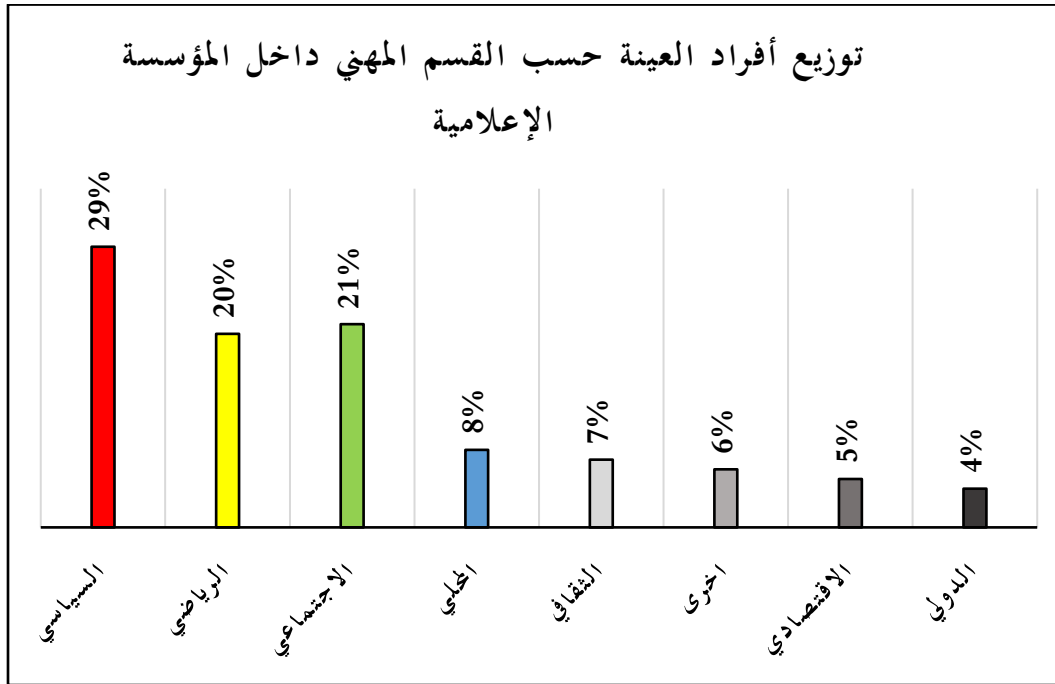
فطبيعة المؤسسات الإعلامية من عينة الدراسة تعكس النتائج طبيعة عمل قناتي النهار والشروق، بالإضافة إلى المواقع الإخبارية مثل أوراس وسبق، حيث يركز العمل الصحفي بشكل أساسي على التحرير داخل غرف الأخبار. ويتم إنتاج غالبية المحتوى داخليا، مما يفسر العدد الكبير من المحررين العاملين بدوام كامل في المقر الرئيسي للمؤسسات الإعلامية، على عكس المراسلين الذين يعتمد عليهم غالبا في التغطية الخارجية أو من مواقع بعيدة.

كذلك التحول الرقمي وتراجع المراسل التقليدي مع ظهور الإعلام الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي، أصبح بإمكان المحررين الحصول على المعلومات من مصادر متعددة دون الحاجة المستمرة للاعتماد على المراسلين. وقد أدى هذا التحول إلى تقليص عدد المراسلين، خاصة في المؤسسات التي تركز على الإنتاج السريع ونشر الأخبار على المنصات الرقمية.

وبالنسبة للأسباب التنظيمية والهيكلية تشير بعض الأدبيات إلى أن العديد من المؤسسات الإعلامية الجزائرية تميل إلى تقليل النفقات، من خلال تقليص عدد المراسلين وتكليف المحررين بتغطية مجالات متعددة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية) دون تخصص أو التوزيع الجغرافي الذي كانت تعرفه المؤسسات الإعلامية. (إبراهيم، 2005، صفحة 88)

أما العدد المحدود للمراسلين قد يشير إلى صعوبة الوصول إليهم بسبب تنقلاتهم الميدانية، أو إلى ضعف مشاركتهم في مثل هذه الدراسات. وقد يعكس ذلك أيضا أن التدوين الإلكتروني لا يعتبر مصدرا رئيسيا في نشاطهم الذي يعتمد على المعاينة والاتصال المباشر.

الرسم البياني رقم 16: يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم المهني داخل المؤسسة الإعلامية



يتصدر القسم السياسي لعينة الدراسة الأكبر نسبة التي بلغت 29%، بعدها يلي القسمان الاجتماعي والرياضي بنسبة 21% و 20%، أما القسم الاقتصادي بنسبة 5% الدولي بنسبة 4%، وكذلك باقي الأقسام هي كذلك بسبب محدودة.

يظهر من خلال النتائج أعلاه أن غالبية أفراد العينة يعملون كصحفيين محررين، مما يمنح الدراسة منظورا يرتبط بيئة إنتاج الأخبار المكتبية، حيث تكون العلاقة مع المحتوى الرقمي والمنصات الإلكترونية أكثر مباشرة. إن التركيز على فئة المحررين يعزز من أهمية النتائج المتعلقة بالتدوين الإلكتروني، خاصة أن هؤلاء الصحفيين يتعاملون يوميا مع المصادر والتحقق وإعادة الصياغة.

أما التمثيل المحدود للمراسلين فقد يشير إلى صعوبة الوصول إليهم بسبب تنقلاتهم الميدانية، أو إلى ضعف مشاركتهم في مثل هذه الدراسات. وقد يعكس ذلك أيضا أن التدوين الإلكتروني لا يعتبر مصدرا

رئيسيا في نشاطهم الذي يعتمد على المعاينة والاتصال المباشر. هذا التفاوت بين الوظيفتين يتيح مقارنة وجهتي نظر مختلفتين حول مصداقية الأخبار الرقمية.

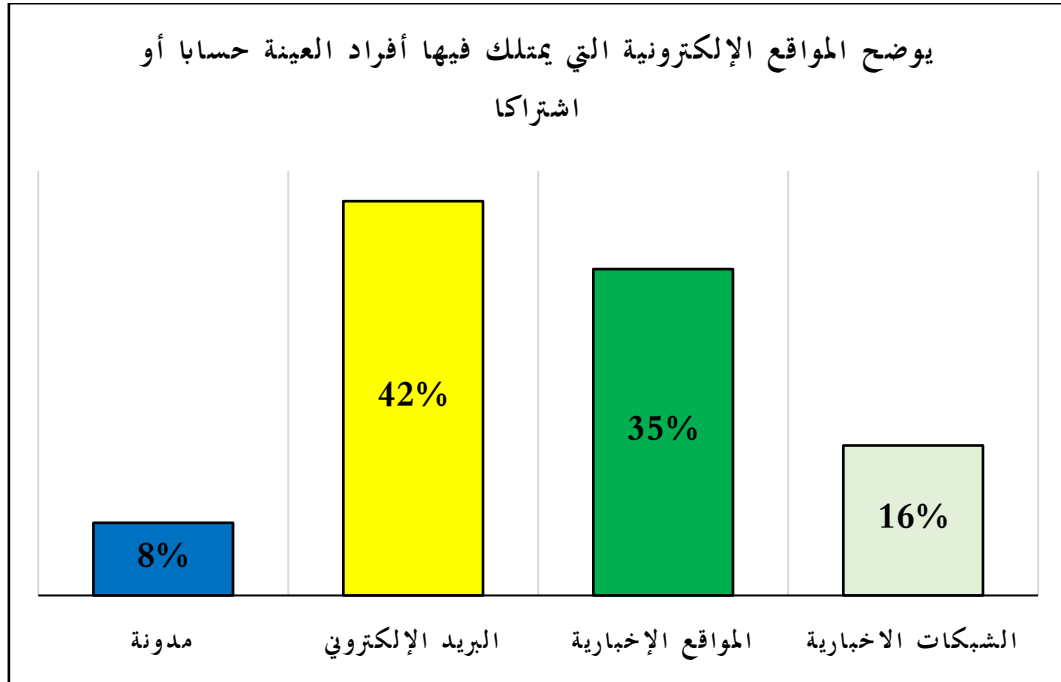
أظهرت النتائج تنوعا في الخلفيات التخصصية للصحفيين، مع تركيز ملحوظ على الصحافة السياسية، وهوما يتماشى مع طبيعة المشهد الإعلامي الجزائري الذي يولي أهمية خاصة للتغطيات السياسية. قد يرتبط ذلك أيضا لحاجة الصحفيين السياسيين إلى مصادر متعددة وسريعة للحصول على آخر المستجدات، مما يجعل التدوين الإلكتروني أداة مثيرة للجدل.

من ناحية أخرى، تظهر النتائج وجود تمثيل جيد للتخصصات الاجتماعية والرياضية، مما يعكس انفتاح العينة على جوانب متنوعة من الخبر الصحفي، حيث تتفاعل هذه التخصصات بشكل أكبر مع الرأي العام والمحتوى المتداول على منصات التدوين الإلكتروني.

أما ضعف تمثيل التخصصات الاقتصادية والدولية فقد يؤدي إلى قلة الكوادر العاملة في هذه المجالات، أو إلى اعتمادهم على مصادر رسمية ومؤسسية أكثر من اعتمادهم على التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر.

المبحث الثاني: التوصيف الكمي والكيفي لاستبيان صحفيي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس
المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني

الرسم البياني رقم 17: يوضح المواقع الإلكترونية التي يمتلك فيها أفراد العينة حسابا أو اشتراكا



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن البريد الإلكتروني يحتل المرتبة الأولى لاشتراك الصحفيين الجزائريين لعينة الدراسة بنسبة 42%، ثم تليها المواقع الإخبارية بنسبة 35%، أما أقل نسبة كانت للمدونة بنسبة 8%.

تظهر النتائج أعلاه ميلا واضحا لدى الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة، نحو استخدام أدوات رقمية موثوقة، مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإخبارية الرسمية. وهذا يعكس سلوكا تواصليا ومهنيًا يميل إلى الاعتماد على قنوات رسمية. ويعتبر البريد الإلكتروني وسيلة أساسية للتواصل المهني وتبادل المواد الصحفية، بالإضافة إلى كونه مرجعا موثوقا للمتابعة. فتظهر هيمنة البريد الإلكتروني كوسيلة للاشتراك المستمر الاعتماد على هذه الأداة التقليدية كوسيلة موثوقة للتواصل المهني. تعكس هذه النسبة المرتفعة عدة جوانب:

- الطابع الرسمي والموثوق للبريد الإلكتروني، حيث يستخدم بشكل شائع في المراسلات المهنية، بما في ذلك الاشتراك في النشرات الإخبارية أو تلقي التنبيهات من الوكالات أو المنصات الإخبارية.
- يتيح البريد الإلكتروني إمكانية أرشفة المعلومات والرجوع إليها لاحقاً، وهي ميزة لا تتوفر بنفس المستوى في المنصات الأخرى. أخيراً، تشير هذه الظاهرة إلى الطابع المؤسسي لاستخدام الأنترنت لدى الصحفيين، حيث تقوم معظم المؤسسات الإعلامية بإنشاء بريد إلكتروني رسمي لموظفيها.

ووفقاً لنظرية الاستخدامات والاشباع فإن الأفراد يختارون الوسائل التي توفر لهم أعلى درجة من الرضا الوظيفي، والبريد الإلكتروني يوفر إشباعاً وظيفياً عالياً من رضا المؤسسة للصحفيين في مجال مهنتهم. (KATZ, BLUMLER, & GUREVITCH, 1973, pp. 509–523)

تشير النتيجة المتحصل عليها للمواقع الإخبارية إلى موقعها الثاني في الترتيب، مما يعكس تحولاً ملحوظاً لدى الصحفيين نحو منصات أكثر تخصصاً. وتوفر هذه المواقع إمكانية الوصول السريع إلى الأخبار العاجلة والمصادر الأولية، مما يجعلها أداة حيوية في الممارسة الصحفية اليومية. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تقدم هذه المواقع خدمة الاشتراك "Subscription/Notification" مما يمكن الصحفيين من متابعة التحديثات في الوقت الفعلي.

ويبرز استخدام الصحفيين للمواقع والشبكات الإخبارية كجزء من استراتيجيتهم للتفاعل مع الأخبار المتجددة ومصادر المعلومات. وهذا يؤكد أن الصحفيين لم يعودوا مجرد ناقلين للمعلومات، بل أصبحوا متفاعلين معها عبر منصات إلكترونية متعددة. يعكس هذا الاستخدام المكثف وعياً متزايداً بأهمية التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، رغم أن ذلك يبقى مشروطاً بمستوى المصداقية في المصدر الرقمي المستخدم. (alfred, 2010, p. 297)

فمن منظور الإعلام الجديد، تعتبر مواقع الأخبار امتداداً رقمياً للمؤسسات الإعلامية التقليدية، مما يحافظ على درجة من الثقة والمصداقية بين الصحفيين.

من جهة أخرى، تشير النسبة المنخفضة للمدونات إلى تراجع الاهتمام بهذا الشكل من التدوين الإلكتروني مقارنة ببدايات الإعلام الرقمي. قد يعود ذلك إلى التحول نحو الشبكات الاجتماعية التي تتميز

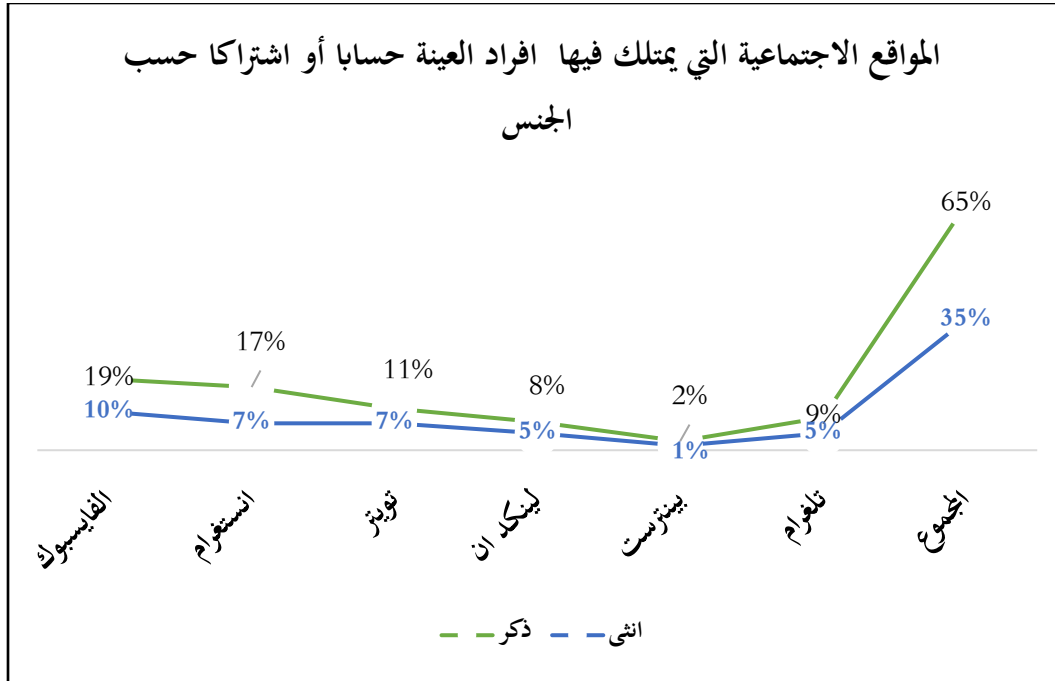
بالسرعة والانتشار الواسع، أو إلى طبيعة العمل الصحفي التي تتطلب مصادر آنية وسريعة التحديث. (محمد، 2020، صفحة 88)

تشير هذه النتيجة إلى أن المدونات فقدت جاذبيتها لصالح منصات أكثر ديناميكية واحترافية مثل مواقع الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي. ويعود السبب في ذلك إلى:

- نقص التحديثات المنتظمة والمعلومات في الوقت المناسب في العديد من المدونات،
- غياب المعايير المهنية في بعض المدونات، مما ينقص مصداقيتها كمصدر خبر. فالصحفي نظرا للبيئة الإعلامية، لا يعتمد بشكل كبير على المصادر الفردية أو غير الرسمية في إنتاج الأخبار، مفضلا المصادر التقليدية للحصول على الأخبار.

إن الشبكات الإعلامية أصبحت أكثر جاذبية من الأشكال التقليدية مثل المدونات بسبب سرعتها وتحديثاتها المستمرة. (مانويل و فالح، 2010، صفحة 72)

جدول رقم 18: المواقع الاجتماعية التي يمتلك فيها أفراد العينة حسابا أو اشتراكا حسب الجنس



نلاحظ من خلال نتائج الجدول البسيط لهذا السؤال أن الفيسبوك يتصدر قائمة المواقع التي يمتلك فيها الصحفيون الجزائريون حسابات بنسبة 29%، يليه مباشرة الانستغرام بنسبة غير متباعدة تقدر بـ 24%، ثم تويتر، في حين سجلت منصة بينترست أدنى نسبة للاستخدام قدرت بـ 3%.

ومن خلال الرسم البياني أعلاه يعتبر الفيسبوك الأكثر استخداما بين الجنسين، من إجمالي الاشتراكات، مع تفوق ملحوظ للذكور (63% مقابل 34%). يأتي انستغرام في المرتبة الثانية مع تفوق أيضا للذكور. يحتل تويتر المرتبة الثالثة، حيث يتقارب عدد المستخدمين من الجنسين تقريبا (37% للذكور مقابل 24% للإناث)، مما يشير إلى اهتمام مهني مشترك بالمحتوى الإخباري العاجل. أما تلغرام ولينكد إن، فلهما حضور متوسط، لكن مع فروق واضحة لصالح الذكور. في المقابل، يعتبر بينترست الأقل استخداما، حيث تصل نسبته إلى 3.6%، مما يعكس ضعف ارتباطه بالجمال الصحفي المهني.

تظهر النتائج بأن الصحفيين الجزائريين يستخدمون الفيسبوك، الذي يعتبر منصة شاملة تجمع بين التفاعل الاجتماعي والوصول إلى مصادر معلومات متنوعة، سواء من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية

أو التدوينات الشخصية. تتماشى هذه النتيجة مع دراسات إعلامية أكدت أن الفايسبوك لا يزال الأكثر استخداماً في العالم العربي كمصدر للأخبار والتواصل. (عارف، 2021، صفحة 55)

يعكس الاستخدام المكثف للفايسبوك أن هذه المنصة لا تزال تحتفظ بأهميتها للصحفيين كأداة لرصد التفاعلات الاجتماعية والسياسية ونشر المحتوى الإخباري.

يعتبر الفايسبوك بيئة رقمية واسعة الانتشار تتيح للصحفيين متابعة توجهات الجمهور، وهوما يتماشى مع نظرية الحقل الرقمي التي طرحها "بيار بورديو" حيث تتحول المنصة إلى فضاء اجتماعي رمزي يتم فيه التفاعل حول السلطة والمعلومات. (Pierre, 1996)

يأتي انستغرام في المرتبة الثانية، مما يدل على زيادة وعي الصحفيين بأهمية الصورة والمحتوى البصري في تشكيل الرأي العام وصياغة الرسائل الإعلامية. ورغم أن تويتر يتميز بطبيعته الاحترافية وسرعته، فإن انخفاض استخدامه نسبياً قد يرجع إلى طبيعة جمهوره المحدود مقارنة بالمنصات الأخرى.

يظهر التمثيل المهني لاستخدام انستغرام بعداً بصرياً في الممارسة الصحفية، خاصة في التغطيات المصورة، الأحداث الميدانية، أو الربورتاج.

تويتر، من جهة أخرى، يمثل أداة مهنية ذات طابع لحظي وفوري، ما يتماشى مع صحافة التفاعل اللحظي "real-time journalism"، إن تويتر يعيد تشكيل العلاقة بين الحدث والخبر من حيث التوقيت والديناميكية. (alfred, 2010, p. 300)

أما بالنسبة للتواجد على لينكد إن، فيشير إلى توجه مهني واضح لدى بعض الصحفيين نحو بناء شبكة علاقات مهنية، يظهر استخدام لينكد إن بشكل واضح، أن بعض الصحفيين يدركون أهمية بناء هوية رقمية مهنية في ظل البيئة الإعلامية المعاصرة.

المنصة تدعم الصحفي المحترف في توسيع شبكته المهنية، والترويج لذاته كمصدر موثوق، ما يدخل في صلب نظرية الذات المبرمجة مهنياً. (Deuze, 2007)

بينما يظهر استخدام تلغرام سعي بعض الصحفيين للبحث عن بدائل أكثر خصوصية أو مقاومة للرقابة. ويعتبر على الرغم من عدم كونه منصة تواصل تقليدية، أداة يستخدمها الصحفيون للوصول إلى مجموعات مغلقة ومصادر بديلة، مما قد يفسر ارتفاع استخدامه النسبي. يعكس هذا الاستخدام رؤية وظيفية معينة، حيث يرى بعض الصحفيين في تلغرام وسيلة للحصول على محتوى غير خاضع للرقابة أو للوصول إلى مصادر حساسة أو بديلة.

يشير ضعف استخدام منصة بينترست إلى عدم فعاليتها المهنية، حيث لا تقدم محتوى إخباري أو تحليلي ذو قيمة، بل تستخدم غالبا لأغراض بصرية وإبداعية أو شخصية. في حين تعكس النسبة الضعيفة لبينترست طبيعة ارتباطه الأقل بمجال التغطية الصحفية أو إنتاج المحتوى الإخباري.

ما يمكن استنتاجه مما سبق أن الصحفيين الجزائريين لا يتبنون وجهة نظر موحدة اتجاه المنصات الاجتماعية، بل يعكسونها وفقا لوظيفتها وتفاعلها مع خصائص البيئة الإعلامية الجزائرية. تختلف هذه التمثيلات باختلاف المنصة، حيث تهيمن بعض المنصات في الممارسات اليومية، بينما تستخدم أخرى بشكل محدود أو تعتبر في الهامش.

يحتل الفايسبوك مكانة بارزة في تصورات الصحفيين، كونه فضاء رقميا تفاعليا يتيح متابعة النقاشات العامة ورصد التوجهات الاجتماعية والسياسية، بالإضافة إلى نشر المحتوى الإعلامي بسرعة. يعتبر هذا الاستخدام تجسيدا لما يعرف في أدبيات الإعلام الرقمي بالصحفي الشبكي، الذي يتفاعل في فضاء عام تشاركي ويعتمد على تفاعلات الجمهور لتوجيه اهتمامه التحريري.

أما انستغرام، فيرتبط تمثيله المهني بالطابع البصري للمحتوى، خاصة في التغطيات المصورة أو الترويج لهوية المؤسسة الإعلامية أو الصحفي نفسه، مما يدخل ضمن مفهوم التسويق الذاتي المهني في البيئة الرقمية المعاصرة.

في المقابل، يتمتع تويتر بتمثيل وظيفي دقيق، حيث يعتبر أداة لحظية لمتابعة الأخبار العاجلة والتصريحات الرسمية. تصنف طريقة استخدامه ضمن الصحافة اللحظية، التي تعيد تشكيل العلاقة بين الخبر والحدث في الزمن الرقمي السريع، مما يمنح الصحفي دورا في تنسيق التدفق الإخباري اللحظي بدلا من الاكتفاء بنقله.

يستخدم لينكدإن بشكل أقل، لكنه يحمل تمثلا نوعيا عاليا، حيث يعتبر أداة لبناء الهوية المهنية الرقمية وتوسيع الشبكة الاحترافية، خاصة في المجالات الاقتصادية والدولية. يعكس ذلك وعيا متزايدا بأهمية وجود الصحفي في بيئة احترافية رقمية موازية.

أما تلغرام، فيستخدم كأداة غير تقليدية، حيث يرتبط غالبا بالحصول على المحتوى من القنوات المغلقة أو المصادر غير الرسمية، مما يعكس تصورا عمليا بأن المعلومات أصبحت موزعة على شبكات موازية خارج المؤسسات التقليدية، ويتطلب الوصول إليها أدوات خاصة أقل خضوعا للرقابة.

أخيرا، لا يعتبر بينترست منصة ذات دلالة مهنية، بل يبقى خارج الاستخدام الصحفي الأساسي، مما يعكس غياب التمثيل المهني له، وربما ارتباطه بالاستخدامات الشخصية أو الجمالية غير التحريرية.

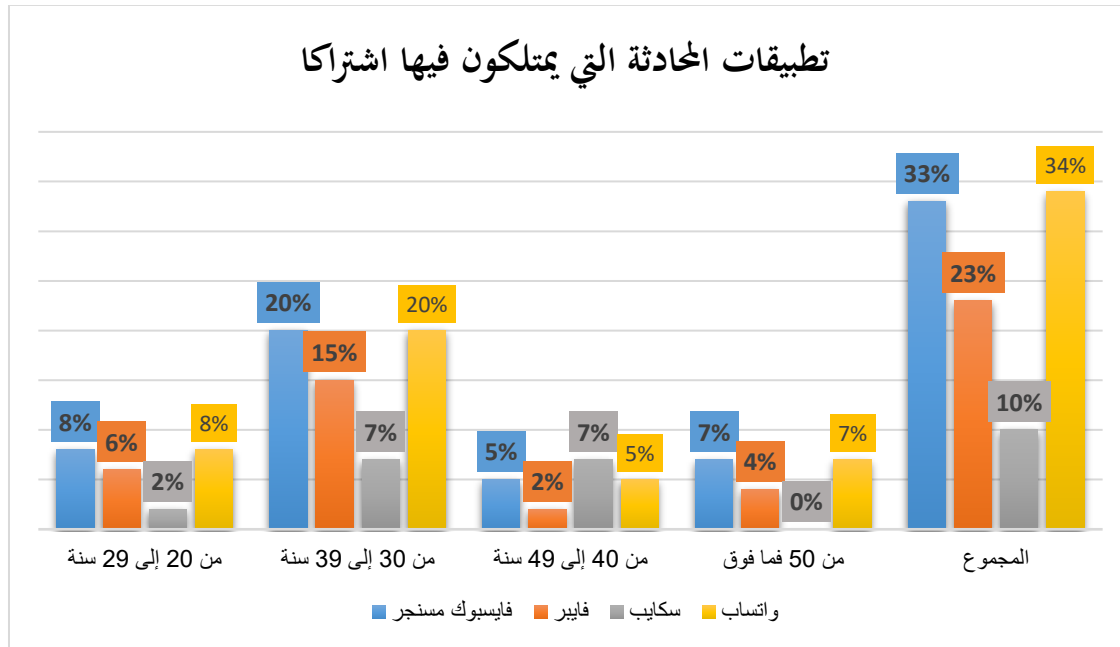
تظهر هذه النتائج أن الصحفيين يتفاعلون مع الوسائط الرقمية كأدوات متخصصة، يحددون وظائفها وأدوارها بناء على خبراتهم ومهامهم التحريرية وسياقهم المهني، وليس فقط وفقا لشيوعها الاجتماعي. كما تؤكد النتائج أن تصورات الاستخدام ترتبط أيضا بالعمر المهني وطبيعة القسم الصحفي ونوعية التكوين الرقمي الذي تلقاه الصحفي داخل المؤسسة أو خارجها.

تتداخل هذه المواقع، في بعض الأحيان، مع مجالات الصحافة والإعلام، حيث تعتمد بشكل أساسي على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون "user generated content"، مما يتيح إمكانية استثمارها في تعزيز العمل الصحفي والإعلامي على الأنترنت.

كما يمكن الاستفادة من إنتاج المواطنين في نشر المحتوى على المواقع الإلكترونية، بشرط الإشارة إلى موقع اليوتيوب واسم منتج المادة. لذا يجب على القائم بالاتصال بالأنترنت أن يحترم حقوق المواد المرئية على اليوتيوب، وألا يتردد في ذكر المصدر والتأكيد على أنه لم ينتج المادة بنفسه، فهذا لن يؤثر سلبا عليه أمام زوار الموقع أو هيئة التحرير، بل سيعكس دقته وأمانته في النقل وذكره في البحث والاختيار، كما سيعطي التقدير المستحق لمنتج المادة، وقد يؤدي ذلك إلى استقطابه لخدمة الموقع وتوجيه نشاطه.

تقدم المواد المرئية أحياناً تفاصيل تفيد الصحفي الميداني في بلورة الأفكار وجمع المعلومات واستنتاج مصادر الأخبار. كما يمكن متابعة البرامج الإعلامية الهامة التي أثارت ضجة ولم يتمكن القائم بالاتصال من متابعتها أثناء عمله. (وسام، الإعلام الإلكتروني والمحمول، بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، 2014، صفحة 58)

الرسم البياني رقم 19: يوضح تطبيقات المحادثة التي يمتلك فيها أفراد العينة حسابا أو اشتراكا حسب السن



نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول البسيط أن الواتساب والفيسبوك يتصدران تطبيقات المحادثة التي يمتلك فيها الصحفيون الجزائريون أفراد عينة الدراسة حسابا أو اشتراكا بنسبة 33%، ثم يأتي الفاير في المرتبة الثالثة بنسبة 23%، وفي الأخير يأتي السكايب بنسبة 10%.

تظهر النتائج اعتمادا كبيرا من الصحفيين على تطبيقات المحادثة الفورية الاجتماعية في أنشطتهم اليومية. يتصدر كل من واتساب والفيسبوك والمسنجر القائمة بفضل ميزاتها التي تجعلها أدوات فعالة للتواصل السريع وتبادل المحتوى الصحفي، بما في ذلك النصوص والصور والفيديوهات. يعرف الواتساب بشكل خاص باستخدامه في التغطيات الميدانية وتنسيق فرق العمل، مما يعزز مكانته كأداة مساعدة في العملية الصحفية.

أما الفاير، الذي يحتل مرتبة متقدمة نسبيا، فيعود ذلك إلى واجهته السهلة ودعمه للمكالمات الجماعية. في المقابل، يأتي سكايب في آخر القائمة، مما قد يشير إلى تراجع كمصدر رئيسي للتواصل المهني لصالح تطبيقات أكثر توافقا مع الهواتف الذكية واحتياجات السرعة والتنقل.

تشير هذه النتائج أيضا إلى أن التدوين الإلكتروني، كما تم تعريفه في هذه الدراسة، لا يقتصر فقط على المنصات العامة، بل يتكامل أيضا مع أنظمة المحادثة الخاصة التي يستخدمها الصحفيون لتبادل المواد التي قد تستخدم لاحقا في إعداد محتوى إعلامي، سواء كان ذلك عبر تدوينات أو تقارير أو مشاركات على المنصات الاجتماعية.

ما يمكن استنتاجه من خلال ما سبق يظهر استخدام الواتساب بين جميع الفئات العمرية، مما يدل على اعتباره أداة اتصال موثوقة وسهلة الاستخدام تستخدم بشكل عملي في المهام الصحفية. يعود هذا الانتشار إلى وظائفه المتنوعة، التي تشمل إرسال الأخبار الفورية، تبادل الصور والمستندات، بالإضافة إلى إنشاء مجموعات تحريرية تنظيمية. أصبحت هذه الأداة اليوم جزءا من ما يعرف ببيئة العمل الصحفي المختلط، حيث يتم دمج الحياة الشخصية والمهنية في فضاء واحد. وهي أداة احترافية تهيمن على جميع الفئات العمرية.

إن هذا التداخل يعيد تشكيل ممارسات الصحفي وتفاعلاته، ويجعله في حالة تواصل دائم مع المؤسسة

والمصادر. (Deuze, 2007, p. 140)

تعكس آراء الصحفيين الجزائريين حول تطبيقات المحادثة اختلافات وظيفية وتكوينية تتعلق بالعمر المهني. فالتطبيقات الحديثة مثل الواتساب والماسنجر تهيمن على المشهد كممارسات رقمية فورية، وتعتبر امتدادا طبيعيا للعمل الصحفي الرقمي. في المقابل، ترتبط التطبيقات الأقدم مثل الفايبر والسكريب بأنماط تواصل تقليدية بدأت في التراجع. يظهر هذا التنوع في الآراء الحاجة إلى تحديث أدوات الاتصال داخل المؤسسات الإعلامية، وتكييفها مع سلوكيات الجيل الجديد من الصحفيين الذين يجمعون بين التفاعلية والمرونة وسرعة الأداء المهني.

يرتبط استخدام تطبيق الفايسبوك والماسنجر بتصور الصحفيين له كامتداد طبيعي لوظائف الفايسبوك، خصوصا بين الفئات العمرية التي تقل عن 40 عاما. يستخدم التطبيق غالبا للتواصل السريع مع الجمهور أو متابعة المصادر التي يصعب الوصول إليها من خلال القنوات الرسمية.

هذا التمثيل يعكس توظيفا لما يسمى بالتواصل الاجتماعي المؤدلج، حيث يصبح الصحفي طرفا في

منظومة تواصل غير رسمية تركز على العلاقات أكثر من الهيكلية المهنية. (K, 2010, p. 89)

يستخدم بعض الصحفيين تطبيق الفاير، خاصة في المناطق التي تعاني من محدودية الوصول إلى الأنترنت أو حيث يعتبر التطبيق الأكثر موثوقية لدى فئات معينة من الجمهور المحلي.

يشير هذا التوظيف إلى أن التمثيلات التقنية للصحفيين تتأثر بسياقات الاستخدام المحلية " contextual appropriations"، وهي فكرة طورت لتفسير كيف يعيد الأفراد بناء معنى التكنولوجيا حسب حاجاتهم ومحيطهم الثقافي والجغرافي. (Roger, 1999, p. 125)

يبدو أن السكايب كان في السابق أداة شائعة للمقابلات الرسمية والاتصالات الدولية، لكنه بدأ يفقد شعبيته لصالح تطبيقات أكثر مرونة وسرعة. الفئة التي لا تزال تستخدمه جزئيا هي من الجيل المهني الأكبر سنا، مما يعكس اعتمادا مستمرا ولكنه في تراجع. يعكس هذا التحول دورة حياة الابتكار، حيث يستبدل الابتكار بأحدث منه كلما زادت الكفاءة وسهولة الاستخدام. (M, Diffusion of Innovations, 2003, p. 6)

عند تحليل استخدام الأدوات الرقمية وفقا للفئة العمرية، يتبين أن الصحفيين الشباب (من 20 إلى 39 عاما) يعتبرون هذه الأدوات امتدادا طبيعيا لمهاراتهم الصحفية اليومية، في حين أن الصحفيين الأكبر سنا يظهرون توجهات أكثر تحفظا أو تقليدية.

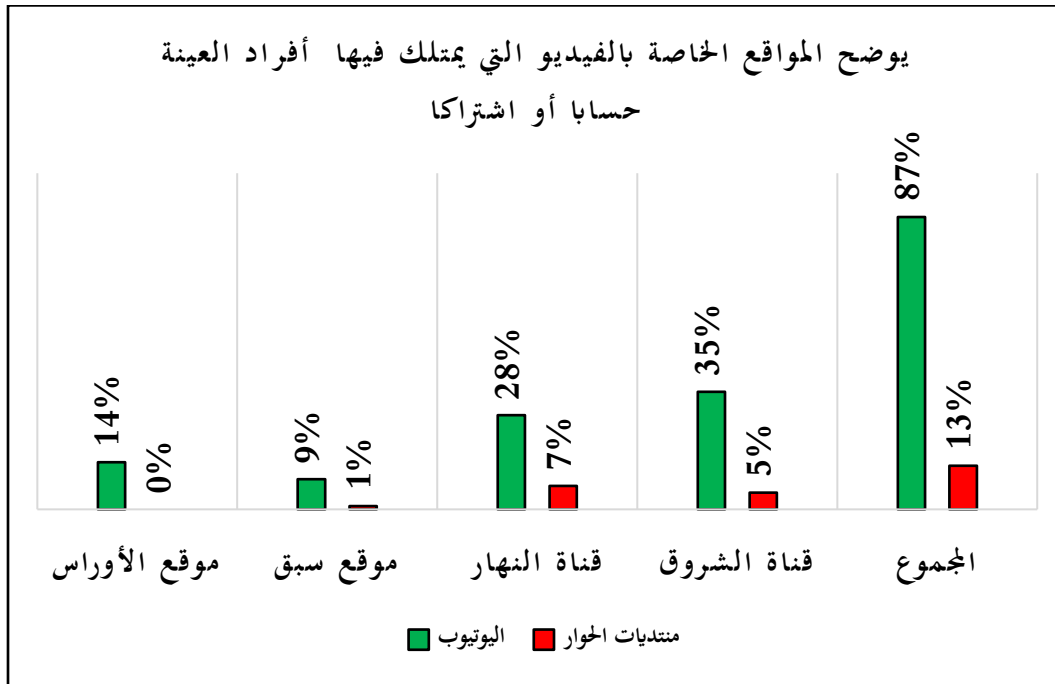
هذا الاختلاف في التمثيلات يدعمه مفهوم الكفاءة الرقمية التطبيقية كما عند، حيث تختلف درجة التمكن الرقمي تبعا للعمر والتكوين المهني والنفوذ للتكنولوجيا. (Jan, 2005, p. 44)

يتقاطع هذا التحليل مع ما تم رصده سابقا في تصورات الصحفيين الجزائريين حول استخدام المنصات الاجتماعية. حيث تشير النتائج إلى أن دمج التطبيقات الرقمية، سواء في التواصل أو في متابعة الأخبار وصناعة المحتوى، أصبح يمثل عنصرا أساسيا في الممارسة الإعلامية الحالية.

يتضح من توزيع استخدام تطبيقات المحادثة وفقا للفئة العمرية وجود تفاوت في التصور الرقمي، مما يعكس اختلافا في مستوى الانخراط في الوسائط الحديثة. وهذا يرتبط بشكل مباشر بأحد الأسئلة الفرعية في الدراسة، في اعتماد الصحفيين الجزائريين على التدوين والتواصل الرقمي كمصادر بديلة للأخبار.

بالتالي، فإن التصورات المهنية لا تتشكل فقط من خلال خصائص التكنولوجيا، بل أيضا من خلال الخبرة الشخصية، وطريقة العمل، وتفاعل الفرد مع ديناميات المؤسسة الصحفية، مما يمنح التدوين الإلكتروني وتطبيقاته بعدا اجتماعيا ومهنيا يتجاوز الاستخدام التقني البحت.

الرسم البياني رقم 20: يوضح المواقع الخاصة بالفيديو التي يمتلك فيها أفراد العينة حسابا أو اشتراكا



تحصلنا من خلال تفريغ الجدول البسيط لهذا السؤال أن نسبة 87% من المستجوبين أي غالبية الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة يمتلكون اشتراكا في موقع اليوتيوب، تقابلها بسبة محدودة منتديات الحوار التي قدرت بـ 13%.

تظهر النتائج أن منصة اليوتيوب تهيمن بوضوح على اختيارات الصحفيين، حيث شكلت الغالبية الكبرى من إجمالي الاشتراكات، مما يعكس الانتشار الواسع للمنصة داخل الممارسة الإعلامية الجزائرية.

أما اشتراكات الصحفيين الجزائريين حسب المؤسسات الإعلامية من عينة الدراسة نذكرها فيما يلي:

- قناة الشروق:

اليوتيوب بنسبة 40%، تليها منتديات الحوار بنسبة 6%

- قناة النهار:

اليوتيوب بنسبة 32%، تليها منتديات الحوار بنسبة 8%

- موقع أوراس:

اليوتيوب بنسبة 16%، ودون اشتراك في منتديات الحوار.

- موقع سبق:

اليوتيوب بنسبة 10%، ومنتديات الحوار بنسبة 1%.

تصدرت قناة الشروق قائمة المؤسسات من حيث عدد الصحفيين الذين يمتلكون حسابات على اليوتيوب، ثم تلتها قناة النهار. وهذا يعكس ميل المؤسسات التلفزيونية التي تركز على المحتوى البصري إلى استخدام منصات الفيديو بشكل أكبر في أنشطتها اليومية، بما يتناسب مع طبيعة محتواها الإعلامي. في المقابل، سجل استخدام "منتديات الحوار" نسبة منخفضة جدا، مما يدل على تراجع كبير في تمثيل هذه المنتديات كمصدر أو أداة مهنية، حيث اقتصرت المشاركات فيها بشكل أساسي على صحفيي النهار والشروق، بينما غابت تماما عن صحفيي موقع أوراس، وكانت بشكل ضعيف جدا لدى موقع سبق. تشير القراءة الكمية أيضا إلى أن المؤسسات الإلكترونية (أوراس وسبق) تستخدم هذه المنصات بشكل أقل عموما مقارنة بالمؤسسات التلفزيونية، مما يعكس تباينا في الثقافة الرقمية السمعية البصرية بين النوعين من المؤسسات.

تشير النتائج إلى اعتماد شبه كامل من قبل الصحفيين الجزائريين على منصة اليوتيوب كمصدر رئيسي لمحتوى الفيديو، مما يعكس مكانة المنصة كعنصر أساسي في التدوين الإلكتروني المرئي، سواء من حيث استهلاك المحتوى أو إعادة استخدامه في سياقات تحريرية. يعتبر اليوتيوب أداة فعالة للصحفيين بفضل ما يوفره من أرشيفات بصرية ضخمة ومصادر أولية متنوعة، مما يفسر مدى انتشاره بين العينة المدروسة. (Boukes, 2017, p. 112)

على الجانب الآخر، يكشف ضعف الاعتماد على منتديات الحوار عن تراجع كبير في هذه المنصات، التي كانت في بدايات الأنترنت تمثل فضاءات للنقاش والمحتوى التفاعلي. يبدو أن الطبيعة غير المنظمة وغياب الرقابة أو التحقق في المنتديات جعلتها أقل موثوقية بالنسبة للصحفيين، مقارنة بالمنصات الأحدث التي توفر مستوى أعلى من التتبع والمصادقية البصرية. لذا نلاحظ هذا التوجه المهني نحو منصات رقمية تتمتع بإمكانات

تقنية متطورة، مما يسهل الوصول السريع إلى المحتوى القابل للاستخدام في عملية التحرير، ما يشير إلى التحول الكبير في أدوات المشاهدة والمشاركة.

تعكس تصورات الصحفيين الجزائريين اتجاه منصات الفيديو الرقمي تباينا ملحوظا في استخدامهم بين المنصات الحديثة والتقليدية. حيث يبرز اليوتيوب كأكثر المنصات شيوعا، إذ يعتبر بالنسبة للعديد من الصحفيين امتدادا طبيعيا للممارسة الصحفية الرقمية، بفضل قدرته على استيعاب المحتوى السمعي البصري، واستخدامه كفضاء أرشيفي، وأداة للتفاعل مع الجمهور. وقد أتاح اليوتيوب للصحفيين تجاوز حدود البث التلفزيوني التقليدي، ليصبحوا منتجين ومحررين وناشرين ضمن منصة واحدة، مما يتماشى مع نموذج الصحفي المتعدد المهام في بيئة الإعلام الرقمي، بحيث يتحول الصحفي إلى عنصر شامل في سلسلة الإنتاج الإعلامي الرقمي. (Deuze, 2007, p. 144)

من جهة أخرى سجلت منتديات الحوار استخداما ضعيفا جدا من قبل الصحفيين، مما يعكس تراجع دورها كمصادر للمعلومات أو كمساحات تفاعلية مهنية. ويؤدي هذا التراجع إلى تغير البنية الاتصالية للمستخدم، وانتقال التفاعل من المنتديات المغلقة إلى الفضاءات التشاركية الأوسع على المنصات الاجتماعية. إن الفضاءات الرقمية التي تعتمد على منطق التدفق المفتوح، والتفاعل الفوري أصبحت أكثر تأثيرا في صناعة الخبر وتوجيه الرأي العام، على عكس النماذج الحوارية القديمة التي تفتقر إلى السرعة والانفتاح. (Manuel, 2009, p. 196)

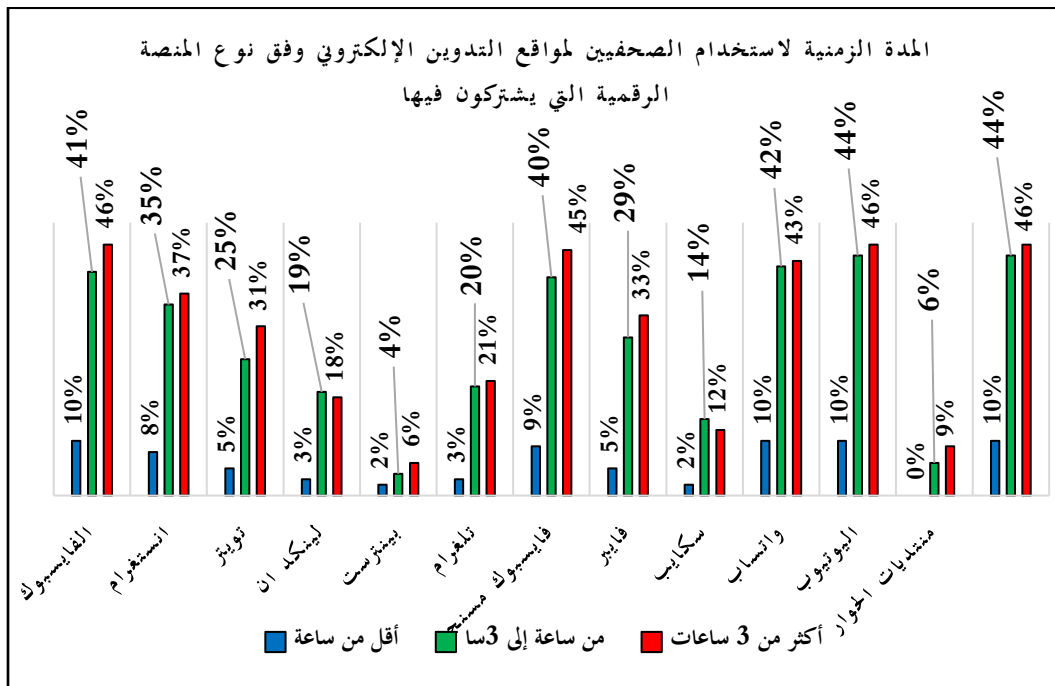
من المهم الإشارة إلى أن تصورات هذه المنصات تتداخل مع الانتماء المؤسساتي. حيث يظهر الجدول أن صحفيي القنوات التلفزيونية يميلون أكثر لاستخدام منصات الفيديو، مما يعكس تصورا وظيفيا لهذه الأدوات ضمن استراتيجيات التحرير البصري للمؤسسات. بينما يبقى استخدام صحفيي المواقع الإلكترونية لهذه المنصات محدودا، ربما بسبب انشغالهم بأنماط تحريرية نصية أكثر، أو نتيجة لضعف التكوين في الجوانب السمعية البصرية. ويمكن فهم هذا التباين من خلال نظرية الاعتياد الرقمي التي طوره "Livingstone"، والتي توضح كيف تتشكل علاقة الصحفي بالتكنولوجيا بناء على تعرضه المتكرر لها في بيئة العمل. (Sonia, 2002, p. 123)

يظهر هذا التوزيع دلالة مفادها أن الصحفيين يعيدون تشكيل تصوراتهم حول المنصات الرقمية وفقا للأدوات التي توفرها، بما يتناسب مع بيئتهم التحريرية وطبيعة المحتوى الذي يتعاملون معه. مما يعني أن علاقة

الصحفي بمواقع الفيديو ليست مجرد علاقة تقنية، بل تنبع من رؤية مهنية تستند إلى الفاعلية، وسرعة الانتشار، والتحكم في دورة إنتاج المحتوى من المصدر إلى الجمهور.

الرسم البياني رقم 21: يوضح المدة التي يستغرقها أفراد العينة عادة في استخدام مواقع التدوين

الإلكتروني



لاحظنا من خلال الجدول البسيط هذه الاستمارة أن حوالي نصف العينة تقضي أكثر من 3 ساعات في استخدام مواقع التدوين الإلكتروني بنسبة 47 %، تليها نسبة 43% من ساعة إلى 3 ساعات، وفي الأخير نجد 10% من الصحفيين يستخدمون مواقع التدوين الإلكتروني في أقل من ساعة.

سنقوم بعرض النتائج للمدة الزمنية التي يستخدمها الصحفيين من عينة الدراسة وفق نوع المنصة:

أولاً: الفئة الأكثر استخداماً (أكثر من 3 ساعات يومياً)

- يوتيوب: 45%
- فيسبوك: 46%
- واتساب: 42%

- فيسبوك مسنجر: 44%
- إنستغرام: 37%
- فايبر: 32%
- تويتر: 31%
- تلغرام: 21%
- لينكد إن: 18%
- سكايب: 12%
- منتديات الحوار: 9%
- بينترست: 6%

ثانيا: الاستخدام المتوسط (من ساعة إلى 3 ساعات يوميا)

- يوتيوب: 43%
- فيسبوك: 41%
- واتساب: 41%
- فيسبوك مسنجر: 39%
- إنستغرام: 35%
- فايبر: 28%
- تويتر: 25%
- تلغرام: 20%
- لينكد إن: 19%

• سكايب: 14%

• منتديات الحوار: 6%

• بينترست: 4%

ثالثا: الاستخدام المنخفض (أقل من ساعة يوميا)

• فيسبوك: 10%

• يوتيوب: 10%

• واتساب: 10%

• فيسبوك مسنجر: 9%

• إنستغرام: 8%

• تويتر: 5%

• فايبر: 5%

• تلغرام: 3%

• لينكد إن: 3%

• سكايب: 2%

• بينترست: 2%

• منتديات الحوار: 0%

تظهر نتائج الجدول أن استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني يختلف من حيث المدة اليومية، وذلك بناء على نوع المنصة ووظيفتها. فقد سيطرت منصات مثل اليوتيوب والفيسبوك والواتساب والإنستغرام على فئة الاستخدام المرتفع (أكثر من ثلاث ساعات يوميا)، مما يشير إلى أن هذه الوسائط

أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الروتين المهني اليومي للصحفي، وترتبط بوظائف جمع المعلومات ونشرها والتفاعل مع الجمهور. تعكس هذه النتائج نظرة إيجابية اتجاه هذه المنصات كأدوات عمل أكثر من كونها وسائط ترفيهية، وهو ما يتماشى مع مفهوم الاندماج المهني للتكنولوجيا، حيث تصبح البيئة الرقمية امتداداً طبيعياً للعمل الصحفي داخل المؤسسة وخارجها. (Deuze, 2007, p. 149)

على الجانب الآخر، تكشف النسب المتوسطة والضعيفة عن أن بعض المنصات تحتل مكانة ثانوية في التصورات المهنية للصحفيين، كما هو الحال مع السكايب وبينترست أو منتديات الحوار. ويرتبط هذا التراجع بتغير طبيعة الاستخدامات الرقمية نحو أدوات أكثر تفاعلية وسرعة، تتماشى مع ديناميكية العمل الإخباري. إن أدوات الاتصال التي توفر الزمن الفوري والتفاعل الأفقي، بين المنتج والمتلقي هي الأكثر ملاءمة لبيئات الإعلام المعاصر. (Manuel, 2009, p. 200)

إذا نظرنا إلى التفاوت في مدة الاستخدام، يمكن تفسيره من خلال ما يعرف بنظرية الاستيعاب التكنولوجي التدريجي التي وضحتها "روجرز"، والتي تشير إلى أن تبني التكنولوجيا لا يحدث بشكل موحد، بل يتم عبر مستويات متعددة تبدأ من الاستخدام الاستكشافي وصولاً إلى الاستخدام المكثف في الممارسة اليومية. (M, Diffusion of Innovations, 2003, p. 172)

وبالتالي، فإن طول مدة الاستخدام يعد مؤشراً غير مباشر على مدى تملك الصحفي لهذه الوسائط ودمجها في ممارساته المهنية.

تكشف لنا هذه النتائج أن استخدام الصحفيين لمنصات التدوين يختلف في المدة حسب نوع المنصة الرقمية التي يمتلكون حسابات أو اشتراكات عليها. وتغطي تطبيقات المراسلة الفورية مثل الواتساب والتيلغرام بوقت استخدام يومي كبير، وذلك بسبب طبيعتها التفاعلية الفورية ودورها كأداة تواصل مهني مباشر بين الصحفيين ومصادريهم أو فرق التحرير، مما يجعلها وسيلة ذات وقت استخدام مرتفع نسبياً. بالمقابل، تظهر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر، أن استخدامها يشغل مساحة زمنية كبيرة، رغم أنها تتم بشكل متقطع على مدار اليوم، وذلك بشكل أساسي لمتابعة الأخبار العاجلة ورصد الاتجاهات واكتشاف المحتوى الذي قد يكون ذا قيمة إخبارية. وبالتالي، يتميز هذا الاستخدام بطبيعته المستمرة في المراقبة، لكنه

أقل كثافة مقارنة بتطبيقات المراسلة. وتستخدم المواقع المخصصة للفيديو مثل اليوتيوب وغالبا لفترات قصيرة ومحددة، حيث يركز هذا الاستخدام على مراجعة المحتوى المرئي الذي يدعم الأخبار أو استخراج المعلومات المرئية عند الحاجة.

يعتقد الباحثون أن الوقت الذي يقضيه الصحفي في التفاعل مع المنصات الرقمية يرتبط ارتباطا مباشرا بنمط العمل الإخباري الحديث، الذي يتطلب متابعة مستمرة للتحديثات والمحتوى المتداول، بالإضافة إلى تفاعل الجمهور. وبالتالي، فإن زيادة مدة الاستخدام تشير إلى مستوى من الاعتمادية المهنية على هذه المنصات، خاصة في ظل ثقافة رقمية سريعة ومتفاعلة.

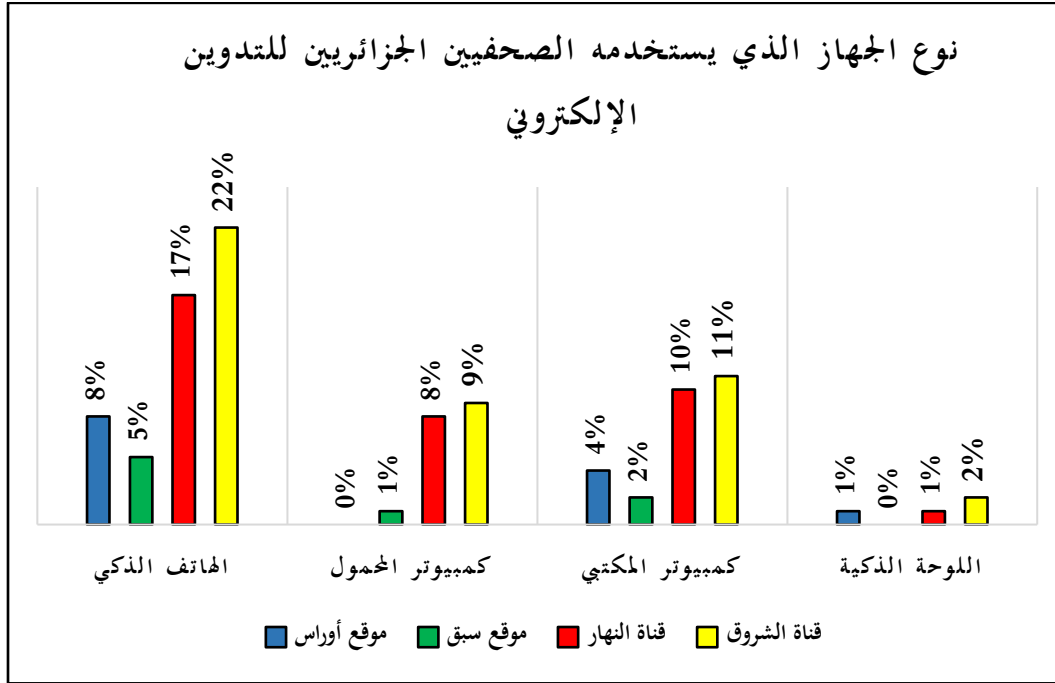
أما الفئة التي لا تقضي أكثر من ساعة يوميا، فقد تعكس نمطا محافظا أو تقليديا في استخدام أدوات التدوين الإلكتروني، وهو ما يمكن استكشافه في تحليلات مستقبلية تتعلق بمستوى الثقة والمصادقية التي يوليها هؤلاء الصحفيون لهذا النوع من المحتوى.

كما تؤكد هذه النتيجة أن العلاقة بين المدة الزمنية والاستخدام المهني ليست آلية، بل تتأثر بطبيعة المنصة والمهام التحريرية ومدى التكوين الرقمي الذي تلقاه الصحفي، مما يدعم أحد الأسئلة الفرعية للدراسة حول تأثير التكوين والخبرة في توجيه تصورات الصحفيين للتدوين الإلكتروني كأداة لإنتاج المعلومات.

تشير هذه النتائج إلى أن التدوين الإلكتروني، أصبح جزءا لا يتجزأ من الأنشطة اليومية للصحفيين الجزائريين، حيث يظهر معظم أفراد العينة انخراطهم في هذه المنصات لأكثر من ثلاث ساعات يوميا. وهذا يعكس تكامل هذه الأدوات مع المهام التحريرية والبحث عن الأخبار، ويؤكد أنها لم تعد مجرد مصدر ثانوي، بل أصبحت واحدة من المصادر الرئيسية للأخبار والمعلومات.

ترتبط اختلافات تخصيص الوقت بالوظيفة التي تؤديها كل منصة. كلما زادت التفاعلية والسرعة في منصة معينة، زادت اعتماديتها الزمنية، وعلى العكس، فإن المنصات التي تتميز بالمحتوى الترفيهي أو المعلومات الثانوية تحصل على تخصيص وقت أقل. وهذا يدل على وعي وظيفي لدى الصحفيين في استخدام هذه الوسائط بما يتماشى مع أهداف مهنية محددة، مما يعكس تطورا في الممارسات الصحفية ضمن البيئة الرقمية.

الرسم البياني رقم 22: يوضح نوع الجهاز الذي يستخدمه الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني



أظهرت النتائج في تفريغ الجدول البسيط أن الهاتف الذكي هو الجهاز الأكثر استخداما من قبل الصحفيين للتدوين الإلكتروني بنسبة 52%، يليه الكمبيوتر المكتبي بنسبة 27%، ثم الكمبيوتر المحمول بنسبة 17%، وأخيرا اللوحة الذكية بنسبة 3%. هذه النسب تعكس طبيعة التحول الرقمي في الممارسات الإعلامية، خاصة مع تزايد الاعتماد على الأجهزة المحمولة، التي توفر المرونة والسرعة في نشر المعلومات والتفاعل الفوري مع الأحداث، مما يعكس تنوع بيئات العمل وطبيعة المهام الصحفية، بالإضافة إلى مستوى تطور البنية التقنية لكل مؤسسة. أما بالمقارنة مع كل قناة فتحصلنا على النتائج التالية:

- قناة الشروق الإخبارية:

سجلت قناة الشروق أعلى نسبة من المستخدمين لمختلف أنواع الأجهزة، واحتلت نسبة 21% كأكبر نسبة لاستخدام الهاتف الذكي، وتليها نسبة 11% من عينة الدراسة يستخدمون الكمبيوتر المحمول، والكمبيوتر المكتبي بنسب متقاربة، أما استخدام اللوحة الذكية فاحتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 1%.

يشير هذا التنوع إلى وجود بنية تحتية رقمية متكاملة داخل المؤسسة، مما يتيح للصحفيين العمل عبر أجهزة متعددة للتحرير. كما يدل على قدرة عالية على التكيف مع أنماط التدوين الحديثة، حيث يستخدم

الهاتف الذكي للتحديثات السريعة، والكمبيوتر المكتبي للإنتاج المعمم، والكمبيوتر المحمول للتنقل والتحرير أثناء التغطية. كما يؤكد "Deuze": أن المؤسسات الإعلامية الكبرى تجمع بين الأجهزة المحمولة والثابتة لتحقيق الكفاءة والإنتاجية في عصر الصحافة الرقمية. (Deuze, 2007, p. 144)

- قناة النهار الإخبارية:

احتلت قناة النهار المرتبة الثانية من حيث عدد الصحفيين، أما بالنسبة للجهاز الذي احتل أكبر نسبة من قبل صحفيي عينة الدراسة فهو الهاتف الذكي بنسبة 17%، يليها الكمبيوتر المكتبي بنسبة 10%، بعدها الكمبيوتر المحمول بنسبة 7% وأخيرا اللوحة الذكية بنسبة ضعيفة جدا تمثل 1%.

هذا يعكس توازنا بين السرعة والاحترافية في العمل الصحفي، وهي ميزة تميز المؤسسات التي تجمع بين التغطية الفورية والتحليل.

- موقع سبق:

من خلال الجدول أعلاه تبرز النتائج بأن صحفيي موقع أوراس الإلكترونية يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 62% وهي تبرز كأكثر المؤسسات الإعلامية من عينة الدراسة استخداما للهاتف الذكي. فهو اعتماد شبه كلي بالنسبة للمؤسسات ذات الإمكانيات المحدودة.

- موقع أوراس:

من خلال النتائج يتضح أيضا هيمنة الهاتف الذكي على الأجهزة المستخدمة، حيث يستخدم نسبة 62% الهاتف الذكي، بينما استخدام باقي الأجهزة كان محدودا. وهذا يعكس هذا الاعتماد الكبير على الهواتف الذكية قيودا بنيوية مثل ضعف التجهيزات التقنية، ومحدودية الموارد، وطبيعة العمل الفردي أو شبه الميداني. كما يظهر تفضيل الهاتف الذكي كأداة أساسية لإنتاج ونقل المحتوى، خاصة في ظل غياب بنية مؤسساتية معقدة تتطلب استخدام أجهزة متعددة.

إن الهاتف الذكي أعاد تعريف العلاقة بين الصحفي والمعلومة، حيث أصبح أداة للتحرير والتوثيق والنشر في آن واحد. (Pavlik, 2001, p. 122)

تعكس النتائج المتحصل عليها من خلال هذا الجدول الفروق الهيكلية والمهنية في استخدام أدوات التدوين الإلكتروني داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية. وتظهر النتائج أن الاختلاف في نوع الجهاز المستخدم لا يرتبط فقط بالتفضيلات الشخصية، بل يتأثر أيضا ببيئة العمل، والهيكل التنظيمي، وطبيعة المهام الصحفية الموكلة للصحفيين. فالهواتف الذكية أصبحت عمودا فقريا في التدوين الإلكتروني لجميع الصحفيين، ولكن بنسبة أكبر في المؤسسات الأقل تجهيزا.

يساهم هذا التفاوت في الإجابة عن أحد الأسئلة الأساسية في الدراسة، وهو ما هي أنماط وعادات استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني؟ حيث تظهر البيانات أن الصحفيين في القنوات الكبرى مثل النهار والشروق يستخدمون أجهزة متنوعة للتدوين الإلكتروني، مما يعكس تنوع أدوارهم التحريرية والميدانية، بالإضافة إلى توفر البنية التحتية الرقمية في مؤسساتهم. وهذا الدمج بين الأجهزة المحمولة والثابتة يميز المؤسسات الكبرى، ويمنحها مرونة وتخصصا في الإنتاج الإعلامي.

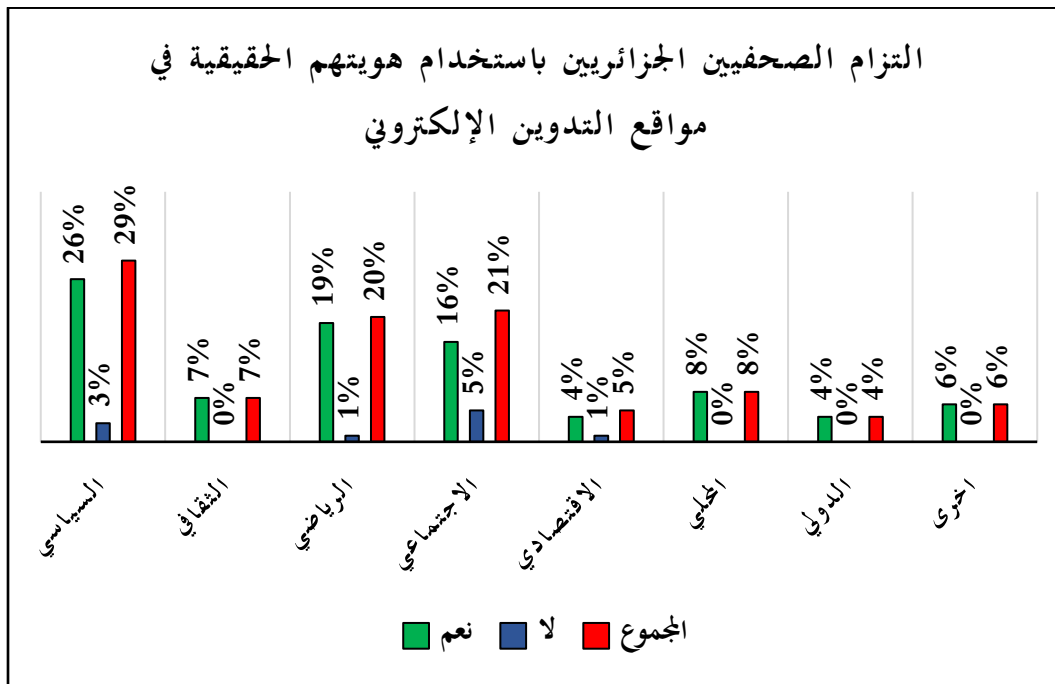
الهيمنة الواضحة للهاتف الذكي تعكس مدى اندماج الصحفيين في الصحافة الرقمية المتنقلة " Mobile Digital Journalism"، "MoJo" هي اختصار لها، حيث يعتبر الهاتف الذكي أداة شاملة للإنتاج الإعلامي تشمل التصوير، التعديل، والنشر.

يمكن تفسير ضعف استخدام اللوحات الذكية بعدم انتشار هذا الجهاز في غرف الأخبار الجزائرية، وذلك لأسباب تتعلق بتكلفته أو عدم توافقه مع برمجيات التحرير المستخدمة. والاعتماد المرتفع على الأجهزة المكتبية على الرغم من هيمنة الهاتف الذكي، يدل على استمرار أهمية المعالجة التحريرية داخل مقرات العمل، خاصة لتدقيق النصوص أو إنتاج تقارير معمقة، خصوصا في المواقع الإلكترونية. وفقا لمفاهيم التحول الرقمي في الإعلام، إن المرونة وسرعة الاتصال هما من أهم سمات الإعلام الشبكي، وهوما يتجلى فعليا في الاعتماد على الهواتف الذكية لجمع ونقل المعلومات، خاصة في المؤسسات الإعلامية ذات الطابع الإخباري العاجل. (castells, The Rise of the Network Society, 2010)

في المقابل، يعتمد الصحفيون في المواقع الإخبارية الإلكترونية مثل الأوراس وسبق، بشكل كبير على الهواتف الذكية، مما يشير إلى طبيعة تدوينية أسرع وأكثر مباشرة وأقل تنظيما، تتناسب مع طبيعة العمل الميداني أو الفردي.

وبالتالي، يعتبر نوع الجهاز المستخدم مؤشرا غير مباشر على الأنماط المهنية في التدوين الإلكتروني، ويعكس اختلاف طرق إنتاج المحتوى الإخباري بين الصحفيين وفقا لبيئاتهم المؤسسية. وهذا يساهم في تعزيز فهم التباين بين الاستخدام الوظيفي والتقني للتدوين الإلكتروني.

الرسم البياني رقم 23: يوضح التزام الصحفيين الجزائريين باستخدام هويتهم الحقيقية في مواقع التدوين الإلكتروني



تظهر من خلال الجدول أعلاه أن 90% من الصحفيين يستخدمون هوياتهم الحقيقية عند التدوين الإلكتروني، أما 10% فقط لا يستخدمون هوياتهم الحقيقية، وهو مؤشر مهم على مستوى الشفافية والمصداقية، هذا من خلال المجموع الكلي لنتائج الجدول البسيط الذي تحصلنا عليه.

أما مقارنة بكل قسم تظهر أن القسم السياسي 26% على الرغم من الطابع الحساس لهذا المجال، فإن النسبة المرتفعة تعكس ثقة الصحفيين في مؤسساتهم ومهنتهم، وقدرتهم على الدفاع عن محتواهم.

القسم الرياضي سجل نسبة تقدر بـ 19% في استخدام الهوية الحقيقية، وهو ما يمكن تفسيره بطبيعة التغطية الرياضية التي تقل فيها الحساسية السياسية والاجتماعية، مما يجعل الصحفيين أكثر راحة في الإفصاح عن هويتهم.

يليه مباشرة القسم الاجتماعي 16% أظهر تراجعاً نسبياً في استخدام الهوية الحقيقية، وهو ما قد يرتبط بتناول قضايا حساسة تتعلق بالعادات والتقاليد أو المواضيع التي تثير جدلاً اجتماعياً، مما يدفع بعض الصحفيين إلى استخدام أسماء مستعارة أو عدم الإفصاح عن هويتهم.

أما باقي الأقسام فقد تحصلنا على نسب منخفضة كالتالي: القسم المحلي 8%، القسم الاقتصادي والقسم الدولي بنسبة 4% نلاحظ وجود نسب ضعيفة لعدم استخدام بعض من صحفيي عينة الدراسة عن الهوية الحقيقية.

تظهر هذه النتائج بوضوح ميل الصحفيين الجزائريين لاستخدام هوياتهم الحقيقية عند التدوين الإلكتروني، مما يعزز فكرة تداخل الأدوار التقليدية للصحفي مع دوره كمستخدم نشط على المنصات الرقمية، فاستخدام الهوية الحقيقية كمعيار للمصادقية. تشير هذه النتائج إلى أن الصحفيين يعتبرون التدوين الإلكتروني امتداداً لهويتهم المهنية، يدعم "Hermida" هذا الرأي بقوله أن الصحفيين الذين يغردون أو ينشرون بصفتهم الرسمية يعيدون بناء علاقتهم بالجمهور من خلال الثقة والشفافية. (Hermida, 2012, p. 308)

تتجلى هذه النزعة بشكل خاص في الأقسام الحساسة، مثل القسم السياسي، حيث أظهرت النتائج أن الصحفيين يستخدمون هويتهم الحقيقية، رغم الطبيعة الجدلية لهذا المجال، مما يدل على رغبتهم في التميز بالشرعية والمهنية.

سجل الامتناع عن استخدام الهوية بشكل متكرر في القسم الاجتماعي، مما قد يشير إلى:

محاولة الصحفي حماية خصوصيته عند تناول قضايا حساسة مثل العنف، الطلاق، والقضايا الأخلاقية، أو تجنب الإحراج أو التعرض للانتقادات من الجمهور.

كما قد يضطر الصحفيين أحياناً إلى إخفاء هويتهم أو استخدام حسابات مستعارة لحماية أنفسهم في بيئات رقمية شديدة الاستقطاب. (Papacharissi, p. 220)

أما بالنسبة للصحفيين الذين اختاروا عدم الكشف عن هويتهم، ورغم قلة عددهم، فإن ذلك قد يعكس مواقف تتعلق بالحذر أو عدم الثقة في بيئة التدوين الإلكتروني، أو بسبب طبيعة القضايا التي يتناولونها، مثل القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وقد سجل القسم الاجتماعي أعلى نسبة امتناع، وهو ما يمكن ربطه بطبيعة المواضيع الحساسة التي يتناولها الصحفيون في هذا المجال، مثل العنف الأسري والطلاق والفقر، والتي قد تعرضهم لانتقادات أو تهديدات .

حتى في مجتمع إعلامي محترف، تشير هذه النسب إلى وجود درجة من التردد أو القلق بشأن الإفصاح الكامل، مما يدل على وجود بيئة رقمية غير مستقرة بشكل كامل.

تدعم النتائج فرضية أن التدوين الإلكتروني، كما عرفته الباحثة، لم يعد نشاطا ثانويا بل أصبح جزءا أساسيا من الهوية المهنية للصحفي. وهذا يجعل من إظهار الاسم الحقيقي عنصرا ضروريا لبناء الثقة وتعزيز الانتماء المؤسسي أو التحريري يظهر من مهنية الصحفي في البيئة الرقمية.

الأرقام التي جاء بهذا الجدول عن الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة الذين يصرحون عن هويتهم الحقيقية يعتبر هذا المعطى ذا أهمية كبيرة من الناحية التحليلية، حيث يظهر وجود وعي مهني عال بالمسؤولية التحريرية والانضباط الأخلاقي في الفضاء الرقمي. فالتدوين الإلكتروني يعتبر امتدادا لممارسات الصحفيين الرسمية، وليس نشاطا منفصلا أو شخصا.

عند تحليل توزيع النتائج حسب التخصص الصحفي، نجد أن استخدام الهوية الحقيقية يشمل جميع الأقسام دون استثناء، بما في ذلك تلك التي تتطلب حساسية عالية مثل الصحافة السياسية والدولية. وهذا يدل على أن الصحفيين في الجزائر يدركون أهمية بناء المصداقية من خلال إثبات هويتهم، خاصة في بيئة رقمية تتسم بانتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة. يمكن اعتبار استخدام الاسم الحقيقي بمثابة توقيع مهني يحمل صاحبه مسؤولية المعلومات، ويعزز من صورته أمام الجمهور، وهو ما يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم المهنة الرقمية.

يرتبط هذا الاستعداد لإظهار الهوية أيضا بما أشار إليه "Goffman" في نظريته عن "عرض الذات"، حيث يقوم الصحفي بتشكيل هويته الرقمية بطريقة تضمن له الاعتراف والشرعية، خاصة إذا كان نشاطه الرقمي مرتبطا بمؤسسته الإعلامية الأصلية أو يتم عبر منصات مهنية.

إن زيادة استخدام الهوية الحقيقية في التدوين الإلكتروني من قبل الصحفيين الجزائريين تعكس ترسخ المفهوم المهني للفضاء الرقمي كجزء طبيعي من العمل الصحفي. كما تشير إلى مستوى عال من الالتزام الأخلاقي والوعي بالمسؤولية الاتصالية، مما يدل على تطور في التفكير المهني في ظل البيئات الإعلامية الحديثة. توجد نسب متفاوتة لعدم استخدام الهوية الحقيقية، ويفسر هذا العزوف بعدة عوامل:

أولاً: الخوف من ردود الأفعال أو الانتقادات، خاصة في المواضيع المثيرة للجدل أو التي تمس مصالح بعض الأطراف.

ثانياً: غياب الحماية القانونية الكافية للصحفيين في بعض المؤسسات، أو غياب سياسات واضحة لدعم حرية التعبير.

ثالثاً: يعتمد بعض الصحفيين على التدوين الإلكتروني الحر خارج إطار المؤسسة، مما يدفعهم إلى إخفاء هويتهم لأسباب تتعلق بالسلامة المهنية أو الشخصية.

كما أن غياب إخفاء الهوية في أقسام مثل الثقافي، المحلي والدولي، يعكس مدى اندماج الصحفيين في هذه المجالات ضمن بيئات تفاعلية مفتوحة، حيث تعتبر الهوية الصحفية عنصراً أساسياً في التأثير والانتشار والمصادقية.

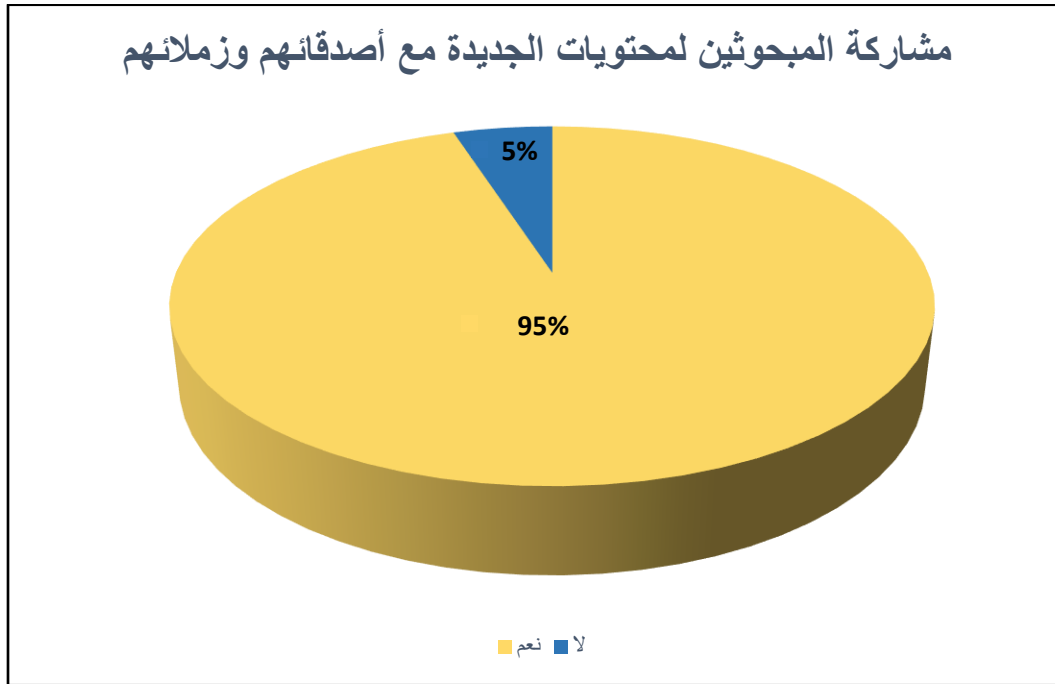
من ناحية أخرى، تركز النسبة القليلة التي تخفي هويتها في أقسام الاجتماعي والسياسي، قد يعود ذلك إلى خصوصية بعض المواضيع المرتبطة بالرأي العام، أو الرغبة في توخي الحذر عند التدوين الإلكتروني حول قضايا جدلية أو نقدية.

وفقاً لتحليل "بيار بورديو"، فإن الهوية المهنية للصحفيين مرتبطة ارتباطاً وثيقاً برأسهم الرمزي داخل مجال الإعلام. كلما زادت الشرعية المؤسسية والاعتراف المهني الذي يمتلكه الصحفي، زادت احتمالية تبنيه لهوية معلنة، وعلى العكس، فإن هذه العلاقة تنطبق أيضاً. وبالتالي، فإن الذين يمتنعون عن الكشف عن هويتهم قد يفتقرون إلى هذا الاعتراف أو يشعرون بالضعف داخل هذا المجال.

تشير هذه النتائج إلى أن الثقة المهنية والإحساس بالمسؤولية الصحفية تمثل دوافع أساسية لاستخدام الهوية الحقيقية في التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين. ومع ذلك، تظل بعض التحفظات قائمة في أقسام معينة نتيجة للحساسيات المرتبطة بطبيعة المواضيع.

في الختام، يعزز هذا الانسجام بين الهوية الرقمية والمهنية الفرضية القائلة بأن الصحفي الجزائري لا ينظر إلى التدوين الإلكتروني كحقل خاص أو مواز، بل كامتداد لممارسته المهنية، مما يستدعي ربط حضوره الرقمي بالأخلاقيات والتحكم في صورته العامة كمصدر للمعلومات.

الرسم البياني رقم 24: يوضح مشاركة المبحوثين لمحتويات الجديدة مع أصدقائهم وزملائهم



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن 95% من الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة أجابوا بأنهم يشاركون المحتويات الجديدة مع أصدقائهم وزملائهم. أما نسبة 5% لا يقومون بهذه المشاركة.

تعكس هذه النتيجة المتحصل عليها من خلال إجابات المبحوثين على مستوى عال من التفاعلية والمشاركة المهنية بين الصحفيين في البيئة الإعلامية الجزائرية، ويمكن تفسير ذلك بأن الصحافة ليست مهنة فردية بحتة، بل تعتمد على التنسيق وتبادل المعلومات بين الزملاء. وبالتالي، فإن مشاركة المحتويات تندرج ضمن منطق العمل الجماعي المهني. كذلك الرغبة في بناء صورة مهنية، فغالبا ما يسعى الصحفي إلى تعزيز

مكانته المهنية. وتبادل المحتويات يساعده في إظهار تفاعله مع المستجدات ومشاركة مصادر جديدة مع الزملاء. وتسهيل الضوء على مواد قد تستحق التغطية أو التحليل.

تأثير الثقافة الاتصالية الرقمية المعاصرة تشجع على المشاركة والمشاركة المعادة " Sharing and resharing" (Jenkins, 2006)، لا سيما في أوساط الصحفيين الذين يعتبرون من الفئات النشطة رقمياً. فالصحفيين الجزائريين لا يقتصرون على استهلاك المحتوى الرقمي، بل يساهمون أيضاً في نشره وتوزيعه ضمن شبكاتهم المهنية والاجتماعية. وهذا يعكس خصائص الصحفي الشبكي "Networked Journalist"، الذي يعمل في بيئة تشاركية تتجاوز حدود المؤسسات الإعلامية التقليدية. (Beckett, 2008, p. 92)

تدل هذه الممارسة على تعزيز العلاقات المهنية من خلال تبادل المحتوى وبناء الثقة في المصادر التي يتم مشاركتها، مما يتماشى مع ثقافة المشاركة المسؤولة (pière, 1993). كما يستخدم التدوين الإلكتروني كأداة لتوسيع تأثير الصحافة خارج الإطار المؤسسي، حيث يصبح الصحفي ناقلاً وموزعاً نشطاً للمعلومات، وليس مجرد منتج لها.

هذه النتائج تشير بوضوح إلى وجود ثقافة مهنية رقمية تشاركية متجذرة في الممارسة الصحفية الجزائرية. لقد تطور المحتوى الرقمي ليصبح أداة لتنسيق الجهود الإعلامية الجماعية، بدلاً من أن يكون مجرد وسيلة لنشر المعلومات. يتماشى الاتجاه نحو تعزيز ديناميات التحرير الجماعي مع متطلبات الصحافة المعاصرة، التي تدار من خلال شبكات ومجموعات مغلقة ومفتوحة. أما نسبة الامتناع عن المشاركة، ورغم ضآلتها، فقد تعكس تحفظات مهنية أو أخلاقية اتجاه بعض المحتويات.

يمكن تفسيرها بعدة عوامل محتملة:

- **التحفظ المهني:** قد يعتبر بعض الأفراد أن المحتوى الذي يتعرضون له يقع ضمن نطاق المعلومات الخاصة أو السر المهني.
- **قلة التفاعل الرقمي:** من الممكن أن يكون بعض الصحفيين أقل انخراطاً في الوسائط الرقمية أولاً يستخدمونها لأغراض تشاركية.
- **الضغط المهني والزمني:** في بعض الأحيان، لا تتيح وتيرة العمل المتسارعة الفرصة للمشاركة أو التفاعل مع الزملاء.

من منظور علم الاجتماع الإعلامي، فإن المشاركة المعلوماتية بين زملاء تعزز رأس المال الاجتماعي داخل المؤسسة الإعلامية، إذ تقوي الروابط المهنية والثقة المتبادلة.

تتجذر ثقافة مهنية رقمية تشاركية في الممارسة الصحفية الجزائرية، حيث أصبح المحتوى الرقمي أداة لتنسيق الجهد الإعلامي الجماعي، وليس مجرد وسيلة للاطلاع. يتماشى الاتجاه نحو تعزيز دينامية التحرير الجماعي مع متطلبات الصحافة الحديثة التي تدار من خلال الشبكات والمجموعات المغلقة والمفتوحة. ويعكس هذا روح العمل الجماعي والتعاون المهني بين الصحفيين، لاسيما في بيئة إعلامية تعتمد بشكل متزايد على تدفق المعلومات وتحديثها المستمر. تعكس الرغبة في تبادل المعرفة وتعزيز الخبرة الجماعية، حيث يساهم تداول المحتويات الجديدة في تكوين خلفية معرفية مشتركة بين الزملاء.

كما يظهر الاعتماد على التفاعل الرقمي كجزء من السلوك المهني، خصوصا في ظل التحولات الرقمية التي جعلت من تبادل الأخبار والمصادر عبر التطبيقات والمنصات الرقمية ممارسة يومية.

الأبعاد المعرفية والاجتماعية للمشاركة تسلط هذه النتائج الضوء على أهمية العلاقات الاجتماعية والمهنية في بيئة الإعلام، حيث يمكن تحليل هذا التفاعل على مستويين:

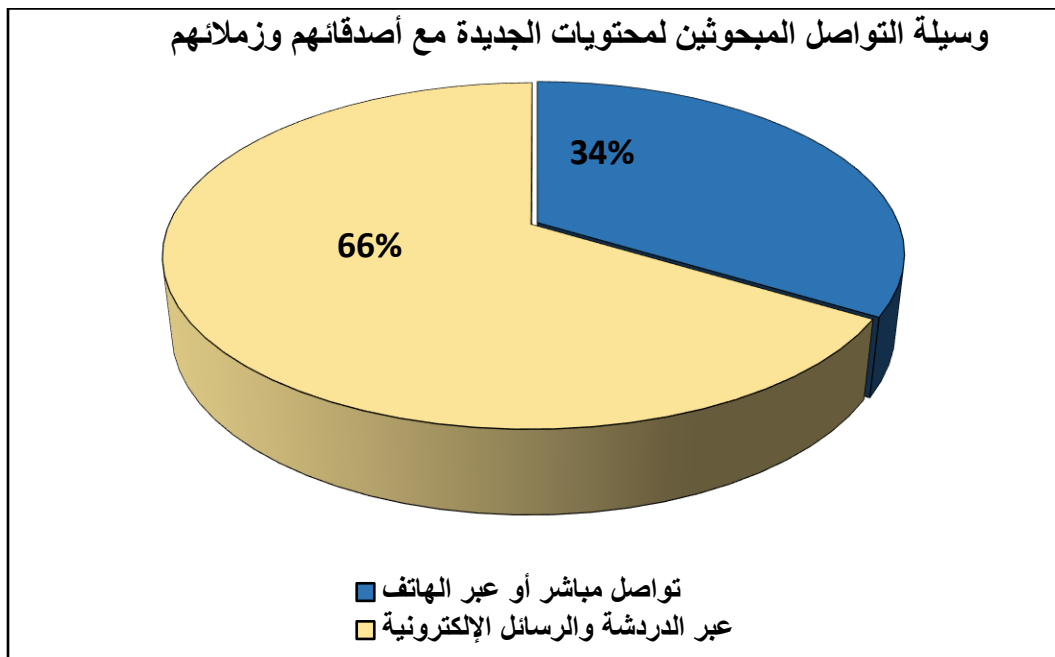
المستوى المهني: تعزز المشاركة في المحتوى الجديد من كفاءة التغطية الإخبارية الجماعية. كما تساهم في تبادل التنبيهات بشأن الأخبار العاجلة أو الأحداث العاجلة، وتمكن الصحفيين من التحقق من المعلومات من خلال تبادل تقييمات الزملاء ومصادرهم الخاصة.

المستوى المعرفي والسلوكي: وفقا لنظرية انتشار الابتكارات، يميل الأفراد داخل المجموعات المهنية إلى تبني ومشاركة الابتكارات (مثل المحتوى الرقمي الجديد) بسرعة، خاصة عندما تكون هذه الابتكارات ذات صلة بوظائفهم الأساسية. ويشير عالم الاجتماع "بيار بورديو" إلى أن التفاعل داخل المجال المهني يعيد إنتاج رأس المال الرمزي والاجتماعي، مما يفسر حماس الصحفيين للمشاركة في شبكات التبادل كدليل على الاعتراف والتفاعل.

على الرغم من ضالة النسبة، فإن الامتناع عن مشاركة المحتويات قد يرتبط بعدة عوامل، منها التحفظات المهنية أو الرغبة في الانفراد بالسبق الصحفي. كما يمكن أن يعزى ذلك إلى ضعف الثقة في بعض الزملاء أو في البيئة الإعلامية. بالإضافة إلى ذلك، قد تلعب قلة التفاعل الرقمي وضعف الاستخدام للأدوات الحديثة دورا في هذا الامتناع.

تعكس النتيجة أن مشاركة المحتوى الرقمي باتت سلوكا مؤسسيا سائدا بين الصحفيين الجزائريين، وتعد مؤشرا على انخراطهم في البيئة الرقمية الحديثة، مما يعزز من تفاعلهم مع التدوين الإلكتروني ويزيد من فعالية استخدامه كمصدر خبري.

الرسم البياني رقم 25: يوضح وسيلة التواصل المبحوثين لمحتويات الجديدة مع أصدقائهم وزملائهم



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن 66% من عينة الدراسة يشاركون المحتوى عبر الدردشة والرسائل الإلكترونية، أما 34% يستخدمون التواصل المباشر أو عبر الهاتف. نستنتج من خلال الجدول أعلاه إلى وجود تفضيل واضح لدى الصحفيين الجزائريين لاستخدام الوسائط الرقمية غير المتزامنة، مثل الرسائل النصية والدردشات، عند تبادل المحتوى الصحفي. فهي تتيح الوسائط الرقمية، مثل الدردشات والرسائل الإلكترونية، للصحفيين حرية اختيار الوقت والمحتوى، مما يسهل تبادل المواد الإخبارية أو الحساسة دون قيود زمنية أو تنظيمية. إن الصحافة الحديثة تتطور ضمن شبكات اتصال غير متزامنة، مما يمكن الصحفي من التأثير دون الحاجة إلى حضور فعلي أو تفاعل لحظي. (Manuel, 2009, p. 125)

تشير هذه النتائج إلى تحول في ثقافة التفاعل المهني، حيث أصبح الصحفيون يعتمدون بشكل أكبر على التطبيقات والتقنيات الرقمية كوسائل اتصال رسمية أو غير رسمية، مما يتماشى مع طبيعة التدوين الإلكتروني كبيئة مفتوحة وتفاعلية. فسيطرة وسائل الاتصال الرقمي تشير النتائج إلى هيمنة وسائل الاتصال المكتوبة الرقمية (مثل الرسائل النصية والدردشة) على أساليب التفاعل بين الصحفيين. وهذا يعكس التغيير الجذري في طرق تبادل المعلومات المهنية داخل الحقل الإعلامي في العصر الرقمي، حيث أصبحت المنصات الرقمية أداة أساسية في تدفق الأخبار والمعارف المهنية. (castells, Communication power, 2009)، فإن الثورة الرقمية أعادت تشكيل العلاقات الاجتماعية والمهنية، حيث أصبحت الشبكات الرقمية بديلاً عن التفاعل التقليدي في بيئات العمل.

فالسهولة والسرعة والمرونة توفر وسائل الدردشة ما يلي:

- إمكانية إرسال المحتوى إلى عدة أطراف في الوقت نفسه.
 - سرعة التفاعل والاستجابة. حفظ المحادثات وتوثيقها (وهو ما يعد مهماً في الممارسة الصحفية).
- كذلك ضعف الحضور المادي أو الحاجة إليه من خلال النتيجة المتحصل عليها من الجدول أعلاه فقط من استخدام التواصل المباشر/الهاتف إلى انتقال العمل الصحفي إلى نموذج أكثر لا مركزية (خصوصاً في المؤسسات الإعلامية التي تعمل بنظام الشبكات). فأغلب التفاعلات المهنية تتم في مساحات افتراضية. هذه النتيجة تعكس تحولاً ملحوظاً في أنماط التواصل المهني داخل المؤسسات الإعلامية، حيث يفضل معظم الصحفيين الوسائط الرقمية التي توفر لهم السرعة والمرونة، إذ يمكن للصحفي تبادل المحتوى والروابط والنصوص في الوقت الحقيقي، دون الحاجة إلى تفرغ أو اتصال مباشر.
- كما تتيح الاحتفاظ بسجلات مكتوبة، مما يعزز من الدقة والمراجعة من خلال إمكانية العودة إلى المعلومات عند الحاجة. في ظل التحولات الرقمية، يعمل العديد من الصحفيين عن بعد من مواقع ميدانية أو من المنزل، مما يجعل الاتصال الرقمي أداة حيوية.

بالإضافة إلى ذلك، تسهل الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات والتسجيلات، التي تعتبر أدوات أساسية في العمل الإعلامي الحديث. يبرز نموذج التواصل الشبكي الذي ناقشه "مانويل كاستلز"، حيث يرى أن التكنولوجيا الرقمية أعادت تشكيل أنماط التواصل المهني والاجتماعي، وأصبحت الشبكات التفاعلية هي السائدة في المجتمعات المعرفية، بما في ذلك المهنة الصحفية.

على الرغم من التراجع النسبي، لا تزال نسبة ملحوظة من الصحفيين تفضل:

- التواصل الفوري والإنساني المباشر، خاصة في المواضيع الحساسة أو المعقدة التي يصعب التعبير عنها كتابيا.
- السرية أو الخصوصية، حيث يتجنب بعض الصحفيين ترك آثار رقمية في المواضيع الحساسة أو الداخلية.
- القرب الاجتماعي، إذ قد تعكس هذه النسبة تماسكا زملائيا في بيئات العمل التي تعزز العلاقات الشخصية، لا سيما في الفرق الصحفية الصغيرة.

تعزز هذه النتيجة من أهمية تصميم أدوات الاتصال الداخلية في المؤسسات الإعلامية بطريقة تدمج بين الوسائط الرقمية والتواصل المباشر. كما تدعو إلى ضرورة فهم تأثير هذه الوسائط على تدفق المعلومات وعملية اتخاذ القرار داخل غرفة الأخبار.

نستنتج بأن أسلوب التفاعل بين الأفراد في بيئة العمل يعكس التغير في البنية التنظيمية للمؤسسات الإعلامية الحديثة، والتي أصبحت تعتمد على الشبكات الرقمية التعاونية بدلا من التسلسل الهرمي واللقاء المباشر. إن الشبكة أصبحت الشكل التنظيمي المهيمن في عصر المعلومات، مما غير أنماط السلطة والتواصل. في ضوء طبيعة المهنة تتطلب المهنة الصحفية:

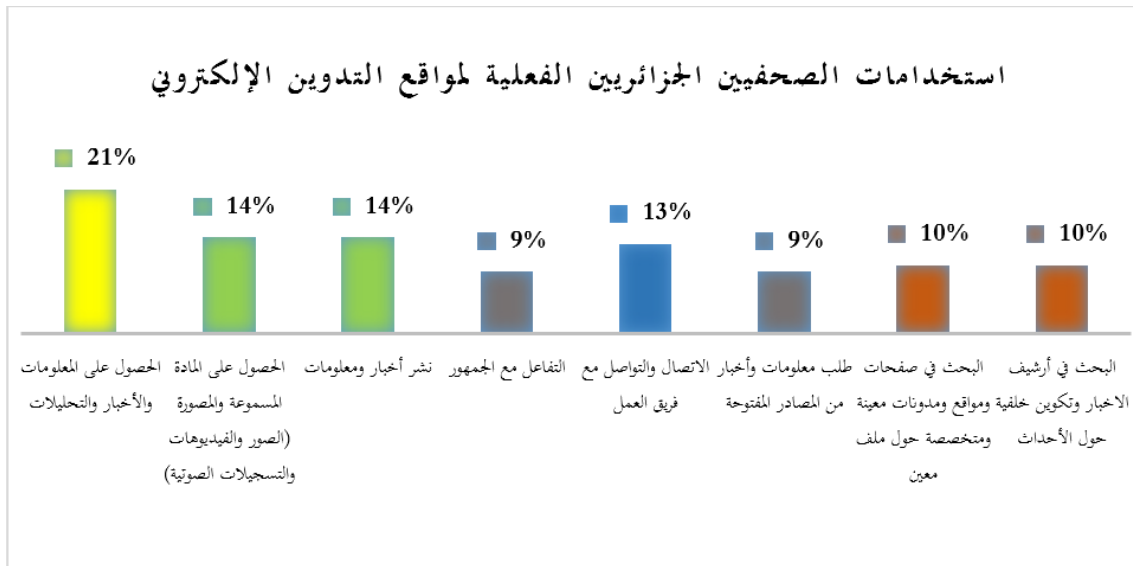
- تبادل مستمر وسريع للمعلومات.
- تحرك ميداني مكثف لا يسمح دائما بالتواصل المباشر.
- توثيق المحادثات والمحتويات لتجنب ضياع المعلومة.
- كل هذا يجعل من وسائل الاتصال الرقمي خيارا مفضلا وأحيانا إلزاميا.

فتشير هذه النتائج إلى أن هناك تحولا في أنماط التفاعل المهني نحو استخدام الأدوات الرقمية، ما يعكس حداثة الممارسة الصحفية، ويؤكد أن الصحفيين أصبحوا جزءا من نظام اتصالي أكثر تعقيدا، يتجاوز الوسائل التقليدية، ويتناغم مع متطلبات السرعة، التوثيق، والفعالية.

ومع ذلك، لا تزال نسبة ملحوظة من المشاركين تفضل التفاعل التقليدي، مثل التواصل المباشر أو الهاتف، مما يدل على استمرار القيم المهنية التقليدية، مثل الثقة المباشرة والتفاعل الشخصي، لدى بعض الصحفيين الجزائريين.

هذا يشير إلى هيمنة الوسائط الرقمية في قنوات تبادل المحتوى، مما يعكس التحول نحو التفاعلات الرقمية في المجال الصحفي، فالوسائط الرقمية غير المتزامنة (الدردشة والرسائل) هي الأكثر شيوعاً، مما يعكس تحولاً في نمط التفاعل الإعلامي داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية. تظهر هذه النتيجة أن البيئة المهنية للصحفيين الجزائريين تتجه بشكل ملحوظ نحو الاعتماد على الوسائل الرقمية في التفاعل وتبادل المعلومات، مما يعكس التكيف مع التحول الرقمي الذي يشهده الإعلام العالمي. ومع ذلك، تظل أهمية التواصل الإنساني المباشر قائمة، لا سيما في المواقف التي تتطلب وضوحاً أو خصوصية.

الرسم البياني رقم 26: يوضح استخدامات أفراد العينة الفعلية لمواقع التدوين الإلكتروني



نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن 21% من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التدوين الإلكتروني من أجل الحصول على المعلومات والأخبار والتحليلات، وهوما يبرز الطابع المعلوماتي الجوهري لهذه المنصات، ثم تليها نسبة 14% لنشر الأخبار والمعلومات وكذلك الاتصال والتواصل مع فريق العمل في حين نجد باقي إجابات المبحوثين وبنسب متقاربة جداً كالبحث في صفحات والتفاعل مع الجمهور وكذلك طلب المعلومات من مصادر مفتوحة. فالتالي هذا التنوع يعكس تعدد الأدوار التي تؤديها المنصات الرقمية في الحصول على الأخبار.

ما يمكن قراءته من الرسم البياني أعلاه هو:

(1) هيمنة الجانب المعلوماتي: فحوالي 21% من الصحفيين يعتمدون على مواقع التدوين الإلكتروني بشكل أساسي للحصول على المعلومات والأخبار والتحليلات. هذا يشير إلى أن التدوين الإلكتروني أصبح مصدرا مهما للرصد الإعلامي واستقاء الخلفيات، خاصة مع تزايد الإنتاج الإعلامي غير التقليدي. تعكس هذه النسبة الدور الذي يلعبه التدوين الإلكتروني في تعزيز المعرفة المسبقة والسياق العام قبل كتابة المحتوى الصحفي.

(2) الاعتماد على الوسائط المتعددة: نلاحظ حوالي 14% يستخدمون هذه المواقع للحصول على الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية. هذا يظهر الاتجاه نحو التكامل الرقمي في العمل الإعلامي، حيث لا تكتمل التغطية الخبرية دون محتوى بصري أو صوتي داعم. يتماشى هذا مع متطلبات الصحافة الرقمية التي تعتمد على الإبحار البصري والجاذبية التفاعلية.

(3) النشر والتفاعل: يستخدم 14% من الصحفيين هذه المواقع أيضا لنشر أخبار ومعلومات، مما يبرز الدور الإنتاجي للصحفي في هذا الفضاء، وليس فقط الدور الاستهلاكي. بينما 9% فقط يستعملونها للتفاعل مع الجمهور، مما يدل على أن الجانب التفاعلي لا يزال محدودا، وقد يعكس حذرا مهنيا أو نقصا في التدريب.

فالحصول على المعلومات والأخبار والتحليلات تشير هذه النسبة إلى أن الغرض الرئيسي من استخدام المدونات بين غالبية العينة هو الحصول على المعلومات والأخبار، مما يعكس تحولا في طبيعة غرف الأخبار، التي أصبحت أكثر انفتاحا على المحتوى الرقمي غير الرسمي.

تدعم هذه الاتجاهات المجتمع الشبكي، حيث يفترض أن تدفق المعلومات قد تحرر من القيود المؤسسية التقليدية، وأن الأنترنت قد أعاد تشكيل بيئة إنتاج المعرفة. (castells, The Rise of the Network Society, 2010)

حسب منهج الصحافة الشبكية أصبح الصحفيون في العصر الرقمي لا يعتمدون فقط على الوكالات والأخبار الرسمية، بل يتفاعلون في بيئة معلوماتية غنية ومتنوعة. ومن بين هذه المصادر، نجد المدونات التي تقدم:

- وجهات نظر بديلة
- تحليلات غير خاضعة للرقابة
- مصادر أولية جديدة

ثم صعود المجتمع الشبكي (الحصول على المواد السمعية والبصرية)، أن اعتماد الصحفيين على المدونات للحصول على الصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات، يبرز أهمية المحتوى متعدد الوسائط، مما يعكس دمج وسائل الإعلام الحديثة مع مهام التغطية الصحفية. وهذا ما تؤكد الدراسات في وسائل الإعلام الجديدة، التي تؤكد أن المحتوى المرئي لم يعد مجرد دعم للنص، بل أصبح مصدرا مستقلا للمعلومات. (Jenkins, 2006)

إن قيام بعض الصحفيين بنشر الأخبار والمعلومات على المدونات يوضح تحول دور الصحفي من مجرد ناقل للمعلومات إلى منشئ محتوى ومؤثر رقمي، مما يتقاطع مع نظرية صحافة المواطن وتفكيك سلطة وسائل الإعلام المركزية ينشأ ثقافة التقارب، حيث تتصادم وسائل الإعلام القديمة والجديدة.

التفاعل مع الجمهور على الرغم من النسبة المنخفضة، فإن هذا التفاعل يدل على بداية تحول نحو صحافة أكثر مشاركة، حيث يشارك الصحفيون في المناقشات ويستمعون إلى ملاحظات الجمهور، مما يشير إلى الانتقال من الدور التقليدي للصحفي (المرسل) نحو نموذج تواصل ثنائي الاتجاه.

التواصل مع الفريق تؤكد هذه النتيجة أن التدوين الإلكتروني لا يستخدم فقط للتفاعل الخارجي، بل يمتد أيضا إلى التنسيق الداخلي داخل المؤسسة الإعلامية، خاصة في ضوء الطبيعة التعاونية والمتجاذبة للزمان والمكان التي تفرضها الصحافة الحديثة.

طلب المعلومات من المصادر المفتوحة يشير ذلك إلى الوعي بقيمة المحتوى الذي تنتجه المجتمعات الرقمية، حيث تعمل المدونات الشخصية كمصدر بديل وغير تقليدي للأخبار، مما يتماشى مع تفكيك مركزية الأخبار في العصر الرقمي.

البحث المتخصص (10%) + البحث الأرشيفي (10%)

تظهر هاتان الاستخدامان اتجاهها نحو البحث الاستقصائي أو البحث الخلفي، مما يؤكد أن التدوين يعد أداة بحث أساسية تمكن الصحفيين من فهم سياق الأحداث أو استخراج معلومات دقيقة من زوايا مختلفة.

كما تظهر النسب المتقاربة بين نشر الأخبار والحصول عليها أن الصحفي يتولى دورا مزدوجا كمستهلك ومنتج في الوقت نفسه، مما يعكس طبيعة التدوين الإلكتروني كمنظومة إعلامية مفتوحة وتفاعلية

وما يشير أيضا إلى التكامل بين الاستهلاك والانتاج. ويصف "Bruns" هذا الدور بـ "produsage" أي إنتاج المحتوى أثناء استخدامه، خصوصا في البيئات الرقمية المفتوحة. (Axel, 2008, p. 21)

يمكن القول أن التدوين الإلكتروني قد تطور ليصبح منصة متعددة الوظائف للصحفيين، فهو يعمل كمصدر، وأداة نشر، ووسيلة للتواصل والتنسيق. يمكن تفسير هذه التعددية في الاستخدامات من خلال نظرية الاستخدامات والشباعات، التي تفترض أن الأفراد يميلون نحو وسائل الإعلام التي تلبي الشباعات الوظيفية المتوافقة مع احتياجاتهم المهنية والاجتماعية. (Kim, 2010, pp. 509-523)

يبدو من الصعب تحديد حجم ومستوى العلاقة الناشئة بين الصحافة والإعلام الجديد. ومع ذلك، يمكن التأكيد على أن مميزات الإعلام الجديد قد أضافت بعدا جديدا للتفاعل بينه وبين الوسائل الإعلامية. فالحجم الهائل من المعلومات وسرعة نقلها والتفاعلية المصاحبة لهذه العملية، كل ذلك يعزز من دور الصحافة في تشكيل المتلقي الإيجابي الذي يقوم بتحليل الرسالة الإعلامية وفقاً لثقافته وما هو سائد في مجتمعه.

كما أن تعدد جهات الإرسال والاستقبال في الإعلام الجديد يجعل من الصعب، أو على الأقل، التحكم في جميع الرسائل التي تتسرب عبر وسائطه المختلفة. وهذا يبرر بعض المخاوف، مثل موضوع الهوية الصحفية، كأحد أهم القضايا (القديمة الجديدة) التي تطرحها هذه العلاقة. اليوم، يمثل ذلك نقدا ذاتيا موضوعيا للهوية الصحفية التي تواجه تهديدات أكثر من أي وقت مضى، وما تحمله البنية الصحفية من مقومات قد تكون عرضة للانكسار والانحسار والتراجع أمام التحديات الحضارية والتكنولوجية التي أحدثتها ثورة الاتصال، إلا إذا كانت قادرة على المواجهة والاستفادة من المنجزات الحضارية والاستجابة لها. (شريطي، 2014، صفحة 101)

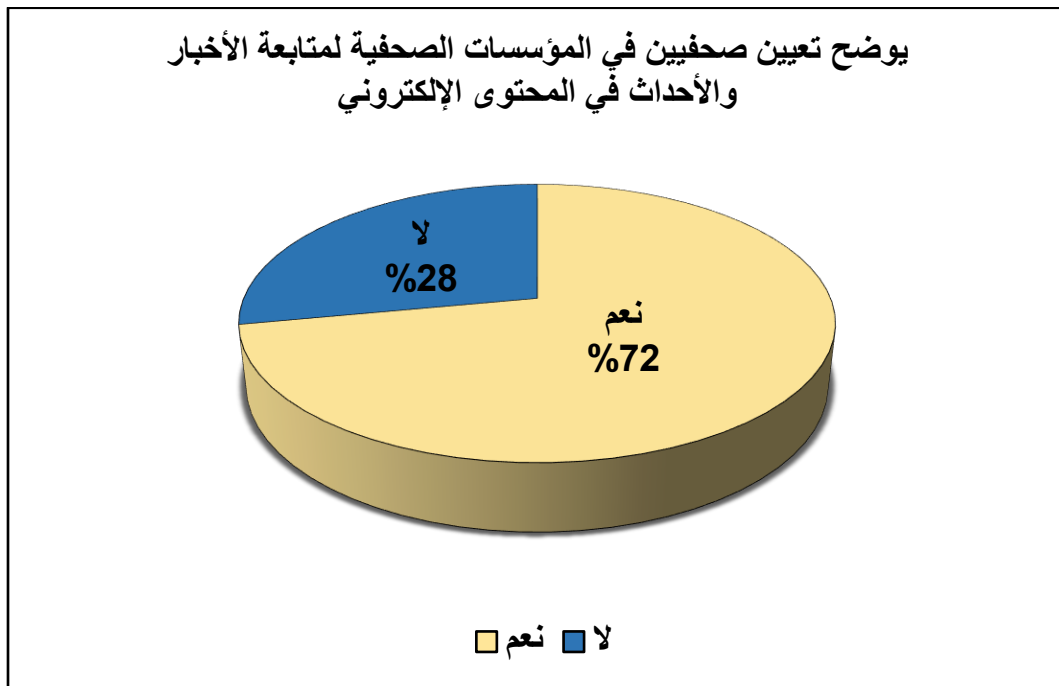
تظهر هذه النتائج أن الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التدوين الإلكتروني بطرق متنوعة، حيث يركزون بشكل كبير على الجانب المعلوماتي والمهني. ومع ذلك، يظهر حذرا في التفاعل المباشر مع الجمهور، مما يعكس طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي والأدوات الرقمية، والتي لا تزال في مرحلة التكيف والتحول.

وعلى الرغم من الحديث عن التفاعلية، إلا أن مستوى تفاعل الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة مع الجمهور لا يزال منخفضا مقارنة ببقية الاستخدامات. وهذا يدل على أن التفاعل مع الجمهور يعتمد بشكل أساسي على الوسائط الاجتماعية العامة، بدلا من المنصات المتخصصة في التدوين المهني. كما يظهر

التركيز على البحث في الأرشيف والصفحات المتخصصة توجهها مهنيا نحو إنتاج محتوى تحليلي يستند إلى معلومات دقيقة، بدلا من الاعتماد فقط على الأخبار العاجلة. وهذا يعزز جودة المادة الصحفية ويجعل التدوين الإلكتروني مصدرا موثوقا ومعتبرا.

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول هو أن المنصات الإلكترونية تعتبر أكثر من مجرد أدوات للترويج أو الترفيه، فهي تشكل جزءا أساسيا من عملية إنتاج الأخبار. تستخدم هذه المنصات بفاعلية في جمع المعلومات، والتحقق منها، ونشرها، وتوثيقها، مما يعزز من فرضية اعتبارها بيئة عمل مهنية متكاملة.

الرسم البياني رقم 27: يوضح تعيين صحفيين في المؤسسات الصحفية لمتابعة الأخبار والأحداث في المحتوى الإلكتروني



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن نسبة 72% من الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة لديها توجه واضح نحو تخصيص صحفيين لمتابعة ورصد المحتوى الإلكتروني، بينما 28% فقط أجابت بلا.

تظهر هذه النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه تحولا جذريا في طريقة تعامل المؤسسة الإعلامية الجزائرية مع التدوين الإلكتروني، حيث أصبح يعتبر مصدر معلومات لا يمكن الاستهانة به. فإن تخصيص صحفيين لمتابعة المحتوى الإلكتروني يعكس إدراكا مؤسسيا لأهمية ما ينشر في الفضاء الرقمي، سواء

كانت من خلال منصات التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية، المواقع الإخبارية المستقلة ومجموعات النقاش الإلكترونية، فهو جديد من نوعه في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

تشير النتيجة إلى أن معظم المؤسسات الصحفية الجزائرية التي شملتها الدراسة بدأت تدرك أهمية المحتوى الرقمي المتداول على منصات التدوين الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار والمستجدات. هذا يعكس تحولا استراتيجيا في الممارسة الصحفية التقليدية نحو نماذج أكثر تفاعلية تتماشى مع العصر الرقمي، حيث لم يعد الاكتفاء بالمصادر التقليدية كافيا. ورصد المحتوى الإلكتروني يمنح المؤسسة الصحفية القدرة على استباق الأحداث ومتابعة ما يتداول في الفضاء العام الرقمي، مما يعزز من تنافسيتها وسرعتها في النشر.

إن المؤسسات الصحفية التي ترغب في البقاء في بيئة الإعلام الجديد بحاجة إلى إعادة هيكلة أدوار الصحفيين لدمج وظائف رقمية جديدة كالتحقق من المحتوى الجماهيري وتحليله. (Singer, 2005, p. 175) ويدل تخصيص موظفين لهذا الغرض على أن المؤسسة لم تعد تنتظر المعلومات من وكالات الأنباء، بل أصبحت تتخذ المبادرة وتبحث وتحلل المحتوى الرقمي كمصدر أساسي وأولي، تماما كما تفعل الوكالات الاستخباراتية في مجال البيانات المفتوحة (Open Source Intelligence – OSINT).

فالمؤسسة الإعلامية أصبحت كفاعل رقمي، أن التدوين الإلكتروني والمحتوى التفاعلي أصبحا يشكّلان مصادر خبرية آنية تتطلب متابعة متخصصة داخل غرف التحرير. (Bruns, 2005, p. 105)

والخوارزميات كبديل للمحرر الصحفي النظم الآلية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات أصبحت تلعب دور المحرر الصحفي في اختيار وتقديم الأخبار والمحتويات للمستخدمين، مثل خوارزميات فيسبوك أو قوقل. لكن، هذه الخوارزميات لا تمتلك القيم المهنية أو الأخلاقية التي يتحلى بها الصحفي المحترف، فهي لا تهتم بجودة المعلومات أو أهيتها للمجتمع، بل تركز على المحتوى القابل للنقر لجذب أكبر عدد من التفاعلات والزيارات.

كما يمكن من خلال هذه النتائج أن معرفة أهمية التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، حيث أصبح رصد المحتوى الإلكتروني ليس مجرد جهد فردي من الصحفي، بل تحول إلى هيكل وظيفي متكامل داخل المؤسسة الإعلامية.

التحيز المعرفي هو ببساطة ميل الناس للبحث عن المعلومات التي تتناسب مع آرائهم السابقة، وتجنب ما يتعارض مع قناعاتهم. أما فقاعة التصفية، "Filter Bubble"، فهو مصطلح ابتكره الباحث "Eli Pariser"، ويشير إلى أن المستخدم على الأنترنت محاط بمحتوى مخصص له بناء على تاريخه الرقمي وتفاعلاته. وهذا يمكن أن يؤدي إلى عزلة معرفية تدريجية، حيث يرى الشخص فقط ما يؤكد أفكاره، ولا يتعرض لوجهات نظر متنوعة. (Pariser, 2011)

على الرغم من الأهمية المتزايدة للمصادر الرقمية، إلا أن هناك نسبة لا بأس بها من المؤسسات (28%) لا تزال غير متفاعلة بشكل فعال مع هذا الاتجاه. قد يكون السبب في ذلك هو قلة الوعي بأهمية الرصد الإلكتروني داخل المؤسسات، نقص الموارد البشرية أو التقنية المخصصة لمراقبة وتحليل محتوى الأنترنت، والاعتماد على الصحفيين للقيام بالرصد أثناء مهامهم اليومية دون وجود تخصيص وظيفي رسمي. يعود إما إلى ضعف التمويل أو الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، أو عدم فهم ووعي المؤسسة الإعلامية بأهمية الفضاء الرقمي. فمن خلال إجابة المبحوثين نصل إلى نتيجة عن التحول الرقمي داخل غرف التحرير للمؤسسات الإعلامية.

غرف الأخبار الرقمية، في دراسته عن ممارسات الصحافة الحديثة تعتمد بشكل كبير على ما يعرف بالاستماع الاجتماعي، "Social Listening". هذا يعني متابعة التفاعلات والمعلومات المتداولة عبر الأنترنت، مما يساعد الصحفيين على النقاط المؤشرات الأولى للأخبار بشكل أفضل.

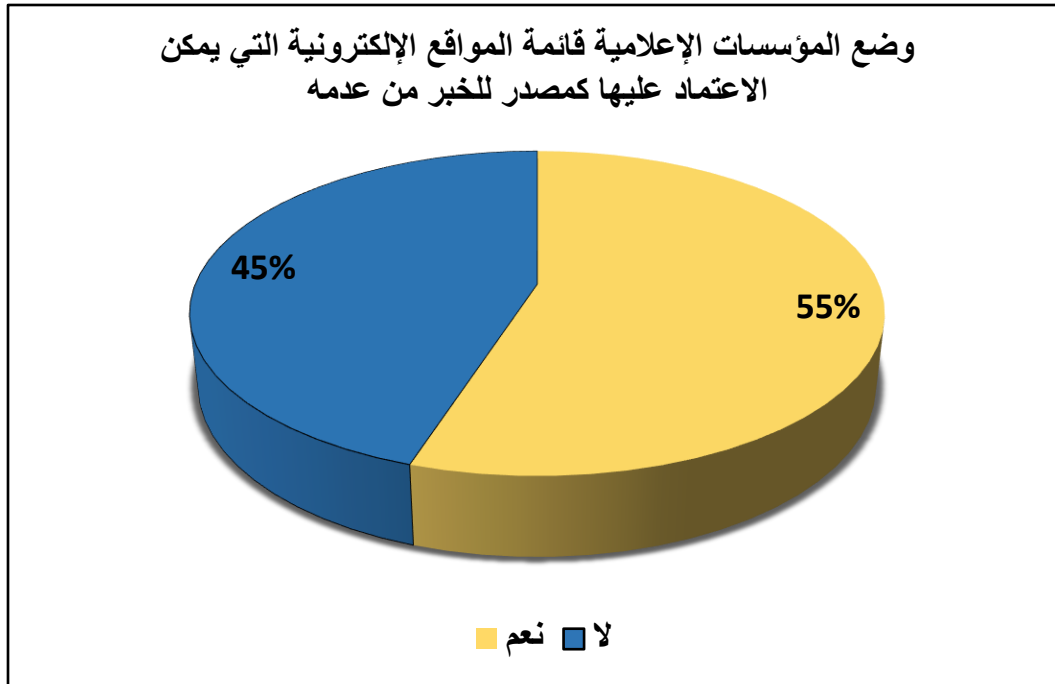
فانحياز المنطق التحريري التقليدي لم تعد وسائل الإعلام تتحكم في الأخبار وفقاً لمعايير مهنية مثل الصدق والتوازن وأهمية الموضوع، بل أصبحت تعتمد على منطق المحتوى الذي يبيع أي المحتوى الذي يجذب النقرات والتفاعل بغض النظر عن جودته. هذا التحول له آثار عميقة:

- انخفاض جودة الخبر.

- تراجع تنوع الموضوعات المطروحة.
 - إثارة القضايا الجدلية بدلا من القضايا الجوهرية.
- لقد تحولت أولويات الإعلام بفضل هذا التحول نحو الإثارة والربحية، أصبح الإعلام يسعى للسبق والنقرات بدلا من الشكيق والتحليل، مما جعل تأثيره المجتمعي يتراجع لصالح المحتوى الخوارزمي التجاري. وهذا يؤدي إلى نتائج مثل:

- تعميق الاستقطاب المجتمعي
 - ضعف المسؤولية الاجتماعية للإعلام
 - تراجع ثقة الجمهور بالإعلام التقليدي
- تظهر نتائج الجدول أن معظم المؤسسات الصحفية الجزائرية أصبحت أكثر وعيا بأهمية متابعة المحتوى الرقمي كمصدر للأخبار. هذا يعكس تحول نحو دمج الصحافة الرقمية مع الصحافة التقليدية. ومع ذلك، تشير النسبة الأقل إلى وجود بعض التحديات التنظيمية أو المعرفية التي تمنع بعض المؤسسات من اعتماد هذا الخيار. فهذا التغيير يمكن أن يؤثر سلبا على جودة المعلومات، ويزيد من العزلة المعرفية، ويقلل من الأدوار التقليدية للإعلام في التوعية والنقد والمساءلة.

الرسم البياني رقم 28: يوضح وضع المؤسسات الإعلامية قائمة المواقع الإلكترونية التي يمكن الاعتماد عليها كمصدر للخبر من عدمه



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن أكثر من نصف عينة الدراسة التي قدرت بـ 55% تعتمد على قوائم محددة من المواقع الإلكترونية كمصدر للخبر، أما بقية المبحوثين لا يعتمدون على هذه القوائم.

من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات المبحوثين وهي أكثر من نصف المشاركين في عينة الدراسة أجابوا بأنهم يقومون بإعداد قوائم في المواقع الإلكترونية الموثوقة كمصادر للأخبار. تعكس هذه النتيجة تحول داخل المؤسسة الإعلامية من عشوائية الحصول على الأخبار إلى التحقق والتوثيق، عبر تحديد مواقع رقمية موثوقة يتم الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار، والتأكد من اختيار مصادر المعلومات. هذا الأمر يعكس الوعي المتزايد لدى الصحفيين الجزائريين بأهمية التحقق من مصداقية المصادر، خاصة في ظل بيئة إعلامية رقمية مليئة بالمعلومات والأخبار الكاذبة.

فيعكس اعتماد أكثر من نصف المؤسسات الإعلامية على قوائم مواقع إلكترونية، مصنفة وموثوقة مستوى رائع من التنظيم والاحترافية التحريرية. تسعى هذه المؤسسات إلى ضبط عملية التحقق من المصادر وتفادي الانزلاق نحو الأخبار الزائفة، أو غير الدقيقة المنتشرة عبر الفضاء الرقمي. مثل هذا الإجراء يظهر وعياً متزايداً بضرورة الحوكمة المعلوماتية داخل غرف التحرير. إن وسائل الإعلام في العصر الرقمي تواجه تحدياً

في تصنيف الفضاء المعلوماتي، ولهذا فإن المؤسسات التي تبني أنظمة ترشيح وتحكيم للمصادر تبدي قدرة أكبر على التعامل مع فوضى المعلومات الرقمية.

وهذا يدل على وجود تنظيم مهني داخل بعض المؤسسات الإعلامية الجزائرية، في عملية البحث عن الأخبار الرقمية. اعتماد هذه القوائم يعكس توجهها مؤسساتيا، نحو ضبط المصادر المعلوماتية وتوجيه الصحفيين إلى مواقع موثوقة، بهدف ضمان مصداقية الأخبار وجودة المحتوى. كما يساعد في تفادي فوضى المعلومات التي تنتج عن الاعتماد العشوائي على الأنترنت، ونشر الأخبار الكاذبة.

يساهم أيضا في تنظيم عملية المراقبة الخبرية الرقمية بشكل يتماشى مع الخط التحريري للمؤسسة. فالمؤسسات الصحفية الحديثة بدأت تنتهج ما يعرف بالروتين الرقمي الذي يضبط العمليات التحريرية عبر أدوات رقمية، من ضمنها قوائم المواقع ومؤشرات المتابعة الرقمية.

إن زيادة الوعي بأهمية الرقابة على مصادر المعلومات وتنظيم التعامل مع المحتوى الرقمي، خاصة في ظل بيئة إعلامية تتسم بتدفق كثيف للمعلومات وارتفاع خطر الأخبار الكاذبة.

ولابد للمؤسسات الإعلامية أن تضع سياسات داخلية واضحة لاختيار وتقييم الاخبار مع هذا التدفق الرهيب في الأخبار عبر مواقع التدوين الإلكتروني.

ومن جهة أخرى، وضع قائمة موثوقة يعكس جهود المؤسسات، لتحقيق توازن بين سرعة الوصول إلى الأخبار ومصداقيتها وتساعد الصحفي على التفاعل السريع مع الأحداث الرقمية، دون إهمال معايير اختيار وانتقاء المعلومات من أجل تحرير الأخبار التي يفرضها العمل الصحفي التقليدي. فهو يحاول الجمع بين السرعة والمصداقية، ووجود هذه القوائم تعكس تطورا (أو نضجا) في البيئة الإعلامية.

فالتدوين الإلكتروني ليس مهمة فردية، بل أصبحت عملية رصد المحتوى الرقمي وتقييمه جزءا من السياسة التحريرية بدلا من أن تكون مجرد اجتهاد فردي للصحفي، وهو مؤشر لنضج المؤسسة الإعلامية في تعاملها مع المحتوى الرقمي، ويدل عن ثقافة الرقابة في المؤسسات الإعلامية للمضامين الرقمية. ووجود قوائم مرجعية رسمية داخل المؤسسات الصحفية يعني أن هناك سياسات تحريرية واضحة ومقننة للتعامل مع المحتوى الرقمي. هذه القوائم تساعد في تنظيم عملية جمع الأخبار، وتضمن تجانس الخط التحريري، وتقلل من الوقوع في فخ الأخبار الكاذبة أو الإشاعات.

على الرغم من أهمية التنظيم، فهناك نسبة لا بأس بها من الصحفيين الذين لا يعتمدون على قوائم محددة يمكن تفسير ذلك بعدة عوامل:

- المرونة المهنية: بعض الصحفيين يفضلون البحث بحرية عبر محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي لتوسيع دائرة مصادرهم.
 - ضعف البنية التنظيمية: في بعض المؤسسات، قد لا تتوفر توجيهات واضحة أو سياسات تحريرية رقمية.
 - تعدد التخصصات الصحفية: قد يجد الصحفي في التغطية الثقافية أو الاجتماعية أن مصادره تختلف عن تلك التي يستخدمها الصحفي السياسي أو الاقتصادي.
 - الثقة الذاتية: الصحفيون يثقون في قدرتهم على تقييم مصادرهم الرقمية بعيدا عن التوجيهات الرسمية.
- أما النسبة التي أجابت أنها تمثل المؤسسات التي لا تعتمد على قوائم محددة، مما قد يشير إلى أحد احتماليين:

- إما وجود ثقافة تحريرية أكثر مرونة تعتمد على اجتهاد الصحفي في اختيار مصادره،
- أو غياب هيكلية واضحة داخل المؤسسة، مما قد يعكس ضعفا في السياسات التحريرية الرقمية أو نقصا في التكوين المؤسسي حول كيفية التعامل مع مصادر المعلومات الرقمية.

وهي كانت نتيجة مرتفعة نسبيا، وقد يشير إلى ضعف محتمل إلى غياب التكوين والتأطير في التعامل مع المحتوى الرقمي، أو غياب السياسة التحريرية لكيفية التعامل مع المحتوى الرقمي. قد يؤدي إلى تفاوت في جودة التغطية الإخبارية ويعرض المؤسسة لمخاطر مهنية تتعلق بموثوقية المصادر، فقد يكون بسبب عدم وجود هيكلية تنظيمية صارمة في بعض المؤسسات، أو الاعتماد على اجتهاد الصحفي الفردي في التحقق من المصادر، أو ضعف التكوين الرقمي للصحفيين في بعض الحالات.

إن العديد من المؤسسات التقليدية لا تزال تمارس تغطية رقمية بأساليب تناظرية تقليدية. (Papacharissi, The Virtual Geographies of Social Networks, p. 199)

مما يحد من فعاليتها في البيئة الإعلامية الجديدة. ويدل على أن المؤسسات التي تتبنى هذا النوع قد يفتح المجال خطر الوقوع في فخ المعلومات الكاذبة وجودة المعلومات، مما يهدد من المصداقية الإعلامية في غياب هذه القوائم التي قد تساهم في نقل المعلومات من منصات غير موثوقة يعرض المؤسسة الإعلامية إلى مشاكل تنقص من سمعتها ومكانتها لدى الجمهور.

من وجهة نظر نظريات الإعلام الرقمي، تعتبر هذه القوائم وسيلة رائعة لتنظيم تدفق المعلومات وتوجيهه بما يتناسب مع التوجه التحريري. ومع مفهوم حارس البوابة الحديث، لم يعد دور الحارس مقتصرًا على الصحفي أو المحرر فقط، بل أصبح يشمل أيضا أدوات تقنية وسياسات مؤسسية تمارس نوعا من فقااعة

التصفية للمصادر. وهذا ما أشار إليه الباحث عندما تحدث عن تحول الصحفيين إلى منسقين للمعلومة في بيئة رقمية مفتوحة، حيث تزداد الحاجة إلى تصنيف المعلومة أكثر من إنتاجها.

فوجود قائمة للمواقع المعتمدة يساعد في تسهيل عملية البحث الرقمي وزيادة الكفاءة، كما أنه يساهم في تقنين الاعتماد على المحتوى غير المهني. ويحمي الخط التحريري للمؤسسة من التوجيهات الخاطئة. لكن، من جهة أخرى، عدم وجود هذه القوائم قد يمنح الصحفيين فرصة أكبر للإبداع والاستكشاف، لكنه قد يعرض المؤسسة لبعض المخاطر المتعلقة بالمصادقية.

مع كل هذه التطورات التكنولوجية، ظهرت حركة انتقال شاملة للوسائل الإعلامية من مجتمع إلى آخر، حيث تم قبول التطور الصحفي وحدث اندماج طوعي معه. لكن هذه المرة، جاء ذلك بفضل عوامل جديدة أكثر فاعلية وتنوعاً من السابق. فالانتشار الإعلامي هو المفهوم الذي رافق واقع الصحافة قبل أن تشهد البشرية هذا التقدم الهائل في تقنيات الإعلام والاتصال، حيث يجسد جميع الأشكال التي تعبر عن عملية انتقال عناصر الاتصال وتجاوزها للحدود الجغرافية. إن النشر الإلكتروني، بمعناه الذي يتجاوز مجرد تحويل المحتوى الورقي إلى صيغة إلكترونية، هو المفهوم الذي يواكب الصحافة اليوم، ويعكس ما يمكن تسميته بالانتشار الصحفي. (شريطي، 2014، صفحة 115)

تأثير جودة الممارسة الصحفية هذا الانقسام بين الصحفيين، سواء الذين يعتمدون على القوائم أو الذين لا يفعلون، يعكس تفاوتاً في مستوى التنظيم الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية. وهذا يؤثر على:

- تجانس المحتوى الإخباري داخل المؤسسة.
- التحقق من المصادر وصحة الخبر.
- احتمالية التعرض للمعلومات الكاذبة أو المضللة.

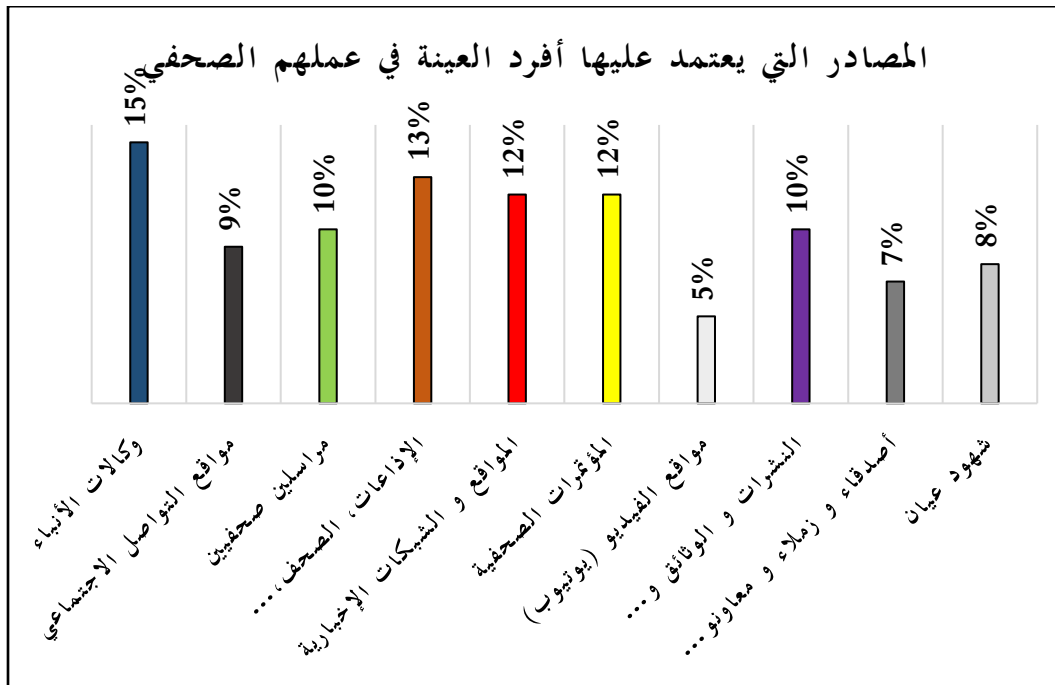
تظهر هذه النتيجة مدى أهمية التنظيم في فهم كيف ينظر الصحفيون إلى استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار. فوجود القوائم الرسمية يمكن أن يؤثر على مستوى الثقة في المحتوى المستمد من التدوين الإلكتروني، نوعية المعلومات التي يعتمد عليها الصحفي، وتكرار استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر ذو مصداقية.

استناداً إلى هذه النتيجة، يمكننا أن نوصي في الدراسة بأهمية نشر ثقافة استخدام القوائم المعتمدة للمصادر الإلكترونية في المؤسسات الإعلامية. كما يفضل تدريب الصحفيين على التحقق الرقمي "Digital Verification" لضمان استخدام أفضل للمصادر الرقمية، مع تجنب التحيز أو التضليل الإعلامي.

ما يمكن استنتاجه أخيرا في فهم الإطار المؤسسي الذي يؤثر على تفاعل الصحفيين مع المحتوى الرقمي في وجود قائمة محددة من المواقع يعكس تمثلا منضبطا للمؤسسة الإعلامية، بينما غيابها يشير إلى تمثلات فردية وغير موجهة من الصحفيين مع مصادر التدوين الإلكتروني

المحور الثاني: استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر في قناتي النهار والشروق وموقعي سبق وأوراس

الرسم البياني رقم 29: يوضح المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في عملهم الصحفي



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه أن المصدر الأكثر اعتمادا من قبل الصحفيين الجزائريين هو وكالات الأنباء بنسبة 15%، تليها وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعات والصحف والقنوات التلفزيونية بنسبة 13%، ثم المؤتمرات الصحفية والمواقع والشبكات الإخبارية بنسبة 12%، أما الاعتماد على المراسلين الصحفيين فجاء بنسبة 10% ثم مواقع التواصل الاجتماعي وشهود العيان بنسبة 8%، وأخيرا مواقع الفيديو مثل اليوتيوب بنسبة 5%. هذه الأرقام تشير إلى توازن نسبي بين المصادر الرسمية التقليدية والمصادر الرقمية أو الشخصية.

- (1) الهيمنة النسبية للمصادر التقليدية والرسمية: تظهر النسب المرتفعة لوكالات الأنباء ووسائل الإعلام التقليدية مدى ثقة الصحفيين في المصادر الرسمية وحرصهم على الحصول على المعلومات من جهات موثوقة، مما يعكس مستوى عال من المهنية في التعامل مع الأخبار.
- (2) حضور رقمي متزايد الاعتماد على الشبكات والمواقع الإخبارية: يدل على تزايد دمج الإعلام الرقمي في الممارسة اليومية للصحفي، مع الحفاظ على الحذر بسبب مشكلة التضليل الإعلامي وانتشار الشائعات.
- (3) ضعف اعتماد الصحفيين على المحتوى الجماهيري: النسبة المنخفضة لشهود عيان ومواقع الفيديو تشير إلى محدودية استخدام المحتوى الجماهيري أو المواطن الصحفي، ربما بسبب غياب التحقق أو ضعف التكوين المهني للتعامل مع هذا النوع من المصادر.

ما يمكن تفسيره من خلال الجدول أعلاه بأنه أظهرت هذه البيانات واقعا إعلاميا يتميز بتعدد وتنوع مصادر الأخبار لدى الصحفيين الجزائريين، إلا أن ذلك يحدث في سياقات غير متجانسة. أن أغلب الصحفيين لا يزالون يعتمدون على وكالات الأنباء ووسائل الإعلام التقليدية، فالثقة الكبيرة الممنوحة لوكالات الأنباء ووسائل الإعلام التقليدية تشير إلى أن البنية المهنية لا تزال مرتبطة بمصادر الأخبار التقليدية.

أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا بشكل متزايد بالنظريات الحديثة في الاتصال، التي أعادت تقييم نموذج لاسويل لعام 1948: من يقول؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وما التأثير؟ حيث افترض هذا النموذج أن الرسالة تنتقل من مرسل إلى متلق سلبي، مما يعني أن تدفق الاتصال يتم في اتجاه واحد، وهو ما يرتبط ارتباطا وثيقا بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار.

في بعض خطابات السياسيين والصناعيين والممارسين، بالإضافة إلى بعض الأبحاث الأكاديمية، يشير مفهوم التفاعلية إلى الحرية التي يتمتع بها المستخدم في اختيار واستقطاب وتصنيف الوسائل والمحتويات التي يرغب فيها، دون قيود الزمان والمكان. (زعموم و السعيد بومعيزة، 2016، صفحة 27)

إن الملفت والمثير للاهتمام أيضا النسب المرتفعة التي حققتها مصادر التدوين الإلكتروني، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية، مما يدل على تحول تدريجي نحو الاعتماد على المحتوى الرقمي كمصدر رئيسي للأخبار.

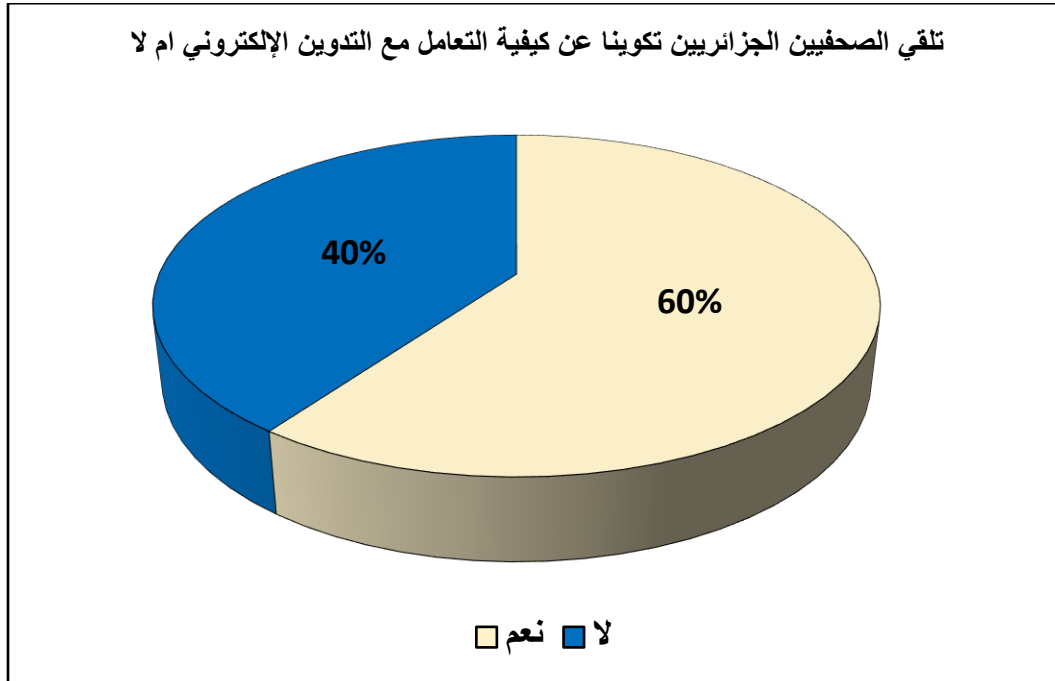
كما أن اعتماد الصحفيين على شهود العيان والمعارف يعكس حضور البعد الغير الشبكي غير الرسمي، وهو ما يسمى بالإنتاج التشاركي للأخبار في الإعلام الرقمي.

تظهر هذه النتائج ما يعرف بالتحول نحو الإعلام الهجين، حيث يجمع الصحفي بين المصادر التقليدية والرقمية، حسب طبيعة الخبر وسرعة الوصول. كما أشار في كتابه، فإن الأنظمة الإعلامية الحديثة لم تعد تعتمد على نموذج واحد (تقليدي أو رقمي)، بل أصبحت مركبة، حيث تتفاعل فيها قنوات متعددة، ويعيد الصحفيون تشكيل تدفق المعلومات. (Chadwick, 2013, p. 256)

فتشير هذه النتائج إلى أن الصحافة الجزائرية، تتجه نحو نموذج هجين يجمع بين المصادر التقليدية الرسمية، والمصادر الرقمية الحديثة الوجود، ما يتطلب ضبطاً مؤسسياً أكبر لآليات التحقق، خاصة في بيئة التدوين الإلكتروني.

الصحفي الجزائري يحب تنويع مصادره، مع التركيز على المصادر الرسمية. هناك وعي بمخاطر الاعتماد الكلي على السوشيال ميديا، وهذا يفسر مكانتها المتوسطة. لا تزال الثقافة المهنية الكلاسيكية موجودة بقوة، رغم التغيرات الرقمية.

الرسم البياني رقم 30: يوضح تلقي الصحفيين الجزائريين تكوينا عن كيفية التعامل مع المحتويات الإلكترونية (التدوين) من عدمه



يوضح الرسم البياني أعلاه أن غالبية الصحفيين من أفراد العينة قد تلقوا تكوينا حول كيفية التعامل مع المحتويات الإلكترونية، وذلك بنسبة بلغت 60% في حين أن 40% من العينة لم يتلقوا أي تكوين في هذا المجال.

تشير هذه النتائج إلى أن أكثر من نصف المشاركين في الدراسة لديهم خلفية معرفية، أو تدريب متخصص في التدوين الإلكتروني. وهذا قد يؤثر بشكل إيجابي على مهاراتهم في تصفح وتحليل واستخدام هذا النوع من المحتوى في ممارستهم الصحفية اليومية. فهذا التفاوت يدل على وجود جهود مؤسساتية لتحسين كفاءة الصحفيين في التعامل مع المحتوى الرقمي، لكن هذه الجهود لم تشمل جميع أفراد المؤسسات، مما يبرز اختلافا في فرص التدريب المهني داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

تعتبر مسألة التكوين في المجال الرقمي من الركائز الأساسية لتعزيز كفاءة الصحفيين في ظل التحول نحو بيئة إعلامية رقمية. فمع الزيادة المستمرة في استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للمعلومات، تبرز الحاجة إلى مهارات في التحليل والتحقق وتقييم مصداقية المحتوى. وهذا ما يتضح من النسبة التي حصلنا

عليها من إجابات الصحفيين الذين تلقوا تدريباً في هذا المجال، مما يشير إلى وجود وعي تدريبي متزايد لدى المؤسسات الإعلامية، ويعكس قدرتها على التكيف مع متطلبات الصحافة الحديثة.

ومع ذلك، فإن استمرار نسبة لا بأس بها من الصحفيين دون تدريب يشير إلى وجود فجوة تعليمية مقلقة قد تؤثر على جودة التعامل مع المحتوى الإلكتروني. كما أنها تفتح المجال أمام مخاطر مهنية وأخلاقية، خاصة في ظل تزايد ظاهرة التضليل الرقمي. والتكوين المهني يمثل أحد ركائز مواجهة اضطراب المعلومات الذي ينتج عن التعامل غير المهني مع المحتوى الرقمي.

أهمية التكوين في البيئة الرقمية مع التحول الرقمي الذي يشهده قطاع الإعلام، أصبح من الضروري أن يتلقى الصحفيون تدريباً في استخدام الأدوات الرقمية، ومنصات التدوين، ومصادر الأخبار الإلكترونية. ففهم ديناميكيات البيئة الرقمية، بما في ذلك خوارزميات الانتشار وآليات التحقق من المعلومات، يعد أمراً أساسياً للصحفي الحديث، بالإضافة إلى توظيف المحتوى المتعدد الوسائط. التكوين كعامل تعزيز للممارسات الصحفية تشير نسبة الـ 60% إلى وعي بعض المؤسسات الإعلامية الجزائرية بأهمية تأهيل الكوادر الصحفية للتكيف مع التغيرات الرقمية. حيث يساهم التكوين في:

- تحسين جودة إنتاج المحتوى الرقمي.
- تمكين الصحفيين من التعامل النقدي مع المصادر الإلكترونية.
- رفع كفاءة استخدام الأدوات التقنية في التحرير والتوثيق والتحقق من المعلومات.
- وغياب التكوين كمعوق للمهنية من ناحية أخرى، فالنسبة التي تحصلنا عليها من الصحفيين لم يحصلوا على أي تدريب، مما يثير تساؤلات حول:
- مدى عدالة توزيع فرص التدريب داخل المؤسسات الإعلامية.
- استعداد هؤلاء الصحفيين للتعامل مع الأخبار والمصادر الرقمية، مما قد يعرضهم لخطر الأخبار الكاذبة أو الاعتماد على مصادر غير موثوقة.
- قدرتهم على مواكبة التحول نحو صحافة البيانات والمحتوى التفاعلي.

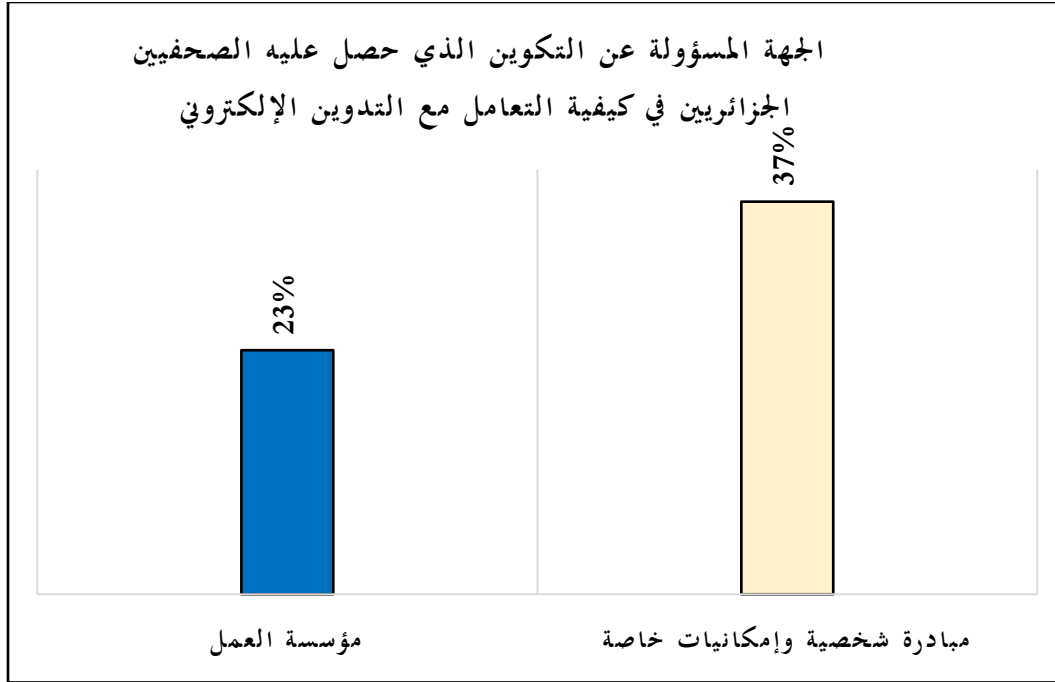
حسب مدخل رأس المال الثقافي عند "بيار بورديو"، الصحفي اللي عنده تكوين رقمي يكون عنده الرأسمال المهني أعلى في مجال الإعلام. هذا الشيء يعطيه سلطة إنتاجية ومكانة أفضل في المؤسسة، وبالتالي يعزز علاقات الهيمنة والتفوق بناء على التكوين والتأهيل. (Bourdieu, 1996)

بناء على ذلك، تبرز هذه النتائج أهمية أن تسعى المؤسسات الإعلامية إلى تعميم التكوينات الرقمية وضمان وصولها إلى جميع الفئات الصحفية. يعتبر ذلك شرطاً أساسياً لتعزيز ممارسات مهنية مسؤولة في مجال التدوين الإلكتروني.

التكوين الرقمي أصبح جزءاً مهماً في كفاءة الصحفيين اليوم، ورغم التقدم الكبير، لا يزال هناك حاجة لتوسيع برامج التكوين لتشمل جميع العاملين، لضمان تكافؤ المعرفة والمهارات داخل غرف الأخبار. من الجيد أن نوصي بإدماج وحدات التكوين الرقمي ضمن السياسات المؤسسية، وتعزيز التعاون مع مراكز التكوين الإعلامي، لمواكبة التحول نحو الصحافة الرقمية.

الرسم البياني رقم 31: الجهة المسؤولة عن التكوين الذي حصل عليه الصحفيين الجزائريين في كيفية

التعامل مع التدوين الإلكتروني



يشير الرسم البياني إلى أن النسبة الأكبر من الصحفيين الذين تلقوا تكوينا حول التعامل مع المحتوى الإلكتروني، قاموا بذلك بمبادرة شخصية وبإمكانات خاصة، بنسبة بلغت 37%، في حين أن 23% فقط من تلقوا هذا التكوين عن طريق مؤسسة العمل. وهذا يشير إلى أن الجزء الأكبر من الجهود التدريبية تأتي من إرادة الصحفيين أنفسهم وليس من المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها. ومن المهم الإشارة إلى أن إجمالي هذه الفئة المتدربة هو 60 فردا، مما يعكس أن أكثر من نصف العينة تلقت تكوينا، ولكن أغلبهم خارج الإطار المؤسسي الرسمي.

تشير هذه النتائج إلى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية لا تزال متأخرة في اعتماد استراتيجية واضحة لتدريب الصحفيين في المجال الرقمي. وهذا يتيح الفرصة للمبادرات الفردية كحل بديل لسد الفجوة في المهارات. يعتبر هذا الوضع مؤشرا هاما على ضعف سياسات التطوير المهني في قطاع الإعلام، حيث يفترض أن تتحمل المؤسسات مسؤولية تأهيل كوادرها لمواجهة التغيرات الرقمية.

دلالة التكوين الذاتي وغياب الرعاية المؤسسية من الصحفيين الذين حصلوا على تدريب حول كيفية التعامل مع المحتوى الإلكتروني قاموا بذلك بمبادرة شخصية وبإمكانياتهم الخاصة. هذه النسبة تعكس الوعي المتزايد لدى الصحفيين بأهمية اكتساب مهارات رقمية جديدة، خاصة مع التحول الكبير نحو البيئة الإعلامية الرقمية. كما تشير إلى نقص في الدعم المؤسسي، حيث يبدو أن المؤسسات الإعلامية لا تعطي الأولوية لتطوير مهارات صحفييها في هذا المجال المهم.

إن تكنولوجيا الإعلام الحديثة تحتاج إلى فهم ثقافي وتكويني لاستخدامها بشكل فعال، مما يجعل التدريب ضرورة مهنية وليس مجرد رفاهية معرفية. هذا من جهة. من جهة أخرى ضعف دعم المؤسسات الإعلامية فنسبة قليلة من أفراد العينة حصلوا على التكوين عبر مؤسساتهم الإعلامية. وهذا يدل على:

- ضعف التزام المؤسسات الإعلامية الجزائرية بتطوير رأس مالها البشري في المجال الرقمي.
- كما أن هناك غياب لاستراتيجيات داخلية لمواكبة التحول في المشهد الإعلامي، خصوصا فيما يتعلق بالتعامل مع المحتويات الرقمية والمصادر الإلكترونية.

إن المؤسسات الإعلامية التي لا تستثمر في المعرفة الرقمية لصحفييها قد تواجه خطر فقدان القدرة على المنافسة في بيئة إعلامية أصبحت تعتمد على البيانات والخوارزميات. تسلط دراسة "Jane B. Singer" الضوء على تحول جذري، في دور الصحفي التقليدي، خاصة فيما يتعلق بإدارة المحتوى الإلكتروني الذي يتم إنتاجه خارج المؤسسات الصحفية. فقد انتقل الصحفي من كونه البوابة الوحيدة لنقل الأخبار (Gatekeeper) إلى ممارسة دور جديد يعرف (بالحارس الثانوي للمعلومات). وهذا يعني أنه لم يعد يقوم بصنع الخبر من البداية، بل يعيد تنظيم وتقييم وترشيح المحتوى الذي ينتجه الآخرون، مثل المدونين ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والمواطنين الصحفيين.

تشير "Singer" أن هذا التحول يتطلب من الصحفيين اكتساب مهارات جديدة لم تكن ضرورية في السابق، ومن أبرزها:

- القدرة على التحقق من صحة المحتوى الإلكتروني.

- التمييز بين المعلومات الدقيقة والشائعات.

-التحكم في تدفق الأخبار القادمة من منصات غير احترافية.

وتؤكد الكاتبة أن هذه الأدوار الجديدة لا يمكن أداؤها بفعالية دون تكوين متخصص في التعامل مع المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (User-generated content) إذ أصبح من الضروري أن يراقب الصحفي مصادر غير مؤسسية ويتفاعل معها ضمن بيئة إعلامية تشاركية، مما يزيد من تعقيد المهام اليومية ويجعل التدريب في المجال الرقمي ضرورة مهنية وليس مجرد خيار.

تأثيرات التكوين الذاتي على الممارسة المهنية على الرغم من أن التكوين الذاتي له فوائد كثيرة، إلا أن الاعتماد الزائد عليه قد يؤدي إلى بعض التحديات، مثل:

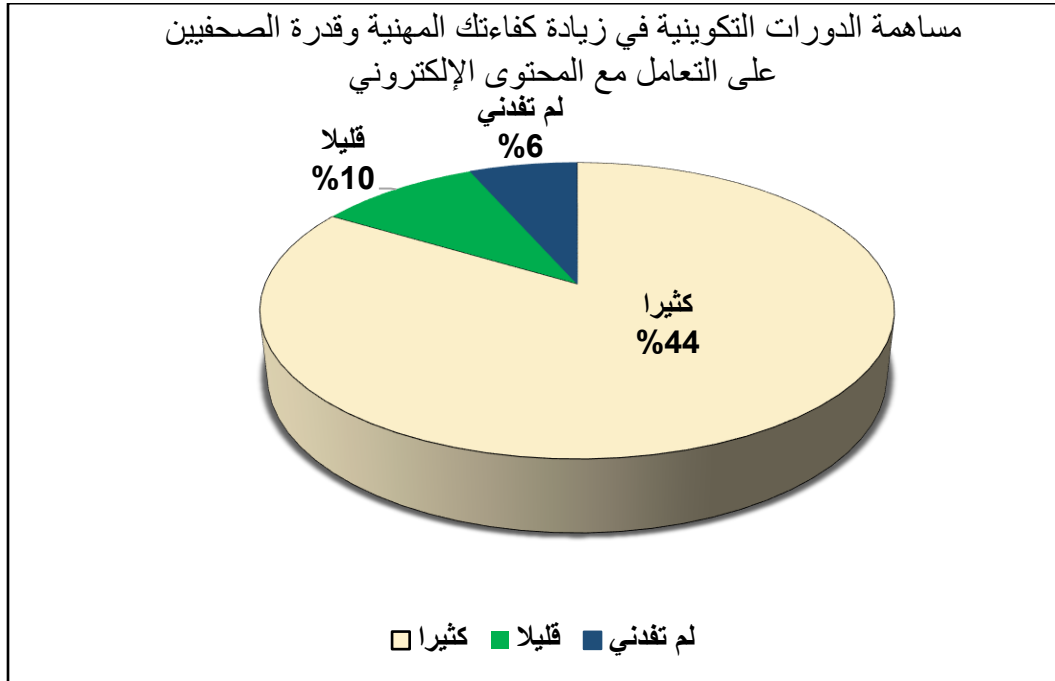
- اختلاف في الكفاءة بين الصحفيين في نفس المؤسسة،
 - بناء على قدراتهم وإمكاناتهم الشخصية،
 - عدم وجود معايير موحدة في التعامل مع المصادر الرقمية،
 - خطر الوقوع في فخ المصادر غير الموثوقة أو المحتويات المضللة بسبب غياب توجيه مؤسسي واضح.
- تظهر هذه النتائج بوضوح مدى أهمية:

- أن تتبنى المؤسسات الإعلامية برامج تدريب مستدامة ومنظمة في المجال الرقمي.
- دعم المبادرات الخاصة بالتكوين الذاتي بموارد ومتابعة مهنية.
- توجيه استخدام المحتوى الإلكتروني ضمن مدونات السلوك المهني لضمان سلامة جودة الأخبار.

إن المؤسسات الصحفية التي تفتقر إلى بيئة تدريب مستدامة، مما يؤدي إلى حدوث تفاوت في المهارات الرقمية داخل المؤسسة الإعلامية الواحدة.

الرسم البياني رقم 32: يوضح مساهمة الدورات التكوينية في زيادة كفاءتك المهنية وقدرة الصحفيين

على التعامل مع المحتوى الإلكتروني



يوضح الرسم البياني أن غالبية أفراد العينة، الذين تلقوا دورات تدريبية في التعامل مع المحتوى الإلكتروني، يرون أن هذه الدورات ساهمت كثيرا في زيادة كفاءتهم المهنية، وذلك بنسبة 51%، بينما أجاب 6% فقط بأنها ساعدتهم قليلا، و4% أشاروا إلى أنها لم تفدهم على الإطلاق. وإذا ما جمعنا النسبتين الأخيرتين فإن نسبة من لم يستفيدوا بشكل كبير تمثل (10%) فقط، مما يعكس بوضوح أن غالبية المستفيدين من هذه الدورات رأوا فيها أثرا إيجابيا في تحسين أدائهم المهني الرقمي.

أظهرت نتائج الدراسة أن معظم المشاركين الذين حضروا دورات تدريبية، حول التعامل مع المحتوى الإلكتروني، لاحظوا تأثيرا إيجابيا واضحا على كفاءتهم المهنية. حيث أفاد نصف الصحفيين الجزائريين في العينة أن هذه الدورات ساعدتهم كثيرا في تحسين مهاراتهم الرقمية. بينما لم تتجاوز نسبة الذين لم يشعروا بفائدة ملموسة من هذه الدورات عشرة بالمئة فقط.

وهذا يعكس زيادة الوعي المهني لدى الصحفي الجزائري بأهمية التكوين الرقمي، ويدل على تحول في رؤيتهم اتجاه أدوات الإعلام الجديد، بما في ذلك التدوين الإلكتروني. وتتماشى هذه النتيجة مع ما ذكره

"بورديو" من أن اكتساب رأس مال مهني جديد يعزز مكانة الفرد داخل المجال المهني، ويساهم في إعادة تشكيل ممارساته وأفكاره.

ما يمكن فهمه من خلال نتائج هذا الجدول أن تصورات الصحفيين بشأن فعالية الدورات التدريبية التي تلقوها في مجال التعامل مع المحتوى الإلكتروني تشير إلى أن أكثر من نصفهم يرون أنها ساهمت بشكل كبير في تعزيز كفاءتهم المهنية.

هذا يدل على وجود علاقة مباشرة بين هذه الدورات وتحسين الأداء الرقمي للصحفي، خاصة في المهام المتعلقة بفرز الأخبار، والتحقق من المصادر، والتفاعل مع بيئة معلوماتية تتسم بالتعقيد والسرعة. كما يعكس هذا التقدير العالي لفائدة الدورات التدريبية وجود فجوة سابقة في التكوين المهني التقليدي للصحفيين، حيث لم تكن المهارات الرقمية جزءاً أساسياً من برامج التدريب الصحفي التقليدية.

كما تشير النسبة التي أفادت بأنها استفادت قليلاً أو لم تستفد إطلاقاً إلى وجود مشكلات تتعلق بجودة المحتوى التدريبي، أو بأسلوب تقديمه، أو حتى بمدى توافقه مع الاحتياجات الفعلية للصحفيين. وهذا يبرز أهمية تصميم البرامج التدريبية بناءً على احتياجات تحليلية تطبيقية، بحيث لا تقتصر على الجانب النظري فحسب، بل تركز أيضاً على توفير أدوات عملية للتعامل مع بيانات الأخبار الرقمية.

لقد فرضت التطورات العالمية على الصحفيين دوراً معقداً يستلزم منهم الجمع بين الإنتاج والتحرير والتوثيق والتحقق. ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال تكوين مستمر وديناميكي. إن الصحفي في البيئة الرقمية هو جزء من عملية التحقق للمعلومة، وهو ما يتطلب منه اكتساب مهارات للتعاون الرقمي ومعالجة الخبر. (Hermida, 2012, p. 668).

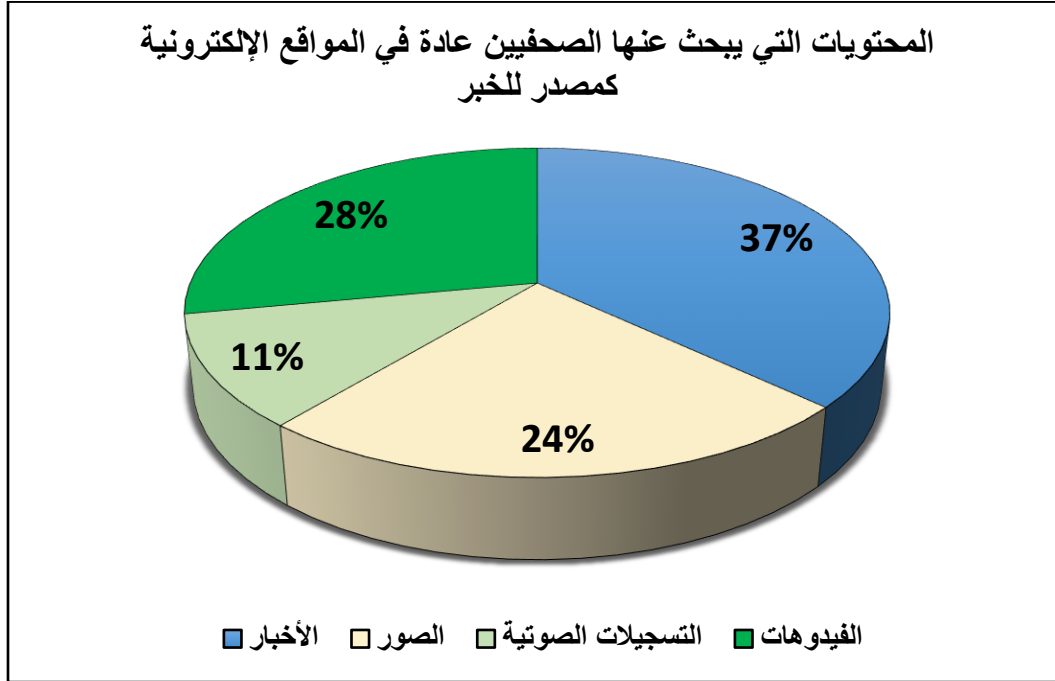
يعتبر التكوين في المهارات الرقمية عنصراً أساسياً، وليس مجرد إضافة، في تعزيز قدرة الصحفي على مواجهة التضليل والتلاعب بالمعلومات في بيئات رقمية مليئة بالمحتوى غير الموثوق. حيث إن الصحفي الذي يفتقر إلى مهارات التحقق من المعلومات الإلكترونية يصبح أكثر عرضة للوقوع في فخ الأخبار الكاذبة. (Tandoc, 2020, p. 137)

استنادا إلى ما تم ذكره، تعكس البيانات الرقمية في الجدول ليس فقط فعالية هذه التكوين، بل تشير أيضا إلى الحاجة الملحة لتطوير محتواها وضمان تكافؤ الفرص للوصول إليها، خاصة في المؤسسات الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق تحول رقمي فعال ومستدام.

يعكس هذا التوجه فهما متزايدا من الصحفيين لأهمية المهارات الرقمية، خاصة مع التحول الإعلامي نحو البيئة الرقمية التي تحتاج إلى قدرات جديدة، مثل:

- البحث والتحقيق من الأخبار عبر الأنترنت،
 - التفاعل مع الجمهور في الوقت الحقيقي،
 - استخدام أدوات التدوين الإلكتروني مثل المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات المفتوحة.
- بيئة العمل الإعلامي الجزائري بدأت تفتح أبوابها لإدماج آليات التكوين المهني الرقمي، سواء من خلال المؤسسات أو المبادرات الفردية. فالصحفي الجزائري أصبح أكثر وعيا بأهمية تطوير نفسه مهنيا في التعامل مع المحتوى الرقمي، وهذا يفسر النسبة العالية من التقدير الإيجابي لأثر الدورات التدريبية.
- والتكوين الرقمي يلعب دورا مهما في:
- تغيير طريقة تفكير وتمثلات الصحفي حول المحتوى الإلكتروني،
 - زيادة ثقة الصحفي في استخدامه،
 - تحسين مهاراته في توظيفه بشكل فعال.
- تظهر هذه النتائج أن التكوين له تأثير كبير في تحسين الأداء، وأنه من المهم على المؤسسات الإعلامية أن تعمم هذه المبادرات لأنها تعود بفوائد واضحة على جودة العمل الصحفي في العالم الرقمي.

الرسم البياني رقم 33: يوضح نوع المحتويات التي يبحث عنها الصحفيين عادة في المواقع الإلكترونية كمصدر للخبر



يبين الرسم البياني أعلاه أن الصحفيين أفراد العينة يركزون بشكل أساسي على الأخبار كمحتوى أساسي يبحثون عنه في المواقع الإلكترونية، بنسبة بلغت 36% تليها الفيديوهات بنسبة 27%، ثم الصور بنسبة 24%، وأخيراً التسجيلات الصوتية بنسبة 11%.

إن التكنولوجيات الرقمية منحت الصحافة أدوات للوصول الفوري للمعلومات، مما جعل الصحفيين يعتمدون بشكل مكثف على المحتوى الإخباري المتدفق عبر الأنترنت. (John, 2001, p. 122)

إن الصورة لم تعد فقط أداة توثيقية، بل أصبحت عنصراً أساسياً في تشكيل الإدراك العام للأحداث، لاسيما في البيئات الرقمية. (Zelizer, 2010)

يعكس توزيع النتائج في الجدول أعلاه أولويات الصحفيين في استخدام محتوى الأنترنت كمصدر للأخبار، مما يدل على تحول جذري في أساليب العمل الصحفي في البيئة الرقمية. إن تصدر الأخبار قائمة المحتويات التي يبحث عنها الصحفيون لا يمكن فهمه بمعزل عن متطلبات العمل الصحفي الحديث، الذي

يفرض على الصحفيين متابعة الأحداث في الوقت الحقيقي، خاصة في ظل المنافسة القوية على تحقيق سبق الصحفي وسرعة النشر.

يظهر الاهتمام المتزايد بالمحتوى المرئي، مثل الفيديو والصور، وعيا متزايدا بأهمية الوسائط في مجال الأخبار الرقمية. لم يعد الفيديو يستخدم فقط كوسيلة بصرية، بل أصبح عنصرا تكميليا يمكن أن يحمل مصداقية أكبر من النصوص، ويؤثر في الجمهور بشكل أعمق. وهذا ما يجعل الصورة والفيديو أدوات أساسية ليس فقط في التوثيق، بل أيضا في التأثير والانتشار.

أما بالنسبة للتسجيلات الصوتية، فإن تراجعها في الترتيب لا يعني بالضرورة تجاهلها، بل قد يكون مرتبطا بعوامل تتعلق ببيئة الإنتاج الصحفي المحلية. فالاستخدام الفعال للصوتيات يتطلب تجهيزات تقنية مناسبة ووعيا أكبر من الصحفيين بأهمية البودكاست أو التسجيلات الصوتية كمصادر للمعلومات، وهو ما لم يتحقق بعد في غرف الأخبار.

ما يلفت الانتباه في هذا الجدول هو أن تنوع المحتويات يعكس اتساع الاعتماد على مصادر الخبر الرقمية. فلم يعد الصحفي يقتصر على النصوص الإخبارية فقط، بل أصبح يبحث عن عناصر متعددة تعزز من مادته الصحفية من حيث المحتوى والشكل. وبالتالي، لم يعد الصحفي المعاصر مجرد ناقل للخبر، بل أصبح منتجا متكاملًا يعتمد على مصادر متنوعة ومنصات متعددة لتقديم مادة إعلامية تتناسب مع التفاعلية التي تتطلبها البيئات الرقمية.

ويفضل الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة التدوين الإلكتروني:

- أولوية المحتوى الإخباري: تظهر هذه النتيجة أن الصحفيين لا يزالون يعتمدون على النصوص الإخبارية كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يعكس تمسكهم بالوظيفة التقليدية للصحافة في الأخبار. وتعتبر الأخبار النصية أكثر ملاءمة للتحليل والتفسير والاقتباس، مما يجعلها مرجعا عمليا للصحفي أثناء إعداد المحتوى الإعلامي.

- صعود الفيديو كعنصر مرئي موثق: فالنسبة التي حققها الفيديو من خلال الجدول أعلاه تعد مؤشرا على التحول المتزايد نحو الوسائط المتعددة، خاصة في السياقات الإعلامية التي تعتمد على الإثبات البصري

لتأكيد المصداقية وجذب الجمهور. كما أن اعتماد الصحفيين على الفيديو قد يرتبط أيضا بطبيعة المحتوى الذي ينتج عن شهود العيان أو البث المباشر، خصوصا على المنصات الاجتماعية.

- أهمية الصورة في تعزيز الرواية الخبرية: الصور تحتل مكانة متقدمة، لما تحملها من رمزية وتوثيق بصري سريع للحدث. وغالبا ما تستخدم لدعم التقارير الإخبارية أولا ابراز البعد الإنساني والدرامي في التغطيات الصحفية.

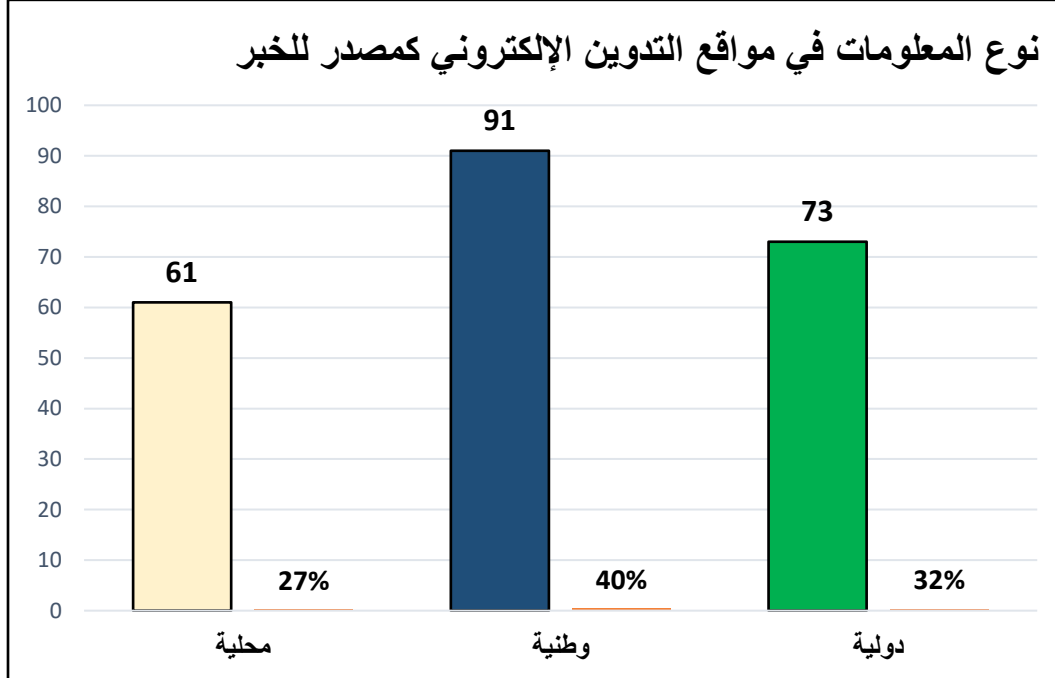
- تراجع الاعتماد على التسجيلات الصوتية: أما التسجيلات الصوتية فلم تحقق سوى نسبة قليلة، وهو ما قد يفسر بطبيعة العمل الصحفي الذي لا يعتمد كثيرا على المحتوى السمعي، إلا في حالات خاصة مثل توثيق الشهادات أو مقابلات الراديو. كما قد يكون سبب هذا التراجع هو ضعف انتشار ثقافة البودكاست والإعلام السمعي الرقمي مقارنة بالإعلام المرئي والمكتوب.

إن التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية، حيث يتعين عليها تزويد الصحفيين بأدوات بحث متطورة وتدريبات تقنية تتيح لهم التفاعل مع مختلف أنواع الوسائط. يأتي ذلك في ظل الفيض الهائل من المحتوى الذي ينشر يوميا على الأنترنت، والحاجة الملحة للتمييز بين المعلومات الموثوقة وتلك المشكوك فيها. لذا، أصبح التعامل الاحترافي مع محتوى الأنترنت ضرورة في العمل الصحفي.

تتوافق هذه النتائج مع التحولات الرقمية في مجال الإعلام، حيث تظهر ميلا نحو دمج النص والصورة والفيديو، مما يدعم الإنتاج الإخباري المتعدد الوسائط. كما تعكس هذه التفضيلات مدى تأقلم الصحفيين مع متطلبات الإعلام الجديد، الذي يتطلب تنوع المحتوى وتفاعليته.

يشير الباحثون في الإعلام الرقمي، إلى أن المحتوى متعدد الوسائط أصبح جزءا أساسيا من الممارسة الصحفية في العصر الرقمي، حيث يعزز قدرة الصحفي على تقديم الخبر بطريقة أكثر جاذبية وفعالية للجمهور الرقمي.

الرسم البياني رقم 34: يوضح نوع المعلومات التي يبحث عنها الصحفيين الجزائريين عادة في مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر



تشير نتائج هذا الرسم البياني إلى أن الصحفيين يميلون بدرجة أكبر إلى البحث عن المعلومات الوطنية عبر مواقع التدوين الإلكتروني، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 40% تليها المعلومات الدولية بنسبة 32% ثم المعلومات المحلية بنسبة 27%.

يظهر هذا التوزيع أن الصحفيين يركزون بشكل أساسي على الأحداث ذات الطابع الوطني، مما يعكس الأولويات التحريرية لمعظم المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي تعطي الأولوية لنقل وتفسير الأحداث على المستوى الوطني، تليها الاهتمامات بالمستجدات الدولية، وأخيرا القضايا المحلية ذات الطابع الجهوي أو البلدي.

يظهر من خلال هذا التوزيع أن الصحفي الجزائري، يهدف إلى تغطية القضايا الوطنية باعتبارها من أهم المواضيع تأثيراً على الجمهور. يمكن تفسير التركيز على الأخبار الوطنية أيضاً من خلال طبيعة السياق السياسي والاجتماعي الذي يحيط بالدولة ومؤسساتها، حيث تعتبر هذه الأخبار محالاً رئيسياً لإبراز المواقف الرسمية، وتسلط الضوء على السياسات العامة، والتفاعل مع القضايا ذات الاهتمام العام. ويظهر الاهتمام

بالمعلومات الدولية وعيا متزايدا لدى الصحفيين بأهمية البعد الخارجي في تشكيل الأحداث الداخلية، خاصة في ظل الترابط بين الساحتين المحلية والدولية. ومع ذلك، فإن نسبة الاهتمام بالمحتوى المحلي، رغم أهميته، لم تتجاوز 27%، مما قد يشير إلى وجود فجوة في التغطية الإقليمية أو ضعف الموارد المخصصة للتغطية المحلية في غرف التحرير. كما قد يعكس ذلك أيضا طبيعة العمل الصحفي في بعض المؤسسات التي تميل إلى المركزية.

يعكس هذا الاتجاه نحو المعلومات الوطنية والدولية، فالتغطية الصحفية تتأثر بالموقع السياسي للوسيلة الإعلامية. وغالبا ما تسعى هذه الوسائل إلى تشكيل أجندة وطنية تعكس اهتمامات النخب والرأي العام. (Rouquette, 2008, p. 123)

إن وسائل الإعلام تمارس نوعا من التمرکز المعلوماتي، حيث تركّز بشكل أكبر على الأحداث التي تحدث في العاصمة أو على المستوى الوطني، بينما تكون التغطية للأحداث المحلية أقل كثافة. (Eric, 2003)

من جهة أخرى إن تغطية الأخبار الدولية، تعكس جهود الصحافة الوطنية لإثبات وجودها في فضاء إعلامي عالمي متنوع المصادر، خاصة مع تزايد الاعتماد على الأنترنت كمصدر للمعلومات. (Olivier, 2001)

من خلال ماسبق، يمكن فهم نتائج الجدول على أنها ناتجة عن عوامل مؤسسية وهيكلية تتعلق بطبيعة النظام الإعلامي في الجزائر. هذا النظام يعطي أولوية كبيرة لما ينشر عن الدولة في الفضاء الرقمي.

أولوية المعلومات الوطنية (40%) من الواضح أن الصحفيين يهتمون بشكل كبير بالمحتوى المتعلق بالقضايا الوطنية، مما يدل على انشغالهم بالوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في البلاد. هم يتابعون باستمرار ما تنشره المدونات والمواقع الإخبارية الإلكترونية حول المواضيع على المستوى الوطني، مثل الإصلاحات، القرارات الحكومية، قضايا الفساد، والاحتجاجات. هذا الاتجاه يعكس وعيا بأهمية متابعة ما يهم الجمهور المحلي، وهو ما يتماشى مع الوظيفة الأساسية للإعلام.

إن الإعلام الوطني يعزز هوية الجماعة السياسية الوطنية، من خلال تغطية الموضوعات التي تمم الجمهور العام. (McQuail, 2010)

الاهتمام بالمعلومات الدولية (32%) النسبة الكبيرة للمعلومات الدولية، تعكس انفتاح الصحفيين على القضايا العالمية، مما يساعدهم على تحليل الأحداث المحلية وربطها بالسياق الدولي، مثل الأزمات الجيوسياسية، وأسعار الطاقة والأحداث الاقتصادية الكبرى. قد يكون هذا ناتجا عن طبيعة المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، خاصة القنوات التي تهدف إلى إنتاج محتوى تحليلي مقارنة أو تغطيات شاملة. ضعف الاعتماد على المعلومات المحلية (27%) على الرغم من أهمية المحتوى المحلي (البلدي أو الجهوي)، إلا أن النسبة الأقل تشير إلى وجود فجوة في متابعة الصحفيين للمصادر المحلية عبر التدوين الإلكتروني. قد يكون ذلك بسبب ندرة التدوينات ذات الجودة المهنية في هذا المجال، أو ضعف الرقمنة المحلية في البلديات والمجتمع المدني. كما يمكن أن تعكس هذه النسبة الطابع المركزي للصحافة الجزائرية، حيث يتم التركيز أكثر على القضايا الوطنية والعامة بدلا من المحلية.

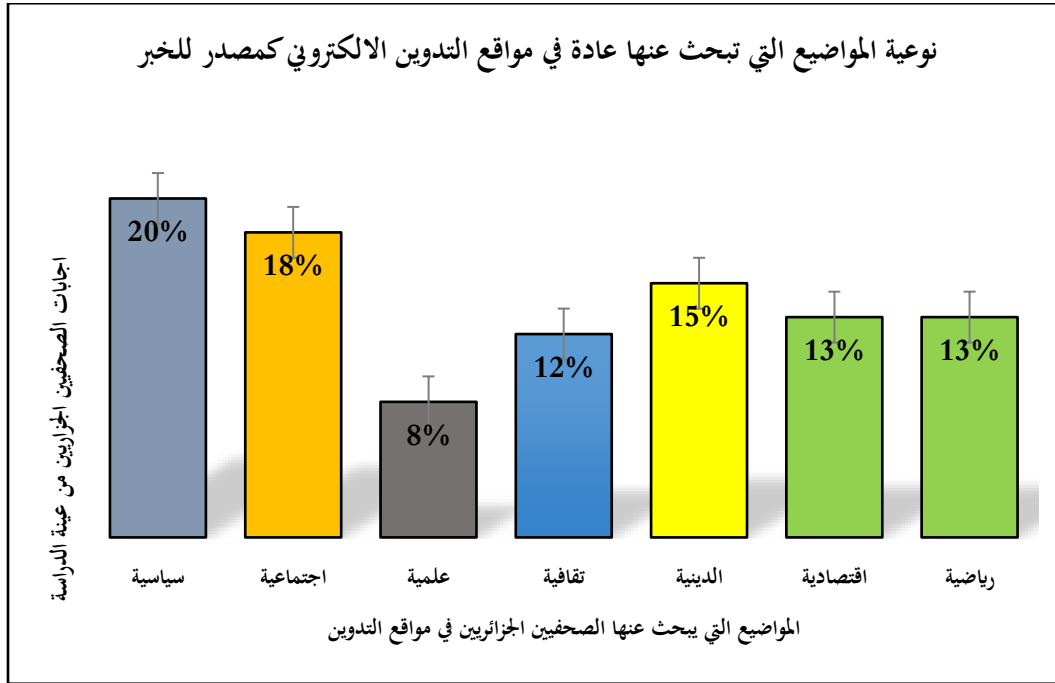
ديناميات الانتقاء المعلوماتي حسب نظرية الجدارة الخبرية، "Newsworthiness"، يميل الصحفي إلى المواضيع التي يعتقد أنها مؤثرة أو ذات قيمة مهنية عالية. لذا، نجد أن التدوينات التي تتناول مواضيع وطنية مثل المظاهرات والقرارات السياسية والقضايا الأمنية تكون أكثر جذبا له.

عوامل مهنية مؤسسية غالبا ما تحدد سياسة التحرير في المؤسسات الإعلامية نوعية المواضيع التي يجب متابعتها. فإذا كانت هذه المؤسسات تركز على الشأن الوطني، فمن الطبيعي أن يبحث الصحفيون عن مصادر تدعم هذا الخط التحريري من خلال التدوين الإلكتروني. فإشكالية التدوين الإلكتروني المحلي تشير الأدبيات إلى أن المحتوى المحلي غالبا ما ينتج من قبل أفراد أو جمعيات تفتقر إلى المؤسسة، مما يؤثر على مصداقيته ومهنيته. لذلك، قد يتردد الصحفي في الاعتماد عليه، وهذا يفسر انخفاض النسبة أعلاه.

تظهر هذه النتائج بوضوح أن الصحفيين الجزائريين يميلون إلى البحث عن محتوى يساعدهم في تحسين أدائهم المهني، حيث يركزون على المعلومات الوطنية والدولية المتعلقة بالقضايا الحالية. ومع ذلك، يبقى المحتوى المحلي غير مستخدم بشكل كاف بسبب بعض القيود المتعلقة بالمصادر المتاحة ومحددات الممارسة المهنية. بينما يولي اهتماما أقل للجوانب المحلية التي غالبا ما تظل خارج نطاق التغطية الفعالة.

تظهر هذه النتائج بوضوح أن الصحفيين الجزائريين يميلون إلى البحث عن محتوى يساعدهم في تحسين أدائهم المهني، حيث يركزون على المعلومات الوطنية والدولية المتعلقة بالقضايا الحالية. ومع ذلك، يبقى المحتوى المحلي غير مستخدم بشكل كاف بسبب بعض القيود المتعلقة بالمصادر المتاحة ومحددات الممارسة المهنية.

الرسم البياني رقم 35: ما نوعية المواضيع التي تبحث عنها عادة في مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر



يتضح من خلال النتائج أعلاه أن القضايا السياسية تصدر قائمة اهتمامات الصحفيين كمحتوى يبحث عنه في مواقع التدوين الإلكتروني 19%، تليها القضايا الاجتماعية بنسبة 18%، الدينية بنسبة 15%

أما القضايا الاقتصادية والرياضية تحتلان نفس النسبة تقريبا 13% لكل منهما. ثم تأتي القضايا الثقافية بنسبة 11%، والعلمية بنسبة 8%.

نلاحظ أنه هناك تنوع يعكس نسب التكرار تعدد المجالات المعرفية والاهتمامات المهنية للصحفيين، مع تركيز أكبر على القضايا العامة أو المرتبطة بالشأن العام.

هيمنة القضايا السياسية (19%) احتلال القضايا السياسية المرتبة الأولى يدل على أن الصحفيين يبدون اهتماما كبيرا بالملفات السياسية، وهو أمر متوقع بالنظر إلى الطابع الحساس والديناميكي للمجال السياسي في الجزائر والمنطقة. فالمشهد السياسي غالبا ما يكون مليئا بالتغيرات، مثل الانتخابات، التعديلات

الوزارية، الاحتجاجات، والسياسات العامة، مما يحفز الصحفيين على متابعة التدوينات والتفاعلات السياسية على الأنترنت لاستخدامها في التغطيات والتحليلات.

أهمية القضايا الاجتماعية (18%) المرتبة الثانية تدل على وعي متزايد لدى الصحفيين بقضايا المجتمع (كالفقر، التعليم، الصحة، البطالة، حقوق المرأة...)، حيث تعد هذه المواضيع محط اهتمام واسع من قبل الجمهور، وغالبا ما تعالج في المدونات بشكل شخصي وناقدا، ما يوفر مادة أولية غنية للصحفي.

الحضور البارز للقضايا الدينية (15%) الاهتمام بالقضايا الدينية يمكن تفسيره من خلال التحولات التي يعرفها الخطاب الديني على المنصات الرقمية، سواء من حيث التجديد أو الخطاب المتشدد، ما يجعل هذا الموضوع محط تتبع صحفي، خاصة في ظل تزايد تأثير الدعاة الرقميين أو النقاشات حول الحريات والمعتقدات. التقارب بين القضايا الاقتصادية والرياضية (13% لكل منهما) رغم الطابع الحيوي لكلا المجالين، إلا أن نسبتتهما المتوسطة تدل على أن الاهتمام بهما يأتي في الدرجة الثانية مقارنة بالقضايا السياسية والاجتماعية. ربما يعود ذلك إلى أن التحليل الاقتصادي يتطلب مصادر دقيقة ومعقدة قد لا تتوفر في المدونات، بينما تبقى القضايا الرياضية محدودة بالتغطيات الآنية. ضعف نسبي للقضايا الثقافية (11%) والعلمية (8%) يظهر الترتيب أن الصحفيين يولون اهتماما أقل بالمحتوى الثقافي والعلمي، رغم أهميته في بناء الوعي. يمكن تفسير هذا العزوف بعدة عوامل:

- قلة المدونات المتخصصة في المجال الثقافي والعلمي،
- تركيز الجمهور العام على القضايا السياسية لا الثقافية،
- ضعف التكوين العلمي للصحفيين مما يجعل التعامل مع هذه المواضيع تحديا.

يمكن فهم تصدر القضايا السياسية لهذا التوزيع من خلال الأهمية الكبيرة التي تحتلها السياسة في الخطاب الإعلامي، إذ يجد الصحفي في المحتوى السياسي مادة غنية للتحليلات والتغطيات، نظرا لأن القرارات السياسية تؤثر بشكل مباشر على مختلف القطاعات.

تؤكد هذه أن التغطية السياسية تظل أولوية في الإعلام بسبب التأثير العميق الذي تمارسه السياسة على المجتمع. كما تلعب الصحافة دورا مهما في تشكيل الفهم السياسي لدى الجمهور. (Patrick, 2005, p. 45)

إن الاهتمام الكبير بالقضايا الاجتماعية يعكس انشغالا إعلاميا بالقضايا التي تهم المواطن بشكل مباشر، مثل جودة الحياة والتحويلات السوسيو-ثقافية، مما يعزز البعد الإنساني في التغطية الإعلامية. كما أن التوازن في تناول القضايا الاقتصادية والرياضية يدل على وعي الصحفيين بأهمية هذين المجالين في تشكيل الرأي العام، نظرا لما يحظيان به من متابعة جماهيرية واسعة.

إن أهمية الوجود الاجتماعي في وسائل الإعلام، حيث يعتبر تعبيرا عن الاهتمامات الجماعية والمجتمعية. وهذا يتجلى في التركيز على القضايا الاجتماعية. (Bernard, 2000, p. 122)

من ناحية أخرى، نلاحظ وجود ضعف نسبي في الاهتمام بالقضايا الدينية والعلمية، وهو ما قد يعزى إلى قلة المحتوى الإلكتروني المتخصص أو إلى محدودية التكوين الصحفي في هذه المجالات. من جهة أخرى، يمكن تفسير ذلك في إطار أولويات التحرير اليومية، حيث تعطى الأولوية للمواضيع الآنية والأكثر جذبا للجمهور. هذه النتائج تؤكد أن الصحفيين يستخدمون منصات التدوين الإلكتروني كوسيلة لتوسيع مصادرهم الخبرية، وذلك وفقا لطبيعة القسم الذي ينتمون إليه والأولويات التحريرية التي تفرضها المؤسسة الإعلامية.

إن الصحافة تعاني من ضعف في تناول المواضيع العلمية والدينية، ويعزى ذلك إلى نقص التخصص من ناحية، وغياب مصادر دقيقة وسهلة الاستخدام من ناحية أخرى، مما يؤدي إلى تراجع ظهور هذه المواضيع في الإنتاج الصحفي. (Eric D. , 2004, p. 91)

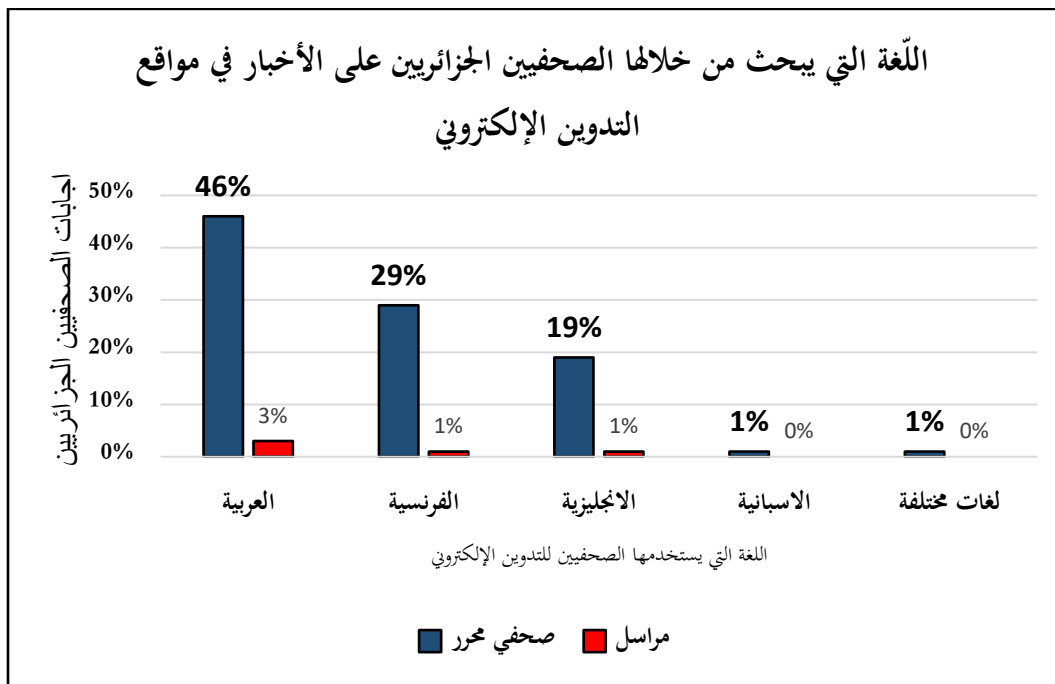
إن المناقشة النظرية والتفسير السوسيولوجي حسب نظرية "Agenda Setting"، التي تم تطويرها، يلعب الصحفيون دورا مهما في تحديد المواضيع التي تهم الجمهور من خلال تغطيتهم المستمرة لها. ومن المثير للاهتمام أن الصحفيين أنفسهم يتأثرون أيضا بأجندة رقمية تفرض عليهم عبر المدونات والتدوين الإلكتروني، حيث تبرز الموضوعات السياسية والاجتماعية كأكثر ما يجذب التفاعل والنقاشات.

كما أن الواقع السياسي والاجتماعي في الجزائر، مع التغيرات المستمرة التي يشهدها، ساهم في جعل المحتوى السياسي والاجتماعي أكثر جذبا، سواء من حيث الإنتاج أو الاستهلاك. (mccombs, 2017, pp. 107-115)

بناء على ذلك، يمكن اعتبار هذا التوزيع تعبيراً عن عوامل مهنية وبنوية تتعلق بترتيب الأولويات داخل المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى طبيعة المحتوى المتوفر في البيئة الرقمية. حيث يميل الصحفي إلى التركيز على القضايا المهمة والجاهزية أكثر من اهتمامه بالمحتويات المتخصصة أو التقنية.

كما تظهر هذه النتائج تفضيلات مهنية تعكس المجال الإعلامي والسياسي والاجتماعي الذي يعمل فيه الصحفي الجزائري. هناك بروز واضح للأبعاد السياسية والاجتماعية في عملية البحث الإعلامي الرقمي، بينما يبدو أن الاهتمام بالثقافة والعلوم قد تراجع قليلاً.

الرسم البياني رقم 36: يوضح اللغة التي يبحث أفراد العينة من خلالها على الأخبار في مواقع التدوين الإلكتروني



توضح بيانات الجدول البسيط الذي تحصلنا عليه من خلال تفريغ الاستمارة إلى أن اللغة العربية تستخدم بشكل رئيسي، من قبل أفراد العينة للبحث عن الأخبار في مواقع التدوين الإلكتروني، حيث جاءت بنسبة 49%، تليها اللغة الفرنسية بنسبة 30%، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 19%، بينما جاءت اللغة الإسبانية ولغات أخرى بنسبة 0,5% لكل منهما، وهي نسب ضئيلة جداً.

أما حيث المهنة، يلاحظ أن الصحفيين المحررين يشكلون الغالبية المطلقة في استخدام كل اللغات، حيث يمثلون 95% من إجمالي العينة، بينما لا تتجاوز نسبة المراسلين 4%.

أولاً: هيمنة اللغة العربية في استخدام مواقع التدوين الإلكتروني

تشير النتائج إلى أن اللغة العربية هي الخيار الأول للصحفيين بنسبة 49% عند البحث عن الأخبار والمحتوى عبر مواقع التدوين الإلكتروني، وهو أمر متوقع بالنظر إلى الأسلوب اللغوي والمجتمعي في الجزائر، حيث تعتبر العربية اللغة الرسمية في معظم المؤسسات الإعلامية المحلية. لكن، لا يمكن تجاهل نسبة 30% للغة الفرنسية، التي تعكس التاريخ والثقافة للفرنكوفونية في الجزائر، حيث تعتبر الفرنسية لغة مهنية ثانية في العديد من وسائل الإعلام الجزائرية، خاصة في التغطيات المتعلقة بالشؤون الدولية أو المصادر الإخبارية الأجنبية. أما اللغة الإنجليزية بنسبة 19%، فهي تعكس تحولاً نحو اعتمادها كمصدر دولي للمعلومات، خاصة فيما يتعلق بالقضايا العالمية، وهوما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في الصحافة الرقمية التي تتطلب الوصول إلى مصادر غير ناطقة بالعربية. يمكن تفسير هذا التوزيع من خلال المفهوم الذي طرحه "بورديويار" في اقتصاد الرموز اللغوية، حيث اعتبر أن اللغة ليست مجرد أداة تواصل، بل هي رأس مال رمزي يعكس الوضع الاجتماعي والمهني للصحفي، وبالتالي فإن اختيار اللغة قد يعبر عن نوع من التموقع المهني داخل الحقل الإعلامي.

ثانياً: دور الوظيفة الصحفية في استخدام اللغات

تظهر البيانات أن 95% من مستخدمي مواقع التدوين الإلكتروني للبحث هم من فئة المحررين، بينما لا تتجاوز نسبة المراسلين 5%. هذا يشير إلى أن عمليات البحث والتحقيق والتحليل تتركز داخل غرف التحرير، حيث تحتاج إلى تفاعل مع أكثر من لغة ومصدر.

يعود هذا التفاوت إلى طبيعة المهام الصحفية، حيث يكلف المحررون بتحرير الأخبار والتقارير ومتابعة تطورات الأحداث عبر المنصات الرقمية، بينما تتركز مهام المراسلين في الميدان، مما قد يقلل من اعتمادهم على التدوين الإلكتروني كمصدر مباشر. هذه النتيجة تتماشى مع نظرية تقسيم العمل الصحفي حيث يقسم العمل الصحفي بين من يعمل في الميدان (المراسل) ومن يقوم بتحرير المادة وتطويرها داخل المؤسسة (المحرر).

ثالثا: قلة استخدام اللغات الأجنبية الأخرى

تشير النسبة 0.5% لكل من الإسبانية ولغات أخرى، إلى عدم وجود أهمية عملية لهذه اللغات. هذا يظهر محدودية التنوع اللغوي في مصادر الأخبار الإلكترونية التي يعتمد عليها الصحفيون، وقد يكون هناك حاجة للانفتاح اللغوي في المستقبل مع تطور المشهد الإعلامي الرقمي.

تشير النتائج إلى أن اللغة العربية تظل اللغة الرئيسية التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون، في التعامل مع المحتوى الرقمي، وهي اللغة الرسمية للدولة، مما يعكس البيئة اللغوية السائدة في المجتمع وواقع الإنتاج الإعلامي المحلي. ومع ذلك، يلجأ عدد كبير من الصحفيين إلى استخدام اللغة الفرنسية، وهو أمر متوقع نظرا للإرث الاستعماري اللغوي في الجزائر، بالإضافة إلى أن التعليم الجامعي في العديد من التخصصات كان يقدم باللغة الفرنسية. ليس ما نراه اليوم في الجامعات ومراكز التكوين أصبح التكوين باللغة الإنجليزية. كما أن هناك وفرة من المحتوى الإعلامي الفرنكفوني في الجزائر.

تشير نسبة الاهتمام باللغة الإنجليزية التي تصل إلى حوالي عشرين بالمئة إلى زيادة الوعي بأهمية الانفتاح على مصادر متنوعة، خاصة في المجالات التقنية والعلمية والدولية. في المقابل، تعكس محدودية استخدام اللغة الإسبانية أو لغات أخرى إما ضعف التكوين في هذه اللغات أو نقص المحتوى المتاح بها، مما يجعلها تظل هامشية في الممارسة الإعلامية اليومية.

إن تنوع اللغات في البحث عن المعلومات، يعبر عن مستويات مختلفة من رأس المال الثقافي لدى الصحفي، وأن التمكن من أكثر من لغة يمكن الصحفي من الوصول إلى مصادر بديلة، وغالبا أكثر تنوعا. (Armand, 2007, p. 87)

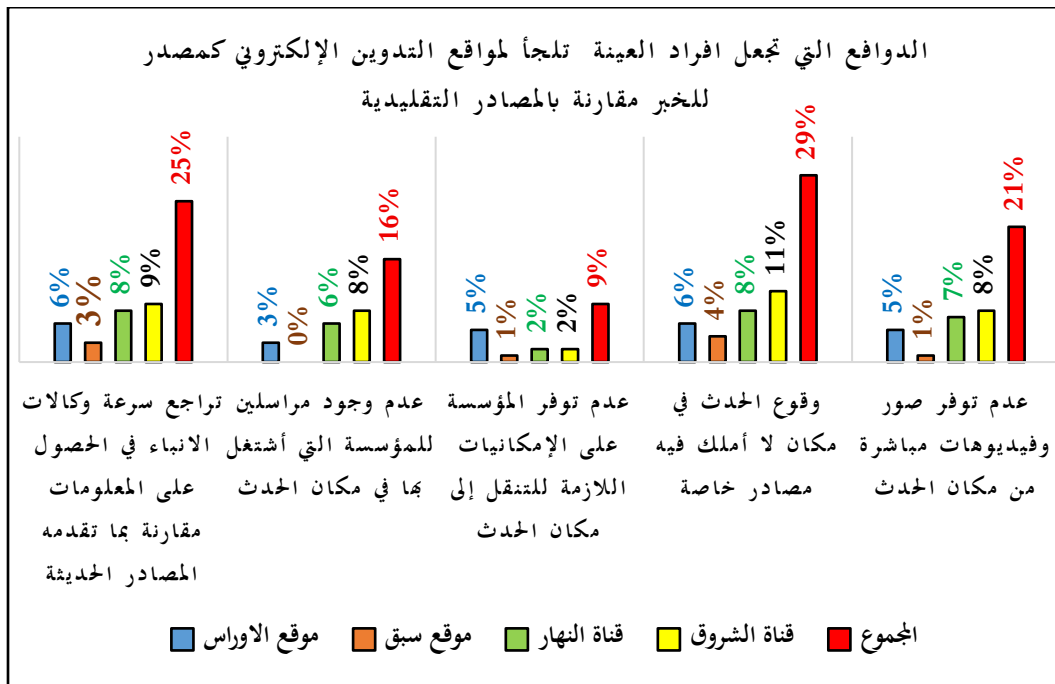
إن اللغة ليست فقط أداة تقنية للبحث بل تشكل مرآة للهوية المهنية وللتصورات حول مصداقية المصادر. (Claude, 2004, p. 112)

وتؤكد هذه الدراسات إلى أن اختيار اللغة قد يعكس أيضا مدى ثقة الصحفي في جودة المحتوى المتاح، أو سهولة الوصول إلى المعلومات، أو حتى التصورات المسبقة حول حيادية أو جودة تلك المعلومات.

اللغة ليست مجرد وسيلة للبحث، بل هي استراتيجية رائعة تساعدنا في الوصول إلى مصادر متنوعة. كلما زادت كفاءتنا اللغوية، زادت مصادر المعلومات وتحسنت جودة المحتوى. المحررون يتمتعون بميزة كبيرة في استخدام مواقع التدوين الإلكتروني، حيث يعتمد عملهم على تحليل المعلومات، بينما يعتمد المراسلون غالباً على الميدان كمصدر للمعلومات. النتائج تبرز أهمية التكوين اللغوي المتنوع داخل غرف التحرير، وتؤكد على ضرورة الاستثمار في تعزيز مهارات الصحفيين في اللغات العالمية المؤثرة في الإعلام.

المحور الثالث: دوافع وأهداف لجوء الصحفيين والإعلاميين الجزائريين لاستخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار

الرسم البياني رقم 37: يوضح الدوافع التي تجعل أفراد العينة تلجأ لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر مقارنة بالمصادر التقليدية



تشير النتائج إلى أن الدافع الرئيسي الذي يدفع الصحفيين للاعتماد على مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر هو وقوع الأحداث في مناطق لا تتوفر فيها مصادر خاصة للصحفيين، حيث بلغت نسبته 29%، يلي ذلك تراجع سرعة وكالات الأنباء في نقل المعلومات مقارنة بالمصادر الرقمية، بنسبة 24%. كما يعتبر غياب الصور والفيديوهات المباشرة من موقع الحدث دافعا مهما أيضا، حيث بلغت نسبته 21%،

وتوزعت الدوافع الأخرى بين عدم وجود مراسلين في مواقع الأحداث بنسبة 16%، ونقص إمكانيات التنقل بنسبة 9%. هذه النتائج في قراءة للجدول البسيط.

أما النتائج المتحصل عليها في الرسم البياني أعلاه، للدوافع التي تجعل أفراد العينة تلجأ لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر مقارنة بالمصادر التقليدية، من حيث القنوات الإخبارية لعينة الدراسة فقد تصدرت قناة الشروق القائمة بنسبة 37% من إجمالي التكرارات، تلتها قناة النهار بنسبة 29%، ثم موقع الأوراس بنسبة 24%، وأخيرا موقع سبق بنسبة 8%.

قناة الشروق تصدر قائمة الصحفيين الذين يستخدمون مواقع التدوين، حيث تصل نسبتهما إلى 38%، تليها قناة النهار بنسبة 29%. ثم يأتي موقع أوراس بنسبة 25%، وموقع سبق بنسبة 8%. هذا يعكس حجم المؤسسة ومواردها المتاحة.

أولاً: الدافع الأبرز غياب المصادر الخاصة عند الحدث (29%)، هذا هو السبب الأكثر شيوعاً بين المشاركين، حيث أشار 69 صحفياً (29%) إلى أنهم يعتمدون على مواقع التدوين الإلكتروني لأن الحدث وقع في مكان لا تتوفر فيه مصادر خاصة.

هذا يدل على أن مواقع التدوين الإلكتروني (مثل المواقع الإخبارية والمدونات وتويتر وغيرها) أصبحت مصدراً بديلاً عندما تكون الشبكة الشخصية أو المؤسسية غير متاحة. في ظل الضغوط المهنية والرغبة في الحصول على سبق الإخباري، يجد الصحفي نفسه مضطراً للبحث في المدونات وصفحات النشاط وشهود العيان لسد هذا الفراغ المعلوماتي.

وفقاً لنظرية المجال العام الرقمي "لهابرماس"، فإن المحتوى الذي ينشئه المستخدمون أصبح جزءاً أساسياً من البيئة الإعلامية الحديثة، ويساهم في تشكيل الخبر الأولي الذي قد يبنى عليه تحقيق أو تغطية أوسع.

ثانياً: تراجع سرعة وكالات الأنباء بنسبة 25% أجاب 58 صحفياً (25%) بأنهم يلجؤون للتدوين الإلكتروني، بسبب بطء وكالات الأنباء مقارنة بسرعة التحديث في المدونات والمصادر الرقمية.

رغم مصداقية وكالات الأنباء، إلا أنها تمرر الأخبار عبر عدة مراحل تحريرية مما يبطئ النشر. بينما التدوين الإلكتروني يعتمد على النشر الفوري، مما يجعلها أكثر جاذبية في المواقف العاجلة أو الأحداث

المفاجئة. هذه النتيجة تتماشى مع دور صحافة البيانات الجماهيرية، في تسريع تدفق الأخبار على حساب الضبط التحريري التقليدي.

ثالثا: عدم وجود مراسلين في مكان الحدث (16%) عبر 38 صحفيا (16%) عن أن السبب وراء اعتمادهم على التدوين الإلكتروني هو غياب المراسلين التابعين للمؤسسة في موقع الحدث.

هذا يدل على ضعف التغطية الميدانية أو نقص الموارد البشرية في بعض المؤسسات الإعلامية. كما يعكس اعتمادا متزايدا على المصادر الثانوية الرقمية كتعويض.

رابعا: غياب الإمكانات اللوجستية للتنقل (9%) أجاب 22 صحفيا فقط (9%) ، بأن مؤسساتهم لا توفر الإمكانات المادية اللازمة للتنقل إلى مواقع الأحداث.

يظهر هذا محدودية البعد الميداني للصحافة الجزائرية، وهوما يجعل الصحفي يلجأ إلى الأنترنت كحل عملي.

خامسا: غياب الصور والفيديوهات (21%) أشار 50 صحفيا (21%)، إلى أن عدم وجود صور وفيديوهات مباشرة من الحدث يجعلهم يبحثون عنها في مواقع التدوين الإلكتروني.

المحتوى المرئي أصبح جزءا أساسيا في التغطية الصحفية الرقمية، التدوين الإلكتروني يقدم هذا النوع من المحتوى من خلال المدونين والمواطنين الصحفيين.

تظهر هذه النتائج أن المدونات الإلكترونية تلعب دورا مهما، في معالجة الفجوات الميدانية والمهنية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية التقليدية، خاصة فيما يتعلق بضعف التغطية الجغرافية وسرعة نقل الأخبار. فغياب المراسلين ونقص الإمكانات للتنقل يجعل الصحفيين يعتمدون بشكل أكبر على المحتوى الإلكتروني المفتوح أو المعلومات التي يقدمها شهود عيان ومصادر غير رسمية.

وهذا يفسر الزيادة الملحوظة في الاعتماد على المحتوى السريع والعفوي الذي توفره المنصات الإلكترونية مقارنة بالمصادر التقليدية مثل وكالات الأنباء.

إن الصحافة الرقمية تمثل حلا فعالا لتجاوز التحديات المرتبطة بالتغطية الميدانية، خصوصا في البيئات التي تعاني من ضعف البنية التحتية أو قيود التغطية المؤسسية. كما يشير إلى أن المحتوى التشاركي يعيد تشكيل العلاقة بين الصحفي والمصدر. (Serge, 2006, p. 103)

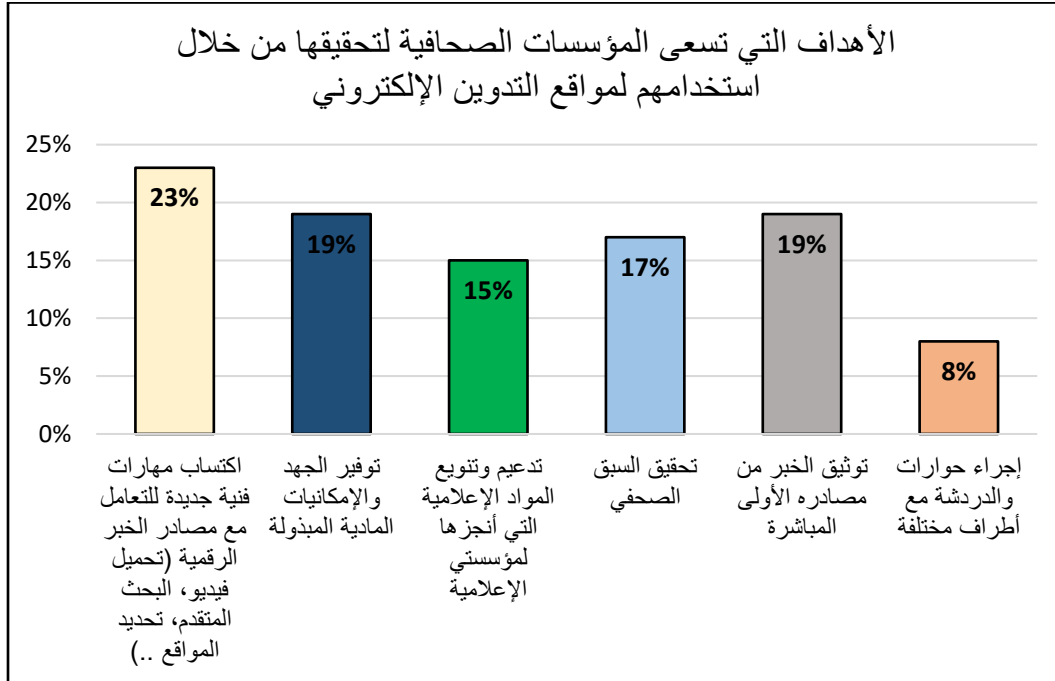
واعتماد الصحفيين على المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، يعتبر استجابة لنقص الموارد، مما يؤسس لنمط جديد من الصحافة التي تتجاوز المؤسسات التقليدية. (Mathieu, 2010, p. 88)

تتيح مواقع التدوين للصحفيين تجاوز القيود الجغرافية والزمنية، حيث يمكنهم الوصول بسرعة إلى مقاطع الفيديو والصور والشهادات من مواقع الأحداث، مما يمنحهم القدرة على التحليل والتعليق بشكل فوري.

من جهة أخرى، تكشف النتائج عن وجود خلل تنظيمي في المؤسسات الإعلامية التي لا توفر تغطية كافية، مما يدفع الصحفيين للبحث عن بدائل رقمية لأداء مهامهم اليومية بكفاءة. لذا، فإن اعتماد الصحفيين الجزائريين على مصادر التدوين الإلكتروني لا يعتبر خيارا فرديا، بل هو تكيف مع واقع مهني تفرضه التحديات الميدانية والضغط الزمني والإنتاجية. وهذا يظهر الدور الحيوي للتكنولوجيا في تشكيل الخبر الصحفي الاعتماد على التدوين الإلكتروني جاء نتيجة لضعف البنية الميدانية والتقنية في المؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى بطء المصادر التقليدية.

الصحفي الجزائري يستفيد من التدوين الإلكتروني كوسيلة لتجاوز النقص المهني، وليس فقط كخيار تحريري. هذا الواقع يتطلب من المؤسسات الإعلامية إعادة النظر في استراتيجيات التغطية واستثمار المزيد في شبكة المراسلين والموارد الميدانية.

الرسم البياني رقم 38: وضع الأهداف التي تسعى المؤسسات الصحافية لتحقيقها من خلال استخدامهم لمواقع التدوين الإلكتروني



تظهر نتائج الرسم البياني أعلاه أن أبرز فائدة مهنية يحصل عليها الصحفيون من استخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر هي اكتساب مهارات فنية جديدة، حيث بلغت نسبتها 22%. تليها توثيق الخبر من مصادره الأولى بنسبة 19%، ثم توفير الجهد والإمكانيات المادية بنسبة 18%، أما بالنسبة للتحقيق السبق الصحفي فقد بلغت نسبته 16%، في حين وصلت نسبة تدعيم وتنويع المواد الإعلامية إلى 14%.

وأخيراً، جاء خيار إجراء حوارات والردشة مع أطراف مختلفة بنسبة 8% فقط من إجمالي الإجابات.

أولاً: اكتساب مهارات فنية جديدة (23%) الهدف الأعلى، أظهر 70 صحفياً، أي ما نسبته 23%، أن الهدف الأساسي من استخدام مواقع التدوين الإلكتروني هو تعزيز الكفاءة الفنية في التعامل مع مصادر الخبر الرقمية (مثل التحميل، البحث المتقدم، تحديد المواقع الجغرافية...).

هذا يعكس وعياً متزايداً بأهمية التمكين الرقمي في العمل الصحفي، خاصة في بيئة إعلامية تشهد تحولات رقمية سريعة. الاستخدام المتكرر لمواقع التدوين يجعل الصحفي أكثر قدرة على التنقل بين أدوات رقمية حديثة تستخدم في تغطية الأخبار.

ثانياً: توثيق الخبر من مصادره الأولى (19%)، أجاب 59 صحفياً، بنسبة 19%، أن أحد أهدافهم هو توثيق الخبر مباشرة من مصادره الأولية عبر المحتوى الرقمي.

يعكس ذلك تحولاتاً لطيفاً من الاعتماد على المصادر الرسمية التقليدية، إلى الاستفادة من منصات التدوين الإلكتروني كأدوات تحقق ومراقبة فورية. هذا التوجه يعزز الدقة والمصداقية في إنتاج الأخبار، ويقلل الاعتماد على الوكالات أو البيانات الجاهزة.

ثالثاً: توفير الجهد والإمكانات المادية (19%)، أشار 57 صحفياً (19%) إلى أن التدوين الإلكتروني يساعد في تقليل التكاليف التشغيلية من حيث الوقت والموارد.

نظراً لضعف الإمكانيات المادية لدى بعض المؤسسات الإعلامية، تعتبر المدونات والمنصات الرقمية خياراً ميسوراً وفعالاً للحصول على المعلومات دون الحاجة للتنقل أو إرسال مراسلين.

رابعاً: تحقيق سبق الصحفي (17%)، أعرب 51 صحفياً عن استخدامهم للتدوين الإلكتروني كوسيلة لتحقيق سبق الصحفي (17%).

تقدم المواقع والمدونات أحياناً معلومات أولية بشكل أسرع من الوكالات الرسمية، مما يمنح الصحفيين ميزة تنافسية في النشر. أصبح التدوين الإلكتروني إما المواطن أو الصحافة غير المهنية مصدراً للأخبار الحصرية أو الطارئة.

خامساً: تنوع المحتوى الإعلامي (15%)، اختار 46 صحفياً هذا الهدف، بنسبة 15%.

استخدام التدوين الإلكتروني يساعد على إثراء المحتوى الصحفي بمصادر جديدة أو روايات مختلفة للقصة، يسمح التدوين الإلكتروني بدمج مواد بصرية أو آراء جماهيرية غير متوفرة في المصادر التقليدية.

سادسا: إجراء حوارات والردشة مع أطراف مختلفة (8%)، أقل نسبة كانت لهذا الهدف، حيث بلغت 8% فقط.

يمكن أن يكون السبب في ذلك أن العديد من المؤسسات لا تعتبر مواقع التدوين وسيلة موثوقة للحوار المباشر، أو أن الحوارات تجري في منصات تواصل أكثر فعالية مثل الفيسبوك وتويتر بدلا من المدونات.

تعتبر مواقع التدوين الإلكتروني وسيلة فعالة لتقليل التكاليف المادية واللوجستية المرتبطة بالتغطية التقليدية، مما يجعلها خيارا اقتصاديا وعمليا للعديد من المؤسسات والصحفيين المستقلين. بالإضافة إلى ذلك، تتمتع هذه المواقع بقدرة على تقديم محتوى داعم يشري التقارير ويضيف لها عمقا بصريا وتوثيقا، مما يساهم في رفع جودة المنتج الإعلامي. من ناحية أخرى، تظهر النتائج تقدير الصحفيين لأهمية السبق الصحفي، حيث تتيح لهم هذه المواقع فرصة التقاط وتوثيق الأخبار في مراحلها الأولى. ورغم أنها قد لا تضيف دائما مستوى عال من المصداقية، إلا أنها تعتبر نقطة انطلاق مهمة لتحقيقات أو تغطيات لاحقة.

إن التكنولوجيات الجديدة تغير ليس فقط طرق جمع الأخبار، بل كذلك أشكال التكوين المهني داخل المؤسسات الصحفية، حيث أصبح إتقان أدوات البحث الرقمي جزءا لا يتجزأ من الكفاءة الصحفية. (Bernard, Les industries du contenu face à l'ordre informationnel, 2007, p. 129)

إن الإفراط في استخدام الوسائط الرقمية قد جعل الصحفيين يعتمدون بشكل كبير على مصادر غير رسمية، مما يستدعي منهم تطوير مهارات التحقق والتوثيق. (Jean-Baptiste, 2010, p. 156)

لذا، فإن الفوائد الناتجة عن استخدام مواقع التدوين الإلكتروني لا تقتصر على الجوانب التقنية فحسب، بل تمتد لتشمل أبعادا إنتاجية ومهنية تعيد تشكيل أدوار الصحفيين في بيئة إعلامية تفاعلية ومعقدة.

أهم شيء بالنسبة للمؤسسات هو تطوير المهارات المهنية وتوثيق المعلومات. الدوافع العملية مثل التوفير وتحقيق السبق لها نفس الأهمية، وهي تعكس الضغط العالي في بيئات العمل الصحفي. النسبة القليلة للمحادثات تشير إلى أن التدوين الإلكتروني يستخدم أكثر كأداة للبحث وجمع المعلومات بدلا من كونه منصة تفاعلية.

المحور الرابع: التصورات الذهنية التي يحملها الصحفيون الجزائريون عند توظيف مواقع التدوين الإلكتروني

كمصدر للخبر:

الرسم البياني رقم 39: يوضح تصورات الصحفيين عن استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر

الرقم	العبارات	الاجوبة				الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
		ت	موافق	محايد	غير موافق			
1	التدوين الإلكتروني ينتقص من مصداقية الخبر	ت	23	51	26	0,700	9	محايد
		%ن	23	51	26			
2	التدوين الإلكتروني يهشم مصادر الخبر التقليدية المهنية مثل وكالات الأنباء	ت	31	28	41	0,840	10	محايد
		%ن	31	28	41			
3	التدوين الإلكتروني يزيد من احتمال الوقوع في الأخبار الكاذبة وتزييف الحقائق	ت	65	23	12	0,700	6	موافق
		%ن	65	23	12			
4	التدوين الإلكتروني يفتح مجال الصحافة أمام دخلاء وهواة غير مهنيين وغير مؤهلين	ت	79	16	5	0,540	2	موافق
		%ن	79	16	5			
5	التدوين الإلكتروني يدفع الصحفيين إلى تطوير مهاراتهم واكتساب فنيات الإعلام الرقمي	ت	78	16	6	0,560	3	موافق
		%ن	78	16	6			
6	التدوين الإلكتروني يساهم في تراجع القدرة التنافسية لوسائل الإعلام التقليدية	ت	51	27	22	0,807	7	محايد
		%ن	51	27	22			
7	التدوين الإلكتروني يوثق الخبر ويزيد مصداقيته	ت	30	47	23	0,728	8	محايد
		%ن	30	47	23			
8	التدوين الإلكتروني أداة للتفاعل مع الجمهور ورصد ردود فعله تجاه الأخبار	ت	84	14	2	0,435	1	موافق
		%ن	84	14	2			
9	التدوين الإلكتروني يساهم في سرعة ومرونة انتقاء لأخبار	ت	71	23	6	0,592	4	موافق
		%ن	71	23	6			
10	التدوين الإلكتروني يساهم في تقليل الجهد والتكاليف المبذولة للحصول على الأخبار	ت	71	21	8	0,630	5	موافق
		%ن	71	21	8			
البعد الكلي						2.43	0.275	موافق

جدول يوضح مقياس ليكارت الثلاثي

اتجاه الرأي لمقياس ليكارت الثلاثي	
المتوسط	اتجاه الرأي
من 1 إلى 1.66	غير موافق
من 1.67 إلى 2.33	محايد
من 2.34 إلى 3	موافق

يعكس الجدول تباينا في آراء الصحفيين حول التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار، وذلك من خلال عشرة عبارات تم تقييمها باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي.

وقد سجلت العبارة رقم (8) أعلى متوسط حسابي، حيث جاءت العبارة الأكثر توافقا وهي التدوين الإلكتروني أداة للتفاعل مع الجمهور بمتوسط قدره (2.82)، مما يدل على اتفاق واضح بنسبة 84%

ثم تلتها العبارات التالية:

- العبارة (4): فتح المجال للهواة وغير المهنيين (متوسط 2.74 – 79% موافقة)
- العبارة (5): يدفع لتطوير المهارات الرقمية (متوسط 2.72 – 78% موافقة)
- العبارة (9): يساهم في سرعة ومرونة انتقاء الأخبار (متوسط 2.65 – 71% موافقة)
- العبارة (10): يقلل الجهد والتكاليف (متوسط 2.63 – 71% موافقة)
- العبارة (3): يزيد من احتمال الوقوع في الأخبار الكاذبة (متوسط 2.53 – 65% موافقة)

أما بالنسبة لأدنى المتوسطات، فقد كانت كالتالي:

- العبارة (2): يهّمش وكالات الأنباء (متوسط 1.90 – 31% موافقة فقط)

- العبارة (1): ينتقص من مصداقية الخبر (متوسط 1.97 – 23% موافقة)

- العبارة (7): يوثق الخبر ويزيد المصداقية (متوسط 2.07 – 30% موافقة)

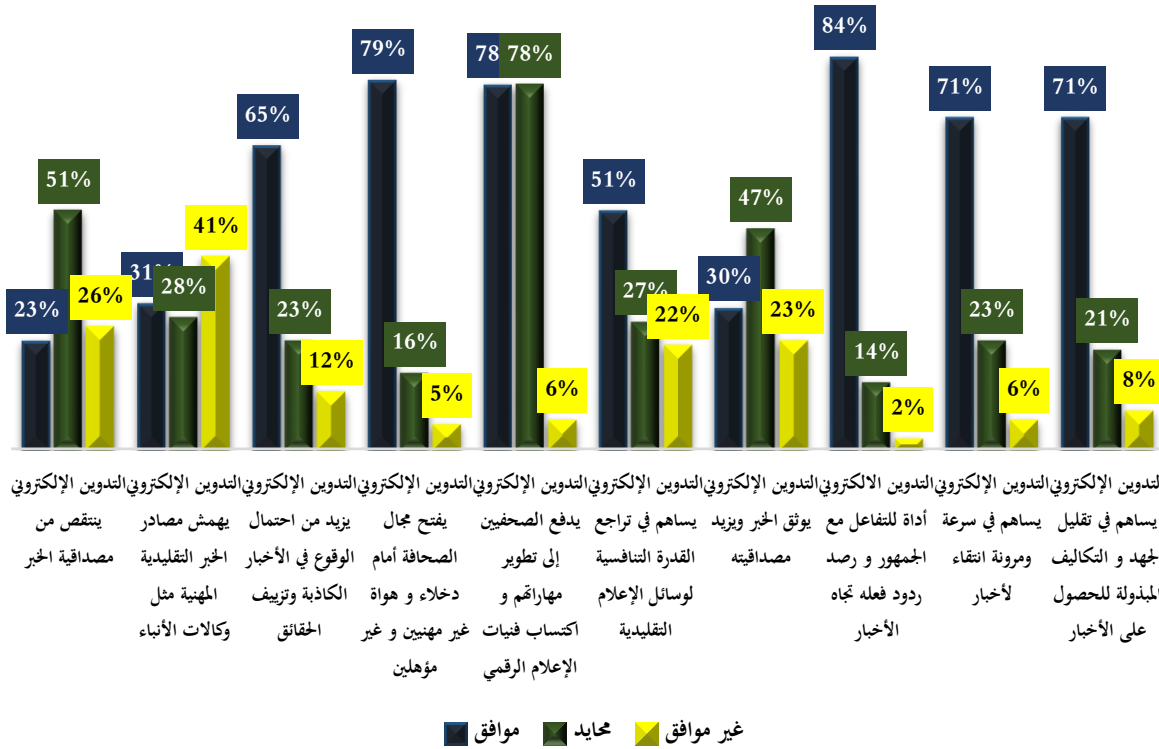
- العبارة (6): يساهم في تراجع التنافسية التقليدية (متوسط 2.29 – 51% موافقة)

تشير القيمة الكلية (2.43) إلى وجود اتجاه عام إيجابي نحو التدوين الإلكتروني.

اعتمد الجدول رقم 39 على مقياس ليكرت الثلاثي لتحديد اتجاهات الرأي كما يلي:

اتجاه الرأي	المتوسط
غير موافق	من 1 إلى 1.66
محايد	من 1.67 إلى 2.33
موافق	من 2.34 إلى 3

يوضح تصورات الصحفيين عن استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر



أولاً: البعد الكلي

• الوسط الحسابي الكلي: 2.43

• الانحراف المعياري: 0.275

• الاتجاه العام: موافق

يشير ذلك إلى أن معظم الصحفيين يرون أن للتدوين الإلكتروني تأثيراً واضحاً (سواء إيجابياً أو سلبياً) على الممارسة الصحفية، مع ميل نسبي نحو الاعتراف بإيجابياته أكثر من سلبياته.

ثانياً: الملاحظات العامة

الجوانب الإيجابية (مثل التفاعل مع الجمهور، والتقليل من التكاليف، وتطوير المهارات) حظيت بموافقة قوية.

التحذيرات والمخاوف (مثل انتشار الهواة أو تزيف الأخبار) تم الإقرار بها، ولكن دون أن تطغى على الرؤية العامة.

الحياد في بعض العبارات، مثل مصداقية الخبر أو تهميش المصادر التقليدية، يكشف عن تباين في المواقف، قد يعود إلى اختلاف التجارب أو نوع المؤسسة الإعلامية.

يرى الصحفيون الجزائريون أن التدوين الإلكتروني يمثل فرصة وتحدياً في الوقت نفسه، فبينما يعزز الكفاءة ويعمق التواصل مع الجمهور، إلا أنه يحمل مخاطر تتعلق بالمهنية والمصداقية. ويعد ذلك مؤشراً مهماً لصناع القرار في الإعلام بضرورة التدريب، وتنظيم بيئة التدوين الإلكتروني، والدمج الذكي بين المصادر التقليدية والرقمية.

وقد تم تصنيف كل عبارة بناءً على هذا المقياس، بدقة لتفسير مدى تأييد الصحفيين لكل تصور من التصورات المطروحة. وتشير اتجاهات الرأي العام إلى أن هناك توافقاً حول ستة عبارات، حيث حصلت على متوسط يزيد عن 2.34. في المقابل، حافظت أربعة عبارات على تقييم محايد. ولم تسجل أي عبارة ضمن

إجابة غير موافق وفق مقياس ليكرت الثلاثي، مما يدل على أن التصورات السلبية غالبا ما تبقى ضمن مستوى الحياد. وبالتالي، فإن البعد الكلي الذي بلغ 2.43 يعكس وجود اتفاق إيجابي نسبي حول أهمية التدوين الإلكتروني، مع بعض التحفظات المهنية، خصوصا فيما يتعلق بمسائل المصادقية والمنافسة.

يعكس الجدول أعلاه رؤية معقدة لدى الصحفيين الجزائريين اتجاه التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، حيث تتداخل الإيجابيات مع المخاوف في بيئة إعلامية تشهد تحولات مستمرة. تشير نتائج العينة إلى أن معظم الصحفيين يعتبرون التدوين الإلكتروني وسيلة فعالة للتفاعل مع الجمهور، وهي وظيفة لم تكن متاحة بنفس القوة في الإعلام التقليدي. وهذا يعكس تحولا في مفهوم التواصل الإعلامي نحو مزيد من الانفتاح والتشاركية.

من جهة أخرى، يظهر ارتفاع نسبة القلق بشأن الأخبار الزائفة وتزييف الحقائق، كما يتضح من الجدول، تزايد الشعور بعدم الأمان المهني الناتج عن الاعتماد المتزايد على محتويات غير رسمية وغير موثوقة. الصحفي يواجه كميات هائلة من المعلومات، بينما يطلب منه في الوقت نفسه فرزها والتحقق من صحتها تحت ضغط الوقت والسرعة. (Arnaud, 2011, p. 95)

يدل ارتفاع نسبة الموافقة على عبارة التدوين الإلكتروني أداة للتفاعل مع الجمهور على إدراك الصحفيين لأهمية العلاقة التفاعلية.

إن تطور العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور في عصر الوسائط التشاركية، وهذا التحول في رؤيته لما أطلق عليه المشاركة التفاوضية بين وسائل الإعلام والجمهور، مؤكدا أن منصات التدوين الإلكتروني قد كسرت احتكار الخطاب الإعلامي، وفتحت آفاقا جديدة للحوار وتبادل الآراء والتغذية الراجعة. (Dominique, 1997, p. 86)

تعتبر نسبة كبيرة من الصحفيين أن هذا النوع من الإعلام يتطلب منهم اكتساب مهارات جديدة تتعلق بتقنيات الإعلام الرقمي، مما يعكس وعيا متزايدا بأهمية التكيف مع المعايير المهنية الحديثة المرتبطة بالصحافة متعددة الوسائط.

من جهة أخرى، أعربت نسبة ملحوظة من أفراد العينة عن مخاوف تتعلق بتأثير التدوين الإلكتروني على المصداقية والمهنية، خاصة فيما يتعلق بزيادة فرص انتشار الأخبار الكاذبة أو مشاركة الهواة غير المؤهلين. وهذا يعكس رغبة ضمنية في تنظيم المجال الرقمي وتحقيق توازن بين الانفتاح والمهنية.

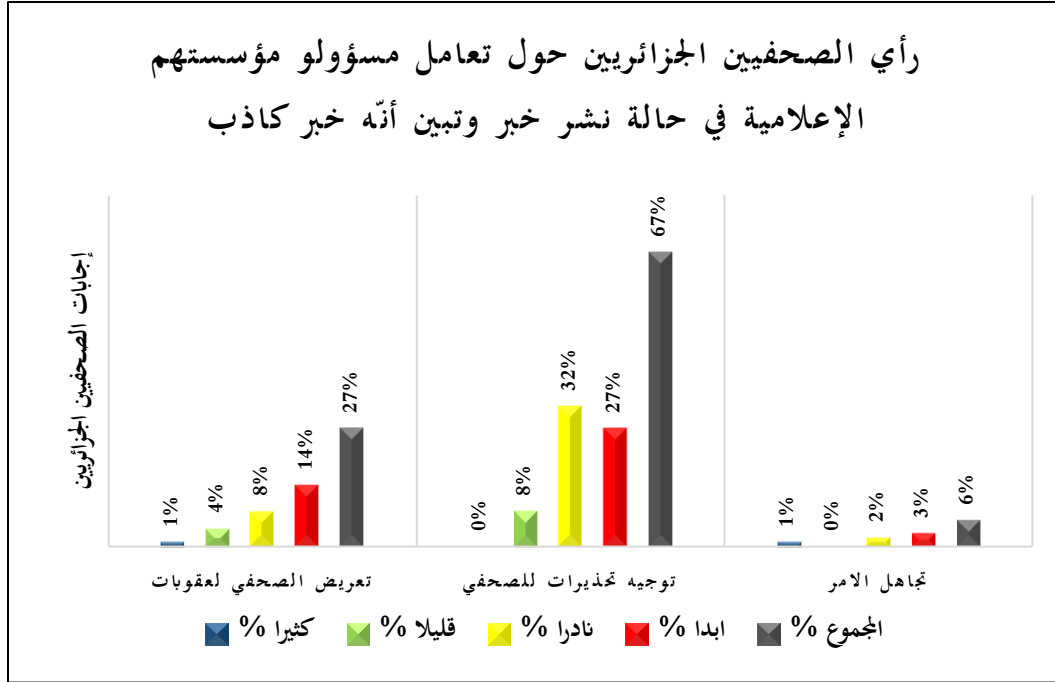
يعكس الحياد الظاهر في بعض العبارات، مثل تأثيره على وكالات الأنباء أو توثيق الأخبار، إما ترددا في إصدار أحكام نهائية أو نقصا في التجارب المباشرة لدى بعض الصحفيين في التعامل مع هذه المنصات. وهذا يبرز أهمية التدريب في هذا المجال وزيادة الوعي بأدوار التدوين الإلكتروني في المجال الإعلامي.

يظهر الاعتراف بأن التدوين الإلكتروني، يساهم في تقليل الجهد والوقت توجهها براغماتيا لدى الصحفيين نحو استخدام الأدوات الرقمية. إذ يرى الصحفيون أن هذه الوسائط تتيح لهم الوصول إلى مصادر متنوعة، سواء كانت تتعلق بالمعلومات أو التوثيق أو التفاعل مع الأطراف المعنية. ويتماشى هذا التوجه مع إن التحول في البنية التحتية للصحافة الرقمية، حيث أكد أن الصحفي لم يعد مجرد منتج للمعلومات، بل أصبح مستخدما نشطا لتكنولوجيا المعلومات، مما يمكنه من تحقيق كفاءة وسرعة أكبر في إنجاز مهامه الصحفية. (Bernard, La société conquise par la communication, 1997, p. 112)

بناء على ذلك، تتنوع التصورات الذهنية للصحفيين بين الاحتفاء بالمرونة والتفاعل، والقلق من فقدان الضبط المهني. وهذا يعكس ضرورة تكييف المسارات التكوينية والمواثيق الأخلاقية لتلبية متطلبات العمل الصحفي في البيئة الرقمية.

ما يمكن استنتاجه من خلال هذا الجدول كذلك، أن الصحفيين الجزائريين يعيشون في حالة من التوازن الحذر بين الاستفادة من مزايا التدوين الإلكتروني، والقلق من التحديات التي يطرحها. وهذا يستدعي إعادة تقييم استراتيجيات التكوين المستمر، وتعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، لضمان ممارسة مهنية تتماشى مع المبادئ الرقمية والأخلاقية الحديثة. ويعكس هذا الصراع التوتر القائم بين قيم المهنية التقليدية ومتطلبات الإعلام الجديد. ومن خلال الاتجاهات المحايدة، يتضح وجود نقاش داخلي مستمر حول مدى قدرة التدوين الإلكتروني على أن يكون بديلا شاملا للمصادر التقليدية.

المحور الخامس: تقييم الصحفيين الجزائريين لمصادقية مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار
الرسم البياني رقم 40: يوضح رأي الصحفيين الجزائريين حول تعامل مسؤولو مؤسساتهم الإعلامية في حالة نشر خبر وتبين أنه خبر كاذب



يتضح من خلال القراءة التي تحصلنا عليها في نتائج الجدول البسيط، أن الغالبية العظمى من الصحفيين لم يسبق لهم نشر أخبار كاذبة من مواقع التدوين الإلكتروني. حيث أفاد 44% منهم أنهم لم يقوموا بذلك مطلقا، و42% قالوا إنهم نادرا ما ارتكبوا هذا الخطأ، بينما أشار 12% إلى أنهم فعلوا ذلك في بعض الأحيان، و2% فقط اعترفوا بأنهم وقعوا في هذا الخطأ بشكل متكرر. فيما يتعلق بتعامل المؤسسات الإعلامية، أشار 67% من العينة إلى أن المؤسسة تلجأ إلى توجيه تحذير، بينما ذكر 27% أن العقوبات قد تكون أكثر شدة، مثل التعرض لعقوبات رسمية، في حين أن 6% فقط أفادوا بأن المؤسسة تتجاهل الأمر. ويلاحظ أنه كلما زادت وتيرة الوقوع في الخطأ، زادت احتمالية التعرض للعقوبة أو التحذير، مما يعكس وجود سياسات مهنية تتفاوت وفقا لطبيعة الانتهاك.

أما من خلال الرسم البياني، أعلاه تظهر النتائج أن العقوبات موجودة لكنها ليست شائعة جدا نسبة 27% من المشاركين في العينة أشاروا إلى أن العقوبات تطبق، لكن بنسب مختلفة (نادرا، قليلا، كثيرا). هذه النسبة تدل على أن بعض المؤسسات تستخدم العقوبات الرسمية، مما قد يعني وجود لوائح تنظيمية تحكم العمل التحريري،

لكنها ليست منتشرة بشكل واسع. المؤسسات الكبيرة أو التي تتبع توجهها مهنيا أكثر صرامة قد تكون أكثر حرصا على محاسبة الصحفيين عند حدوث أخطاء مهنية.

نسبة التجاهل منخفضة جدا، حيث تبلغ فقط 6% من الصحفيين ذكروا أن مؤسساتهم تتجاهل نشر الأخبار الكاذبة. وهذا يعتبر مؤشرا إيجابيا جزئيا على وجود بعض الرقابة التحريرية. لكن، من المهم أن نلاحظ أن هذه النسبة قد تعكس ضعف المتابعة أو عدم وجود آليات للتحقق بعد النشر في بعض المؤسسات.

التحذير هو الإجراء الأكثر شيوعا (67%) أكبر نسبة من الصحفيين أشاروا إلى أن مؤسساتهم تتعامل مع الأخبار الكاذبة من خلال توجيه تحذيرات فقط، هذا يشير إلى أن السياسة التأديبية داخل المؤسسات الإعلامية تميل إلى الحلول الإدارية اللطيفة، بدلا من اتخاذ إجراءات صارمة.

من المحتمل أن يكون ذلك بسبب غياب سياسات تحريرية صارمة، أو بسبب طبيعة العلاقات الإدارية بين الصحفيين والإدارة، والتي تعتمد أحيانا على التفاهم أكثر من العقوبة.

توزيع التكرارات حسب التكرار الزمني 44%، من المشاركين قالوا إنهم لم يواجهوا أبدا موقفا تعاملت فيه مؤسساتهم برد فعل. 42% ذكروا أن هذا يحدث نادرا. فقط 2% قالوا إن الإجراءات تحدث كثيرا.

التعامل مع الأخبار الكاذبة غالبا لا يعتبر ظاهرة متكررة داخل المؤسسات، أو أن هذه الحالات لا تعلن عنها بشكل واضح داخل قاعات التحرير.

تعكس هذه النتائج تفاوتاً في مستوى الوعي المهني لدى الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، حول مخاطر نشر الأخبار الكاذبة المستمدة من مواقع التدوين الإلكتروني.

تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة لم يقعوا في فخ الأخبار الكاذبة بشكل كبير، مما يدل على وجود انضباط مهني عام في التحقق من المعلومات قبل نشرها. وتظهر نتائج هذا الرسم البياني كذلك مدى حساسية بيئة العمل الصحفي تجاه الأخبار الكاذبة التي تنتشر في عالم التدوين الإلكتروني.

رغم أن معظم الأفراد لم يقعوا بشكل كبير في فخ هذه الأخبار، إلا أن طريقة تعامل المؤسسات الإعلامية مع هذا الخطأ المهني تعكس وعيا بمخاطر المعلومات المضللة. إن الحرص على توخي الحذر والالتزام بالمساءلة يعتبر دليلا على زيادة الالتزام المهني.

هذا ما أكدته "Arnaud Mercier" في دراسته عام 2011، حول تأثير المنصات الرقمية على آليات التحقق في غرف الأخبار، حيث أشار إلى أن الصحفي أصبح يتحمل مسؤولية متزايدة في التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، وذلك نتيجة لتسارع تدفق المعلومات في البيئة الرقمية. (Arnaud, Les journalistes et Internet, Une révolution dans la rédaction, 2011, p. 102)

من ناحية أخرى، أجابت نسبة قليلة من المبحوثين بتعرضهم لعقوبات مباشرة، مما قد يدل على أن الصحفي غالبا ما يتاح له فرصة تصحيح الأخطاء دون التسرع في فرض عقوبات صارمة. وهذا يفهم على أنه توازن بين تشجيع المبادرة الفردية ومساءلة المسؤولية التحريرية.

إن الوسائط الرقمية تضع ضغطا دائما على المؤسسات الإعلامية لتحديث سياساتها التحريرية ووضع ضوابط واضحة لاستخدام المحتوى التشاركي، مما يساعد في تقليل فرص نشر الأخبار المضللة أو غير المؤكدة. (Dominique C. , 2010, p. 89)

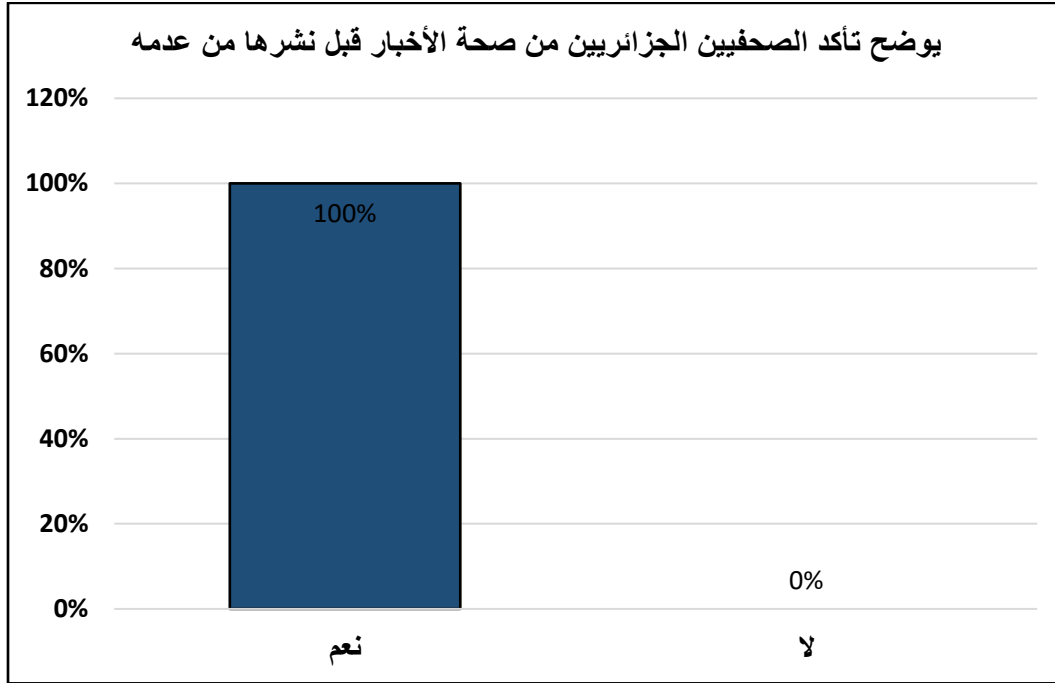
تتوافق هذه الرؤية مع ما قدمه "Jean Gabszewicz" في دراسته حول اقتصاديات وسائل الإعلام، حيث يبرز أن الثقة والمصادقية أصبحتا من المعايير الأساسية التي يعتمد عليها الجمهور في تقييم قيمة الوسيلة. (Jean, 2001, p. 113)

من ناحية أخرى، أقر عدد قليل من الصحفيين بتعرضهم لعقوبات مباشرة، مما قد يدل على أن الصحفي غالبا ما يمنح فرصة لتصحيح الأخطاء دون التسرع في فرض عقوبات صارمة. وهذا يفهم على أنه توازن بين تشجيع المبادرة الفردية ومساءلة المسؤولية التحريرية.

وبالتالي، فإن البيئة الإعلامية، كما تظهرها هذه البيانات، ليست معادية للتجريب أو استخدام مصادر غير تقليدية، لكنها أيضا ليست متساهلة إلى حد التهاون. بل تسعى إلى ترسيخ نوع من الرقابة المهنية المرنة، التي لا تقيد الصحفي، بل تنبئه وتوجهه.

المؤسسات الإعلامية الجزائرية تفضل استخدام أسلوب التحذير بدلا من العقوبات المباشرة، عدم وجود رد فعل فعال أو الاكتفاء بالتنبيه قد يؤدي إلى تكرار الأخطاء أو التهاون في التحقق من المحتوى. من المهم أن تعمل هذه المؤسسات على تطوير سياسات تحريرية واضحة ومعلنة للتعامل مع التضليل الإعلامي، خاصة في بيئة رقمية تتداول الأخبار بسرعة.

الرسم البياني رقم 41: يوضح تأكد الصحفيين الجزائريين من صحة الأخبار قبل نشرها من عدمه



يوضح الجدول أن جميع أفراد العينة، بنسبة 100%، أكدوا أنهم يتحققون من صحة الأخبار قبل نشرها، ولم يسجل أي امتناع أو تقصير في هذا الصدد.

تعكس هذه النتيجة وعيا مهنيا عاليا لدى الصحفيين، بأهمية التحقق من صحة الأخبار والمصادر. التأكد من صحة الخبر يعتبر من الركائز الأساسية لأخلاقيات العمل الصحفي، وقد أظهرت العينة التزاما قويا بهذا المبدأ. وفقا لمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ينتظر من الصحفي أن يكون دقيقا في نقل المعلومات، وهو ما تتوافق معه نتائج هذا الرسم البياني.

هناك فجوة محتملة بين ما يقال وما يمارس. رغم النتائج الإيجابية، من المهم أن نكون حذرين من وجود فرق بين التصريحات والممارسات الفعلية في غرف التحرير. على سبيل المثال، قد يقول الصحفي إنه يتحقق دائما من صحة الأخبار، لكن هذا لا يعني أن الإجراءات المتبعة في المؤسسة كافية لضمان ذلك. هذه الفجوة قد تظهر في حال عدم وجود أنظمة تدقيق وتحرير، أو في ظل السبق الصحفي.

تحقق من صحة الأخبار في العالم الرقمي مع تزايد استخدامنا للمنصات الرقمية ومصادر التدوين الإلكتروني، أصبحت مهمة التحقق أكثر تحدياً. الأخبار التي تنتشر على الأنترنت تحتاج إلى تدقيق دقيق، وقد يتضمن ذلك التحقق من هوية مصدر المعلومة، ومطابقة المعلومة مع أكثر من مصدر موثوق، واستخدام أدوات التحقق الرقمي.

يمكننا النظر إلى هذه النتيجة كلما تطور وعي الصحفي بأهمية المصداقية، خاصة مع الانتقادات التي تواجه الإعلام الرقمي بسبب التضليل الإعلامي والسرعة التي تأتي على حساب الجودة. يبدو أن المؤسسات الإعلامية بدأت تفرض معايير مهنية أو برامج تدريب في هذا المجال، وهذا ينعكس في هذه النتيجة. فإن دقة المعلومة ومسؤولية الصحفي ليست مجرد معيار مهني، بل هي مطلب اجتماعي للحفاظ على الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

تظهر هذه النتيجة التزاما واضحا من الصحفيين الجزائريين بمبدأ التحقق من المعلومات قبل نشرها، ويعزز هذه النتيجة، حيث يعتبر أن التحقق هو الأساس في العمل الصحفي. (Kovach Bill and Rosenstiel, 2007, p. 83)

مما يعتبر مؤشرا إيجابيا على مستوى الوعي المهني داخل المؤسسات الإعلامية، خاصة في ظل بيئة رقمية تتميز بتدفق هائل للمعلومات وسهولة تضليل المعلومات.

كما قد تعكس هذه النتيجة الضغوط الأخلاقية والتنظيمية التي يتعرض لها الصحفي، سواء من إدارة المؤسسة أو من رقابة الجمهور، الذي أصبح بدوره فاعلا إعلاميا ونقديا نتيجة تفاعله مع المحتوى المنشور.

قد تعكس هذه النتيجة أيضا الضغوط الأخلاقية والتنظيمية التي يتعرض لها الصحفي، سواء من قبل إدارة المؤسسة أو من رقابة الجمهور، الذي أصبح بدوره لاعبا مؤثرا في المجال الإعلامي والنقدي نتيجة لتفاعله مع المحتوى المنشور.

إن التحقق من صحة المحتوى الرقمي لم يعد مجرد خيار، بل أصبح مسؤولية مهنية ضرورية في عصر التدفق المعلوماتي. (Wardle & Derakhshan, Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making, 2017, p. 29)

فعملية التحقق في العصر الرقمي لم تعد تقتصر على المراجعة التقليدية للحقائق، بل أصبحت تتطلب استخدام أدوات رقمية واستراتيجيات متطورة لمواجهة تدفق المعلومات المضللة. (Arnaud, Les journalistes et Internet, Une révolution dans la rédaction, 2011, p. 112)

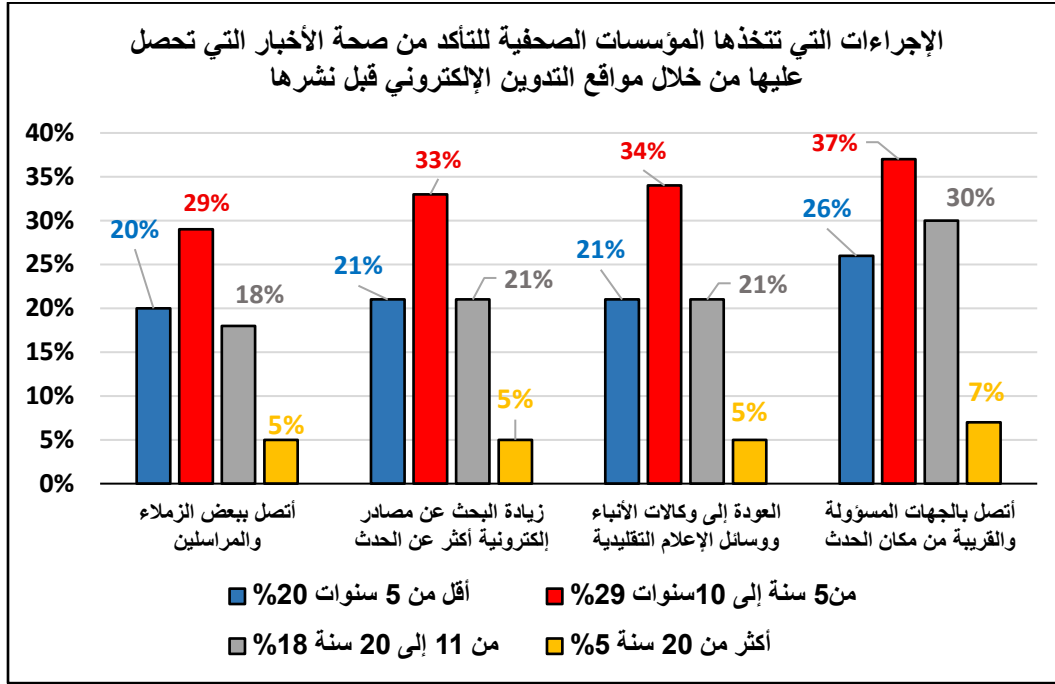
من ناحية أخرى، قد يعتبر هذا الإجماع دافعا لتقديم صورة إيجابية أمام الباحث، وهو ما يعرف في الدراسات الاجتماعية بالتحيز الاجتماعي المرغوب فيه، حيث يميل المستجيبون إلى عرض صورة مثالية عن سلوكياتهم.

على الرغم من الإيجابية الواضحة في هذه النتيجة، إلا أن التحقق العملي من صحتها يستلزم إجراء متابعة ميدانية أو مقابلات معمقة للتأكد من أن هذه الممارسات تطبق فعليا كما تم الإعلان عنها. وتشير النتائج السابقة (الرسم البياني رقم 30) إلى أن بعض الصحفيين قد وقعوا بالفعل في فخ نشر أخبار كاذبة، مما يدل على وجود فجوة بين النية والتطبيق.

النتيجة إيجابية وتعكس وعي الصحفيين بأهمية التحقق من المعلومات قبل نشرها. ومع ذلك، من المهم مقارنة هذه النتيجة ببيانات أخرى مثل: طرق التحقق، وسائل التحقق، حالات التسرع. للحصول على تقييم أكثر دقة، سيكون من الرائع أن تدعم المؤسسات الإعلامية هذا الاتجاه من خلال:

- تنظيم تدريبات دورية،
- استخدام أدوات رقمية للتحقق،
- تطوير أدلة تحريرية واضحة.

الرسم البياني رقم 42: يوضح الإجراءات التي تتخذها المؤسسات الصحفية للتأكد من صحة الأخبار التي تحصل عليها من خلال مواقع التدوين الإلكترونية قبل نشرها



توضح النتائج المتحصل عليها في الجدول البسيط، أن الطريقة الأكثر شيوعاً التي يعتمد عليها الصحفيون للتحقق من صحة الأخبار هي التواصل مع الجهات المسؤولة والقريبة من موقع الحدث، حيث بلغت نسبتها 29%، تليها العودة إلى وكالات الأنباء ووسائل الإعلام التقليدية بنسبة 24%، ثم البحث المتزايد عن مصادر إلكترونية بنسبة 24%، في حين سجل الاتصال بزملاء المهنة أدنى نسبة، حيث بلغت 21.7%.

- **الاتصال بالجهات المسؤولة:** تظهر النتائج أن معظم الصحفيين يفضلون التحقق الرسمي من مصدر قريب من الحدث. يعتبر هذا الإجراء الأكثر مهنية وموثوقية، مما يعزز مصداقية المؤسسة الصحفية. كما يدل على وعي متزايد بضرورة تجنب الأخبار الزائفة المنتشرة عبر التدوين الإلكتروني.

- **العودة إلى وكالات الأنباء التقليدية:** نسبة (81%) تعكس استمرار الاعتماد على المصادر التقليدية كمرجع موثوق، خاصة مع تزايد الشكوك حول صحة المعلومات الرقمية. يمكن ربطه بنظرية "بوابة الأخبار" Gatekeeping Theory التي تعتبر وكالات الأنباء من أولى مصادر التصفية.

- البحث عن مصادر إلكترونية أخرى: يدل على سلوك استقصائي رقمي متطور لدى الصحفيين، خصوصا من لديهم خبرة متوسطة (5-10 سنوات). يظهر انفتاحا على التحقق متعدد المصادر، لكنه يتطلب أدوات ووعي رقمي لتجنب التضليل.

- الاتصال بالزملاء والمراسلين: تعتبر طريقة تقليدية لكنها فعالة، وتعكس أهمية شبكة العلاقات المهنية داخل المؤسسات الإعلامية. هذا النوع من التحقق شائع بين الصحفيين الميدانيين، خصوصا في غياب الوصول المباشر للمصادر.

إن تأثير سنوات الخبرة لدى الصحفيون الذين لديهم خبرة تتراوح بين "5 إلى 10 سنوات"، هم الأكثر نشاطا وتنوعا في استخدام طرق التحقق. قد يكون ذلك لأنهم يمتلكون وعيا رقميا وحدثة بالتكنولوجيا، بالإضافة إلى إلمام نسبي بالمعايير المهنية. أما الصحفيون الذين لديهم أكثر من "20 سنة" خبرة، فهم الأقل نسبة في جميع الإجراءات. قد يكون السبب في ذلك هو اعتمادهم التقليدي على مصادر معينة، أو قلة إقبالهم على منصات التدوين الإلكتروني. أما الصحفيون حديثو الخبرة "أقل من 5 سنوات" يظهرون نشاطا جيدا، مما يدل على رغبتهم في إثبات كفاءتهم، لكن قد يفتقرون إلى الثقة أو شبكة العلاقات.

تظهر النتائج أن المؤسسات الإعلامية تستخدم أساليب متنوعة للتحقق من صحة الخبر، مما يعكس تنوعا إيجابيا في الإجراءات. هذا يدل على مدى اهتمام المهنة بالمصداقية. في زمن تتزايد فيه الأخبار الكاذبة، فإن وجود طرق متعددة للتحقق يعد من ضمانات النزاهة الصحفية، مما يقلل من فرص الوقوع في فخ التضليل. كما أن الجدول يبرز التفاعل بين المهنة التقليدية والرقمية الحديثة، حيث يجمع الصحفيون بين العودة للمصادر الكلاسيكية والبحث الرقمي المتطور.

تعكس النتائج المتحصل عليها أعلاه، أن مستوى الوعي المهني لدى الصحفيين الجزائريين، عند تعاملهم مع الأخبار المستمدة من مواقع التدوين الإلكتروني. إن اعتماد نسبة ملحوظة من الصحفيين على التواصل مع الجهات المسؤولة والقريبة من موقع الحدث، ومن خلال النسبة المتحصل عليها يعتبر دليلا قويا

على وعيهم بأهمية التحقق من المعلومات من مصادرها الأصلية، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة بشكل واسع عبر المنصات الرقمية.

إن اعتماد الصحفيين بشكل ملحوظ على وسائل الإعلام التقليدية ووكالات الأنباء، يعكس استمرار الثقة في المؤسسات الإعلامية الكبرى كمصادر موثوقة للمعلومات، على الرغم من الانفتاح الواسع على منصات التدوين الإلكترونية (غير الاحترافية). هذا التوازن بين الوسائط الرقمية والتقليدية يشير إلى تبني الصحفي المعاصر لمقاربة هجينة، حيث يستفيد من السرعة التي توفرها الوسائط الجديدة دون التخلي عن أسس التحقق التي اكتسبها في السياق التقليدي للمهنة.

تشير هذه الإجراءات إلى اعتماد الصحفيين على مجموعة متنوعة من آليات التحقق لضمان مصداقية المحتوى المستمد من التدوين الإلكتروني. وهذا يتماشى مع ما طرحه "François Jost" في تحليله لثقافة الإعلام الرقمي، حيث يعتبر أن التحقق أصبح ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في مواجهة الفيض الهائل من المعلومات المتاحة. (François, 2007, p. 92)

إن سرعة انتشار المعلومات على الأنترنت تفرض على الصحفيين اعتماد استراتيجيات متعددة لتجنب الوقوع في فخ التضليل. (Yves, 2011, p. 137)

من ناحية أخرى، يفضل بعض الصحفيين توسيع نطاق البحث الرقمي للعثور على مصادر إضافية تتعلق بالحدث، مما يعكس تحولا في الثقافة المهنية نحو تعزيز مهارات البحث والتحقق الرقمي. ويعكس هذا السلوك المهني اعتماد الصحفيين على أدوات أكثر تنوعا وتعقيدا في عملية جمع المعلومات.

والقدرة على التحليل النقدي للمصادر أصبحت مهارة ضرورية في التدريب المهني للصحفيين في العصر الرقمي. (Divina, 2012, p. 201)

هناك عدد من الصحفيين الذين يتواصلون مع زملائهم ومراسليهم لتأكيد صحة الأخبار إلى وجود بعد تواصل في بيئة العمل الصحفي. يعتبر التشاور المهني أداة أساسية للتحقق من المعلومات وتعزيز الدقة. تكتسب هذه النقطة أهمية خاصة في المؤسسات الإعلامية التي قد تفتقر إلى تغطية جغرافية كافية، أو في حالات وجود تضارب في المعلومات المتداولة.

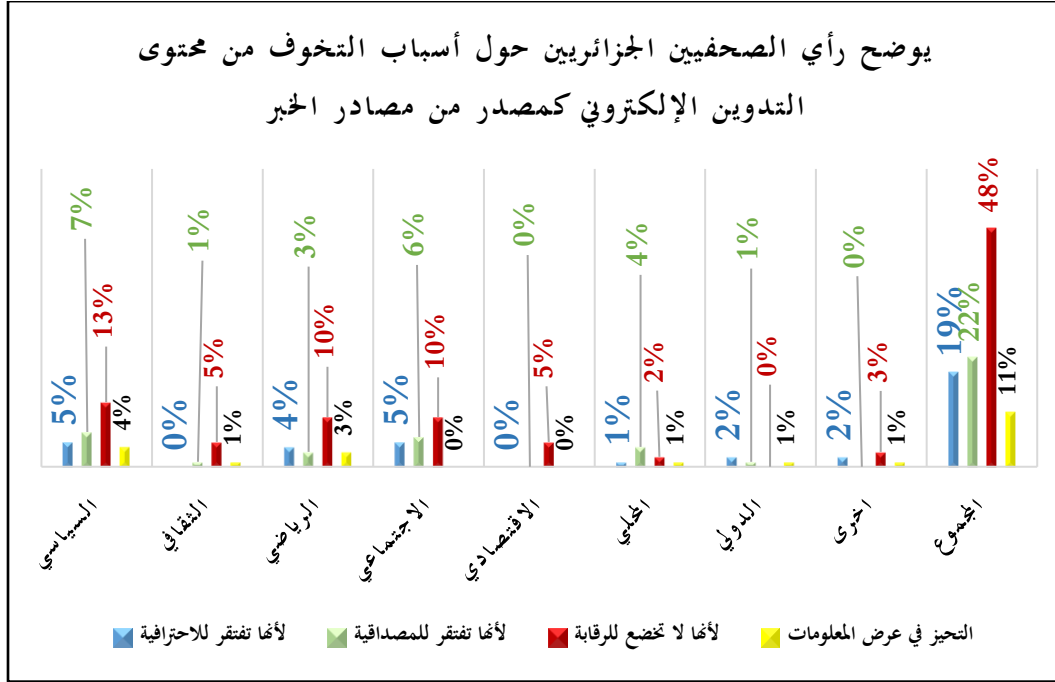
من الملاحظ أيضا أن مستويات الخبرة المتنوعة لم تحدث فرقا ملحوظا في توزيع هذه السلوكيات، مما قد يشير إلى انتشار هذا الوعي المهني بين مختلف الفئات العمرية والمستويات المهنية. وهذا يعكس توجهها عاما نحو تعزيز ثقافة التحقق والمسؤولية في الممارسة الصحفية اليومية.

من خلال هذا الجدول، يمكننا أن نستنتج من النتائج الواردة في هذا الجدول أن الصحفيين الجزائريين لا يعتبرون التدوين الإلكتروني مصدرا وحيدا للمعلومات، بل يقومون بتطبيق مجموعة من آليات التدقيق والتحقق عليه. وهذا يعكس وعيهم النقدي ورغبتهم في الحفاظ على مصداقيتهم المهنية، في ظل بيئة إعلامية تتسم بالتسارع والتعقيد.

الصحفيون الجزائريون من عينة الدراسة يظهرون التزاما رائعا بتعدد وسائل التحقق من الأخبار التي تأتي من منصات التدوين الإلكتروني. الاتصال بالجهات الرسمية هو الإجراء الأكثر موثوقية، يليه البحث الرقمي ووكالات الأنباء. سنوات الخبرة تلعب دورا مهما في تحديد مدى انفتاحهم على المصادر الإلكترونية واستخدام أدوات التحقق.

الرسم البياني رقم 43: يوضح رأي الصحفيين الجزائريين حول أسباب التخوف من محتوى التدوين الإلكتروني كمصدر

من مصادر الخبر



تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة من أفراد العينة، والتي بلغت 48%، عبرت عن قلقها من التدوينات الإلكترونية بسبب غياب الرقابة. تليها نسبة 22% تعبر عن تخوفها من ضعف المصداقية، ثم 19% تعبر عن قلقها من ضعف الاحترافية. وأخيرا، عبر 11% فقط عن مخاوفهم من التحيز في عرض المعلومات، سنقوم بعرض كل قسم بشكل منفصل لتسهيل القراءة والفهم الجيد للنتائج.

➤ القسم السياسي:

يميل القسم السياسي بشكل ملحوظ إلى القلق من غياب الرقابة، حيث بلغت النسبة 44.8% (13 من 29). ويعتبر هذا الأمر متوقعا نظرا لحساسية المواضيع السياسية التي تتطلب تحققا دقيقا، نظرا لتبعاتها المهنية والأخلاقية. كما أشار 24.1% (7 أفراد) إلى ضعف المصداقية، مما يعكس تشككهم في المحتوى غير المهني المتعلق بالشأن السياسي.

➤ القسم الرياضي والاجتماعي:

هناك أيضا ميل نحو القلق من غياب الرقابة وضعف الاحترافية. على سبيل المثال، عبرت الصحافة الرياضية عن قلقها من غياب المعايير، حيث بلغت النسبة 50% (10 من 20)، ربما بسبب الانتشار السريع للإشاعات الرياضية.

➤ القسم الثقافي والدولي:

على الرغم من أن الأرقام هنا منخفضة، إلا أن القسم الثقافي يظهر قلقا أكبر اتجاه ضعف الرقابة، حيث عبر 5 من أصل 7 عن هذا القلق، وهو ما قد يرتبط بصعوبة التحقق من المعلومات الثقافية غير الموثقة.

➤ قسم الاقتصاد:

عبر جميع أفراد هذا القسم (5 من أصل 5) عن قلقهم من غياب الرقابة، مما يعكس إدراكهم لخطورة نشر معلومات اقتصادية غير دقيقة.

ما يمكن تحليله من هذه النتائج المتحصل عليها هو:

- غياب الرقابة (48%)، هذا هو السبب الأكثر إثارة للقلق، يشير إلى أن الصحفيين يدركون أن المحتوى على المدونات، ومواقع التدوين الإلكتروني غالبا ما لا يخضع للتحقق أو المراجعة التحريرية. وهذا يعكس ضعف البنية التنظيمية للمحتوى الإلكتروني مقارنة بالمؤسسات الإعلامية الرسمية. القلق هنا يتعلق بإمكانية انتشار المعلومات المضللة أو المفبركة في غياب رقابة تحريرية أو مهنية.
- ضعف المصادقية (22%) ينبع من الاعتقاد بأن المدونين، أو صناع المحتوى الرقمي، لا يلتزمون غالبا بالمعايير الأخلاقية أو المهنية في نقل الأخبار. قد يعود هذا التخوف إلى التجارب السابقة للصحفيين مع معلومات مغلوطة من هذه المصادر.
- غياب الاحترافية (19%) يتضمن نقص المهارات الصحفية مثل التحقق، التحرير المهني، أو التوازن في التغطية. وهذا يشير إلى أن التدوينات تعتبر محتوى هواة وليس محترفا، مما يقلل من ثقة الصحفي بها كمصدر موثوق.
- التحيز في عرض المعلومات (11%)، رغم أنه أقل ذكرا، إلا أنه مهم جدا يعكس وعيا بأن المدونين قد ينقلون وجهات نظرهم الشخصية دون حياد. التحيز قد يكون أيديولوجيا، سياسيا، أو حتى متعلقا بالهوية أو الانتماء الجهوي.

إن توزيع المخاوف حسب التخصصات الصحفية الصحفيون في الأقسام السياسية والاجتماعية والرياضية هم الأكثر تعبيراً عن هذه المخاوف، خصوصاً فيما يتعلق بالرقابة والمصادقية. بينما عبر الصحفيون في الأقسام الثقافية والدولية والاقتصادية عن نسب أقل، مما قد يشير إلى:

- إما قلة اعتمادهم على التدوين الإلكتروني لجمع الأخبار،
- أو أن نوعية محتواهم لا تحتاج إلى السرعة والمباشرة مثل الملفات السياسية أو الاجتماعية.

إن الصحفيون يعرفون تماماً كم هو مهم التحقق والدقة في عالم مليء بالمصادر الرقمية. ومع ذلك، لا يزال هناك حذر واضح من الاعتماد الكلي على التدوين الإلكتروني. وهذا الحذر هو أمر طبيعي ويظهر التزامهم بمعايير العمل الصحفي، ويبرز أهمية وجود سياسات تحريرية واضحة وممارسات تحقق داخل المؤسسات.

يكشف لنا هذا التوزيع أن معظم الصحفيين لا يرفضون فكرة التدوين الإلكتروني، بل يشعرون بالقلق تجاه طبيعته غير المنظمة وافتقاره إلى معايير مهنية محددة. فقد أصبحت التدوينات الإلكترونية مصدراً سريعاً ومتاحة للمعلومات، لكن استخدامها كمصدر للخبر الصحفي يثير العديد من المخاوف المهنية لدى الصحفيين، وهوما تؤكد نتائج الجدول.

يتصدر غياب الرقابة قائمة هذه المخاوف، وهو أمر مفهوم في ظل بيئة تدوينية مفتوحة يمكن لأي مستخدم المشاركة فيها دون قيود، مما يضعف القدرة على التحقق من صحة المعلومات. هذا الوضع يضع الصحفي في موقف خطر، حيث يصبح مسؤولاً عن محتوى قد لا يمتلك الأدوات الكافية للتحقق منه بشكل كامل.

في المرتبة الثانية، يأتي ضعف المصادقية، وهو تخوف يبدو مرتبطاً بتجارب سابقة أو قصص متداولة حول معلومات خاطئة تم نشرها عبر منصات التدوين الإلكتروني.

أما الافتقار للاحترازية، فيشير إلى القلق من الخلط بين ما يكتب في التدوينات كأراء شخصية، وما يفترض أن يكون معلومات صحفية دقيقة. ورغم أهمية التحيز، فقد جاء في المرتبة الأخيرة، ربما لأن التحيز موجود أيضاً في الوسائل الإعلامية التقليدية، وبالتالي لا يعتبر سمة خاصة للتدوين الإلكتروني، بل هو سمة عامة في الإعلام.

إن القلق والتخوف من التدوين الإلكتروني نتيجة لغياب الرقابة، فالصحافة في عصر الوسائط الرقمية لم تعد تمتلك السيطرة الكاملة على مصادر الأخبار. وهذا الأمر جعل الصحفيين في حاجة أكبر من أي وقت مضى إلى مهارات التحقق والتثبت. كما تناول الكتاب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على ديناميكيات جمع الأخبار،

حيث أشار إلى أن تنوع مصادر المعلومات وغياب الضوابط التحريرية الصارمة في المحتوى الرقمي يضع عبء التحقق والمهنية على عاتق الصحفي نفسه. (Arnaud, Journalisme et réseaux sociaux, 2015, p. 42)

تشكل المعلومات غير المنظمة أو الغير متأكد من مصداقيتها تهديدا لصحة النقاش العام، مما يفسر قلق الصحفيين من أن تؤدي التدوينات الإلكترونية إلى تشويه الحقيقة بدلا من توضيحها.

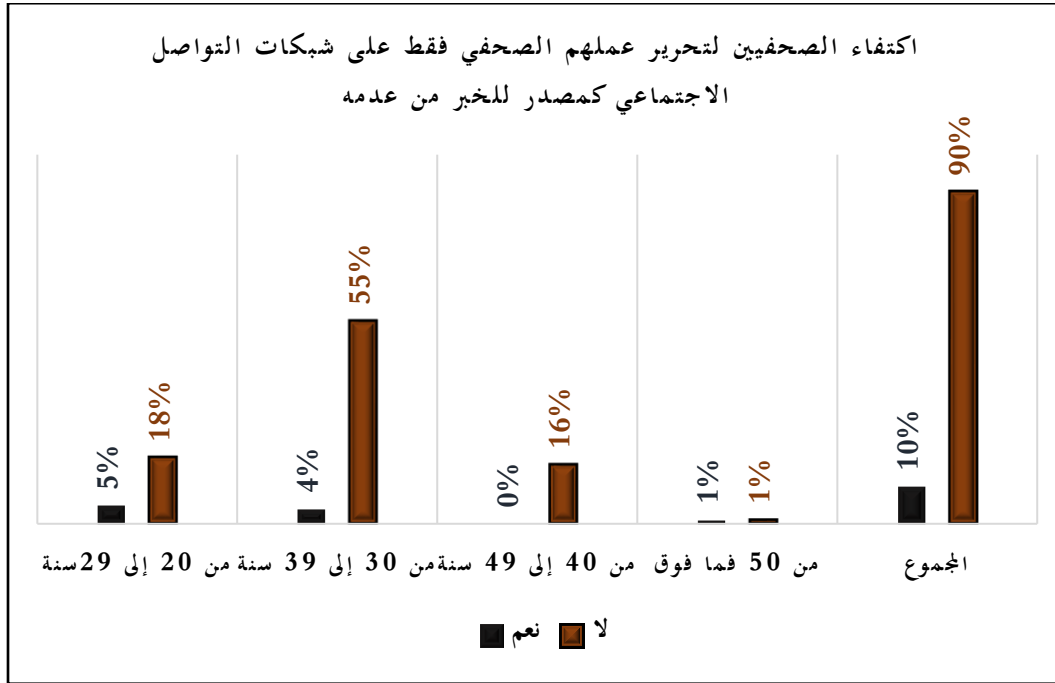
وتراجع المصداقية في التدوين الإلكتروني يرجع إلى غياب الوساطة المهنية التي توفرها المؤسسات الإعلامية التقليدية. وهذا ما يجعل المحتوى التدويني الإلكتروني ينتشر بسهولة، لكنه يصبح من الصعب الاعتماد عليه. (Jean-Marie, 2003, p. 103)

يمكن استنتاج أن طبيعة التخصص الصحفي تؤثر بشكل مباشر على المخاوف التي يشعر بها الصحفيون اتجاه التدوينات الإلكترونية كمصدر للمعلومات. فقد أظهر الصحفيون في الأقسام السياسية والاقتصادية مستوى عال من التحفظ، حيث كانت مخاوفهم تتركز بشكل أساسي على غياب الرقابة وضعف المصداقية، وهما عنصران حيويان بالنسبة للصحفيين الذين يتعاملون مع قضايا تتطلب دقة سواء كانت سياسية أو اقتصادية.

في المقابل، ركز الصحفيون في الأقسام الرياضية والاجتماعية على مخاوف تتعلق بضعف الاحترافية وسرعة انتشار معلومات غير دقيقة، مما يعكس طبيعة التغطية في هذه المجالات التي تتسم بالتنافس الشديد وسرعة الإيقاع. ويبدو أن ضعف المصداقية في التدوين الإلكتروني لا ينجم فقط عن المحتوى نفسه، بل أيضا عن غياب الوساطة المهنية التي كانت تقدمها المؤسسات الإعلامية التقليدية، والتي كانت تعمل كفيلتر مهني ينظم عملية النشر. وبالتالي، أصبح التدوين الإلكتروني محتوى قابلا للانتشار السريع، لكنها تفتقر إلى الموثوقية، مما يصعب الاعتماد عليها كمصدر وحيد للأخبار دون تحقق دقيق.

عدم خضوع التدوين الإلكتروني للرقابة، هو السبب الرئيسي الذي يثير الشك لدى الصحفيين، يليه ضعف المصداقية والاحترافية. رغم التقدم الرقمي، لا تزال هناك فجوة في الثقة بين الصحفيين وهذه المصادر. من المهم أن تقدم المؤسسات الإعلامية دورات تدريبية للصحفيين حول كيفية التحقق من مصادر التدوين الإلكترونية، مع استخدام أدوات تحقق رقمية متطورة.

الرسم البياني رقم 45: يوضح اكتفاء الصحفيين لتحرير عملهم الصحفي فقط على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر من عدمه



أظهرت الفئة العمرية من (20 إلى 29) سنة أعلى نسبة من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، حيث بلغت نسبتها 21%، وهذا يعكس توجهها متزايدا نحو استخدام الوسائط الحديثة بين الصحفيين الشباب.

أما الصحفيين التي تتراوح أعمارهم بين (30 إلى 39) سنة التي تعتبر الأكبر عددا، فقد بلغت نسبة اعتمادها على هذه الشبكات 6.8% فقط، في حين أن 93% منهم لا يكتفون بمصادر التواصل الاجتماعي، مما يدل على وجود ميل واضح نحو تحقيق توازن بين المصادر الرقمية والتقليدية.

فيما يتعلق بالصحفيين من عينة الدراسة التي تتراوح أعمارهم من 40 إلى 49 سنة و50 سنة فما فوق، فإنهما تكادان ترفضان الاعتماد على مصادر التواصل الاجتماعي. حيث أظهرت الفئة من 40 إلى 49 عاما نسبة 0% من الموافقة، بينما بلغت نسبة الموافقة في الفئة من 50 عاما فما فوق 0.5%، إلا أن هذه النسبة غير دالة بسبب صغر حجم العينة (شخصين فقط).

وفقا لما ذكره الباحثين في دراستهم حول الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر، فإن الصحفيين الأصغر سنا يشعرون براحة أكبر في التعامل مع البيئة الرقمية، إلا أنهم يظلون مدركين لمحدودية موثوقية المحتوى. (Ling, p. 138)

تشير النتائج إلى أن الصحفيين الشباب يميلون بشكل أكبر إلى الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات، فالصحفيين من الفئات العمرية الأصغر قد نشأوا أو تدربوا في عصر الأنترنت، مما جعلهم معتادين على استخدام التكنولوجيا الحديثة، مثل مواقع التدوين الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث، وغيرها. لذا، يشعرون بثقة وسلاسة أكبر في التنقل بين هذه الوسائط الرقمية، والبحث فيها، واستخدامها كمصادر للمعلومات.

ربما بسبب إلمامهم الرقمي وسرعة الوصول التي توفرها هذه الوسائط. ومع ذلك، لا تزال الغالبية العظمى من الصحفيين في جميع الفئات العمرية تفضل التحقق من الأخبار عبر مصادر أكثر موثوقية، مما يدل على وعي مهني بأهمية عدم الاكتفاء بالمصادر غير الرسمية.

على الرغم من إلمامهم بالتكنولوجيا، إلا أن هؤلاء الصحفيين لا يثقون بشكل أعمى بكل ما ينشر على الأنترنت. فهم يدركون أن المحتوى المتوفر على الشبكات الاجتماعية ومواقع التدوين الإلكتروني، قد يكون غير دقيق أو محرف أو موجه، بل وقد يكون زائفا، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الرقمي. لذا، يتعاملون مع هذه المصادر بحذر، ويعتمدون على آليات للتحقق، مثل الرجوع إلى وكالات الأنباء أو التواصل مع مصادر موثوقة، قبل أن يضمنوا استخدامها رسميا في تقاريرهم الصحفية.

إن التغيرات في الممارسات المهنية داخل غرف الأخبار ترتبط بتقنيات الوساطة الحديثة، إلا أن هذه التحولات تظل مرتبطة بقدرة الصحفي على تحقيق التوازن بين السرعة والدقة. (Bruno, 2005, p. 133)

والتوازن في سلوك الصحفيين الشباب، يتمتع هؤلاء الصحفيون بمهارات تقنية متقدمة في الوسائط الرقمية، إلا أنهم يدركون جيدا المخاطر المهنية المرتبطة بالاعتماد على هذه الوسائط كمصدر رئيسي للمعلومات.

ومن الملاحظ أيضا أن الفئات الأكثر خبرة (الأكبر سنا) تتبنى سلوكا أكثر تحفظا تجاه هذه المنصات، مما يعكس تأثير خلفياتهم المهنية والتدريب التقليدي على ممارساتهم التحريرية.

يشير هذا إلى الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم عادة بين 40 و 50 عاما، والذين قضوا سنوات طويلة في مجال الصحافة قبل ظهور الرقمنة ووسائل التواصل الاجتماعي. بعبارة أخرى، هم الصحفيون الذين تشكلت ممارساتهم المهنية في بيئة تقليدية تعتمد على المصادر الكلاسيكية للمعلومات، مثل وكالات الأنباء، المؤتمرات الصحفية، البيانات الرسمية، والمقابلات الميدانية.

إنهم لا يعتمدون بسهولة على مواقع التدوين الإلكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للأخبار. فهم يتسمون بالحذر والشك في مصداقية المعلومات المتداولة عبر هذه المنصات، وقد يترددون في استخدامها دون التحقق منها من خلال قنوات رسمية أو مصادر موثوقة.

هذا السلوك الحذر ليس وليد الصدفة، بل هو نتاج طبيعي لتكوينهم المهني الذي تشكل ضمن إطار تقليدي صارم. إذ يعتبر التحقق من المصادر، الموثوقية والتدقيق من العناصر الأساسية في العمل الصحفي. إن أسلوبهم في تحرير الأخبار واختيار المصادر وإجراء التحريات قبل النشر، يتأثر بشكل ملحوظ بهذه الخلفية التقليدية، مما يجعلهم أقل حماسا اتجاه الوسائط الجديدة. على النقيض من ذلك، يتمتع الجيل الأصغر بمرونة وسرعة أكبر في اعتماد الأدوات الرقمية.

فالتحقق من صحة المحتوى يظل أحد الأسس الأساسية للممارسة الصحفية، حتى في عصر وسائل التواصل الاجتماعي. (Ari, p. 55)

هذا يفسر تفضيل معظم الصحفيين الجزائريين في العينة عدم الاكتفاء بذلك. فهم لا يرفضون الوسائط الرقمية بشكل قاطع، لكنهم يتعاملون معها بحذر أكبر. يعود ذلك إلى ثقافة مهنية تقليدية تؤكد على ضرورة التحقق الدقيق من مصادر الأخبار قبل نشرها.

1. رفض شبه جماعي للاعتماد الكلي: تشير النتائج إلى أن معظم الصحفيين يدركون أهمية تنوع مصادر الأخبار، فشبكات التواصل وحدها لا تكفي لضمان المصداقية، التحقق من المعلومات، الحياد والتحليل المتوازن.

2. الدور المكمل لا المحوري لشبكات التواصل: تستخدم شبكات التواصل غالبا كوسيلة للرصد الأولي والتتبع اللحظي. كأداة لتحديد مؤشرات الخبر أو اتجاهات الرأي العام. لكن معظم الصحفيين لا يعتمدون عليها كمصدر وحيد، خاصة مع انتشار الأخبار الزائفة.

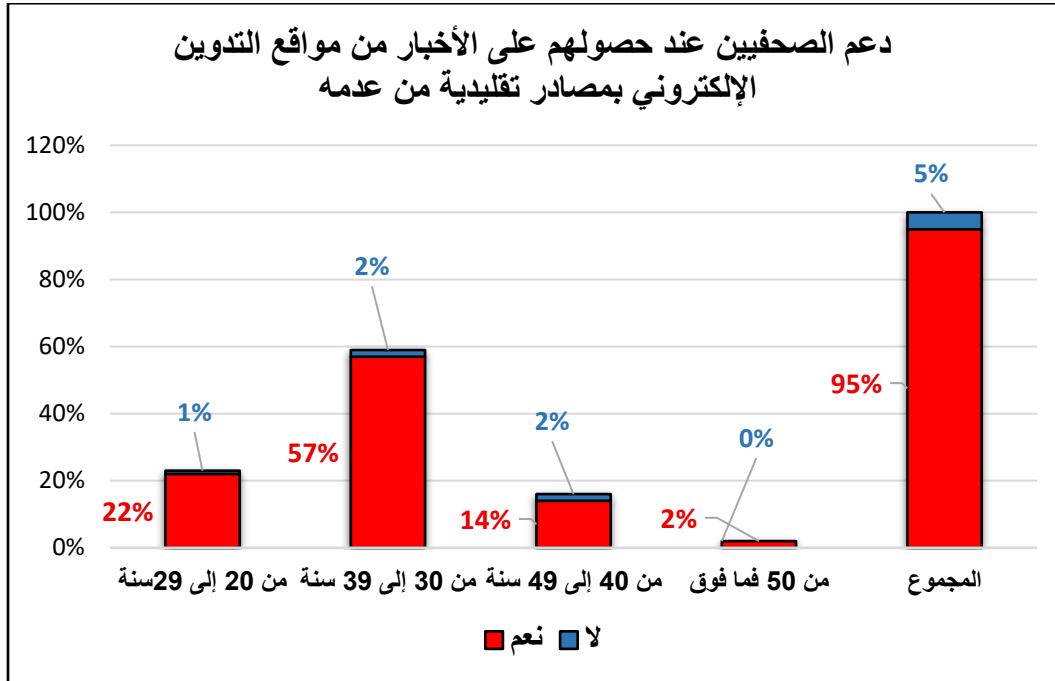
3. تأثير الخبرة والعمر الصحفيون الأصغر سنا: من 20 إلى 29 سنة، أظهرت النتائج الاعتماد الكامل، ربما لقربهم التكنولوجي من هذه الوسائط، أو بسبب قلة الخبرة المهنية أو ضغط السرعة في الإنتاج الإعلامي. بينما الفئات الأكبر سنا تميل إلى التحقق والاعتماد على قنوات تقليدية أو موثوقة أكثر.

تعكس نتائج هذا الجدول وعيا صحفيا مهنيا قويا بأهمية تنويع المصادر وتجنب الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي في تحرير الأخبار. ورغم أن هذه الوسائل تعتبر أداة مهمة للرصد السريع والتفاعل، إلا أنها لا تغني عن باقي المصادر الرسمية والمباشرة.

ما يمكن استنتاجه من خلال هذا الجدول بأن الفرق يؤثر في السن والخبرة المهنية بشكل مباشر على طريقة تعامل الصحفيين مع المحتوى الرقمي. حيث يسعى الصحفيون الشباب إلى تحقيق توازن بين مهاراتهم التكنولوجية ووعيهم التحريري، بينما يميل الصحفيون الأكبر سنا إلى اتباع نهج تحريري أكثر تحفظا، مستندين إلى خلفية مهنية تركز على التحقق من المعلومات والمصادقية. وهذا يشير إلى أن العمر والخبرة يلعبان دورا كبيرا في تحديد أسلوب التفاعل مع مصادر الأخبار غير الحديثة.

الرسم البياني رقم 46: يوضح دعم الصحفيين عند حصولك على الأخبار من مواقع التدوين الإلكتروني

بمصادر تقليدية من عدمه



يوضح الرسم البياني أن أغلب الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة في مختلف الفئات العمرية يؤيدون الأخبار التي يحصلون عليها من مواقع التدوين الإلكتروني باستخدام مصادر تقليدية، سنتطرق إليها بالتفصيل على حسب الفئات العمرية:

- من "30 إلى 39" سنة، نسبة 57% يدعمون استخدام المصادر التقليدية، بينما يوجد اثنان فقط لا يفعلون ذلك.
- ومن "20 إلى 29" سنة، 22% من عينة الدراسة يؤكد اعتمادهم على المصادر التقليدية، مقابل صحفي واحد فقط لا يدعم ذلك.
- أما من "40 إلى 49" سنة، نجد 14% من الصحفيين الجزائريين يدعمون استخدام المصادر التقليدية، مقابل 2% فقط لا يدعمون استخدام المصادر الإخبارية التقليدية.
- أما الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم من 50 عاما فما فوق، فإن جميع الصحفيين يدعمون ذلك بنسبة 100%.

تؤكد هذه النتائج إلى ما أشار إليه الباحث "Carlson, Matt" في دراسته حول "مصدقية الأخبار في العصر الرقمي"، حيث أوضح أن المؤسسات الإعلامية والصحفيين يقومون بتطوير آليات تحقق هجينة تجمع بين أساليب التحقق الرقمية والتقليدية. (Routledge)

إن احتفاظ الصحفيين بمصادرهم التقليدية يضمن لهم مستوى من الأمان المهني في ظل تنوع وتدفق المعلومات عبر المنصات الحديثة. (Francis, 2011 , p. 251) واستمرارية المبادئ المهنية للصحفيين رغم التحول الرقمي، فإن التحقق المزدوج من المعلومات أصبح ضرورة لا خيارا في بيئة إعلامية مفتوحة. (Yves E. , 2014, p. 173)

أهمية التحقق من صحة الأخبار تشير النتائج إلى أن الصحفيين الجزائريين يتمتعون بوعي مهني مرتفع حول ضرورة دعم الأخبار المستقاة من التدوين الإلكتروني بمصادر موثوقة. ويبدو أن المحتوى الرقمي، رغم انتشاره الواسع، لا يعتبر كافيا بمفرده.

هناك إدراك بأن المحتوى الموجود على مواقع التدوين الإلكتروني قد يكون عرضة للتضليل أو غير دقيق، مما يستدعي مقارنته بالمصادر التقليدية. دور الخبرة والعمر الفئة العمرية (30-39 سنة) التي تشكل غالبا العمود الفقري لغرف الأخبار تمثل النسبة الأعلى، مما يدل على وعيهم المهني واحتكاكهم القوي بالتقنيات الحديثة مع الحفاظ على المعايير الصحفية.

➤ أما الفئة (20-29 سنة) ورغم أنهم من جيل أكثر قربا من البيئة الرقمية، فقد أظهروا أيضا ميلا واضحا للتحقق من الأخبار، مما يعتبر مؤشرا إيجابيا على التكوين المهني أو التأثير الثقافي للمؤسسات.

➤ أما نسبة 5% من المجموع العام التي لا تتحقق يمكننا فهمها كالتالي:

- قد تكون بسبب قلة الخبرة أو التسرع في النشر.
- أو بسبب الثقة الزائدة في المحتوى الرقمي دون تقييم كاف.
- أو بسبب ضغوط العمل التي قد تدفع بعض الصحفيين لتجاوز خطوات التحقق.

بشكل عام توصلنا إلى نتيجة مفادها أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة تدعم أخبار التدوين الإلكتروني باستخدام مصادر تقليدية، وهذا تأكيد للنتائج السابقة بالرجوع إلى المصادر التقليدية في انتقاء

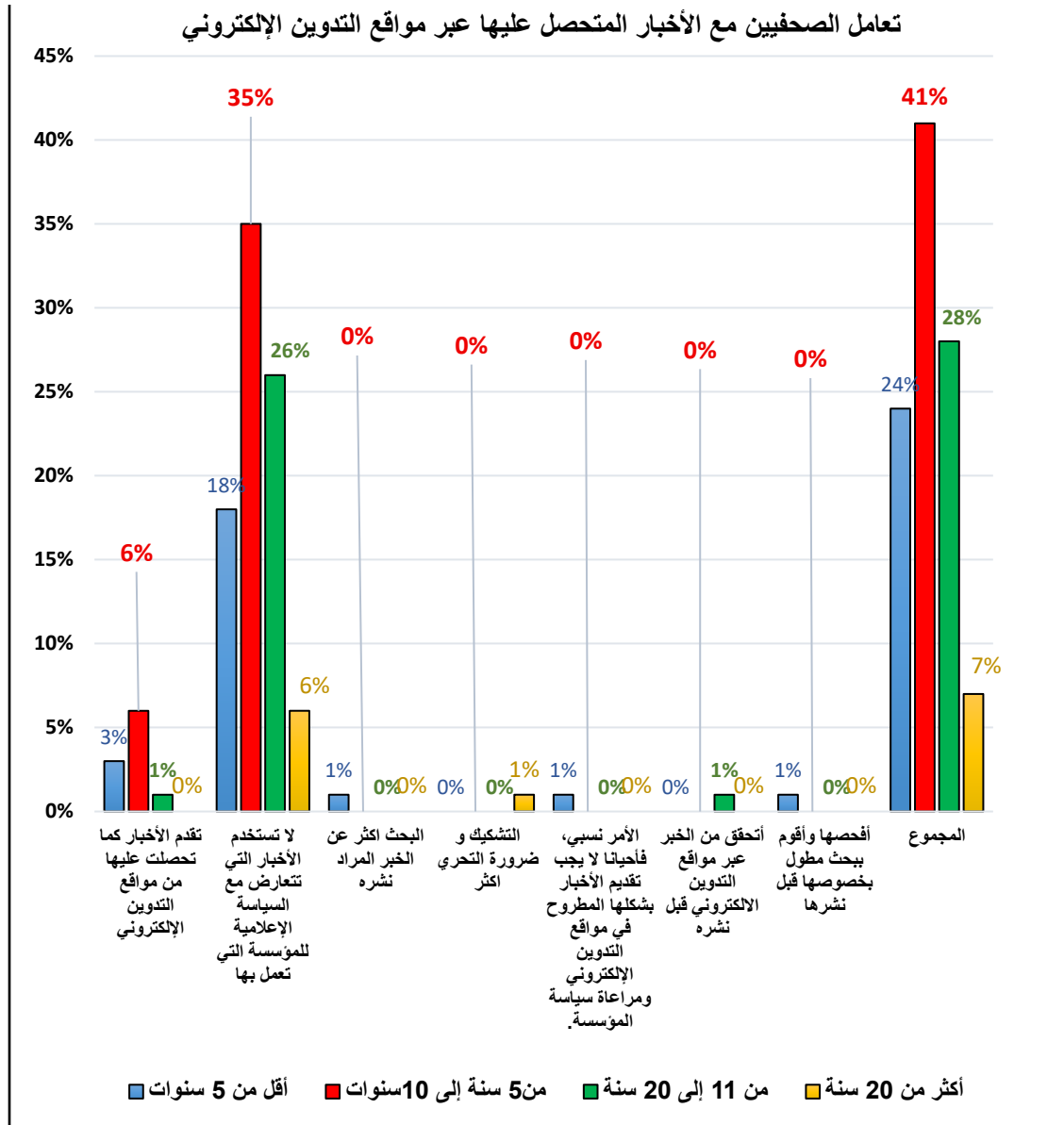
الأخبار والحصول عليها. مما يمكن استخلاصه أن الصحفيين الجزائريين يتمتعون بوعي عال بأهمية التحقق من مصادر الأخبار، حتى عندما تأتي من المنصات الرقمية.

يعكس هذا الاتجاه حرصهم المهني على تجنب الوقوع في فخ المعلومات الزائفة أو غير الدقيقة، مما يدفعهم للرجوع دائما إلى وكالات الأنباء التقليدية أو المصادر الرسمية. كما يتضح من توزيع السن لدى عينة الدراسة أن جميع الفئات، من الأصغر إلى الأكبر سنا، تتبنى هذا السلوك، مما يدل على أن عملية التحقق لم تعد مرتبطة بالتجربة أو العمر، بل أصبحت جزءا أساسيا من الممارسة الصحفية اليومية.

تظهر النتائج التزاما رائعا من الصحفيين الجزائريين بمبدأ التحقق من الأخبار، حيث لا يكتفون بالمصادر الرقمية فقط. وهذا يعزز المصداقية والجودة المهنية في العمل الصحفي، ويقلل من مخاطر نشر الأخبار الكاذبة أو غير المؤكدة.

الرسم البياني رقم 47: يوضح موقف الصحفيين من التعامل مع الأخبار المتحصل عليها عبر مواقع

التدوين الإلكتروني



من خلال نتائج الجدول البسيط تحصلنا على 85% من العدد الإجمالي للصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة، أجابوا بأنهم لا يستخدمون الأخبار التي تتعارض مع سياسة المؤسسة. و35% من الصحفيين الذين لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات و26% من الصحفيين الذين لديهم خبرة من 11 إلى 20 سنة، في حين وصلت إلى 18% من الصحفيين الذي لديهم أقل من 5 سنوات خبرة.

أما 10% من إجمالي عينة الدراسة أجابوا بأنهم يقدمون الأخبار كما هي مواقع التدوين بنسبة 3% من فئة الصحفيين ذوي الخبرة الأقل من "5" سنوات. في حين نلاحظ الغياب التام لدى الصحفيين ذوي الخبرة العالية "11" سنة فأكثر هذا يعكس تحفظا أكبر لدى الصحفيين الكبار في السن أو (المخضرمين). أما باقي الخيارات مثل التحقق، الفحص، البحث ظهرت بنسب صغيرة جدا وغالبا ما تعود إلى فئة أقل من "5" سنوات.

الالتزام بسياسة المؤسسة الإعلامية بنسبة 85% من الصحفيين يؤكدون أنهم لا يستخدمون الأخبار التي تتعارض مع سياسة المؤسسة، وهذا يعكس احترامهم للخط التحريري، وخضوعهم للرقابة الداخلية، ووعيهم بمخاطر النشر غير المتوافق مع رؤية المؤسسة، خاصة في السياقات السياسية أو المجتمعية الحساسة. فقط 10% ينقلون الخبر كما هو، وهؤلاء الصحفيون قد يكونون إما مفرطين في الثقة بمحتوى التدوين الإلكتروني، أو يفتقرون إلى أدوات التحقق الكافية، أو يسعون للسرعة على حساب الدقة، وهي مشكلة مهنية.

هناك ضعف في استخدام أدوات التحقق الأخرى، فرغم أهمية التحقق في العمل الصحفي، نلاحظ أن استخدام التحري والشك المنهجي (1%)، والبحث المطول (1%)، والرجوع لمصادر إلكترونية أخرى (1%) ضعيف. وهذا قد يشير إلى ضغط الوقت في المؤسسات الإعلامية، وغياب التدريب المعمق على التحقق الرقمي، وهيمنة التوجيهات المؤسسية على المبادرة الفردية.

إن الصحفيون الذين لديهم من "5" إلى "10" سنوات من الخبرة هم الأكثر التزاما بسياسة المؤسسة، حيث يمثلون 35 من أصل 41 صحفيا. بينما نجد أن فئة أقل من "5" سنوات هي الأكثر تقدما للأخبار كما هي، حيث سجلت 3 من أصل 24 صحفي، مما قد يشير إلى قلة الخبرة أو نقص في التوجيه. أما الفئة المخضمة، التي تمتلك أكثر من 20 سنة من الخبرة، فهي تميل نسبيا إلى التحقق الذاتي بشكل أكبر، حيث ظهرت نسبة التشكيك بنسبة 1%.

تظهر النتائج وعيا عاما بين الصحفيين، بغض النظر عن أعمارهم، بأهمية الالتزام بالسياسة التحريرية، خاصة في ظل تزايد المحتوى الرقمي. على الرغم من تنوع الفئات العمرية والمهنية بين الصحفيين، إلا أن السلوك المشترك الأكثر وضوحا هو عدم التعامل مع محتوى التدوين الإلكتروني بشكل عشوائي أو مباشر. بل يتم إخضاعه للمراجعة وفقا للأطر المهنية المعتمدة في المؤسسة. وهذا يعكس تفوق قيم المؤسسة الصحفية

على النزعة الفردية في اتخاذ القرارات. ووجود وعي جماعي بأن البيئة الرقمية، رغم غناها بالمعلومات، قد تحمل مخاطر مثل التضليل والانحياز وفقدان المصادقية.

صحيح أدى التوسع الرقمي إلى ظهور حالة من الوفرة المعلوماتية، إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة جودة المعلومات، وهذا ما جعل الصحفيين أكثر حرصا وخوفا من البيئة الرقمية.

ومع ذلك، يلاحظ أن الصحفيين الشباب، الذين يمتلكون خبرة تقل عن خمس سنوات، يميلون بشكل أكبر إلى التجريب وهذا شيء عادي لأنه لا يملك خبرة مقارنة مع الأكبر سنا منه. فالصحفيين الصغار في السن هم الصحفيون الشباب الذين نشأوا في بيئة رقمية، مما جعلهم أكثر إلماما وراحة مع أدوات التدوين الإلكتروني.

فهم يتمتعون بمهارات تقنية متقدمة في التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنهم منفتحون على التجريب ولا يخشون استخدام مصادر غير تقليدية. ومع ذلك، فإن هذا الانفتاح لا يعني غياب المهنية، بل يدل على أنهم يجربون ضمن إطار من الوعي الذاتي. فبعضهم لا يكتفي بالتدوين الإلكتروني كمصدر وحيد، بل يقوم أيضا بـ:

البحث، التحقق والعودة إلى المصادر التقليدية. وهذا يعكس تحولا في أسلوب جمع الأخبار، دون أن يتجاهل أدوات التحقق.

أما الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة الذين لديهم خبرة أكبر يتمتعون بقدر أكبر من الالتزام بالخط التحريري، حيث تميل إلى تقليل التجريب أو المغامرة. فهم حصلوا على تكوينهم وتطورهم المهني ضمن أنظمة تقليدية قوية مثل وكالات الأنباء والتوثيق والاتصال الهاتفي. نتيجة لذلك فهم:

- يمتلكون نموذجا معرفيا راسخا يعتمد على التحقق المزدوج أو الثلاثي قبل نشر الأخبار.
- يفضلون السلامة المهنية على تحقيق سبق الصحفي.
- يعتبرون التدوين الإلكتروني أداة مساعدة وليست أساسية.

لذا، فإن تحفظهم لا ينبج عن رفض التدوين الإلكتروني بحد ذاته، بل عن التغير في سلطة تحرير الخبر، التي أصبحت في بعض الحالات متاحة للجميع، مما يهدد مكانة الصحفي المحترف.

تظهر العلاقة بين سنوات الخبرة والحذر المهني التي تشير إلى أن ممارسات الصحفي تتأثر بثقافته المهنية، والتي تتشكل من خلال تجارب متراكمة داخل المؤسسة. وتصبح السياسة التحريرية معيارا يوجه سلوك الصحفي. (Matt, p. 473)

يعمل الصحفيون المخضرمون وفق معايير مهنية صارمة اكتسبوها قبل ظهور التدوين الإلكتروني، بينما يتميز الجيل الجديد بمرونة أكبر في التعامل مع المحتوى التشاركي. أو ما يسمى بالصحفي التقليدي هو نتاج مدرسة التحرير الورقي والإخباري التي تعتمد على ضوابط مثل المصدر، التحقق والتسلسل التحريري. في المقابل، الصحفي المعاصر ينتمي إلى البيئة التفاعلية، حيث تأتي الأخبار من المستخدمين، مما يغير من دور الصحفي من منتج وحيد للمعلومة ومالك للمعلومة إلى منسق ومحقق وناقل ذكي.

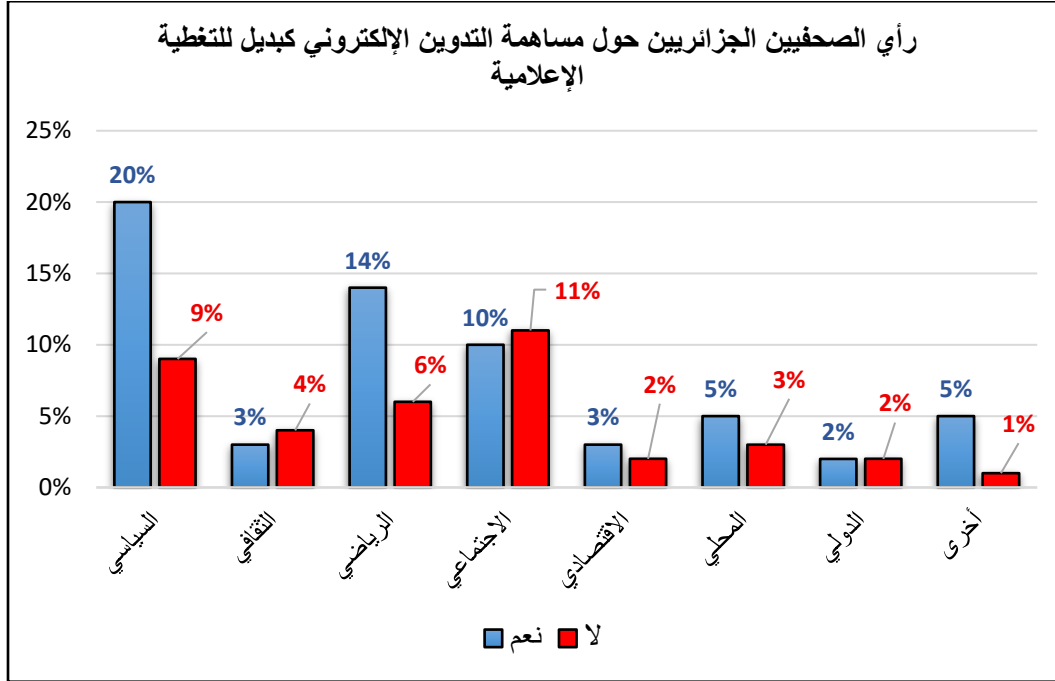
هذه الثنائية لا تعكس تفوق فئة على الأخرى، بل تشير إلى تحول في الوظيفة الصحفية، من الحرفية التقليدية إلى المهارات الرقمية، ومن المعلومات المؤكدة مسبقا إلى المعلومات التي تتطلب تحققا مستمرا.

توضح هذه النتائج أن سلوك الصحفي تجاه الأخبار الرقمية لا يعتمد فقط على عمره البيولوجي، بل يتأثر أيضا بـ:

- مدى انغماسه في المدرسة الصحفية التقليدية، مرونته في التكيف مع الوسائط الجديدة، وقوة تأثير المؤسسة الإعلامية على توجهاته المهنية.
- التحفظ والانفتاح ليسا متعارضين، بل يتكاملان لتشكيل نموذج صحفي حديث يجمع بين سرعة الوصول إلى المعلومات، ودقة التحقق والتحرير.

ما يمكن استنتاجه من هذه النتائج أنه عندما يثق الصحفيون بشكل مفرط في السياسات المؤسسية، قد يؤدي ذلك إلى تقليل استخدامهم للأخبار الرقمية بدلا من تطوير طرق تحقق مستقلة. كما أن ضعف المبادرات الفردية في التحقق يثير القلق، خاصة مع انتشار المعلومات الكاذبة على الأنترنت. هناك حاجة ملحة لتدريب الصحفيين على أدوات التحقق الرقمي وتعزيز ثقافة التحري النقدي، بدلا من الاكتفاء برفض الخبر.

رسم بياني رقم 48: يوضح رأي الصحفيين الجزائريين حول مساهمة التدوين الإلكتروني كبديل للتغطية الإعلامية



من خلال نتائج الرسم البياني أعلاه، يتضح أن أعلى نسب تأييد لفكرة أن التدوين الإلكتروني يخفف من حاجة الصحفيين للنزول إلى الميدان جاءت على النحو التالي:

القسم السياسي حقق أعلى نسبة تأييد بلغت 20% من إجمالي العينة، بينما عارض 9% الفكرة. تليها مباشرة نسبة 14% للقسم الرياضي، أما القسم الاجتماعي فقد سجلت نسبة التأييد 10% وهي قريبة من نسبة الرافضين التي بلغت 11%. والقسم المحلي حقق نسبة تأييد بلغت 5% مقابل 3% من المعارضين

أما القسم الثقافي بلغت نسبة التأييد فيه 3% فقط، مقابل 4% من المعارضين

نسبة الصحفيين الذين يرون أن التدوين الإلكتروني يمكن أن يكون بديلا للتغطية الإعلامية وصلت إلى 62% من العينة، مما يدل على أن الكثير من الصحفيين يميلون إلى استخدام الأدوات الرقمية لتوفير المعلومات وتغطية الأحداث دون الحاجة للخروج إلى الميدان بشكل دائم. أما نسبة المعارضين لفكرة الاعتماد على التدوين الإلكتروني كبديل، فهي تمثل 38% من أفراد العينة، وهي نسبة مهمة تشير إلى وجود بعض التحفظ أو القلق من اعتبار التدوين الإلكتروني بديلا كاملا للتغطية الميدانية.

نتائج تفريغ الاستمارة حسب الأقسام الصحفية:

- **القسم السياسي** (29 صحفياً): من بين هؤلاء، 20 صحفياً بنسبة (69%) يؤيدون استخدام التدوين الإلكتروني كبديل. هذا يعكس مدى اعتماد الصحفيين السياسيين على المصادر الرقمية لمتابعة التطورات السياسية، خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار بسرعة.
- **القسم الرياضي** (20 صحفياً): 14 صحفياً بنسبة (70%)، يرون أن التدوين الإلكتروني يمكن أن يكون بديلاً. قد يكون ذلك بسبب اعتماد الصحفيين الرياضيين بشكل كبير على تغطيات المباريات والأحداث عبر البث المباشر ومنصات التدوين الفوري.
- **القسم الاجتماعي** (21 صحفياً): النسب متقاربة هنا، حيث يوجد 10 موافقين و 11 غير موافقين. هذا يشير إلى تردد في اتخاذ القرار، ربما بسبب طبيعة التغطية الاجتماعية التي تعتمد أحياناً على التفاعل المباشر.
- **القسم الثقافي**: يبدو أن هناك تحفظاً أكبر، حيث أن 4 من 7 لا يرون التدوين الإلكتروني كبديل. هذا يعكس خصوصية المحتوى الثقافي الذي قد يحتاج إلى تفاعل حضوري وتقييم مباشر.
- **أقسام أخرى** (الدولي، الاقتصادي، المحلي، وأخرى): هناك تفاوت ملحوظ، لكنه غالباً ما يميل لدعم الاعتماد الجزئي على التدوين الإلكتروني.

إن الأسباب المحتملة لاعتبار التدوين الإلكتروني بديلاً:

- سهولة الوصول للمعلومات الرقمية.
 - سرعة النشر والتحديث عبر المدونات والمنصات الرقمية.
 - التكلفة المنخفضة مقارنة بالنزول الميداني.
- أما بالنسبة للتحفظات لدى المعارضين يمكن تفسيره بـ:
- غياب الدقة أحياناً في محتوى التدوين الإلكتروني.
 - الحاجة للتواصل الإنساني والملاحظة المباشرة في بعض أنواع التغطية.
 - التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالمصادر الرقمية غير الموثوقة.

يميل الصحفيون في القسم السياسي إلى اعتبار التدوين الإلكتروني وسيلة فعالة لتعويض الحاجة إلى النزول الميداني، خاصة في الحالات التي يكون فيها التفاعل السياسي علنياً أو متاحاً في شكل محتوى رقمي مثل التصريحات والتغريدات والتغطيات المباشرة. وهذا يعكس اعتماداً متزايداً على مصادر رقمية بديلة تحل محل الرصد الميداني التقليدي. هذا يدل على وجود اقتناع نسبي بين الصحفيين في القسم السياسي بأهمية التدوين الإلكتروني في تسهيل المهام الميدانية، لاسيما في متابعة التصريحات والتفاعلات السياسية على المنصات الرقمية.

أما الصحفيون في القسم الرياضي، فيعتبرون التدوين الإلكتروني، خصوصاً عبر المنصات المتخصصة أو الحسابات الرسمية للأندية والرياضيين، وسيلة فعالة لتغطية الأحداث. وهذا يدعم فرضية تحول مصدر الخبر الرياضي من الحدث نفسه إلى التفاعل المباشر عبر الأنترنت. مما يظهر ذلك وعياً عملياً بأهمية المنصات والتدوين في تغطية الأحداث الرياضية بشكل فوري، دون الحاجة المستمرة للتواجد في الموقع.

في القسم الاجتماعي، يظهر انقسام ملحوظ بين الصحفيين، حيث أجاب بعضهم بنعم وآخرون بلا، مما يشير إلى أن الصحافة الاجتماعية لا تزال تعتبر العمل الميداني ضرورياً لصياغة قصة إنسانية متكاملة.

ينظر إلى التدوين الإلكتروني كوسيلة تكميلية بدلاً من أن يكون بديلاً. فيشير ذلك إلى وجود انقسام في الآراء داخل هذا القسم، ربما نتيجة للطابع الإنساني والميداني القوي الذي يتميز به هذا التخصص.

إن الصحفي لم يعد يكتفي بدور الناقل، بل أصبح مفسراً ومنسقاً للمضمون الإعلامي ضمن بيئة رقمية تتطلب منه التنقل بين جمع المعلومات وتحريرها ونشرها وتوزيعها عبر وسائط متعددة. (Deuze, 2007)

هذا النموذج يتجلى في الصحفيين الذين يرون أن التدوين الإلكتروني يخفف من العمل الميداني، لأنهم يعملون اليوم كمحررين رقميين (digital curators) يديرون محتوى متدفقا ويزجون أدوات جديدة في مهنتهم. فهم يميلون إلى هذا النموذج الجديد.

أما الأقسام ذات النسب المنخفضة مثل المحلي، الثقافي والدولي والاقتصادي، فتظهر توجهات محافظة، حيث ترى أن خصوصية الخبر تتطلب الملاحظة المباشرة والتحقق الشخصي وبناء العلاقات الميدانية. هذه

النتيجة تشير إلى أن الصحفيين في هذه الأقسام لا يزالون غير واثقين من قدرة التدوين الإلكتروني على نقل الواقع بدقة.

ففي القسم المحلي قد يشير إلى أن التغطية المحلية لا تزال بحاجة إلى حضور ميداني، رغم الاستفادة الجزئية من التدوين. وفي الثقافي يدل على انفتاح أكبر في بعض التخصصات غير التقليدية أو المتنوعة. واستبدال التغطية الثقافية بالحضور الرقمي. أما القسم الاقتصادي تشير نتائجه إلى الحاجة إلى تحقق دقيق من المعطيات الاقتصادية في الميدان.

أما بالنسبة للقسم الدولي قد يفهم على أن التغطيات ذات البعد الدولي لا تزال تعتمد بشكل أكبر على المراسلين والاتصال المباشر بدلا من التدوين المحلي أو الرقمي.

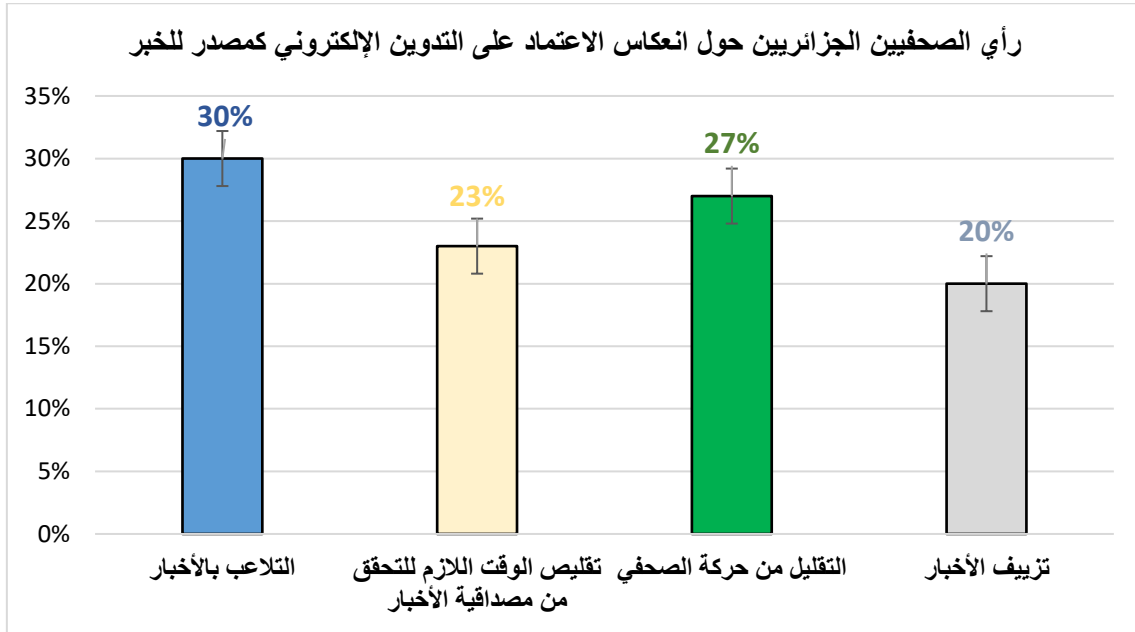
من خلال هذه النتائج يمكن القول أيضا أن الصحفي يبنى تمثله للتدوين بناء على تفاعلاته داخل المؤسسة، تجربته، نوعية الأخبار التي يتعامل معها، أما الذين يرفضون تعويض الميدان بالتدوين الإلكتروني يرون أن الحضور الجسدي عنصر أساسي في مصداقية الخبر. (سيرج و ترجمة التريكي، 2006، صفحة 47) تظهر نتائج هذا الجدول الفروق في تصورات الصحفيين حول التدوين الإلكتروني وفقا لتخصصاتهم. حيث تميل الأقسام التي تعتمد على المعلومات السريعة والفورية، مثل السياسية والرياضية، إلى اعتبار التدوين الإلكتروني بديلا مساعدا للنزول الميداني.

على النقيض من ذلك، تظل الأقسام التي تتطلب المعاينة والتحقق والبعد الإنساني، مثل الاجتماعية والثقافية، متمسكة بفكرة الصحفي كوجود مادي في قلب الحدث. يكشف هذا الانقسام عن تحول تدريجي في الثقافة المهنية داخل غرف التحرير، بين من يتبنى الأدوات الرقمية كوسيلة للتحرر من قيود الزمان والمكان، ومن يعتبرها تهديدا للصحافة الميدانية التقليدية.

نتائج هذا الجدول توضح كيف أن ممارسات العمل الصحفي تتجه تدريجيا نحو استخدام التدوين الإلكتروني كأداة مساعدة أو بديلة جزئية. ومع ذلك، لا يزال هناك بعض التحفظات من قبل عدد لا بأس به من الصحفيين، خصوصا أولئك الذين يعملون في أقسام تعتمد بشكل أكبر على العمل الميداني. لذا، من

الأفضل أن نعتبر التدوين الإلكتروني مكتملا وليس بديلا كاملا للتغطية الصحفية، لضمان تحقيق التوازن بين السرعة والمهنية والدقة.

الرسم البياني رقم 49: يوضح رأي الصحفيين الجزائريين حول انعكاس الاعتماد على التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر



نلاحظ من خلال الرسم البياني أعلاه لرأي الصحفيين الجزائريين من عينة الدراسة حول ما يؤدي به الاعتماد على التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر بنسبة 29% أجابت بأنه تلاعب بالأخبار، تمثلتها نسبة 27% بأنه التقليل من حركة الصحفي.

أما نسبة 23% أجابت بأنه تقليص وقت التحقق من الأخبار، وأخيرا أجابت عينة الدراسة بنسبة 20% بأنه تزيف للأخبار.

ما يمكن تفسيره أن:

- التلاعب بالأخبار جاء في المركز الأول، هذا الخيار يتصدر قائمة المخاوف والانعكاسات، مما يدل على وعي الصحفيين بخطورة التدوين الإلكتروني كوسيلة غير خاضعة للرقابة التحريرية التقليدية، مما يفتح المجال أمام المحتوى المضلل.

- التقليل من حركة الصحفي تشير نسبة كبيرة من الصحفيين الجزائريين، إلى أن التدوين الإلكتروني قلل من الحاجة للتنقل الميداني، مما قد يوفر الجهد والوقت، لكنه في نفس الوقت قد يضعف التحقق الميداني من الوقائع ويؤثر على جودة التغطية الصحفية.

- تقليص الوقت اللازم للتحقق من المصادقية، تظهر هذه النتيجة المتحصل عليها دلالات مزدوجة، من جهة تسرع آلية التحقق، ومن جهة أخرى، قد تعني أن بعض الصحفيين يتجاوز عمليات التحقق المتعمقة تحت ضغط الوقت والنشر السريع، مما قد يعرضهم للخطأ المهني.

- تزييف الأخبار رغم أن هذه النسبة أقل، فإنها تعكس قلقا قائما بشأن المعلومات الملفقة أو المعدلة التي يتم تداولها بكثافة في منصات التدوين الإلكترونية، خاصة مع سهولة صناعة محتوى مزيف بصريا أو نصيا.

تظهر النتائج أعلاه، أن اعتماد الصحفيين على مواقع التدوين الإلكتروني ليس خاليا من التحديات، بل يخلق مجموعة من الانعكاسات السلبية والمخاوف المهنية، خاصة فيما يتعلق بالمصادقية والدقة وغياب العمل الميداني والتحقق من المصادر. لكن من جهة أخرى، تظهر بعض البيانات أيضا جانبا إيجابيا، مثل تسهيل الوصول السريع إلى المعلومات وتوفير الجهد، مما يجعل التدوين الإلكتروني أداة فعالة إذا تم استخدامها وفقا لمعايير مهنية واضحة.

مواقع التدوين الإلكتروني أصبحت مكانا رائعا للحصول على الأخبار، لكنها تحمل معها تحديات جديدة للصحفيين. يجب على المؤسسات الإعلامية أن تفكر من جديد في طرق التحقق والتدريب المستمر للتعامل مع المحتوى الرقمي. التوازن بين السرعة والمصادقية أصبح أمرا مهما جدا في عالم الإعلام الرقمي المتغير.

من خلال هذه النتائج نلاحظ أن التلاعب بالأخبار يعتبر هذا الأثر السلبي الأكثر بروزا وفقا لرأي العينة، حيث يظهر وجود تمثيل مهني واضح يشير إلى أن المعلومات الرقمية قابلة لإعادة التوجيه والتعديل، مما يقلل من موثوقيتها كمصدر للأخبار. ويعكس هذا القلق المهني الحقيقي من فقدان السيطرة على الخبر بعد نشره، حيث يمكن إعادة توجيهه أو اقتطاعه أو إخراجه من سياقه. يرتبط هذا الشعور بأزمة فقدان الاحتكار المهني للمعلومات، الذي كان يتمتع به الصحفي في النموذج التقليدي.

يعكس إدراك الصحفيين لخطر التلاعب بالأخبار تصورا مهنيا عميقا، حيث يرون أن التدوين الإلكتروني، رغم فوائده، قد يفقدهم السيطرة الكاملة على عملية إنتاج ونشر المعلومات. في البيئة الرقمية، يمكن أن يتم إعادة نشر المحتوى وتحريفه بسهولة، مما يؤثر سلبا على مصداقية الصحفي والمؤسسة الإعلامية. يرتبط هذا المفهوم بما يعرف في الأدبيات الإعلامية بنهاية السيطرة المركزية على الخبر أو ما يعرف بالتفكك التحريري، "Editorial Fragmentation" حيث تصبح المعلومات عرضة للتأويل بمجرد دخولها إلى الفضاء الرقمي. (Brian, 2009, p. 118)

أما بالنسبة للتقليل من حركة الصحفي يفهم من ذلك أنه يقلل من تواجد الصحفي في الميدان، مما يجعله متابعا رقميا، وهذا قد يؤدي إلى فقدان الخبر لصفته الواقعية والموثوقة. هذا التمثل هنا يعكس إدراكا بأن الصحفي لم يعد بالضرورة بحاجة إلى الحضور الميداني المباشر، بل يمكنه الاستناد إلى مصادر رقمية وتفاعلات عبر المنصات.

وما يفسر هذا التمثل من خلال مفهوم الصحفي الشبكي "Networked Journalist" الذي يتموضع كمنسق للمعلومة بدل أن يكون فقط مراسلا ميدانيا. (Charlie, 2008, p. 42)

أما فيما يخص تقليص وقت التحقق من الأخبار تشير النتائج إلى أن الصحفيين يشعرون بأن الطبيعة الفورية للمعلومات الرقمية تؤثر على المعايير التحريرية التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بالتحقق من المصادر.

يعتقد الصحفيون أن التدوين الإلكتروني يخلق "زمنًا صحفيا معجلا"، حيث تنشر الأخبار قبل التحقق الكامل من تفاصيلها، مما يؤدي إلى فقدان أحد أهم مبادئ الصحافة المهنية الدقة.

يرتبط هذا الانشغال بمفهوم الصحافة الفورية، "Instant Journalism" التي تعطي الأولوية للسرعة على حساب العمق والتحقق، كما أشار إلى ذلك العديد من منظري الإعلام الرقمي. (V, 2001, p. 93)

أما بالنسبة لتزييف الأخبار رغم أنها تحتل المرتبة الأخيرة، إلا أنها تظل مصدر قلق، وتظهر وعي الصحفيين بمشكلة الأخبار الزائفة، خاصة في ظل بيئة تسمح للجميع بالنشر دون أي تصفية مهنية.

ترتبط هذه النتيجة بمفاهيم مثل ما بعد الحقيقة أو الحقائق البديلة، وهي قضايا تثير قلق الصحفيين، إذ يجدون أنفسهم أمام جمهور لا يميز بين المصادر المهنية وغير المهنية. (Keyes, 2004, p. 20)

يعتقد بعض الصحفيين أن البيئة الرقمية قد تحولت إلى أرض خصبة لانتشار الأخبار الكاذبة "Fake News"، مما يشكل مشكلة أساسية في العصر الرقمي.

في الأخير نصل الى نتيجة مفادها أن تصورات الصحفيين الجزائريين حول الآثار السلبية لاستخدام التدوين الإلكتروني، أن نسبة كبيرة منهم تظهر وعيا نقديا بالمخاطر المهنية المرتبطة بالتعامل مع المحتوى الرقمي كمصدر للأخبار. وقد تصدرت فكرة التلاعب بالأخبار قائمة هذه التصورات السلبية، مما يعكس قلقا متزايدا من فقدان السيطرة على القلب التحريري للمعلومات بعد نشرها، مما قد يؤدي إلى إعادة توجيهها أو تحريفها أو اقتطاعها، مما يؤثر سلبا على مصداقية المؤسسة الإعلامية. يرتبط هذا التصور بما يعرف في الأدبيات الإعلامية بتفكك السيطرة التحريرية، حيث تصبح المعلومات عرضة للتأويل والتوظيف غير المهني خارج سياقها الأصلي.

أعرب بعض الصحفيين عن قلقهم من أن التدوين الإلكتروني يقلل من الحركة الميدانية للصحفي، ويؤدي إلى ظهور نمط جديد من الصحفيين الذي يعملون عن بعد ويستخدمون أدوات رقمية، بدلا من المعاينة الميدانية المباشرة. يظهر هذا التصور اختلافا في فهم دور الحضور الجسدي في المهنة الصحفية، حيث تعتبر بعض التخصصات أن الاتصال الرقمي لا يمكن أن يعوض التفاعل الميداني التقليدي، خاصة في مجالات الصحافة الاجتماعية والثقافية.

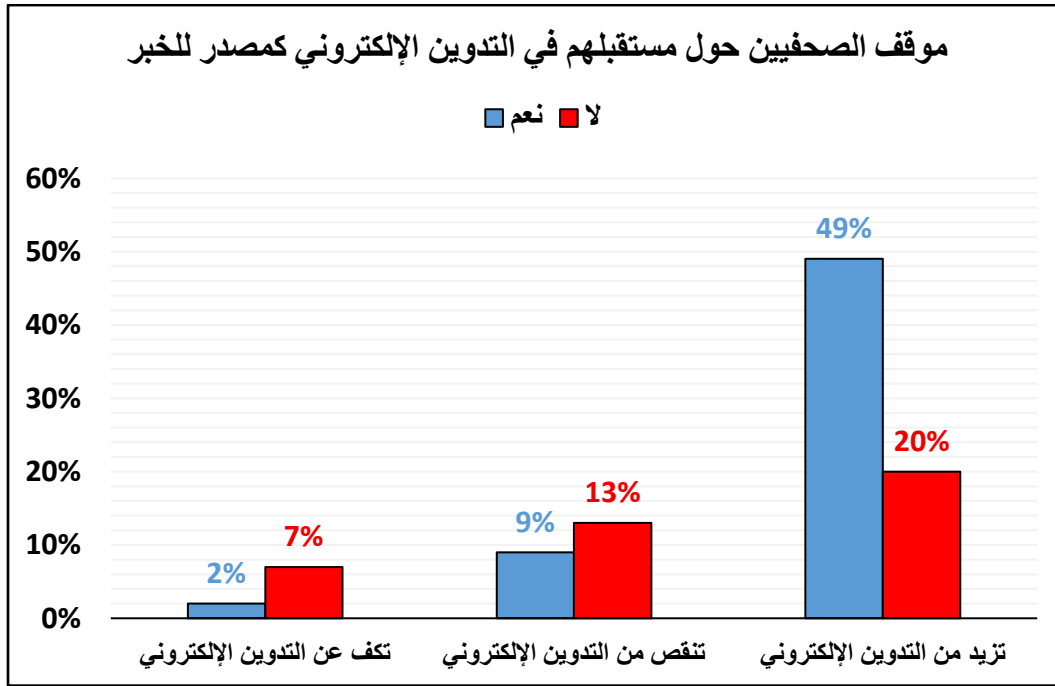
أما بالنسبة لمشكلة تقليص وقت التحقق من الأخبار، فهي تشير إلى إشكالية مهنية جوهرية في عصر الصحافة الفورية، حيث تعطى الأولوية للسرعة على حساب التحقق، مما يهدد أحد المبادئ التحريرية التقليدية، الدقة والمصداقية. يعرف هذا في الأدبيات المعاصرة بالتحقق المؤجل أو النشر أولا والتحقق لاحقا.

وأخيرا، أشار الصحفيون إلى تزيف الأخبار كأحد التحديات المرتبطة بالتدوين الإلكتروني، مما يكشف عن وعي بانتشار ظاهرة الأخبار الكاذبة في ظل تراجع دور المؤسسات الوسيطة وغياب آليات التحقق. يأتي

هذا التصور في إطار أوسع يعرف بعصر ما بعد الحقيقة، حيث تهيمن العواطف والانطباعات الذاتية على التفاعل مع المعلومات أكثر من الوقائع الموضوعية.

تبرز هذه النتائج مجتمعة تحولا في الثقافة المهنية الصحفية، حيث يتباين الرأي بين من يرى في التدوين الإلكتروني أداة للتحرر من القيود الميدانية التقليدية، ومن يعتبره تهديدا لقواعد المهنة من حيث التحقق والحضور والمصداقية، مما يستدعي مزيدا من التأطير المهني والأخلاقي في ظل التحول الرقمي المتسارع.

الرسم البياني رقم 50: يوضح موقف الصحفيين حول مستقبلهم في التدوين الإلكتروني حسب تلقيهم تكويننا عن كيفية التعامل مع المحتويات الإلكترونية (التدوين) من عدمه



أظهرت النتائج أن أعلى نسبة من الإيجابية جاءت من الصحفيين الذين حصلوا على تدريب، حيث عبر 49% منهم عن رغبتهم في زيادة استخدام التدوين الإلكتروني في المستقبل. بالمقابل، كان حماس الصحفيين الذين لم يتلقوا تدريبا أقل، إذ أبدى 20% منهم نية لزيادة التدوين، بينما أشار 13% إلى رغبتهم في تقليله، و 7% أعربوا عن رغبتهم في التوقف عنه. وتجدر الإشارة إلى أن النسبة الأكبر من الراغبين في التوقف عن التدوين 7% كانت أيضا من بين الصحفيين غير المكونين.

إن أثر التكوين على الاستمرارية تشير البيانات بوضوح إلى أن التكوين يعتبر عاملاً محفزاً لاستمرارية العمل في مجال التدوين الإلكتروني، بل ويعمل كدافع لتوسيعه. وهذا يدل على أن تزويد الصحفيين بالأدوات المعرفية والمهارات الرقمية يعزز من ثقتهم بالممارسات الحديثة.

إن نقص التكوين أظهر الصحفيون الذين لم يتلقوا تكويناً نسبياً أعلى من الميل للتراجع أو الانسحاب من التدوين. وقد يفسر ذلك:

- ضعف المهارات التقنية،
- غياب الثقة في التعامل مع المصادر الرقمية،
- غموض الضوابط المهنية عند استخدام التدوين كمصدر للخبر.
- أهمية دمج التكوين في السياسات الإعلامية.

تشير هذه النتائج إلى ضرورة دمج برامج تدريب رقمية مستمرة في المؤسسات الإعلامية، حيث أن التكوين لا يساهم فقط في رفع الكفاءة، بل أيضاً في ضمان الاستمرارية المهنية في البيئة الرقمية المتغيرة.

تعكس هذه النتائج تبايناً ملحوظاً في آراء أفراد العينة حول مستقبلهم في التدوين الإلكتروني، وذلك بناءً على ما إذا كانوا قد حصلوا على تدريب في التعامل مع المحتويات الرقمية أم لا. فقد أظهر الصحفيون الذين تلقوا تدريباً دعماً كبيراً لفكرة زيادة استخدام التدوين، حيث كانت النسبة مرتفعة بينهم، بينما كانت نسبة الذين أبدوا نيتهم تقليص استخدامه ضئيلة، ونسبة الذين يرغبون في التوقف عنه تكاد تكون معدومة. في المقابل، بين الذين لم يتلقوا تدريباً، كانت النسب التي أبدت رغبة في زيادة التدوين منخفضة.

تشير هذه المعطيات إلى أن الحصول على تدريب مهني رقمي يعد عاملاً حاسماً في تكوين نظرة إيجابية اتجاه التدوين الإلكتروني. حيث يميل المتدربون إلى اعتبار التدوين أداة إنتاجية قابلة للتطوير، بينما ينظر غير المتدربين إليه كوسيلة مربكة أو غير آمنة من الناحية المهنية.

يمكن تفسير هذا التفاوت من خلال نظرية التعلم الاجتماعي لـ "Bandura"، التي تؤكد أن المعرفة المكتسبة من خلال التدريب تعزز الفعالية الذاتية للفرد. (Albert, 1986, p. 112) مما يزيد من استعداداته لتبني ومواصلة استخدام التدوين. كما تتماشى هذه النتائج مع نظرية تبني المستحدثات لـ "Rogers"، التي

تعتبر التدريب والمعرفة من المراحل الأساسية في عملية تبني الابتكار، وتؤثر على اتجاهات الأفراد ومواقفهم. (M, 2003, p. 3)

إن التدريب الرقمي لا يقتصر على الجانب المهاري فحسب، بل يعيد تشكيل الهوية المهنية للصحفي، مما يؤهله للاندماج بسلاسة مع الأدوات الجديدة التي تفرضها بيئة العمل الإعلامي الحديثة. (Mark, 2007, p. 242)

تسلط هذه النتائج الضوء على أهمية الاستثمار في برامج التدريب الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية، ليس فقط لمواكبة التحول التكنولوجي، ولكن أيضا لإعادة بناء التصورات المهنية للصحفيين، وتجاوز الحواجز النفسية والتقنية التي تعيق التبني الإيجابي للتدوين كأداة صحفية.

المبحث الرابع: القطيعة السوسولوجية عبر النيو الميديا في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس

شهد الإعلام الجزائري في العقد الأخير تحولات عميقة نتيجة صعود الإعلام الجديد "النيوميديا"، مما أدى إلى حدوث قطيعة متعددة الأبعاد، معرفية، مهنية، وسوسولوجية بين الإعلام التقليدي (المؤسسات الكبرى مثل قناتي الشروق والنهار) والإعلام الشبكي الجديد الذي تمثله مواقع إلكترونية مستقلة مثل سبق وأوراس.

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى تحليل طبيعة هذه القطيعة السوسولوجية، من حيث التحولات في البنية المهنية، وأنماط الخطاب، والعلاقات بين الصحفي والجمهور، وموقع السلطة الإعلامية ضمن النظام الاتصالي الجديد.

1. مظاهر القطيعة السوسولوجية في المؤسسات التقليدية (الشروق والنهار):

أ. الهيكل التنظيمي والترتيب المهني: أظهرت نتائج الاستمارة الموزعة على الصحفيين التابعين لقناتي الشروق والنهار أن المؤسسات التلفزيونية الكبرى لا تزال تحتفظ بنمط هرمي صارم في اتخاذ القرارات التحريرية، حيث يتركز اتخاذ القرار في الإدارة العليا، مما يقيد حرية الصحفيين في اعتماد المحتوى التفاعلي أو الشبكي. وقد وصف الصحفيون في القناتين أنفسهم بأنهم منفذون أكثر من كونهم فاعلين، مما يعكس وجود جمود مؤسسي يعيق عملية التكيف مع منطلق الإعلام الجديد.

ب. ضعف الحضور الرقمي للمؤسسات: تشير المعطيات إلى أن الصفحات الرسمية لقناتي الشروق والنهار تعتمد بشكل رئيسي على إعادة بث المحتوى التلفزيوني، دون العمل على تطوير محتوى خاص بالمنصات الرقمية، مما أدى إلى انخفاض مستوى التفاعل الرقمي مقارنة بمواقع الأخبار الرقمية. وهذا يعكس نوعا من الفجوة التواصلية بين المؤسسة والجمهور الرقمي الذي يفضل التفاعل الفوري والمحتوى الموجز.

2. القطيعة السوسيولوجية في الإعلام الشبكي (سبق وأوراس):

أ. بنية العمل التشاركي: تعمل المنصات الإلكترونية مثل سبق وأوراس وفق نموذج تشاركي أفقي، حيث يتمتع الصحفيون بحرية نشر المحتوى مباشرة دون الحاجة للمرور عبر الهيكل التحريري التقليدي. هذا التنظيم الجديد أعاد تشكيل الهوية المهنية من الانتماء المؤسسي إلى الانخراط الشبكي، مما أتاح الفرصة لجيل من الصحفيين المستقلين ذوي الخلفيات الرقمية الحديثة.

ب. العلاقة الجديدة مع الجمهور: تشير نتائج الملاحظة إلى أن الصفحتين الرسميتين للموقعين تستقبلان يوميا آلاف التعليقات والمشاركات، وأن اللغة المستخدمة تميل إلى أن تكون أقرب إلى المستخدمين مقارنة باللغة الإخبارية الرسمية. هذا التحول أسس علاقة أفقية بين الصحافي والجمهور، تعتمد على التفاعل بدلا من التلقين، مما يمثل شكلا من أشكال إعادة توزيع السلطة الإعلامية.

تظهر القطيعة السوسيولوجية في المشهد الإعلامي الجزائري من خلال تغير نمط العلاقة بين الصحافي والمؤسسة والجمهور. تمثل قنوات مثل الشروق والنهار نمودجا للمأسسة التقليدية، بينما تعكس مواقع مثل سبق وأوراس الإعلام الشبكي الذي يعيد تعريف القيم المهنية. اليوم، هناك حاجة لبناء تكامل سوسيولوجي جديد يدمج خصائص النيوميديا مثل السرعة، التفاعل والفردانية، ضمن بنية مهنية مؤسسية قادرة على الحفاظ على المصداقية. لا يمكن فهم التحول الحالي دون اعتباره عملية إعادة إنتاج للسلطة الإعلامية في الفضاء الرقمي.

نتائج الدراسة والتوصيات:

1. نتائج الدراسة:

أولاً: الخصائص السوسيو مهنية للعينة ودلالاتها على الممارسة الصحفية:

أ. الهيمنة الذكورية: تظهر بنية العينة المكونة من 100 صحفي وصحفية ملامح مهنية تحمل دلالات تفسيرية قوية. هيمنة الذكور بنسبة 65% تعكس تركيبة غرف الأخبار في الجزائر، حيث تظل الصحافة الإخبارية الميدانية ذات طابع ذكوري أكبر. هذا الأمر يؤثر على مستوى الثقة الرقمية، حيث تشير الدراسات الميدانية إلى أن الذكور يميلون إلى التجريب التقني والاعتماد بشكل أكبر على المحتوى الشبكي.

ب. الفئة العمرية السائدة (30-39 سنة): تمثل جيل الوسط المهني الذي يجمع بين خبرة الصحافة التقليدية ومعرفة الصحافة الرقمية. هذا الجيل يشكل المحرك الفعلي للتحويل الرقمي المؤسسي، وقد تجلّى ذلك بوضوح في نتائج الدراسة.

➤ هذه النتيجة تساهم في توضيح ظاهرة الاعتماد الانتقائي على التدوين الإلكتروني، حيث تجمع بين الخبرة المهنية المتراكمة والمعرفة التقنية العملية التي تستند إلى الممارسات اليومية.

ثانياً: تصورات الصحفيين حول التدوين الإلكتروني كمصدر خبري

يعتبر التدوين الإلكتروني مصدراً مرناً وسريعاً للمعلومات، وقد أظهرت تحليل البيانات أن الصحفيين الجزائريين في المؤسسات المدروسة يرون في التدوين الإلكتروني، خاصة عبر منصات مثل الفيسبوك وتويتر والمدونات المحلية، مصدراً أساسياً للتنبيه الأولي بالأحداث، خصوصاً في القضايا السياسية والأمنية والاجتماعية العاجلة.

أعرب الصحفيون عن موقف انتقائي تجاه التدوين، حيث ينظر إليه كخيط أولي يحتاج إلى تحقق مهني، مما يعني أنه لا يعتمد عليه بمفرده، بل يدمج مع مصادر تقليدية أخرى لتعزيز المحتوى. كما يعتبر التدوين شكلاً مواظناً للمشاركة الإخبارية، حيث ينظر إلى المدونين كشهود عيان رقميين يساهمون في تحديد أولويات التغطية، لكنهم لا يمتلكون الشرعية المهنية الكاملة مثل المراسلين أو المصادر الرسمية.

برزت أربع تصورات رئيسية بوضوح:

1. التدوين الإلكتروني كأداة لرصد الاتجاهات الاجتماعية: يعتبر وسيلة لفهم توجهات النقاش العام "Pulse Social"
2. التدوين كمنصة للشهود والمواطنين الذين ينتجون المحتوى: يعتبر بمثابة عين إضافية في الميدان، خصوصا خلال الأحداث الطارئة.
3. التدوين كمساحة لبناء الهوية المهنية الرقمية: 90% من الصحفيين يستخدمون حساباتهم الحقيقية، مما يعني أن الصحفي أصبح علامة رقمية.
4. التدوين كفضاء مليء بالمخاطر المعرفية: يتضمن التضليل، والتحريف، والاجتزاء، ونشر معلومات غير موثوقة.

➤ التمثلات ليست أحادية، بل تتنوع بين:

- تصور وظيفي (مصدر للمعلومات)
- تصور رمزي (فضاء لبناء الهوية)
- تصور نقدي (مصدر محتمل للتضليل الإعلامي)

وهذا يعكس نضجا مهنيا واضحا.

كنتيجة لتصور الصحفيين التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر:

- 1) التدوين الإلكتروني يعتبر أداة معلوماتية أولية، ولا يعد بديلا عن المصادر التقليدية، بل يمثل شرارة أولى لاستكشاف الحدث.
- 2) يعتبر التدوين الإلكتروني مؤشرا للرأي العام، ويعمل كأداة لفهم اتجاهات الجمهور والتفاعل معها إعلاميا.
- 3) يستخدم التدوين الإلكتروني كقناة تواصل مع المصادر، مما يتيح فتح قنوات تواصل غير رسمية مع فاعلين اجتماعيين.
- 4) يعتبر التدوين الإلكتروني مادة خام تتطلب صقلا مهنيا، حيث لا ينقل الصحفيون المعلومات حرفيا، بل يعيدون إنتاجها.
- 5) يعد التدوين الإلكتروني ساحة تحمل مخاطر، خاصة فيما يتعلق بالتضليل الإعلامي.

(6) يعتبر التدوين الإلكتروني فضاء لبناء الهوية المهنية، حيث أصبح الصحفي علامة لها جمهور وتأثير.

ثالثاً: دوافع استخدام المؤسسات الإعلامية للتدوين الإلكتروني

تعتبر السرعة وضغط السبق الصحفي من أبرز الدوافع لاستخدام التدوين الإلكتروني، تشير الدراسة إلى أن البيئة التنافسية في القنوات الإخبارية تدفع الصحفيين إلى الاستفادة من التدوينات لتحقيق السبق الإخباري، خاصة في القضايا العاجلة أو المناطق النائية، مما يعزز الاعتماد على هذه المصادر رغم محدوديتها المهنية أحياناً .

كما أن ندرة المراسلين في بعض الولايات تدفع القنوات إلى الاعتماد على التدوين المحلي، حيث تلجأ إلى صفحات الفيسبوك والمدونات لجمع المعلومات، خصوصاً من المناطق الداخلية، مما يجعل التدوين الإلكتروني بديلاً مؤقتاً للمصادر الصحفية المباشرة .

يرى الصحفيون أن سهولة الوصول والتفاعل مع المدونين، وإمكانية إعادة إنتاج المحتوى أو التواصل معهم، تجعل من التدوين خياراً مرناً مقارنة بالمصادر التقليدية.

أ. تخصيص الوقت الرقمي:

تم تقسيم عادات الاستخدام إلى مستويات (منخفض/متوسط/مرتفع) وجاءت النتائج على النحو التالي:

- منصات الفيديو (اليوتيوب، تيك توك): استخدام مرتفع جداً (أكثر من 3 ساعات يومياً).
- وسائط التواصل الفوري (واتساب، ماسنجر، تلغرام): استخدام أساسي للعمل التحريري (مجموعات المصادر، النقاشات الداخلية).
- منصات الصور (إنستغرام): زيادة ملحوظة في استخدامها لدى صحفيي المواقع الرقمية مقارنة بالتلفزيون.
- هذه الأرقام لا تعكس مجرد استهلاك يومي، بل تكشف عن التحول إلى عملية إعلامية هجينة، حيث لم تعد المنصة مكاناً لتلقي المحتوى، بل أصبحت جزءاً من دورة إنتاج الخبر نفسها (رصد، تقييم، تحقق، نشر، إعادة تدوير، توزيع).

ب. الفرق بين التلفزيون والمواقع:

- قناة الشروق/النهار: تميل قناة الشروق/النهار إلى يوتيوب نظراً لطبيعة عملها البصرية.

- موقع سبق/أوراس: تميل سبق/أوراس إلى الفايسبوك وإنستغرام بسبب اعتمادها على النشر السريع وسلوك التفاعل.

➤ هذه الفروق مهمة لأنها توضح أن المؤسسات الأربع لا تختلف فقط في البنية التحريرية، بل أيضا في العقلية الرقمية التي تؤثر على الممارسات اليومية.

رابعا: استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار: منطق الاعتماد المزدوج في الممارسة الإعلامية لدى الصحفيين

أ. أصبح المصدر الرقمي خطوة أولى في جمع المعلومات: أظهرت البيانات المتحصل عليها من تفرغ الاستبيان أن معظم الصحفيين يعتبرون المنصات الرقمية:

- وسائط للرصد الأولى (تنبيهات أولية)،

- لا يعتمدون عليها كمصادر نهائية .

➤ هذا يتماشى مع النموذج العالمي المتبع في غرف الأخبار: "مصادر رقمية → تحقق تقاطعي → مصادر تقليدية لتأكيد الخبر".

ب. الفروق المؤسسية في الاعتماد المزدوج في الممارسة الإعلامية لدى الصحفيين:

- قناتي النهار والشروق: الاعتماد على التدوين الإلكتروني يكون أكبر في المواد العاجلة والقصيرة.

- موقعي سبق وأوراس: الاعتماد يتجاوز الرصد إلى إعادة إنتاج المحتوى "Re-narration"، خصوصا في المواضيع الاجتماعية.

➤ تظهر هذه الأنماط أن التدوين الإلكتروني أصبح: مصدرا للمعلومات، محفزا للتفاعل، وعنصرا من عناصر القيمة الإخبارية، خاصة في الأخبار الاجتماعية، الحوادث، القضايا المحلية، وردود الفعل.

خامسا: دوافع استخدام التدوين الإلكتروني: تداخل البراغماتية المهنية مع منطق السرعة الرقمية في

إنتاج الأخبار

أ. أبرز الدوافع التي أظهرتها الدراسة:

- تيسير الوصول السريع إلى المعلومات

- رصد المزاج الاجتماعي والرأي العام بشكل مباشر

- جمع المواد البصرية الأولية (صور/فيديو)

- التواصل مع شهود عيان
- إنشاء قاعدة لنشر وترويج المحتوى الشخصي أو المؤسسي
- تظهر هذه الدوافع العلاقة بين الصحفيين وثقافة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (UGC)، لا يعتبر الصحفي التدوين الإلكتروني بمثابة محتوى جاهز، بل ينظر إليه كمادة خام، تتطلب عملية صقل مهني. وهذا يتماشى مع الاتجاه العالمي الذي يربط بين البراغمية المهنية، المتمثلة في السرعة، وأخلاقيات التحقق، التي تركز على أهمية التحقق قبل النشر.

سادسا: الجوانب القانونية والأخلاقية

أفاد معظم الصحفيين بأن غياب المعايير التحريرية لدى المدونين يثير تحفظات مهنية، حيث يعتبر غياب الضوابط المهنية والأخلاقية في محتوى المدونات أحد أكبر الإشكالات، مما يؤدي إلى أن تكون الأخبار في كثير من الأحيان مشوبة بالتضليل أو العاطفية أو التحيز السياسي.

كما كشفت الدراسة أن التدوين الإلكتروني، رغم أهميته، لا يُصنف كمصدر رسمي داخل غرف الأخبار، ولا يدرج بشكل معلن في التقارير أو الروبورتاجات.

تثير إعادة استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر ثلاث قضايا رئيسية:

أ. ملكية المحتوى:

إن الصور والفيديوهات تعود ملكيتها لمنتجها، ويتعين على الصحفي ذكر المصدر، بعض المنصات مثل تيك توك والفيسبوك تفرض شروطا معينة لإعادة الاستخدام.

ب. خصوصية الأفراد:

يتعلق الأمر بتصوير القصر، وإظهار وجوه الضحايا، ونشر محتوى صادم دون استخدام تقنية التعتيم.

ج. المسؤولية التحريرية:

في حال نشر محتوى مضلل مصدره "UGC"، تقع المسؤولية الأخلاقية على الصحفي والمؤسسة وليس على المواطن. لذا يجب أن تتضمن الأطروحة بروتوكول تحقق خاص باستخدام المحتوى الرقمي المنتج من المستخدمين.

سابعا: الفرق بين المؤسسات الإعلامية

تظهر عينة الدراسة أن قناة النهار تستخدم التدوين بشكل أكبر في التغطيات الأمنية والمحلية، حيث تعتمد على محتوى التدوين الإلكتروني عند تغطية الحوادث والمواضيع الأمنية، مستفيدة من الصور ومقاطع الفيديو التي ينشرها المواطنون.

بينما يتبنى موقع أوراس نمودجا تفاعليا ومنفتحا، حيث يعيد نشر وتحليل التدوينات مباشرة ضمن المحتوى الخبري، خاصة على تويتر وتلغرام.

في المقابل، يظهر صحيفيو قناة الشروق تحفظا أكبر اتجاه التدوين مقارنة بزملائهم في قناة النهار، حيث يعتبر التدوين الإلكتروني محتوى أقل موثوقية، وغالبا ما يستبعد من المصادر الرسمية.

ثامنا: تقييم المصدقية

95 % من الصحفيين لا ينشرون المعلومات قبل التحقق منها.

يتم التسنييد غالبا من خلال وسائل الإعلام التقليدية.

مستوى الثقة يختلف حسب نوع المصدر (شاهد عيان، مدون معروف، صفحة عامة، مصدر مجهول).

➤ تشير البيانات إلى أن الصحفيين يعتمدون على:

- أعلى مستوى من الثقة: حسابات رسمية أو شهود عيان موثقون.

- مستوى متوسط من الثقة: مدونون معروفون بخبراتهم السابقة.

- أقل مستوى من الثقة: صفحات عامة مجهولة.

➤ على الرغم من الاحتياطات المتخذة، تظهر النتائج وجود ضعف في:

- البحث العكسي للصور.

- تحليل البيانات الوصفية.

- تدقيق هوية الحسابات.

- استخدام أدوات "OSINT".

يجب الإشارة إلى هذه الفجوة لأنها تعتبر من القضايا البحثية الكبرى في اعتماد المحتوى الذي ينشئه

المستخدمون "UGC".

الآثار المتبادلة بين الصحفيين ومنتجي المحتوى "UGC":

تعتبر هذه النقطة مهمة ولم تذكر في معظم الأطروحات، وهي تحمل قيمة علمية كبيرة:

أ. كيف يؤثر الصحفيون على سلوك المواطنين؟

عندما يقتبس الصحفيون مقطعاً معيناً، يقوم المواطنون لاحقاً بـ:

- تحسين جودة التصوير.
- تحسين التعليق الكتابي.
- إضافة وسوم.
- محاولة صناعة حدث يجذب الإعلام.

ب. المواطنون يؤثرون على سلوك الصحفيين:

- زيادة الاعتماد على الوسائط الإعلامية.
- التعامل مع المعلومات البصرية كمصادر أولية.
- الانتقال من الميدان المادي، إلى الميدان الرقمي.

➤ توجد علاقة تكافلية متنامية "Symbiotic Relationship" بين الصحفي المحترف والمواطن المنتج للمحتوى، وهذا يعتبر من أهم نتائج الدراسة.

النتائج العامة:

1. يعتبر التدوين الإلكتروني مصدراً سريعاً للحصول على الأخبار وكذا غنياً بالمعلومات، إلا أنه لا يحظى بعد بالاعتراف الرسمي كأحد المصادر المهنية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.
2. يظهر الصحفيون الجزائريون نوعاً من الحذر عند التعامل مع التدوين الإلكتروني، بسبب مخاوف تتعلق والمصداقية، رغم اعترافهم بأهميته في التغطية العاجلة.
3. تختلف أنماط استخدام التدوين الإلكتروني بين المؤسسات الإعلامية المدروسة، حيث يعتمد موقع أوراس عليه بشكل أكثر انفتاحاً، بينما تتعامل قناتا النهار والشروق بحذر متفاوت.
4. هناك فجوة واضحة بين استخدام الصحفي للتدوين الإلكتروني على المستوى الفردي وبين اعتماده في السياسات التحريرية الرسمية.

5. تشير آراء الصحفيين إلى أن التدوين الإلكتروني لا يعتبر مجرد مصدر للمعلومات، بل يمثل أيضا شكلا من أشكال الصحافة التشاركية التي تستدعي تغيير الأدوار التقليدية للصحفيين.

الخلاصة العامة:

تظهر نتائج هذه الدراسة، التي استعرضت التحولات المهنية في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس، واقعا إعلاميا جزائريا يمر بمرحلة انتقالية تتداخل فيها أساليب العمل التقليدية مع ضغوط الفضاء الرقمي. وقد كشفت البيانات الكمية والنوعية أن الصحفيين أصبحوا يرون أن التدوين الإلكتروني هو جزء من بيئة إنتاج الخبر، ليس كمصدر نهائي للمعلومات، بل كمنصة أولية لرصد والتقاط الإشارات الإخبارية، قبل أن تخضع لعملية التحقق والتأكيد المهني.

إن التدوين الإلكتروني أصبح عنصرا حيويا في عملية جمع الأخبار داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية، لكنه لا يزال محاطا بشكوك مهنية. تتفاوت تصورات الصحفيين حوله بين من يعتبره أداة إعلامية معاصرة ومن ينظر إليه كمصدر غير موثوق يتطلب تحققا صارما. وعلى مستوى التوظيف المؤسسي، لا تزال هناك فجوة بين الاستخدام الفردي للتدوين من قبل الصحفيين واعتماده رسميا كجزء من السياسات التحريرية للقنوات والمواقع.

تشير النتائج إلى أن البنية السوسيو مهنية للعينة، من حيث العمر، الخبرة، المستوى التعليمي، وطبيعة المهام التحريرية، قد ساهمت بشكل ملحوظ في تشكيل أنماط الاستخدام. حيث يظهر أن الصحفيين الأصغر سنا والذين يمتلكون خبرة رقمية أكبر يميلون إلى الاعتماد بشكل أكبر على المنصات، بينما يبدي الصحفيون الأكثر رسوخا في المجال احترازا أكبر في التعامل مع المحتوى الذي يتم إنتاجه من قبل المستخدمين. وهذا يدل على أن الممارسة الصحفية في الجزائر تتجه نحو نموذج هجين يجمع بين تقاليد الخبر الاحترافي ومتطلبات المراقبة الشبكية.

تشير النتائج أيضا إلى أن منطق الاعتماد المزدوج يهيمن على الممارسات اليومية، يتمثل ذلك في اعتماد أولي على التدوين الإلكتروني لرصد الأحداث والوصول إلى المصادر والشهود والاتجاهات العامة، يتبعه اعتماد ثان على آليات التحقق التقليدية، مثل الاتصال بالمصادر المؤسسية أو الشهود المباشرين، قبل اعتماد الخبر للنشر. يعكس هذا النظام المزدوج للاستخدام تصور الصحفيين للمحتوى الرقمي كأداة مساعدة بدلا

من كونه بديلا مهنيا، كما يكشف عن إدراك واضح لمخاطر التضليل والتلاعب الرقمي، مقابل وعي محدود بالأدوات التقنية المتقدمة للتحقق.

على صعيد دوافع الاستخدام، أظهرت النتائج أن الانخراط في التدوين الإلكتروني يتأثر براغماتيا بمهنية تتعلق بالسرعة، وسهولة الوصول إلى المعلومات، وزيادة مستوى التفاعل الرقمي، مقابل القيود المفروضة من العمل التلفزيوني والإخباري الذي يتطلب مواد سريعة ومباشرة. ومع ذلك، أكد الصحفيون على أن السرعة في النشر لا يمكن أن تعتبر مبررا لتجاوز عملية التحقق، مما يعكس تداخلا بين منطق المنصة ومنطق المؤسسة ضمن الممارسة المهنية.

تظهر النتائج أن تصورات الصحفيين الذهنية اتجاه التدوين الإلكتروني تتضمن الاعتراف بأهميته في المشهد الإخباري الحديث، مع الحذر من الاعتماد عليه كمصدر مستقل. وهذا يؤكد أن الثقة الرقمية لدى الصحفيين تتشكل تدريجيا وبشكل انتقائي، بناء على طبيعة الحدث، وهوية الناشر، وسياقات الاستخدام.

فيما يتعلق بتقييم المصادقية، تشير النتائج إلى أن الصحفيين يميزون بوضوح بين المحتوى الخام المقدم من المنصات والأخبار المهنية التي تخضع لعمليات المراجعة والتحرير والتثبت، مما يعكس استمرار المرجعية المهنية، كعنصر أساسي في بناء الأخبار داخل المؤسسات التي تم دراستها.

تظهر النتائج بشكل عام أن الصحافة الجزائرية لا تعتبر التدوين الإلكتروني خيارا بل استجابة لبيئة اتصالية جديدة. حيث يتحول الصحفي إلى وسيط يجمع بين الرصد الرقمي والتحقق المهني، ضمن منظومة هجينة تعيد تشكيل الحدود بين المؤسسة والمنصة، وبين المصدر المهني والمستخدم العادي.

تؤكد الدراسة من خلال نتائجها الشاملة أن مستقبل الممارسة الصحفية في الجزائر يعتمد على قدرة المؤسسات على تنظيم هذا الاستخدام، وتطوير آليات رقمية فعالة، وإرساء التكامل بين المهارات التقليدية للصحفيين ومعارفهم التقنية، مما يضمن إنتاج محتوى مهني قادر على مواجهة تحديات السرعة والتفاعل والفيض المعلوماتي الذي يميز البيئة الرقمية الحالية.

2. توصيات الدراسة:

أولاً: توصيات مهنية للمؤسسات الإعلامية

1. التحقق الرقمي داخل غرف الأخبار:

ينبغي على المؤسسات الإعلامية الأربع (الشروق، النهار، سبق، أوراس) تأسيس خلايا متخصصة للتحقق من المحتوى الرقمي، على غرار:

- BBC Verify
- AFP Factuel / AFP Digital Verification Lab

تعتمد هذه الخلايا على أدوات تقنية متقدمة، مثل:

- InVID-WeVerify: للتحقق من الفيديو، تقطيع الإطارات، وتحليلها.
- Google Reverse Image Search و TinEye: للتحقق من الصور.
- YouTube DataViewer: لاستخراج تواريخ التحميل وكشف النسخ.
- Forensically: لتحليل البكسلات واكتشاف التلاعب.
- Metadata2Go: لتحليل البيانات الوصفية للصور والفيديو.
- لتحويل التحقق من مهارة فردية إلى ممارسة مؤسسية، تتماشى مع التجارب الدولية الرائدة.

ثانياً: توصيات مهنية موجهة للصحفيين

1. اعتماد بروتوكول تحقق موحد للمحتوى المنتج من المستخدمين "UGC Protocol".
2. يقترح اعتماد بروتوكول يتكون من أربع مراحل مستوحاة من "BBC" و "AFP":

أ. الجغرافي:

- Google Earth
- Street View
- SunCalc لتحديد اتجاه الظلال وزمن التصوير.

ب. الزمني:

- استخراج "Metadata"

- مطابقة عناصر الطقس/الإضاءة/أصوات الخلفية مع مصادر رسمية.

ج. البشري:

- مراسلة صاحب الحساب.
- التحقق من سجل المنشورات.
- مراجعة البصمة الرقمية للحساب .

د. السردى:

- مقارنة النسخة الأولية مع الروايات الأخرى.
- البحث عن تناقضات أو اختلالات.

ثالثا: توصيات تقنية محددة

1. ضرورة تدريب الصحفيين:

من المهم تقديم دورات تدريبية إلزامية تشمل:

- رصد انتشار المعلومات وتتبع التضليل الإعلامي.
- التحقق من المنشورات والصور.
- رصد وتحليل المحتوى الفيروسي.
- لأن البيانات أظهرت وجود فجوة واضحة في استخدام أدوات التحقق الرقمية، على الرغم من وعي الصحفيين بأهمية التحقق.

رابعا: إدارة المحتوى والهيكلة التحريرية

1. إعادة تنظيم سير العمل الميداني، الرقمي داخل غرف الأخبار:

يقترح اعتماد النموذج التحريري الجديد:

- المرحلة الأولى: رصد المحتوى عبر الوسائط والمنصات
- المرحلة الثانية: إرسال المحتوى إلى خلية التحقق
- المرحلة الثالثة: إعداد نسخة محررة

- المرحلة الرابعة: إسناد الخبر بمصادر تقليدية
- المرحلة الخامسة: نشر متعدد المنصات (التلفزيون + الويب + وسائل التواصل الاجتماعي)
- خامسا: توصيات قانونية وأخلاقية
- 1. اعتماد سياسات داخلية لحماية الحقوق الرقمية وخصوصية الأفراد:
 - الحصول على إذن من صاحب المحتوى قبل إعادة نشره، وفق نموذج "Permission First" المعتمد في "BBC".
 - وضع تنبيه عند عدم إمكانية التحقق النهائي من المادة،
 - احترام قوانين جزائرية.
- 2. إنشاء دليل داخلي قانوني خاص بإعادة استخدام المحتوى الذي ينشئه المستخدمون "UGC" يتضمن:
 - حدود المسؤولية التحريرية،
 - إرشادات حول الحقوق والملكية،
 - كيفية التعامل مع محتوى المصادر المجهولة.
- سادسا: توصيات استراتيجية طويلة المدى
- 1. تعزيز الثقافة المهنية حول الصحافة التشاركية من خلال:
 - إشراك الجمهور بشكل مسؤول عبر منصات المؤسسة الرسمية،
 - دعوة المنتجين المواطنين لتقديم شهادات موثقة،
 - تشجيع المحتوى الميداني.
- 2. الاستثمار في الذكاء الاصطناعي:
 - بناء أنظمة داخلية تعتمد على:
 - التحقق المدعوم بالذكاء الاصطناعي،
 - نماذج كشف التلاعب،

3. مقارنة بين النماذج:

- تستخدم وكالة الأنباء الفرنسية "AFP" تقنيات التعلم العميق "Deep Learning"، لكشف التزييف العميق.
- تعمل هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" على نماذج أولية، لتتبع مصدر الفيديو الأصلي عبر البصمة الرقمية.

سابعاً: توصيات أكاديمية وبخية

1. تضمين وحدات تعليمية حول المحتوى الذي ينشئه المستخدم "UGC" والتحقق الرقمي في برامج الإعلام والاتصال:

من خلال:

- التحقق من المعلومات الرقمية،
- أخلاقيات استخدام "UGC".

2. توسيع نطاق البحث في المستقبل:

- إجراء مقارنة بين القطاعين العام والخاص،
- إضافة مؤسسات إعلامية محلية (مكاتب الولايات)،
- دراسة التحيزات الخوارزمية التي تؤثر على ما يصل إلى الصحفيين.

مما سبق لابد من التحول من الاستخدام الغير المهني للتدوين الإلكتروني إلى الاستخدام المهني من خلال:

1. ضرورة وضع موائيق تحريرية داخل المؤسسات الإعلامية تحدد معايير استخدام التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر، وإنشاء خلايا تحقق مستدامة.
2. إدماج وحدات متخصصة في التحقق من المعلومات الرقمية ضمن غرف الأخبار للحد من مخاطر التضليل الرقمي، ودمج الذكاء الاصطناعي في عملية رصد المحتوى والتحقق منه.
3. على المؤسسات الصحفية أن تقوم بتعزيز المهارات الرقمية، والقيام بتنظيم دورات تدريبية للصحفيين حول أدوات التحقق الرقمي وأخلاقيات التعامل مع المحتوى المنشور على المنصات الإلكترونية.

4. ينبغي تشجيع التعاون بين الصحفيين والمدونين ضمن أطر مهنية شفافة لتعزيز نموذج الصحافة التشاركية، واعتماد بروتوكول تقني محدد.
5. من المهم توجيه البحث الأكاديمي نحو دراسة التغيرات في الممارسة الصحفية المرتبطة بالتدوين الإلكتروني، مع تطوير أدوات لقياس مدى مصداقيته وتأثيره.
6. تطوير إطار قانوني لتنظيم استخدام المحتوى الذي ينتجه المستخدمون.

خلاصة:

سعت هذه الأطروحة إلى دراسة كيفية تصور الصحفيين الجزائريين للمحتوى الرقمي الذي ينتجه الجمهور "UGC"، وكيفية تفاعلهم معه كمصدر أساسي للأخبار في بيئة إعلامية تتسم بالتسارع وتعدد المصادر وتوسع دور المنصات الرقمية. اعتمدنا في هذه الدراسة على عينة مكونة من 100 صحفي تم اختيارهم بطريقة العينة القصدية، واستخدمنا الاستمارة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات، مما أتاح وصفا كميا للممارسات وتحليلا كميا لتصورات الصحفيين.

تظهر نتائج البحث أن غرف الأخبار في الجزائر، تمر بمرحلة انتقالية، تتداخل فيها قيم الصحافة التقليدية مع منطق الإعلام الرقمي. يعتبر المحتوى الذي ينتجه الجمهور ليس مصدرا مكتملا للخبر، بل يستخدم كأداة للرصد الأولي، ضمن ما أطلقنا عليه منطق الاعتماد المزدوج، اعتماد أولي على الرصد الشبكي، يتبعه تحقق مؤسسي من خلال الاتصال بالمصادر الرسمية أو الشهود المباشرين، ثم تحرير الخبر وفق المعايير المهنية.

بالعودة إلى الإطار النظري، تظهر النتائج توافقا مع مجموعة من الأدبيات المعاصرة، وخاصة نموذج الإعلام المهجين، الذي يصف التفاعل المستمر بين المنصات الرقمية والمؤسسات التقليدية. كما تتوافق النتائج مع دراسات الصحافة التشاركية، التي تؤكد على تزايد دور الجمهور كفاعل مشارك في إنتاج المعرفة الإخبارية. بالإضافة إلى ذلك، تتماشى النتائج مع نماذج المصداقية الرقمية، التي تبرز أن الثقة في المحتوى لا تكتسب إلا بعد اجتياز عمليات تحقق متراكمة.

على الرغم من أن الصحفيين المشاركين أبدوا وعيا ملحوظا بمخاطر التضليل الإعلامي والتلاعب بالصور والفيديوهات، فإن الدراسة أظهرت وجود قصور في استخدام الأدوات التقنية المتقدمة للتحقق من ذلك.

هذا يعكس فجوة تكوينية يتعين على المؤسسات الإعلامية معالجتها، كما يتضح من التجارب الدولية، التي قامت بتأسيس عمليات التحقق الرقمي داخليا.

أظهرت النتائج أن دوافع استخدام المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، ليست نظرية أو أيديولوجية، بل يرتبط بشكل أساسي بالبراغماتية المهنية، والتي تتضمن الحاجة إلى السرعة، والوصول الفوري للمعلومات، ومتابعة الاتجاهات الرقمية، وتلبية متطلبات المنافسة في المجال الإخباري. ومع ذلك، يبقى مستوى الثقة في المحتوى الذي ينشئه المستخدمون محدوداً، ويعتمد على عوامل مثل هوية صاحب الحساب، وسياق النشر، ومدى انتشار المنشور.

من منظور سوسيومهي، أظهرت النتائج أن أعمار الصحفيين، وخبراتهم، ومستويات تكوينهم الرقمي، تشكل جميعها عناصر تؤثر في كيفية استخدامهم للمحتوى الرقمي. وهذا يؤكد أن الممارسة الصحفية ليست مجرد فعل تقني، بل هي نتاج تفاعل بين عوامل اجتماعية ومهنية وثقافية.

هذه الأطروحة لا تقدم إجابات حاسمة، بل تتيح المجال لطرح أسئلة جديدة حول تأثير الخوارزميات على كيفية رؤية الصحفي للحدث، وكيف تعيد المنصات ترتيب أولويات المحتوى، ودور الذكاء الاصطناعي في عمليات التحقق، ومستقبل العلاقة بين الصحافة المؤسسية والصحافة المواطنية.

تخلص الدراسة إلى أن مستقبل الصحافة، يعتمد على قدرتها على الانتقال من الاستخدام العفوي للمحتوى الرقمي إلى الاستخدام المهني مدعوماً بتقنيات، بالإضافة إلى مدى قدرتها على تطوير مهارات الصحفيين في التحقق الرقمي. كما يتطلب الأمر تبني بروتوكولات مؤسسية واضحة تضمن التوازن بين سرعة النشر ودقة المعلومات، مما يعزز ثقة الجمهور ويقوي مهنية المؤسسة الإعلامية في عصر التدوين الإلكتروني.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ. قائمة الكتب باللغة العربية:

1. أبو عرجة تسيير. (2000). دراسات في الصحافة والإعلام. عمان: الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
2. أحمد بن مرسل. (2005). مناهج البحث علوم الإعلام والاتصال. الجزائر. الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية.
3. أحمد حسن السمان. (2022). الكتابة للوسائط المتعددة وغرف الأخبار المدججة. مصر. الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية.
4. أحمد راشد، سمير عبد الرحمن. (2018). وسائل الإعلام الاجتماعي ودورها في تشكيل الهوية الرقمية. عمان. دار الفكر المعاصر.
5. أحمد عبد العزيز سلامة، عبد السلام الغفار. (1980). علم النفس الاجتماعي. القاهرة. دار النهضة العربية.
6. أحمد طارق سيد. (2004). الإعلام المحلي وقضايا المجتمع. القاهرة. دار المعرفة الجامعية.
7. أحمد طاهر عبد الله. (2015). تقنيات الإعلام الرقمي. عمان. دار وائل.
8. أديب خضور. (1994). مدخل إلى الصحافة، نظرية وممارسة. دمشق. سلسلة المكتبة الإعلامية.
9. أديب خضور. (1999). الإعلام والأزمات. دمشق. سلسلة المكتبة الإعلامية.
10. أديب خضور. (2008). الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين. دمشق. الطبعة الثانية، سلسلة المكتبة الإعلامية.
11. أرتورو شوبنهاور، ترجمة توفيق سعيد، مراجعة فاطمة مسعود. (2006). العالم إرادة وتمثلا. مصر. المجلس الأعلى للثقافة.
12. أرمان ماتلار، جون ماري بيام، ترجمة نصر الدين العياضي. (1999). كتاب في وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، آراء ورؤى، صناعات ثقافية أو ثقافة الجماهير. الجزائر. دار القصة.
13. أرمان وميشال ماتلار: ترجمة نصر الدين العياضي، ورايح الصادق. (2006). تاريخ نظريات الاتصال. لبنان. المنظمة العربية للترجمة.
14. أسما حسين حافظ. (2005). تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي. مصر. الدار العربية للنشر والتوزيع.

15. ألبرت لهستر وآخرون، ترجمة عبد الرؤوف كمال. (1988). دليل الصحفي في العالم الثالث. القاهرة. الدار الدولية للنشر.
16. أمجد الجوهري، ومتولي النقيب. (2015). خدمات المعلومات في البيئة الرقمية. مصر. دار الجوهري للنشر والتوزيع.
17. أمين سعيد عبد الغني. (2008). وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية. مصر. إيتراك للنشر والتوزيع.
18. آمنة بلعلی. (2020). التحول الرقمي في الإعلام الجزائري. الجزائر. دار ابن النديم.
19. أمجد الجوهري ومتولي النقيب. (2015). خدمات المعلومات في البيئة الرقمية. مصر. دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
20. أنتوم أليس، ترجمة سامي عامر. (2017). الصحافة الرقمية. الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الأولى. ثقافة النشر والتوزيع.
21. أندريا بريس، ويليامز بروس، ترجمة شويكا زكي. (2012). البيئة الإعلامية الجديد. مصر. الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع.
22. أنور الجندي. (1980). الصحافة والأفلام المسموعة. مصر. دار الاعتصام للطبع والنشر والتوزيع.
23. أيكه هولنراس، ترجمة جوهري محمد. (1999). قاموس مصطلحات التكنولوجيا والفولكلور. مصر. الطبعة الثانية، الأمل للطباعة والنشر.
24. إبراهيم السيد حسنين. (2015). الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي. مصر. الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
25. إبراهيم بعزیز. (2012). تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية. الجزائر. دار الكتاب الحديث.
26. إبراهيم عبد الرزاق انتصار، وحسام الساموك صفد. (2011). الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة. العراق. الطبعة الأولى. الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
27. إبراهيم عبد الله المسلمی. (2009). مناهج البحث في الدراسات الإعلامية. القاهرة. الطبعة الأولى، دار الفكر العربي.
28. إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الخبر الصحفي. القاهرة. العربي للنشر والتوزيع.
29. إسماعيل إبراهيم. (1998). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. مصر. الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع.

30. إسماعيل علي سعد، وأشرف فهمي خوجة. (2011). السياسات الإعلامية في المؤسسات الصحفية. مصر. دار المعرفة الجامعية.
31. إمام إبراهيم. (2005). الصحافة والإعلام المعاصر: قضايا ومقاربات. القاهرة. عالم الكتب.
32. إيميل دوركايم، ترجمة أنيس حسن. (1966). علم اجتماع وفلسفة. القاهرة. الطبعة الأولى، المكتبة الأنجلو مصرية.
33. ابن منظور. (2005). لسان العرب. دار المعارف.
34. ادوارد السعيد، ترجمة عبد الكريم محفوظ. (2000). العالم والنص الناقد. دمشق. منشورات اتجاه الكتاب العرب.
35. ادوارد سي بانفلد، ترجمة سمير عزت نصار. (1995). السلوك الحضاري والمواطنة. الأردن. دار النسر للنشر والتوزيع.
36. ادوارد واكين، ترجمة فلسطين وديع. (1981). مقدمة في وسائل الاتصال. القاهرة. مطابع الأهرام.
37. اريك ميغريه، ترجمة شربل موريس. (2009). سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام. لبنان. الطبعة الأولى، جروس برس.
38. انتصار عبد الرزاق، صفد حسام الساموك. (2011). الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. بغداد. الطبعة الإلكترونية الأولى، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
39. الأمير فيصل. (2006). الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. الأردن. الطبعة الأولى، دار الشروق.
40. البدواني فاضل. (2015). أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. القاهرة. دار الكتاب الجامعي.
41. الحاج كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. سوريا. منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
42. الخوري نسيم. (2009). الكتابة الإعلامية. بيروت. دار المنهل اللبناني.
43. السيد عبد القادر سلوى، وعباس إبراهيم محمد. (2013). الأنثروبولوجيا والقيم. مصر. دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
44. العامري صالح، والغالي طاهر. (بلا تاريخ). الإدارة والأعمال. الأردن. دار وائل للنشر.
45. العوا عادل. (1986). العمدة في فلسفة القيم. دمشق. الطبعة الأولى. دار طلاس للنشر والتوزيع.
46. الغدامي عبد الله. (2004). الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي. بيروت. المركز الثقافي العربي.
47. الفيصل عبد الأمير. (2014). مدخل في صحافة الأنترنت. الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الأولى. دار الكتاب الجامعي.

48. المشاقبة بسام. (1994). أخلاقيات العمل الإعلامي. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.
49. الهلالي جاسم رمضان. (2013). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية. العراق. الطبعة الأولى. دار الفجر للنشر والتوزيع.
50. بخت السيد. (2010). الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، الإمارات العربية المتحدة. دار الكتاب الجامعي.
51. بدران بن عبد الله. (2007). الفنون الخيرية في وكالات الأنباء. الطبعة الأولى. سوريا. دار المكتبي.
52. بسيوني ابراهيم حمادة. (2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة. عالم الكتب.
53. بشير العلاق. (2011). نظريات الاتصال مدخل متكامل. الأردن. الطبعة الأولى، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع.
54. بلقاسم بن روان. (2007). وسائل الإعلام والمجتمع. الجزائر. الطبعة الأولى. دار الخلدونية.
55. بلال عبيد. (2025). صحافة الموجو، من التأسيس إلى عصر الذكاء الاصطناعي. الجزائر. إيداع بوك للنشر.
56. بن المحارب المحارب سعد. (2011). الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية للمحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة. لبنان. الطبعة الأولى. جداول للنشر والتوزيع.
57. بن روان بلقاسم. (2016). سويولوجيا الإعلام، القيم في المنظومة الإعلامية. القاهرة. الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث.
58. بن محارب المحارب سعد. (2011). الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية للمحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة. لبنان. الطبعة الأولى. جداول للنشر والتوزيع.
59. بومدين طاشمة، عبد النور ناجي. (2014). أصول منهجية البحث في علم السياسة، طرق أدوات مناهج ومقاربات البحث السياسي. الجزائر. دار الجسور.
60. بريق حسين موسى. (2015). فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية. الأردن. الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع.
61. جرجيس جاسم محمد، وبديع القاسم. (1998). مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. مصر. مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية.
62. جمال رزن. (2007). الوعاء ووعي الهوية. الطبعة الأولى، صفحات للنشر والتوزيع.
63. جمال ناموس القيسي. (2013). الأخبار في الصحافة الإلكترونية. عمان. الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع.

64. جون بيتنر، ترجمة عمر خطيب. (1987). الاتصال الجماهيري مدخل. بيروت. المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
65. جون هاتلنج، ترجمة عبد الرؤوف كمال. (1996). أخلاقيات الصحافة. القاهرة. الطبعة الأولى. الدار العربية للنشر والتوزيع.
66. جيلبير دوران، ترجمة الصمد مصباح. (2006). الأنثروبولوجيا، رموزها، أساطيرها، أنساقها. بيروت. الطبعة الثانية. مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
67. جيهان أحمد رشتي. (1987). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. مصر. الطبعة الأولى، دار الفكر العربي للطباعة والنشر.
68. حارث عبود، ومزخر العاني. (2014). الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي. عمان. الطبعة الأولى. دار الحامد للنشر والتوزيع.
69. حامد أحمد عقلية عبد المحسن. (2015). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. مصر. الطبعة الأولى. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
70. حامد عبد السلام زهران. (1977). علم النفس الاجتماعي. الطبعة الرابعة. مصر. عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
71. حداد نبيل. (2002). في الكتابة الصحفية، السمات، المهارات، الأشكال، القضايا. الأردن. دار الكندي.
72. حسام الدين محمود فياض. (بلا تاريخ). نظرية الفعل الاجتماعي عند ماكس فيبر. مصر. الطبعة الأولى، مكتبة نحو علم اجتماعي تنويري.
73. حسن عماد المكاوي. (1993). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. مصر. الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية.
74. حسن عماد مكاوي. (1994). أخلاقيات العمل الإعلامي. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.
75. حسن مظفر. (2006). الفضاء المعلوماتي. لبنان. الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية.
76. حسن عماد. (1991). وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. القاهرة. الطبعة الأولى. دار الفكر العربي للطباعة والنشر.
77. حسني محمد نصر. (2003). الأنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية. الكويت. الطبعة الأولى. دار الفلاح للنشر والتوزيع.
78. حسني نصرو، وسناء عبد الرحمن. (2009). الخبر الصحفي، التحرير الصحفي في عصر المعلومات. الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعي.

79. حسين الجنابي علي. (2019). الإعلام الرقمي وتطبيقاته الحديثة، دار صفاء للنشر والتوزيع.
80. حسين شفيق. (2010). الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية. القاهرة. الطبعة الأولى. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
81. حسين علي إبراهيم الفلاح. (2014). دراسات في صور ومظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. العراق. الطبعة الأولى. دار غيداء للنشر والتوزيع.
82. حسين علي إبراهيم الفلاح. (2014). الديمقراطية والإعلام والاتصال، دراسة في العلاقة بين الديمقراطية والإعلام وطبيعة الإعلام الديمقراطي ووظائفه. الأردن. دار غيداء للنشر والتوزيع.
83. حسين ناصف. (2014). اللغة الإعلامية بين التحليل والأسلوب. دمشق. دار الفكر.
84. حلمي خضر ساري، ترجمة عطاء عبد الوهاب. (بلا تاريخ). صورة العرب في الصحافة البريطانية. بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية.
85. حلمي محمود محمد أحمد محاسب. (2006). إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت، دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحفيين المصرية والأمريكية. مصر. الطبعة الأولى. دار العلوم للنشر والتوزيع.
86. حليلة قادري. (2006). التواصل الاجتماعي. الأردن. الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
87. حليلة قادري. (2016). التواصل الاجتماعي. الطبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
88. خالد جمال عبده. (2019). الإعلام البديل على الأنترنت، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال. مصر. الطبعة الأولى، المكتب العربي للمعارف.
89. خديجة صديقي. (2000). التفاعل الإعلامي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. الجزائر. دار الإبداع.
90. درويش اللبان شريف. (2000). تكنولوجيا الاتصال، التأثيرات السياسية والاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال. القاهرة. المدينة برس للنشر والتوزيع.
91. ذوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس، وعبد الحق كايد. (2012). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. عمان. دار الفكر.
92. راسم محمد الجمال. (2005). الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.
93. روبر مارتن، وعبد القادر ترجمة المهيري. (2008). مدخل لفهم اللسانيات. بيروت. الطبعة الأولى. مركز دراسات الوحدة العربية.
94. ريفرز وليام وآخرون، ترجمة إمام إبراهيم. (1975). وسائل الإعلام والمجتمع الحديث. القاهرة. دار المعرفة.

95. زكرياء بن صغير. (2016). مهارات استخدام الأنترنت في العمل الصحفي. الجزائر. دار الخلدونية.
96. سارة بوريش. (2017). تاريخ الصحافة. الأردن. دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
97. ستانلي جونسون، جولين هاريس، وترجمة وديع فلسطين. (1990). استقاء الأنباء فن. القاهرة. دار المعارف.
98. سعاد جبر سعيد. (2005). سيكولوجية الاتصال الجماهيري. الأردن. الطبعة الأولى. عالم الكتاب الحديث للنشر.
99. سعود الرحامنة ناصر. (2016). الصحافة الإلكترونية، الاتجاهات الإعلامية الحديثة. عمان. الطبعة الأولى، أمانة عمان الكبرى.
100. سلمان المشهداني سعد. (2017). الصحافة العربية والدولية، المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج والاتجاهات. الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي.
101. سلطان عدوان. (2025). مكونات الاتصال والتحول الرقمي. فلسطين. شبكة فووتبول الرياضية.
102. سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام. القاهرة. عالم الكتاب.
103. سيف الدين حسن العوض. (2016). دراسات إعلامية معاصرة. الطبعة الأولى. الأردن. دار أسامة للنشر والتوزيع.
104. سيفون بابة. (2016). الأنترنت والصحافة الإلكترونية، دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير. الجزائر. دار الخلدونية.
105. شاكِر عبد الحميد. (2005). عصر الصورة السلبية والإيجابيات. الكويت. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
106. شريطي مراد فوزي. (2015). التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد. عمان. الطبعة الأولى. دار صفاء للنشر والتوزيع.
107. شريف درويش اللبان. (2005). الصحافة الإلكترونية لدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع. مصر. الطبعة الأولى. الدار المصرية اللبنانية.
108. شريف درويش اللبان. (2011). مدخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت. مصر. الطبعة الأولى دار العالم العربي.
109. شريف درويش اللبان. (2014). تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة. مصر. الطبعة الثالثة. الدار المصرية اللبنانية.

110. شريف درويش اللبان، هشام المقصود. (2008). مقدمة في مناهج البحث الإعلامي. القاهرة. الدرا العربية للنشر والتوزيع.
111. شوقي رباح. (2021). الإعلام البديل وصناعة الرأي العام. الجزائر. دار الهدى.
112. شوقي العلوي. (2006). رهانات الأنترنت. لبنان. الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
113. شفيق حسنين. (2006). الإعلام الإلكتروني. القاهرة. الطبعة الثانية. رحمة برس للطباعة والنشر.
114. صالح خليل أبو أصبع. (1997). إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي. الأردن. الطبعة الثانية. دار آرام للنشر والتوزيع.
115. صيني سعيد إسماعيل. (1991). مدخل إلى الإعلام الإسلامي. القاهرة. دار الحقيقة للإعلام الدولي.
116. طارق محمود عباس. (2004). مجتمع المعلومات الرقمي. مصر. الطبعة الأولى. المركز الأصيل للطباعة والنشر.
117. عارف الضبع رفعت. (2011). الخبر، القاهرة. الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع.
118. عامر إبراهيم القندلجي. (2013). الإعلام والمعلومات والأنترنت. الأردن. الطبعة الأولى، دار اليازوردي للنشر.
119. عامر إبراهيم قنديلجي. (2015). الإعلام الإلكتروني. الأردن. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
120. عامر إبراهيم قنديلجي. (2015). مصادر المعلومات الإعلامية. الأردن. الطبعة مزيدة ومنقحة. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
121. عامر مصباح. (2008). منهجية البحث في العلوم السياسية. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية.
122. عباس ماجي حسن. (بلا تاريخ). الصحفي الإلكتروني. عمان. الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع.
123. عباس مصطفى صادق. (2003). صحافة الإنترنت، قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي.
124. عباس مصطفى صادق. (2007). الأنترنت والبحث العلمي. أبو ظبي. الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
125. عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. الأردن. الطبعة الأولى. دار الشروق.

126. عبد الحميد الشواربي. (2004). الجرائم التعبيرية، جرائم الصحافة والنشر. الإسكندرية. منشأة المعارف.
127. عبد الحميد عماد. (2021). الاتصال والإعلام في العصر الرقمي. عالم الكتب الحديثة.
128. عبد الرحمن العيسوي. (2002). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. مصر. دار الفكر الجامعي.
129. عبد الرحمن عواطف. (بلا تاريخ). دراسات في الصحافة العربية المعاصرة. بيروت. الطبعة الأولى. دار الفراي للنشر والتوزيع.
130. عبد الرحمن محمد. (2004). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الإسكندرية. الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية.
131. عبد الرزاق انتصار، وصفد حسام الساموك. (2011). الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. بغداد. الطبعة الإلكترونية الأولى، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
132. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، الأردن. دار وائل للنشر.
133. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). التحرير الصحفي. الأردن. الطبعة الأولى. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
134. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). الخبر في وسائل الإعلام. الأردن. الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
135. عبد الرزاق محمد الدليمي. (بلا تاريخ). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. الأردن. الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع.
136. عبد الستار جواد. (2011). فن كتابة الأخبار. الأردن. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
137. عبد السلام حيمر. (2008). في سوسيولوجيا الخطاب، من سوسيولوجيا التمثيلات إلى سوسيولوجيا الفعل. نسخة إلكترونية. الطبعة الأولى. الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
138. عبد العزيز الغنام. (1988). مدخل في علم الصحافة. مصر. الجزء الأول، المكتبة الأنجلو مصرية.
139. عبد العزيز شرف. (2000). الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. القاهرة. دار قباء للنشر والتوزيع.
140. عبد العزيز أبو نبعة. (2016). المحتوى الرقمي العربي. الدوحة. دار الثقافة.
141. عبد العزيز بوباكير. (2018). أخلاقيات الإعلام في العصر الرقمي. الجزائر. دار القصة.
142. عبد العزيز خوجة. (2008). الإعلام والمجتمع. القاهرة. دار الفكر العربي.

143. عبد العظيم كامل الجميلي. (2016). الإعلام الجديد وإشكالية التواصل الرقمي. الأردن. الطبعة الأولى. دار الأيام للنشر والتوزيع.
144. عبد الغني عماد. (2006). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة. لبنان. مركز دراسات الوحدة العربية.
145. عبد الغني الغشيم. (2009). مقدمة في نظريات الإعلام. الأردن. دار الشروق.
146. عبد الغني عماد. (2006). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة. لبنان. مركز دراسات الوحدة العربية.
147. عبد الغني مناصرية. (2021). الإعلام الجديد: الوسائط الرقمية في التواصل. الجزائر. دار الخلدونية.
148. عبد الفتاح عبد النبي. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الاخبار. القاهرة. العربي للنشر والتوزيع.
149. عبد الفتاح عبد النبي. (1990). تكنولوجيا الاتصال والثقافة. القاهرة. العربي للنشر والتوزيع.
150. عبد الفتاح كنعان علي. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. عمان. دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع.
151. عبد القادر ياسين. (2010). الصحافة سيف ودرع. القاهرة. الطبعة الأولى. مكتبة جزيرة الورد.
152. عبد القادر زدام. (2019). التحقيق الصحفي في البيئة الرقمية. الجزائر. دار الخلدونية.
153. عبد الله الطيب. (2013). تحليل المحتوى في البحوث الإعلامية. عمان. دار المسيرة.
154. عبد المجيد شراد. (2015). الصحافة الإلكترونية: من التفاعلية إلى الاندماج الرقمي. الجزائر. دار الخلدونية.
155. عبد المعطي نحى السيد. (2015). صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد. أبو ظبي. الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي.
156. عبد الكريم راضي. (2007). العلاقات العامة فن وإبداع، تطور المؤسسة ونجاح الإدارة. بيروت.
157. عبد اللطيف حمزة. (1956). المدخل في فن التحرير الصحفي. مصر. دار الفكر العربي.
158. عبد الله خلف جلييلة. (2014). الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية. الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الأولى. دار الكتاب الجامعي.
159. عبد المحسن حامد أحمد. (2015). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. مصر. الطبعة الأولى. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

160. عبد الناموس القيسي جمال. (2013). الأخبار في الصحافة الإلكترونية. عمان. دار النفائس.
161. عبد الهادي محمود الزيدي. (2015). المسؤولية. الطبعة الأولى، الأردن. دار النفائس للنشر والتوزيع.
162. عبد الواحد أمين رضا. (2007). الصحافة الإلكترونية. الطبعة الأولى. القاهرة. دار الفجر للنشر والتوزيع.
163. عبد الوهاب بوخنوفة. (بلا تاريخ). تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومقاربات الاستخدام والتمثل.
164. عبد مسلم طاهر. (2002). عبقرية الصورة والمكان، التعبير، التأويل والنقد. الأردن. الطبعة الأولى. دار الشروق للنشر والتوزيع.
165. عثمان محمد الدليمي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. الأردن. الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع.
166. عزي عبد الرحمن. (1998). نحو نظرية للحتمية القيمية في الإعلام. الجزائر. دار هومة للنشر والتوزيع.
167. عزي عبد الرحمن. (2003). دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز. بيروت. الطبعة الأولى. منشورات مركز دراسات الوحدة العربية.
168. عزي عبد الرحمن. (2003). مدخل إلى النظرية الحتمية القيمية في الإعلام. الجزائر. دار هومة للنشر والتوزيع.
169. عزي عبد الرحمن. (2008). نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والاتصال. الجزائر. دار هومة.
170. عزي عبد الرحمن. (2011). القيم والإعلام في ظل العولمة. الجزائر. دار هومة للنشر والتوزيع.
171. عصام الدين علي حسن هلال، ومحمد حسن علي الجندي. (2010). القيم الاقتصادية في الصحافة. الإسكندرية. الطبعة الأولى. دار الفكر الجامعي.
172. عطا الله شاكر. (2015). إدارة المؤسسات الإعلامية، طبعة مزيده ومنقحة. الأردن. دار أسامة للنشر والتوزيع.
173. عظيمي أحمد. (2009). منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية.
174. علي جابر محجوب. (2001). قواعد أخلاقيات المهنة ومفهومها أساس إلزامها ونطاقه، القاهرة. الطبعة الثانية. النسر الذهبي للطباعة.
175. علي دنيف حسين. (2013). تشريح الخبر الصحفي. الأردن. الطبعة الأولى، دار الأسامة للنشر والتوزيع.
176. علي محمد عبد الله. (2017). شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي. مصر. دار الكتب المصرية.

177. عليان رجي مصطفى. (2010). البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته. الأردن. بيت الأفكار الدولية.
178. عمر عوابدي. (1983). البحث العلمي: مناهجه وتقنياته. الجزائر. الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية.
179. عودة الشماليه ماهر وآخرون. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. الأردن. الطبعة الأولى. دار الإعصار الرقمي.
180. غازي خالد محمد. (2016). الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. مصر. دار الكتب المصرية.
181. غالب كاظم جواد. (2017). الإعلام الجديد، اعتمادية متصاعدة. الأردن. الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع.
182. فؤاد أبو الحطب. (1977). بحوث في تقنين الاختبارات النفسية. القاهرة. المجلد الأول. مكتبة الأنجلو المصرية.
183. فؤاد الألوسي سؤد. (2012). الصحفي والنشر الإخباري. عمان. دار أسامة للنشر والتوزيع.
184. فؤاد عبد المنعم البكري. (2002). الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال. مصر. عالم الكتب.
185. فؤاد يوسف فرانجي. (2006). السلطة الخامسة علم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات. العراق. الطبعة الأولى. دار الشؤون الثقافية العامة.
186. فاروق أنيس جرار. (2001). الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الإعلام. الأردن. وزارة الثقافة.
187. فتحي الشيخ هيثم. (2015). السياسة التحريرية بين الصحافة الإلكترونية ووكالات الأنباء. مصر. الطبعة الأولى. المكتب العربي الحديث.
188. فرحان فرع العتاي. (2020). المعلوماتية وأثرها السياسي على الوطن العربي. مصر. الطبعة الأولى، دار العربي للنشر والتوزيع.
189. فضيل دليو. (2010). التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، المفهوم الاستعمالات، الأفاق NTIC/TIC. الأردن. الطبعة الأولى. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
190. فوزي شريطي. (2014). التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد. الأردن. الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع.
191. فيصل محمد عبد الغفار. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي. الأردن. الطبعة الأولى. الجنادرية للنشر والتوزيع.

192. كاستلز، مانويل، وعبد الجبار فالح. (2010). صعود مجتمع الشبكة. بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية.
193. كاظم جواد الدعيمي غالب. (2017). الإعلام الجديد، اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. عمان. الطبعة الأولى. دار أمجد للنشر والتوزيع.
194. كامل محمد محمد عويضة. (1996). علم النفس بين الشخصية والفكر. لبنان. الطبعة الأولى. دار الكتب العلمية.
195. كركوكي حبيب. (2008). فنون التحرير الصحفي. العراق. مؤسسة موركياني للبحوث والنشر.
196. كرم شلبي. (1988). الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية. جدة. دار الشروق.
197. كمال وسام. (2014). الإعلام الإلكتروني والمحمول، بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي. القاهرة. الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع.
198. كنعان عبد الفتاح. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي. القاهرة. العربي للنشر والتحديث.
199. كورتيس ماك دوغال، وأديب ترجمة خضور. (2000). مبادئ تحرير الأخبار. دمشق. المكتبة الإعلامية.
200. لازار جوديت، ترجمة على وطفة وهيثم سطايجي. (1994). سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري. سوريا. الطبعة الأولى. دار الينايع.
201. ليلي عد المجيد. (1986). سياسات الاتصال في العالم الثالث. القاهرة. دار الطباعة العربي للطبع والنشر والتوزيع.
202. ماري بيث فيكو، أبو بكر الويشي. (2016). المصادر الإلكترونية، سبل الوصول إليها وقضاياها. القاهرة. الطبعة الأولى، المركز القومي للترجمة.
203. ماكومز ماكس وآخرون، وحسن أحمد ترجمة محمد صفوت. (2012). الأخبار والرأي العام، تأثير الإعلام على الحياة المدنية. القاهرة. الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع.
204. ماهر عودة الشمالية وآخرون. (2015). أخلاقيات العمل الإعلامي. الأردن. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
205. محمد العوض وداعة الله. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. الأردن. دار الخليج للصحافة والنشر والتوزيع.
206. محمد خليفة عبد الفتاح. (1992). ارتقاء القيم. الكويت. عالم المعرفة.
207. محمد رجب البيومي. (1995). النهضة الإسلامية في سير أعلامها المعاصرين. لبنان. الطبعة الأولى، دار القلم العربية.

208. محمد زيان عمر. (1983). البحث العلمي: مناهجه وتقنياته. الجزائر. الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية.
209. محمد سيد وآخرون. (2009). وسائل الإعلام من المنادي إلى الأنترنت. مصر. دار الفكر العربي.
210. محمد شلبي. (1997). المنهجية في التحرير السياسي. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية.
211. محمد صاحب سلطان. (2025). إدارة المؤسسات الإعلامية، أنماط وأساليب القيادة. الأردن. الطبعة الأولى. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
212. محمد علي محمد. (1986). علم اجتماع التنظيم، مدخل للتراث والمشكلات والموضوع والمنهج. الإسكندرية. الطبعة الثالثة. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
213. محمد محمد الهادي. (1993). التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر. مصر. الطبعة الأولى. دار الشروق.
214. محمد مسلم. (2007). مقدمة في علم النفس الاجتماعي. الجزائر. دار قرطبة للنشر والتوزيع.
215. محمد نصر مهنا. (2009). في تنظير الإعلام، الفضائيات العربية، العولمة الإعلامية، المعلوماتية. مصر. مؤسسة شباب الجامعة.
216. محمود الخالدي محمد. (2007). التكنولوجيا الإلكترونية. عمان. الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
217. محمود عزت اللحام، وفلاح مروى عصام. (2014). الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية. عمان. الطبعة الأولى. دار الإعصار العلمي.
218. محمود علم الدين. (2005). المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة. مصر. الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر والتوزيع.
219. محمود علم الدين. (2005). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة. القاهرة. الطبعة الأولى. دار السحاب للنشر والتوزيع.
220. محمود يوسف السماصري. (2008). فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي. الولايات المتحدة الأمريكية. الطبعة الأولى. المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
221. محي الدين العوير. (2007). أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك. دمشق. دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع.
222. مروة حمد كمال الدين. (2008). مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.

223. مفيد الزيدي. (2013). قضايا العولمة والمعلوماتية في المجتمع العربي المعاصر. الأردن. الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع.
224. ممدوح رضا الجندي. (2016). المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل. الأردن. الطبعة الأولى. دار الراية للنشر والتوزيع.
225. منال هلال المزاهرة. (2012). نظريات الاتصال. الأردن. الطبعة الأولى. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
226. منال هلال المزاهرة. (2014). تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. الأردن. الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
227. مهنا محمد. (2001). النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية المعلوماتية. القاهرة. المكتبة الجامعية.
228. موريس أنجرس، ترجمة سبعون سعيد وآخرون. (2006). منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية. الجزائر. الطبعة الثانية، دار القصة للنشر.
229. مويت فيصل عبد الأمير. (2006). الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. عمان. الطبعة الأولى. دار الشروق.
230. مي العبد الله. (1999). الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة. بيروت. الدار الجامعية.
231. مي العبد الله. (2005). الاتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية. لبنان. الطبعة الأولى، دار النهضة العربية.
232. يعقوب بن صغير. (2019). الأبعاد السوسيو مهنية في دراسة القائم بالاتصال. الأردن. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ب. قائمة المعجم والقواميس:**
233. ابن منظور. (بلا تاريخ). لسان العرب. بيروت. المجلد 14.
234. أليكة هولنراس، ترجمة محمد جوهري. (1999). قاموس مصطلحات الانثولوجيا والفولكلور. مصر. الطبعة الثانية. الأمل للطباعة والنشر.
235. أحمد عيسى المعاصر. (2012). معجم المصطلحات الإعلامية. القاهرة. دار الفكر العربي.
236. باتريك شاردو، دومينيك منغو، ترجمة المهيري عبد القادر وصمود حمادي. (بلا تاريخ). معجم تحليل الخطاب. تونس. المركز الوطني للترجمة، دار سيناترا.

237. بينيت طوني، لورانس غروسبيرغ، ميقال موريس وترجمة سعيد الغامي. (2010). **معجم مصطلحات الثقافية والمجتمع مفاتيح اصطلاحية جديدة**. بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية. المنظمة العربية للترجمة.
238. جميل صليبا. (1892). **المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والانجليزية واللاتينية**. بيروت. الجزء الثاني. دار الكتاب اللبناني.
239. جميل صليبا. (1982). **المعجم الفلسفي**. لبنان. الجزء الأول. دار الكتاب اللبناني.
240. عبد الرحمن بدوي. (1984). **موسوعة الفلسفة**. لبنان. الجزء الأول، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
241. كرم شلبي. (1998). **قاموس المصطلحات الإعلامية**. جدة. دار الشروق.
242. لويس عجيل، رمون حروفش وآخرون. (2008). **المنجد في اللغة العربية والإعلام**. لبنان. الطبعة التاسعة والعشرون مجددة. دار المشرق.
243. لويس معلوف. (1986). **المنجد الأبجدي**. بيروت. الطبعة الثامنة. دار المشرق.
244. محمد ابن منظور. (1989). **لسان العرب**. القاهرة. مطبعة بولاق.
245. محمد منير حجاب. (2004). **المعجم الإعلامي**. مصر. دار الفجر.
246. ميخائيل أنود. (2000). **معجم مصطلحات هيكل**. مصر. المجلس الأعلى للثقافة.
247. مختار عمر أحمد. (2008). **معجم اللغة العربية المعاصرة**. مصر. الطبعة الأولى. عالم الكتب.
248. مراد وهبة. (2007). **المعجم الفلسفي**. القاهرة. دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.
249. مصلح الصالح. (1999). **قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية**. السعودية. الطبعة الأولى. دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.

ج. قائمة المجلات:

252. السيد بخيت. (2004). **الأنترنت، وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية**. العين. دار الكتاب الجامعي.
253. السيد بخيت. (2006). **أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية**. مصر. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
254. الدرناني عبد المالك. (بلا تاريخ). **مقروئية الصحف في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية للصحف اليومية اليمنية**. كلية الإعلام مجلة الباحث الإعلامي. العدد 32. جامعة صنعاء.
255. الزيايدي لطفي. (2021). **استخدامات الشباب والصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي: المجتمع السعودي**. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، العلوم الإنسانية والإدارية.

256. الصادق الحمامي. (2008). المجال الإعلامي العربي، ارهاصات نموذج تواصل جديد، مجلة المستقبل العربي. العدد 335.
257. الصادق رابح. (2008). الفضاء المدوناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة. الأردن. مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية.
258. الصادق رابح. (2010). التدوين الإعلامي والوسائط الإعلامية التقليدية، بحث في حدود الوصل والفصل. تونس. العدد 51/52. المجلة التونسية لعلوم الاتصال.
259. الصادق رابح. (22-23 نوفمبر 2005). من تجليات إدماج التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الحديثة في المؤسسات الصحفية. جامعة الشارقة. كلية الاتصال. ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي. صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات.
260. الصديق الصادقي العماري. (15-19 فيفري 2015). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة. مجلة مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم. ضمن أعمال مؤتمر أسبوع التقارب والوثام الإنساني.
261. باسم يونس البديرات، ومحمد حسين البطينة. (2016). اللغة وأثرها في تجدير الهوية الإسلامية في عصر العولمة. مجلة مقاليد. العدد 39.
262. بوخنوفة عبد الوهاب. (2007). الأطفال والثورة التكنولوجية: التمثل والاستخدامات، العدد 7.
263. ثامر كامل محمد. (31 ديسمبر، 2008). العولمة من منظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وآليات حراكها في الوطن العربي. جامعة بغداد. كلية العلوم السياسية. العدد 37.
264. جمال الرزن. (2010). صحافة المواطن، الملتقى عندما يصبح مراسلا. المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 52.
265. جمال الرزن. (2012). إذاعة الغد الرقمية، إذاعة مواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي. مجلة الإذاعات العربية. العدد 4.
266. جمال الرزن. (2017). الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته. مركز الجزيرة للدراسات.
267. جمال الرزن. (بلا تاريخ). المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين. تونس. جامعة منوبة.
268. جمال عبد السميع الشادلي. (2012). دراسات يابانية وشرقية. مصر. مركز الدراسات الشرقية ومركز الدراسات المتعددة الموضوعات للأديان التوحيدية. العدد السادس.

269. خالد زعموم، السعيد بومعينة. (2016). التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها. تونس. مجلة العربي للدراسات الإعلامية.
270. خالد منصور. (2018). دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام، مقارنة نظرية. جامعة خنشلة. مجلة تاريخ العلوم. العدد 11.
271. حسينة زروقي. (2021). التحول الرقمي وأثره على الأداء الصحفي. بسكرة. جامعة محمد خيضر. مجلة دفاتر السياسة والقانون. العدد 18.
272. رابع الصادق. (2008). الفضاء المدوناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة. مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية.
273. رحيم كاظم نائر. (2009). العولمة والمواطنة والهوية. مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية. العدد 1.
274. رحيمة شرقي. (2013). الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 11.
275. ساعد ساعد. (2014). التحرير الصحفي الإخباري في الصحافة الجزائرية المكتوبة. المملكة العربية السعودية. جامعة الملك خالد. مجلة دفاتر السياسة والقانون. العدد الحادي عشر.
276. سميرة شيخاني. (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق. العدد الأول والثاني.
277. شريهان توفيق وشيرين كدواني. (19-20 فيفري 2008). المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة. مصر. جامعة أسيوط كلية الآداب. ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الأول لقسم الإعلام، مؤتمر الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة.
278. شطاح محمد. (1997). البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة. الجزائر. المجلة الجزائرية للاتصال. معهد علوم الإعلام والاتصال. العدد 15.
279. صابي فاطمة. (بلا تاريخ). تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية. مجلة العلوم الاجتماعية.
280. صالح فياض فريد، حبيب خليف. (2016). اتجاهات الأخبار في مجلس النواب العراقي لعام 2010 في الصحافة الإلكترونية. العراق. مجلة آداب الفراهيدي. دراسة تحليلية لمضمون موقع جريدة الشرق الأوسط الإلكترونية أمودجا. العدد 24.

281. عبد الوهاب بوخنوفة. (2006 / 2007). المدرسة، التلميذ، المعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات. الجزائر. كلية علوم الإعلام والاتصال.
282. عبد العزيز دوار. (2018). التحقيق الصحفي بين الإعلام التقليدي والإلكتروني. جامعة باتنة. مجلة الاتصال والتنمية، العدد 3.
283. عماد بن يونس. (2019). الاتصال الرقمي وإعادة تشكيل العلاقة مع الجمهور. الجزائر. جامعة وهران. مجلة علوم الإعلام والاتصال، العدد 6.
284. فوزي شريطي. (جانفي 2014). التدوين الإلكتروني كفعل ثقافي، دراسة تحليلية على عينة من المدونات الإلكترونية العربية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الرابع.
285. فولر روجي. (جوان 2005). وسائل الاعلام وإعادة إنتاج السلطة. مجلة علامات. المجلد 24.
286. فاطمة بوشیخي. (2020). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الخبر الصحفي. الجزائر. جامعة الجزائر 3. مجلة دراسات الإعلام والاتصال. العدد 5.
287. فريد خالدي. (2020). تأثير الوسائط الجديدة على أساليب العمل الصحفي. الجزائر. جامعة قسنطينة. مجلة الإعلام الجديد، العدد 4.
288. ليلي هني. (2017). الإعلام الجديد والاتصال التفاعلي. الجزائر. جامعة الجزائر 3. مجلة البحوث الإعلامية، العدد 7.
289. مفتاح معيوف عرفات. (2014). معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية. طرابلس. اللقاء للبحوث والدراسات. كلية الفنون والإعلام. المجلد 17. العدد 1.
290. مليك محمد: تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة، رؤية تحليلية لواقع الاتصال بالبيئتين، مجلة الإعلام والمجتمع، 2018 .
291. مراد قارة. (2018). التدوين الصحفي والتحول في الإنتاج الإعلامي. الجزائر. جامعة وهران. مجلة علوم الإعلام والاتصال. العدد 2.
292. مليكة قارة. (2020). الصحافة الإلكترونية والمحتوى الإخباري المتجدد. الجزائر. جامعة مستغانم. مجلة رؤى إعلامية، العدد 9.
293. محمد الأمين موسى أحمد. (2005). توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي. الشارقة. مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات.

294. نوال زاوي. استخدام الصحفيين الجزائريين للفيديو كوسيلة لجمع المعلومات. الجزائر. جامعة الجزائر 3. مجلة التواصل. المجلد 10. العدد 3.
295. وهيب عيساني. (2019). أخلاقيات الممارسة الصحفية في البيئة الرقمية. الجزائر. جامعة سوق أهراس. مجلة الأبحاث الإعلامية. العدد 5.
- د. الدراسات الأكاديمية (أطروحات دكتوراه وماجستير)
296. ابراهيم بعزير. (2013 / 2014). مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن. الجزائر. أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر 3. كلية علوم الإعلام والاتصال. قسم علوم الإعلام.
297. أمين عبد العزيز ذبلان أبو وردة. (2008). أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي. فلسطين. رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس.
298. أماني بلقاسم. (2019). التدوين الإلكتروني في الممارسة الصحفية الجزائرية. الجزائر. أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر 3. كلية علوم الإعلام والاتصال.
299. أمينة نبیح. (2008 / 2009). المدونات الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والإعلام البديل. الجزائر. رسالة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام.
300. حياة بوقرة. (2018). دور الصحافة الرقمية في تطوير الأداء الإعلامي. الجزائر. رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
301. سعاد صوالح. (2019). التغطية الإعلامية الإلكترونية للأحداث الوطنية في الجزائر. الجزائر. أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1.
302. سليم زروقي. (2021). إسهامات الإعلام الرقمي في التغطية الإخبارية. الجزائر. أطروحة دكتوراه. جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
303. سميرة بوشامة. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب. الجزائر. رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2.
304. عادل بن عبد الله. (2017). استخدام الإعلام الجديد في المؤسسات الإعلامية الجزائرية. الجزائر. رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
305. عبد النور هوارى. (2020). تحليل المضمون الإعلامي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. الجزائر. رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3.

306. فوزية بوعبد الله. (2016). **الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات**. الجزائر. رسالة ماجستير. جامعة عبد الحميد مهري. قسنطينة.
307. كريمة لطرش. (2019). **استخدامات الإعلام الجديد في المؤسسات الإعلامية الجزائرية**. الجزائر. أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر 3.
308. مروان شريف. (2020). **واقع الممارسة الصحفية في البيئة الرقمية**. الجزائر. رسالة ماجستير. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي.

هـ. مراجع باللغة الفرنسية:

309. Abric, Jean-Claude, et Guimelli Christan. (1998). **Representation sociales et effets de contexte**. Paris. volume 2 n72.
310. Bachelard, Gaston. (1983). **La formation de l'esprit scientifique: contribution à une psychanalyse de la connaissance objective**. Paris.
311. Bourdelloie, Hélène . (2014). **Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages des TIC: le cas des cédéroms de musée**.
312. Bourdieu, Piere. (1996). **Sur la télévision**. Paris. Liber-Raisons d'agir.
313. Caune, Jaune. (1997). **Esthétique de la communication**. Paris. Presses Universitaire de France.
314. Chaumier, Serge. (2010). **L'inculture pour tous, la nouvelle utopie des politiques culturelles**. Paris. l'harmattan.
315. Denise Jodelet. (2003). **Les représentations sociales**. Paris. 5ème édition PUF.
316. Dominique Wolton. (2000). **Internet et après une théorie critique des nouveaux médias**. Paris.
317. Flishy, Patrice. (1999). **Internet un nouveau mode de communication**. Paris. édition hermès.
318. Gay Rocher. (1992). **La notion de culture, Introduction à la sociologie général**. Canada.
319. Judith Lazar . (1991). **Sociologie de la communication de masse**. Paris Armand colin .
320. KATZ, Elihu. BLUMLER Jay, et GUREVITCH. (janvier 1973). **Uses and gratifications research**. (v. 37, Ed). Public Opinion Quarterly, volume 37(numéro 4).
321. Lévy, Piere. (1998). **La place de la médiologie dans le trivium. les cahiers de médiologie la place**. edition gallimard.

322. Meziane, Mohamed. (2007) **Pour une société algérienne de l'information**. Alger. Le quotidien d'Oran.
323. Mignot, Christian. (1999). **La communication**. Paris. édition Nathan/Her.
324. Moscovici, Serge. (1961). **La psychanalyse son image et son public**. Paris. Press universitaires de France.
325. Moscovici, Serge. (2019). **Psychologie des représentations sociales**. Paris. Editions des archives contemporaines.
326. OECD. (2007). **Participative web and user generated content, web 2.0. Wikis and social networking**. Paris.
327. Pledel, Iannis. (2006). **Blogs: Les Promesses d'un Média à Travers Ses Représentations Collectives**. Illusions ou Réalités à Portée de Clic ? Les Cahiers du journalisme.
328. Seca, Jean Marie. (2004). **Les représentations sociales**. Paris. 2ème édition. Armand Colin.
329. Wolton, Dominique. (1999). **Internet et après, une théorie critique des nouveaux médias**. France.
330. Pierre, Bourdieu. (1993). **The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature**. Columbia University Press.
331. Warnier, Jean Pierre. (1999). **La mondialisation de la Culture**. Paris.
و. مراجع باللغة الإنجليزية:
332. AZZI, Abd Arahman. (2013). **Towards a theory of value determinism in media**, Global media journal mediterranean.
333. Alfred, Hermida. (2010). **Twittering the news: The emergence of ambient journalism**.
334. Blood, Rebecca Marissa. (2002). **The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog**. Cambridge Perseus Publishing.
335. Blumer, Herbert. (1969). **Symbolic interactionism: perspective and method**. Englewood cliffs. new jersey. Prentice Hall.
336. Cao, Jin. (2009). **The production of alternative media in mainland china**. Fudan university.
337. Chadwick, Andrew. (2013). **The Hybrid Media System: Politics and Power (Vol. ISBN 9780199759484)**, Oxford University Press.
338. Channel, Amani. (2010). **Gatekeeping and citizen journalism**. USA. University of florida.
339. Chris, Atton. (2002). **Alternative media**. London. Sage publication.

340. Cizungu, boukangua. (2017). **The Bachelardian Epistemologic Rupture: A Deconstruction without Jacques Derrida**. International Journal of Innovation and Scientific Research.
341. David, Morley. (2000). **Home territories: Media mobility and identity**, London, 1st edition Routledge.
342. Deuze Mark, and Bardoel Jo. (2001). **Network journalism: Converging competences of media professionals and professionalism**. Australia. Australian journalism review. vol 23 no 2. University of queensland press.
343. Deuze, Mark. (2005). **What is journalism Professional identity and ideology of journalists reconsidered**. Sage publication, 6(4).
344. Donsbach, Wolfgan. (2009). **Was die deutschen vom journalismus**, Germany: 1st edition UVK verlagsgesellschaft.
345. Gillespie, Tarleton. (2018). **Custodians Of the internet: Content moderation, and the hidden decisions that shape social media**. USA. Yale university press.
346. Harding, John. (1986). **Image in international encyclopedia of the social sciences**. New York. Volum 4. Macmillian company and the free press.
347. Homero Gil de Zuniga, a. o., Seth C, L., Amber , W., Sebastián , V., Jae , K., and Brian , B. (2011). **Blogging as a journalistic practice: A model linking perception motivation and behavior**. University of Texas at Austin USA **Journalism**. 12(5). SAGE Publications.
348. Jakubowicz, Karol. (2009). **New notion of media**. Strasbourg. Council of europe.
349. James, Doble, and Gerard, M eszaros. (1998). **A pattern language for parttern writing**, Reading addison Wesley.
350. Jenkins, Henry. (2006). **Convergence Culture, where old and new media collide**, London. university press.
351. Kim, park . (2010). **The three questions and explanations on the concept of ‘rupture’ of Bachelard**. Philosophical Investigation.
352. Lev, Manovich. (2013). **Software takes command new york**, Bloomsbury Academic.
353. Lucy, Kung. (2015). **Innovators in Digital News**, University Library.
354. Manovich, Lev. (2001). **The language of new media**. USA. The mit press.

355. McLuhan, Marshall. (1964). **Understanding Media: The extensions of man**. New York. McGraw-hill.
356. McQuail, Denis. (2010). **McQuail's Mass Communication Theory**. London, Sage Publications, 6th ed.
357. Michael, Napoli Philip(2014). **Automated media: An institutional theory of algorithmic communication**, New York. Oxford University Press.
358. Moussa, Naim. (2013). **The End of Power: From Boardrooms to Battlefields and Churches to States**. New York. Basic Books.
359. Napoli, Philip. (2019). **Social Media and the public interest: Media regulation in the disinformation age**. New York. first edition Oxford university press.
360. Nick, Couldry. (2018). **Media Society, World: Social Theory and digital media practice**. Cambridge. Polity Press.
361. Pariser, Eli. (2011). **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. New York .Penguin Press.
362. Paul, Bradshaw. (2011). **The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age**. Routledge Taylor and Francis group.
363. Perreault, Gregory Paul. (2019). **What is digital journalism? Defining the practice and role of digital journalists**. Digital Journalism.
364. Rafaeli, Sheizaf. (1988). **Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes**. California. Newbury park. Sage publication.
365. Rheingold, Howard. (2000). **Tools for thought: the history and future of mind-expanding technology**. United States. Mit press.
366. Riepl, Wolfgang. **Das nachrichtenwesen des altertums besonder rucksicht auf die romer**. Germany. Teubner Verlag.
367. Schaffer, Jean. (2007). **Citizen Media, Fad or the future of new, the rise and prospects of hyperlocal journalism**, University of Maryland.
368. Shao, Yun. (2011). **The representaion of gernder in contemporary chinese television advertising, and analysis of content meaning and production**. New zealand. University of Waikato.
369. Thorsen, Einar. (2013). **Journalism: New Challenges**. CJCR – Centre for Journalism and Communication Research. Bournemouth University. England.
370. Trammell, Kaye D., and Keshelashvili, Ana. (2005). **Bloggers on the A-list used their sites to perform identity, construct status, and gain**

credibility, functioning as new influencers in the media environment.
Journalism and Mass Communication Quarterly.

371. Vernon, Palvik. John. (2001). **Jornalism and new media**. New York. Columbia university press.

372. Westlund, Ekstrom. (2019). **The dislocation of new journalism: A conceptual framework for the study of epistemologies of digital journalism**. Media and communication.

373. William, Anderson Christopher. (2013). **Rebuilding the news, Metropolitan journalism in the digital age**. Philadelphia. Tremple University Press.

374. Windahl, Denise Mcguail and sven. (1981). **Communication Models**. London.

375. Yang, Lai Fong. (2023). **The use of social as journalistic sources by legacy and online newspapers in malaysia**. Journal of social sciences and business. 2(1).

376. castells, Manuel. (2009). **Communication power**. Oxford. University press.

377. castells, Manuel. (2010). **The Rise of the Network Society**. 2and edition. Francais. d. 1 (s.d).

378. mcombs, M . (2017). **The Agenda-Setting Function of Mass Media**, University of Texas, John Benjamins. Publishing Company.

ز. المواقع الإلكترونية:

380. الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية: www.aps.dz (APS).

381. الموقع الرسمي لقناة الشروق الإخبارية: www.echoroukonline.com.

382. الموقع الرسمي لقناة النهار الجزائرية: www.ennaharonline.com.

383. الموقع الإخباري سبق برس: www.sabqpress.dz.

384. الموقع الإخباري أوراس: www.awras.com.

385. موقع وزارة الاتصال الجزائرية: www.ministerecommunication.gov.dz.

386. موقع الهيئة الوطنية لضبط السمع البصري: www.arav.dz.

387. موقع اليوم السابع: www.youm7.com.

388. موقع الجزيرة نت: www.aljazeera.net.

389. موقع بي بي سي عربي: www.bbc.com/arabic.

الملاحق

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

استمارة:

تمثلات استخدام الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني كمصدر للخبر

دراسة استطلاعية لعينة من صحفيي (موقع سبق، موقع أوراس، قناة النهار، قناة الشروق)

إشراف:

أ.د. / كريم بلقاسي

إعداد:

فلة فيدوم

الأستاذة المساعدة د/ جميلة أوشن

السلام عليكم؛

في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال استراتيجي، بعنوان: "تمثلات استخدام الصحفيين الجزائريين للتدوين الإلكتروني"، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم مساعدتنا بملئه بعد قراءته بتمعن وتقديم الإجابة التي تعبر عن رأيكم بصدق، مع العلم أن البيانات التي تقدمونها ستحظى بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لغرض علمي.

ملاحظة: تقصد الباحثة بالتدوين الإلكتروني: "المحتوى الذي يقدمه مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية، ويقوم الصحفي بالاستعانة به لتحرير أو لتدعيم مادته الإخبارية". فإذا كنت لا تستعين بتلك المساهمات؛ فالرجاء عدم ملء الاستمارة.

نرجو منكم وضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

شكرا مسبقا

السنة الجامعية: 2022/2021

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

من 20 إلى 27 سنة ☐ من 28 إلى 35 سنة ☐ من 36 إلى 43 سنة ☐

من 44 فما أكثر ☐

3- الخبرة المهنية:

أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنة إلى 10 سنوات ☐ من 11 إلى 20 سنة ☐

أكثر من 20 سنة ☐

4- مؤسسة العمل:

موقع أوراس ☐ موقع سبق ☐ قناة النهار ☐ قناة الشروق ☐

5- الوظيفة:

صحفي محرر ☐ مراسل ☐

6- القسم:

السياسي ☐ الثقافي ☐ الرياضي ☐ الاجتماعي ☐ الاقتصادي ☐

المحلي ☐ الدولي ☐

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني (يمكنكم اختيار أكثر من اقتراح)

1- حدد المواقع الإلكترونية التي تمتلك فيها حسابا أو اشتراكا:

مدونة ☐ البريد الإلكتروني ☐ المواقع الإخبارية ☐
الشبكات الإخبارية ☐

أ- مواقع التواصل الاجتماعي:

☐ Facebook، الفيسبوك
☐ Instagram، إنستغرام
☐ Twitter، تويتر
☐ LinkedIn، لينكد إن
☐ Pinterest، بينترست
☐ Telegram، تليغرام

ب- تطبيقات المحادثة:

☐ Messenger، فاييبيوك ماسنجر
☐ Viber، فايبر
☐ Skype، سكايب
☐ WhatsApp، واتس آب

ج- المواقع الخاصة بالفيديو:

☐ YouTube، اليوتيوب
☐ منتديات الحوار

2- كم تستغرق من الوقت عادة في استخدامك لمواقع التدوين الإلكتروني:

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى 3 ساعات ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

3- ما نوع الجهاز الذي تستخدمه عادة في استخدامك لمواقع التدوين الإلكتروني:

الهاتف الذكي ☐ الكمبيوتر المحمول ☐ الكمبيوتر المكتبي ☐
اللوحة الذكية ☐

4- هل تستخدم هويتك الحقيقية في مواقع التدوين الإلكتروني:

نعم ☐ لا ☐

5- هل تشارك المحتويات الجديدة مع أصدقائك وزملائك:

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بعم، فما هي وسيلة التواصل بينكم؟

- تواصل مباشر أو عبر الهاتف ☐

- عبر الدردشة والرسائل الإلكترونية ☐

6- ما هي استخداماتك الفعلية للتدوين الإلكتروني؟ (يمكن اختيار أكثر من اقتراح)

الحصول على المعلومات والأخبار والتحليلات ☐

الحصول على المادة المسموعة والمصورة (الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية) ☐

نشر أخبار ومعلومات ☐

التفاعل مع الجمهور ☐

الاتصال والتواصل مع فريق العمل ☐

طلب معلومات وأخبار من المصادر المفتوحة ☐

البحث في صفحات ومواقع ومدونات معينة ومتخصصة حول ملف معين ☐

البحث في أرشيف الاخبار وتكوين خلفية حول الأحداث ☐

استخدامات أخرى أذكرها

7- هل تقوم مؤسستك بتخصيص صحفيين مهمتهم رصد الأحداث والأخبار في المحتوى

الإلكتروني؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثاني: استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر في موقع أوراس، موقع سبق، قناة النهار، قناة الشروق

8- رتب المصادر التالية من 1 إلى 20 حسب درجة اعتمادك عليها في عملك الصحفي؟

☐	وكالات الأنباء	☐	مراسلين صحفيين	☐	العلاقات العامة والعاملون في مجال الدعاية
☐	السجلات العامة وقوانين حرية التعامل مع المعلومات	☐	المصادر المجهولة	☐	
☐	المندوب الصحفي	☐	الأقليات والمعارضون كمصدر للأخبار	☐	
☐	القنوات التلفزيونية الوطنية والاجنبية	☐	الصحف المحلية والأجنبية	☐	الإذاعات المحلية والأجنبية
☐	النشرات والوثائق	☐	شبكة الأنترنت	☐	المؤتمرات الصحفية
☐	أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة	☐	اللجان الرسمية والأهلية	☐	وسائل القراء
☐	(شكاوي المواطنين)	☐	مواقع التواصل الاجتماعية	☐	المنتديات
☐	الإلكترونية	☐	منتديات الحوار الإلكترونية	☐	

9- هل تلقيت تكويناً عن كيفية التعامل مع المحتويات الإلكترونية (التدوين)

☐	نعم	☐	لا

9- أ إذا كانت الإجابة بنعم، هل كان التكوين مكفولاً من طرف؟

☐	مؤسسة العمل	☐	مبادرة شخصية وإمكانيات خاصة

9- ب هل ساهمت تلك الدورات في زيادة كفاءتك المهنية وقدرتك على التعامل مع المحتوى الإلكتروني؟

☐	كثيراً	☐	قليلاً	☐	لم تفدني

10- ما نوع المحتويات التي تبحث عنها عادة في المحتويات الإلكترونية كمصدر للخبر؟

☐	الصور	☐	التسجيلات الصوتية	☐	الفيديوهات
أخرى أذكرها					

11- ما نوع المعلومات التي تبحث عنها عادة في مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

☐	محلية	☐	وطنية	☐	دولية

12- ما نوعية المواضيع التي تبحث عنها عادة في مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

سياسية ☐ اجتماعية ☐ علمية ☐ ثقافية ☐

أدبية ☐ اقتصادية ☐ رياضية ☐ دينية ☐

أخرى.....

13- ماهي اللغة التي تتحصل بها على الأخبار في مواقع التدوين الإلكتروني:

العربية ☐ الفرنسية ☐ الإنجليزية ☐

أخرى

أذكرها:.....

المحور الثالث: دوافع وأهداف لجوء الصحفيين والإعلاميين الجزائريين لاستخدام مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار:

14- ماهي الدوافع التي تجعلك تلجأ لمواقع التدوين الإلكتروني كمصدر خبر مقارنة بالمصادر التقليدية؟

1- تراجع سرعة وكالات الأنباء في الحصول على المعلومات مقارنة بما تقدمه المصادر الحديثة ☐

2- عدم وجود مراسلين للمؤسسة التي أشتغل بها في مكان الحدث ☐

3- عدم توفر المؤسسة على الإمكانيات اللازمة للتنقل إلى مكان الحدث ☐

4- وقوع الحدث في مكان لا أملك فيه مصادر خاصة ☐

5- عدم توفر صور وفيديوهات مباشرة من مكان الحدث ☐

دوافع أخرى، أذكرها.....

15- ما هي الأهداف التي تسعى لتحقيقها من خلال استخدامك لمواقع التدوين الإلكتروني؟

1- اكتساب مهارات فنية جديدة للتعامل مع مصادر الخبر الرقمية (تحميل فيديو، البحث

المتقدم، تحديد المواقع ..) ☐

2- توفير الجهد والإمكانيات المادية المبذولة ☐

3- تدعيم وتنويع المواد الإعلامية التي أنجزها لمؤسستي الإعلامية ☐

4- تحقيق السبق الصحفي ☐

5- توثيق الخبر من مصادره الأولى المباشرة ☐

6- إجراء حوارات والدرشة مع أطراف مختلفة ☐

7- أهداف أخرى، أذكرها.....

المحور الخامس: التصورات الذهنية التي يحملها الصحفيون الجزائريون عند توظيف مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر:

16- ما هي تصوراتك عن استخدام مواقع التدوين الالكتروني كمصدر للخبر؟

موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
				التدوين الإلكتروني ينتقص من مصداقية الخبر
				التدوين يهيمش مصادر الخبر التقليدية المهنية مثل وكالات الأنباء
				زيادة احتمال الوقوع في الأخبار الكاذبة وتزييف الحقائق
				فتح مهنة الصحافة أمام دخلاء وهواة غير مهنيين وغير مؤهلين
				دفع الصحفيين إلى تطوير مهاراتهم واكتساب فنيات الإعلام الرقمي
				تحدد فرص العمل المتاحة للصحفيين المحترفين
				توثيق الخبر وزيادة مصداقيته
				أداة للتفاعل مع الجمهور والمشاركة في صناعة الخبر
				زيادة السرعة والمرونة في انتقاء الأخبار
				التقليل من الجهد والتكاليف المبذولة للحصول على الأخبار

.....: أخرى ذكرها:

17 - ماهي التحديات التي جلبها التدوين الالكتروني من وجهة نظرك؟

.....

18- هل تنوي مستقبلا ؟

☐ أن تزيد من التدوين الإلكتروني

☐ تنقص من التدوين الإلكتروني

☐ تكف عن التدوين

لماذا.....

19- كيف ترى مستقبل الاستخدام في مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

.....

المحور السادس: تقييم الصحفيين الجزائريين لمصداقية مواقع التدوين الإلكتروني كمصدر للأخبار:

20- هل سبق وأن قمت بنشر خبر من مواقع التدوين الإلكترونية واتضح فيما بعد أنه خبر كاذب؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

21- كيف تعامل مسؤولو مؤسستك الإعلامية في حالة نشر خبر وتبين أنه غير صحيح ؟

☐ تعريض الصحفي لعقوبات ☐ توجيه تحذيرات للصحفي ☐ تجاهل الأمر

22- هل تتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها؟

☐ نعم ☐ لا

23- ما هي الإجراءات التي تتخذها للتأكد من صحة الأخبار التي تحصل عليها من خلال مواقع

التدوين الإلكترونية قبل نشرها؟

☐ أتصل ببعض الزملاء والمراسلين ☐ زيادة البحث عن مصادر إلكترونية أكثر عن الحدث

☐ العودة إلى وكالات الأنباء ووسائل الإعلام التقليدية

أخرى أذكرها.....

24- حسب رأيك، هل يرجع التخوف من محتوى التدوينات كمصدر من مصادر المعلومات الصحفية للأسباب التالية؟

☐	لأنها تفتقر للاحترافية	☐	لأنها تفتقر للمصداقية
☐	لأنها لا تخضع للرقابة	☐	التحيز في عرض المعلومات

أخرى أذكرها.....

25- ماهي التحديات التي جلبها التدوين الإلكتروني من وجهة نظرك؟

.....

26- ما هو تقييمك للتدوين الإلكتروني؟

☐	تتغلب الذاتية
☐	موضوعات عامة

أخرى أذكرها.....

27- ماهي اقتراحاتك للاستفادة من التدوين الإلكتروني كمصدر للخبر؟

.....

انتهى

الفهرس

الفهرس

الصفحة	المحتويات
/	إهداء
/	شكر وعرفان
أ/ب/ت	مقدمة
	الإطار المنهجي
1	إشكالية وتساؤلات الدراسة
3	أسباب اختيار الموضوع.
4	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	مجالات الدراسة.
6	الضبط المفاهيمي للمصطلحات
12	منهج الدراسة وأدواته
2022	مجتمع البحث وعينة الدراسة
	الدراسات السابقة
	الإطار النظري
40	الفصل الأول: التمثل والاستخدام في وسائل الإعلام الجديدة
40	المبحث الأول: تحليلات المجتمعات الافتراضية
51	المبحث الثاني: مقاربات الاستخدام ونماذجه
58	المبحث الثالث: ماهية التمثل في الدراسات الإعلامية
70	المبحث الرابع: أهمية دراسة التمثلات في دراسة علاقة الصحفي بوسائل الإعلام الجديدة
86	المبحث الخامس: التمثلات السوسيو- مهنية للإعلام التقليدي والجديد
100	الفصل الثاني: التأسيس النظري للتدوين الإلكتروني في وسائل الإعلام الجديد
100	المبحث الأول: التدوين الإلكتروني، التعريف والخصائص
119	المبحث الثاني: استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديدة
140	المبحث الثالث: الأدوار الإعلامية الجديدة في النسق التقليدي
152	المبحث الرابع: الأطروحات اللاغية والمكملة للإعلام التقليدي بالإعلام الجديد
164	المبحث الخامس: أبعاد الفعل التدويني الإلكتروني لبناء الهوية الصحفية
183	الفصل الثالث: تحولات المؤسسات الإعلامية، من النموذج الأفقي إلى النموذج المتعدد
183	المبحث الأول: تظهر الإعلام التقاسمي والتشاركي
205	المبحث الثاني: مصادر المعلومات وأنماط القائم بالاتصال في البيئة الرقمية

226	المبحث الثالث: المؤسسات الصحافية في عصر تكنولوجيا المعلومات TIC/NTIC
245	المبحث الرابع: المؤسسات الصحافية من الصحفي إلى صحافة المواطن
264	الفصل الرابع: السيوسولوجية الجديدة للعمل الصحفي
264	المبحث الأول: الخلفية النظرية لحارس البوابة لتوظيفات الصحفي بين التنظير، التقييم وانتقاء الأخبار
295	المبحث الثاني: التأطير في الدراسات الصحفية Framing
299	المبحث الثالث: الهوية المهنية للصحفي المحترف / المدون
303	المبحث الرابع: الأخلاقيات الصحفية في الميديا الجديدة
317	المبحث الخامس: إنتاج المضمون الصحفي بين التدوين الإلكتروني والحوكمة الخوارزمية والفقاعات الرقمية
	الإطار التطبيقي
334	الفصل الخامس: التحليل الكيفي للدراسة من خلال الاستمارة في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس
334	المبحث الأول: عرض تاريخي ومؤسسي لقناتي الشروق والنهار الإخباريتين وموقعي سبق وأوراس
338	المبحث الثاني: اختيار وتصنيف الأخبار ومصادرها
340	المبحث الثالث: الاستخدام الاجتماعي والتقني للتدوين الإلكتروني
342	المبحث الرابع: المؤسسة الهوياتية للصحافي في ظل القطيعة الإلكترونية
344	الفصل السادس: التحليل الإمبريقي وفق أداة الاستبيان
344	المبحث الأول: وصف عينة الدراسة البشرية
357	المبحث الثاني: التوصيف الكمي لاستبيان صحافي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس
357	المبحث الثالث: التوصيف الكيفي لاستبيان صحافي قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس
479	المبحث الرابع: القطيعة السيوسولوجية عبر النيو الميديا في قناتي الشروق والنهار وموقعي سبق وأوراس
480	النتائج العامة والتوصيات
495	خلاصة
498	قائمة المراجع
524	الملاحق
535	الفهرس

فهرس الاشكال

الرقم	الاشكال	الصفحة
01	يمثل خصائص وسمات الإعلام في المجتمعات الافتراضية	50
02	يمثل استخدام الصحافة التقليدية لوسائل الإعلام الجديد	133
03	يبين أنواع الهوية الرقمية	169
04	يبين خريطة الهوية الرقمية	171
05	يوضح خريطة الهوية الرقمية المصحح بما من قبل ممارس الأنترنت	174
06	يوضح مصادر الأخبار	241
07	يوضح الهدف من تنفيذ عملية الاتصال	278
08	يوضح انتاج المضمون الإعلامي في ظل التدوين الإلكتروني	323
09	يوضح نمط لوحة التصميم لخبر ينشر على الأنترنت	324
10	يوضح الخيارات الإخبارية المتوفرة أمام مستخدم الأنترنت	332