الجمهوريـــــة الجزائريـــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــة

وزارة التعليـم العالـــي والبحـث العلمـــي

جامعـة الدكتـور مـولاي الطاهر - سعيـــدة -

كلية الحقوق العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اتصال وصحافة مكتوبة

عنوان المذكرة

المدونات الالكترونية ودورها في تشكيل الرأي العام"الالكتروني"

من تقديم الطالب:

*عمارة عز الدين

الأستاذ المشرف:

*أ/كانون جمال

الاستاذ رئيس الجلسة : ..... يحي تقي الدين

الاستاذ المناقش :..... بداني فؤاد

الأستاذ المؤطر :..... كانون جمال

السنـــة الجامعيـــة :

2015-2014

الجمهوريـــــة الجزائريـــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــة

وزارة التعليـم العالـــي والبحـث العلمـــي

جامعـة الدكتـور مـولاي الطاهر - سعيـــدة -

كلية الحقوق العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اتصال وصحافة مكتوبة

عنوان المذكرة

المدونات الالكترونية ودورها في تشكيل الرأي العام"الالكتروني"

من تقديم الطالب:

*عمارة عز الدين

الأستاذ المشرف:

*أ/كانون جمال

السنـــة الجامعيـــة :

إهداء

***إذا كانت الشجرة تهدي ثمرة والعين تهدي دمعة والقلب محبة...**

فاني أهدي ثمرة هذا العمل*

*** إلى فخر اعتزازي و نبع حياتي و إلهامي جدي أمد الله في عمره وجعل نبراسه ينير درب حياتي***

إلى من كانت يداه مبسوطتين لإسعادي وعلمني أصول الحياة

إلى النهر الخالد الذي يبقى متدفقا، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أبي العزيز حفظه الله

إلى التي كلما ارتقت خطاها أتحسن رضاها ومع كل صلاة أرجو دعواها إلى القلب الدافئ الذي احتضنني ولا يزال نبع الحنان وصدر الأمان أمي الغالية

إلى أعز وأحب الناس، فهم رمز عزتي ومصدر قوتي وأعز ثروة لي في هذا الوجود إخوتي الأعزاء كل باسمه

إلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والصدق، إلى من سعدت برفقتهم كل الأصدقاء

*** إلى رفيق دربي مير عبد القادر، و كل زملائي في الدراسة ***

*** إلى سندي وأملي في الدنيا أساتذتي الكرام ***

عز الـدين

شكر وعرفان

الحمد لله الذي هدانا إلى نور العلم وميزنا بالعقل الذي يسير طريقنا الحمد لله الذي أعطانا من موجبات رحمته الإرادة والعزيمة لإتمام عملنا هذا نحمدك يا رب حمدا يليق بمقامك وجلالك العظيم.

إنجاز هذا التقرير سواء من بعيد أو قريب نتقدم بتشكراتنا الخالصة لكل من ساعدنا وقدم لنا يد العون في ونخص بالذكر الأستاذ المؤطر "كانون جمال" الذي كان لنا خير دليل وموجه وناصح ، فله منا عميق الامتنان وخالص التقدير.

وإلى كل من قيل فيهم من علمني حرفا صرت له عبدا.

فهرس المحتويات

مقدمة..... 07

الجانب المنهجـــــــــي

خطة البحث..... 09

الإشكالية..... 11

المنهج المتبع..... 13

أدوات جمع البيانات..... 14

أهداف الدراسة..... 16

أهمية الدراسة..... 16

تحديد مفاهيم الدراسة..... 17

التعاريف الإجرائية..... 20

الدراسات السابقة..... 21

الجانب النظـــــــــــري

الفصل الأول: المدونات الالكترونية

المبحث الأول: ماهية المدونات الالكترونية..... 25

تعريف المدونات الالكترونية "لغة، اصطلاحا"..... 25

تاريخ المدونات الالكترونية..... 26

تطور المدونات الالكترونية..... 28

المبحث الثاني: عوامل الانتشار، خصائص وأنواع المدونات الالكترونية..... 30

عوامل انتشارها..... 30

خصائص المدونات الالكترونية..... 33

أنواع المدونات الالكترونية..... 34

المبحث الثالث: استخدام المدونات الالكترونية..... 37

المدونات فضاء للتنافس..... 37

التواصل مع الآخرين عبر مجتمعات افتراضية..... 38

النشر الالكتروني وحرية التعبير..... 38

الفصل الثاني: الرأي العام والرأي العام الالكتروني

المبحث الأول: ماهية الرأي العام..... 41

تعريف الرأي العام..... 41

تاريخ الرأي العام..... 43

أنواع الرأي العام ووظائفه..... 46

أهمية الرأي العام..... 49

المبحث الثاني: الرأي العام الالكتروني..... 50

تعريف الرأي العام الالكتروني..... 50

تكوين الرأي العام الالكتروني..... 51

أدوات تشكيل الرأي العام الالكتروني..... 52

سمات وأهمية الرأي العام الالكتروني..... 60

المبحث الثالث: تشكل المدونات، مصداقيتها ومدى تأثيرها..... 62

كيفية تشكيل المدونات للرأي العام الالكتروني..... 62

مصداقية الرأي العام الالكتروني..... 63

تأثير الرأي العام الالكتروني..... 63

عراقيل الرأي العام الالكتروني في البلدان العربية والإسلامية..... 64

الجانب التطبيقـــــــــي

تمهيد..... 67

تحليل محتوى الاستمارات عبر جداول..... 68

مناقشة فرضيات الدراسة..... 73

عرض نتائج الدراسة..... 74

خلاصة..... 77

ملاحق..... 79

قائمة المصادر والمراجع 83

فهرس المحتويات..... 86

الجانب المنهجـــــــي

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعرف العالم اليوم تطورا كبيرا، ومتسارعا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بفضل الاكتشافات التقنية المتتالية؛ حيث ساهمت كل واحدة منها في إعطاء بعد آخر للاتصال الذي تغير مفهومه اليوم مقارنة بعصر الطباعة. فكلما حدث تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة، والتلفاز أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدى اكتشاف الحاسوب، والشبكات المعلوماتية كالانترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية.

فقد مهدت الشبكة العنكبوتية بخصائصها، وخدماتها المختلفة لظهور أنماط جديدة من العلاقات، والمعاملات، وفتحت فضاءات أخرى للتعبير، والتفاعل عبر مختلف القارات بالصورة، والصوت، وخلقت مجتمعات افتراضية، تربط بينها خدمات الانترنت ويقال يمكن الفصل بين عالمين؛ عالم ما قبل الانترنت، وعالم ما بعدها، فالشبكة نفسها أخذت تتطور وتضيف كل مرة خدمة جديدة تجلب إليها عددا آخر من المستخدمين.

وتعتبر المدونات الالكترونية أحد أشكال النشر الالكتروني التي عرفت في السنوات الأخيرة رواجا كبيرا بين مستخدمي الانترنت، لسهولة إنشائها، والتعامل معها، فكل فرد غير ملم بالبرمجة بإمكانه أن ينشيء مدونة له، في وقت قصير وبدون تكلفة، بالإضافة إلى ما تتيحه من حرية للتعبير والنشر.

فالمدونات من وجهة "علم **إجتماع الأنترنت** عبارة عن وسيلة للتعبير و التواصل والدعاية والإعلان للمؤسسات، والأفراد، ومن جانب آخر ينظر إليها بوصفها أحد أساليب الشبكة الاجتماعية التي يمكن أن تدفع أصحابها و روادها للانخراط و التكيف مع تقنيات إدارة المحتوى لأجل تلبية احتياجاتهم الخاصة بتطور مجتمع افتراضي ينبض بالحيوية والنشاط الجيد.[1]

ويتمكن الفرد من خلال المدونات من نشر وتداول المعلومات، والأخبار، والنفاذ إليها في كافة المجالات المعرفة البشرية، والتعرف من خلالها على الرأي والرأي الآخر، إلى درجة أننا يمكن من خلالها إدراك بعض الجوانب الاقتصادية، السياسية والاجتماعية لأي مجتمع.

من هنا استطاعت المدونات الإلكترونية خلق ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني"الذي هو ذالك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير *داخل القطر الواحد أو خارجه*،في هذا الفضاء الواسع على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت و التأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها من

[1] www.wikipedia.org,18/04/2015, 14:01

خلال هذه الشبكة "والقيام بنسج خيوط اتصال وتفاعل بين الأفراد في مجتمع افتراضي وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلالها في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه المدونات في هذه العملية، موقفاً فريدا إذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام و صانعي القرار.[1]

ووفقا لهذه المعطيات يمكن أن نطرح كإشكالية عامة التساؤل التالي: **ما هو دور المدونات الإلكترونية في تشكيل الرأي العام"الإلكتروني" لدى جمهور مستخدمي الإنترنت ؟**

الإشكالات الجزئية:

1/ ماهية المدونات الإلكترونية؟ و هل يمكن الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات؟

2/ و هل للمدونات تأثير في صناعة الرأي العام "الإلكتروني" وما مدى تبني أفكار المدونات؟

الفرضيات:

*محتوى المدونات الإلكترونية التي يتابعها القارئ تكون في الغالب سياسية وتهتم بقضايا الرأي العام.

*يعتمد المتابع والقارئ على المدونات الإلكترونية كمصدر للمعلومات بصفة كبيرة.

*درجة تبني أفكار المدونات الإلكترونية بصفة عامة هي درجة عالية بحيث لا يوجد فرق في المتغير الجنسي.

[1] د. فتحي حسين عامر، الرأي العام الالكتروني، ط1، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2012، ص 164.

المنهج المتبع وأدواته:

لكل موضوع بحث منهج خاص به، ويستعمله الباحث قصد القيام بتحليل دقيق وموضوعي لأية دراسة هو بصدد القيام بها، ولقد عرفت مناهج البحث على أنها الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة، واكتشاف الحقائق. ولدراستنا هذه اخترنا المنهج الوصفي.

المنهج الوصفي:

يلعب الوصف دورا أساسيا في المعرفة فهو وصف الظاهرة من خلال الإجابة على السؤال الأساســـــي في العلم: ماذا؟ إذ أن الوصف يهتم أساسا بالوحدات أو الشروط أو العلاقات أو الأنساق الموجود بالفعـل و كـــذا يشمل كيفية عمل الظاهرة حيث أن المنهج الوصفي هو بحث تقرير في جوهـــره و مهمة الباحـــث أن يصف الوضع الذي توجد عليه الظاهرة او الموضوع محل الدراسة في الوقت الحاضر ، أي في فترة إجراء الدراسة و على الرغم من أن الوصف هو أبسط أهداف العلم إلا أنه الأساس الذي لا بد منه كي ينتقل العلم إلى أهـداف أعلى، و المهمة الجوهرية للوصف هي أن يتم فهم الظاهرة على النحو الدقيق أو على النحو الأفضل.

من هنا يعرف المنهج الوصفي بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق و البيانات و تصنيفها و معالجتها و تحليلها تحليلا كافيا و دقيقا للاستخلاص دلالتها و الوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع أو محل الدراسة و على الرغم من أن الوصف الدقيق المتكامل هو الهدف الأساسي للبحوث الوصفية إلا أنها كثيرا ما تتعدى الوصف إلى التفسير و ذلك في حدود الإجراءات المنهجية المتبعة وقدرة الباحث على التفسير والاستدلال.[1]

[1] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005، ص28.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيـــــان:

و يعرض كذلك بالاستفتاء أو الاستقصاء و هذه الكلمات تشير كلها إلى وسيلة واحدة لجمع البيانات، قوامها الاعتماد على مجموعة من الأسئلة تتناول الميادين التي يشمل عليها البحث و تعطينا إجابات البيانات اللازمة للكشف عن الجوانب التي حددها الباحث.

طريقة استبيان "استمارة إلكترونية":

يمكن أن تصل الاستفتاءات عن طريق استمارة" الإلكترونية" كثيرا من الناس في مناطق واسعة وتنتشر بسرعة و سهولة عن طريق شبكة الأنترنت و لهذا لها أهمية عند قياس الاتجاه أو قياس الرأي العام مثلا كما أن هذه الطريقة قليلة التكاليف نسبيا و لكن لحسن الحظ لا تعود الردود بسرعة واحدة و يمكن أن تؤدي الردود الجزئية إلى تحيز يجعل البيانات التي نحصل عليها لا فائدة منها و كذا لا يستطيع الباحث أن يحصل على عينة ممثلة من البيانات من مجتمع يتضمن بعض الأميين.

أسئلة الإستمارة الإلكترونية في المجمل قسمناها على عدت مراحل:

1*أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية حول الجنس "ذكر، أنثى" و"المستوى التعليمي ومكان الإقامة ولاية السكن".

2*أسئلة الحقائق حول عادات وأنماط الاستخدام"دوافع المدونين للكتابة في مدوناتهم".

3* أسئلة مدى تأثير المدونات في تشكيل رأي عام إلكتروني و تحوله إلى أمر واقعي.

العينـــــــة:

ببساطة هي جزء من كل ، و عندما يتم اختيار العينة اختيارا مناسبا فإنه يمكن استخدام الوصف للمجتمع الأكبر بقدر كبير من الدقة و أسباب اللجوء إلى عينات عديدة منها : توفير الوقت و الجهد و النفقات ، و هناك حالات يكون فيها حجم المجتمع ضخما بحيث لا يمكن تناوله و من ثم لابد من الإعتماد على عينات منه و يمكن أن تنطبق هذه الحالة عند دراسة أبعاد الشخصية فإننا لا نستطيع أن نهتم بكل مظهر من المظاهر لسمة من السمات لكننا نعتمد فقط على عينات السلوك ، ومن جهة أخرى قد يكون من الأفضل أحيانا الاعتماد على بيانات مستمدة من عينات عن أن تكون مستمدة من المجتمع الكلي لأنها في الحالة الأولى تكون أكثر دقة منها في الحالة الثانية ، و يرجع هذا إلى واقع أن محاولة دراسة المجتمع الكبير قد تؤدي إلى أخطاء بسبب عدم كفاية تدريب القائمين على هذا العمل أو بسبب استبعاد بعض

البيانات أو سوء التسجيل ، في حين أنه في حالة استخدام العينات فإنها تدرس بعناية بواسطة فريق على درجة عالية من التدريب ثم لابد لنا من أن نذكر أنه ليس كل فرد في المجتمع يمكن استخدامه في البحوث و التجارب لأكثر من سبب فالعينات لا تكون أحيانا مفيدة فحسب بل قد تكون ضرورية و لا يمكن الاستغناء عنها.[1]

نوع العينة :

*توزيع **عينة اختيارية** على مجموعة أشخاص " ذكر / أنثى "متابعي المدونات إلكترونية قدر عددهم "50" عينة .

***الإعداد النهائي للاستمارة :**بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وتم حذف البعض منها' وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي وقمنا بتوزيعها على أصحابها في فترة ما بين 2015/05/01 إلى غاية 2015/05/10 عن طريق الإنترنت وبالضبط صفحتي على الفيس بوك" الرأي و الرأي الآخر"

***ترميز الاستمارة :**بعد استرجاع الاستمارات من المبحوثين لابد من ترميز الأسئلة وإعطاء كل سؤال رمزا خاصا به لتسهل عملية تفريغه فيما بعد.

***تفريغ البيانات** :بعد الانتهاء من عملية الترميز يأتي دور تفريغ البيانات حيث صممنا مجموعة جدول تتضمن الإجابة عن الأسئلة وتحديد النسب%.

الملاحظة :

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي" وهي مشاهدة الواقع على ماهو عليه أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي وتكون الملاحظة العلمية حيث تكون الإشكالية.

"وتعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها لاستخلاص المؤشرات منها، وتتم هذه الملاحظات بواسطة الإدراك الحسي[2]."

[1] أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص32-34.

[2] محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996 ، ص.35

أساليب تحليل البيانات:
بعد الانتهاء من عملية تفريغ البيانات لابد لنا من أساليب وآليات لشرح وتحليل البيانات لتفسير الظاهرة تفسيرا مفصلا ومن هذه الأساليب الضرورية:

الجداول الإحصائية :وهي ضرورية لأي دراسة ميدانية لأنها الحاملة للأرقام والرموز.

-النسب المؤوية :وتستخدم لاستخراج الدلالة الإحصائية وهي أيسر وأسهل طريقة على الباحث بالإضافة إلى دقتها.

نحصل على النسبة في تفريغ الإستمارة وفق القانون التالي:

$$\frac{(\text{عدد الإجابات} \times \text{النسبة}\%)}{\text{عدد المبحوثين}}$$

أهداف البحث أو الدراسة:

عند اختيارنا لدراسة هذا الموضوع كانت لنا قناعة بضرورة بلوغ أهداف مسطرة، والخروج بحوصلة عامة حول المدونات الإلكترونية ودورها في خلق و تشكيل رأي عام إلكتروني، فأهمية أي بحث تكمن قيمته وراء جوهره العلمي الذي يسمح بالخروج باستنتاجات وتوسيع دائرة المعارف في المجال الإلكتروني بالإضافة إلى:

- الكشف عن دوافع أصحاب المدونات الالكترونية من إنشاءهم لهذه المدونات.
- كيفية تشكيل رأي عام الكتروني.
- دور المدونات الإلكترونية في تشكيل رأي عام.

أهمية البحث:

تعتبر المدونات الالكترونية ثاني ثورة تكنولوجية في خدمات جيل الانترنت بعد البريد الالكتروني، فقد أصبحت تعرف شهرة كبيرة في أوساط مستخدميها لتميزها بالتفاعلية، وسهولة إنشائها، وهي أداة يستخدمها المدونون في التعبير عن انطباعاتهم، وأفعالهم، وأحاسيسهم، وأولويات اهتماماتهم، وهي وسيلة للتعبير عن الرأي والرأي الآخر دون تدخل أو ضغط، ما يسمح لها بتشكيل رأي عام افتراضي وراء الشبكة العنكبوتية ومن هنا تأتي أهمية الدراسة للتعرف على مجتمع المدونين، ودورهم في تشكيل رأي عام إلكتروني قد يمتد ليصبح رأي عام واقعي مثلما حصل فيما عرف بالربيع العربي.

تحديد مفاهيم الدراسة:

يتعلق موضوع دراستنا بالمدونات الإلكترونية و دورها في تشكل رأي عام إلكتروني، مما يدفعنا إلى ضرورة تحديد المفاهيم التي تتناولها الدراسة، ومنها ما هو بارز ظاهر في العنوان كمفهوم المدونات الإلكترونية، و الرأي العام وكذا الرأي العام الإلكتروني ومنها ما يتكرر وروده في الدراسة لعلاقته المباشرة بالموضوع كمفاهيم :تكنولوجيا الاتصال، شبكة الانترنت.....الخ.

تعريف تكنولوجيا الاتصال والإعلام:

تعريف التكنولوجيا:

لغة: يعد لفظ" تكنولوجيا "في الكلمة اليونانية **"Technologie"** والتي هي مشتقة من كلمتين **"Teckne"** وتعني تقنية أو فن، وكلمة **"Logis"** أو **"Ligos"** تعني علم زائد دراسة وعلى هذا الأساس تشير التكنولوجيا إلى الدراسة الرشيدة للفنون. ويرى الأستاذ (Littre) في قاموسه الصادر سنة 1876، "إن اصطلاح التكنولوجيا يعني تفسير الألفاظ الخاصة للفنون والمهن العديدة".

اصطلاحا: تعرف" بأنها مجموعة من النظم، والقواعد التطبيقية، وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث، ودراسات مبتكرة في مجال الإنتاج، والخدمات لكونها التطبيق المنظم للمعرفة، والخبرات المكتبية، والتي تمثل مجموعة الوسائل، والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية، وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية."

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الإبداع، والخلق بالإضافة إلى الاقتباس، والاستيعاب فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات، والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي، والاجتماعي التي تتم من خلالها مراحل النمو المختلفة .[1]

والتكنولوجيا بمعناها الشامل هي المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان على العالم الخارجي ويسيطر بواسطتها على المادة لتحقيق النتائج العلمية، والعملية المرغوب فيها،وتعتبر المعرفة العملية التي تطبق في حل المشاكل العلمية ذات الطابع العلمي، والمتصلة بتقديم السلع والخدمات جانبا من التكنولوجيا الحديثة.[2]

[1] محمد عبد الشفيع عيسى، العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي، ط1، دار الطباعة والنشر،بيروت، 1984، ص 35.
[2] حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، المعهد العالي للإدارة والفنون، القاهرة، 2008، ص 17.

تعريف الاتصالCommunication:

هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر، ومكونات واتجاه تسير فيه، واتجاه تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.[1]

تعريف تكنولوجيا الاتصال:

تعرف بأنها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة، والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية، والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات، ومعالجتها، وإنتاجها وتخزينها، واسترجاعها، ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد، والمجتمعات 1994.[2]

وتشمل تكنولوجيا الاتصال جانبين مهمين هما:

الجانب الفكري المعرفي :الذي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط خواص، وسلوك المعلومات والقوى التي تتحكم في عمليات تدفق المعلومات، وطرق تجهيزها للفحص، حتى تكون متاحة ومستخدمة بأقصى درجة من الكفاءة، والأسس المعرفية، والتقنية، والمنهجية التي هي وراء إنتاج الوحدات المادية.

الجانب المادي :والذي يتمثل فتي التطبيق العملي للاكتشافات، والاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات كالحصول على المعلومات، وتحليلها، وبثها وتوصيلها، مستفيدا من ذلك من تقنيات أو الأساليب الفنية في الكتابة والطباعة، والتصوير الفوتوغرافي، والتلفزيوني، والاتصالات السلكية واللاسلكية، ومازجا بين الأدوات والأجهزة، أو الاكتشافات كالحسابات الإلكترونية، وأشعة الليزر،والألياف الضوئية، والاتصالات الفضائية ثم إلى الوسائل الإلكترونية الكاملة.[3]

تعريف شبكة الإنترنت:

لغة: كلمة (Internet) إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما:

- كلمة (Interconnections) وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض.
- كلمة (Network) وتعني شبكة.

فقد أخذ من الأولى (Inter) ومن الثانية (Net)، وبذلك يصبح معنى الكلمة المركبة (Internet) وهو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض.[4]

[1] محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006، ص27.
[2] محمود علم الدين، الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، الكويت، 1994، ص95.
[3] ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006،ص29.
[4] محمد علي شمو، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999، ص 232.

اصطلاحا:

تعرف أنها عبارة عن مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض، وهذه المجموعة تنمو ذاتيا بقدر ما يضاف إليها من شبكات،وحسابات وقد أدى تغلغلها واتساع مداها إلى وصفها بشبكة الشبكات.[1]

تعريف المدونات الالكترونية:

تعددت تعاريف المدونات الإلكترونية اصطلاحا فهناك من يعرفها أنها تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، تظهر عليه تدوينات "ملاحظات" مؤرخة، ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد، يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن نظاما آليا لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، بحيث يستطيع القارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.[2]

تعريف الرأي العام:

يعرف البعض على أنه حكم عقلي، يصدر من جمهور من الناس يشتركون في الشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

والرأي العام هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئة الشعب أو الجمهور اتجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل.[3]

تعريف الرأي العام الالكتروني:

هو كل فكرة أو اقتراح أو رأي أو مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين وتدافع عن إيديولوجية معينة لتصل نتيجة سياسة عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال شبكة الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة والإطلاع في نفس الوقت على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون، لتكون ما نعرفه بالرأي العام الالكتروني.[4]

---

[1] خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط9،مكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 2001، ص 521.

[2] أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية – دراسة للمضمون والقائم بالاتصال - ، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-2009/03/17، ص1.

[3] جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2009.

[4] فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص 164.

التعاريف الإجرائية:

تعريف المدونات:

هي صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات منوعة أو محددة باختصاص معين، وتحتوي على مقالات، وأبحاث، وخواطر، نسميها مداخلات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنيا بشكل معكوس أي المداخلة الحديثة تأتي في رأس صفحة المدونة تليها باقي المدونات حسب الأقدمية التاريخية.[1]

تعريف الرأي العام الالكتروني:

هو كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الأفراد عبر العالم المتخيل عالم الانترنت ما يستدعي تحقيقها على أرض الواقع، ويرتبط تكوين الرأي العام بمتغيرين أساسيين مستوى التعليم ووجود شبكة الاتصالات وخدمات الانترنت المتوفرة.[2]

[1] سليم حسين أحمد، المدونات الالكترونية، 15:12 .http// vbb.7b7/com/t4991.html, 18/04/2015

[2] محمد خليل، الرأي العام الالكتروني، مقال منشور في منتديات طلبة علوم الاتصال والإعلام، جامعة عبد الحميج بن باديس بمستغانم، تاريخ: 2009/06/09.

الدراسات السابقة:

في الحقيقة لم نجد دراسات تطرقت للموضوع " المدونات الإلكترونية ودرها في تشكل رأي عام إلكتروني" هذا بحد ذاته لكن وجدنا دراسات قريبة لها صلة عن قريب بالموضوع نذكر منها ما يلي:

1/دراسة أجنبية:

دراسة بريس ايتلين وآخرون في جوان 2009

هم مجموعة من الباحثين المنتمين إلى جامعة هارفارد الأمريكية، قاموا بدراسة حول التدوين العربي بتكتلاته، ومجتمعاته التدوينية قام الباحثون بتحديد 35 ألف مدونة عربية نشطة، إذ اعتمدوا على ثلاث طرق لاكتشاف هيكل ومحتوى المجتمعات التدوينية العربية وهي:

-تحليل الروابط والوصلات لمعرفة كيفية ترابط المجتمعات التدوينية العربية.

-تحليل كمية استخدام بعض المصطلحات.

-توزيع استبيانات على بعض مدوني هذه المدونات.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-المدونون العرب في مجملهم ذكور من فئة الشباب.

-أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل المصري.

-المواضيع تدور حول التدوين الشخصي والتجربة الذاتية.

-التدوينات الدينية تتركز على التجارب والأفكار الدينية بشكل فردي، ولا يوجد انتقاد للأديان الأخرى بشكل عام.

2/دراسة عربية:

الدراسة الأولى:

قام بها الباحث أشرف جلال حسن محمد سنة 2008 حول أثر التقنيات الاتصالية "الحديثة المواقع المنتديات، المدونات" على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي دراسة تشخيصية مقارنة في ضوء مدخل الإعلام البديل -وتسعى هذه الدراسة للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود التأثير الذي تلعبه المواقع الإلكترونية والمدونات في تشكيل الرأي العام العربي؟

ويتمثل الإطار الجغرافي للدراسة في مدينة الدوحة بدولة قطر، أما إطارها البشري فيتمثل في الجنسيات العربية الآتية مصريين، فلسطينيين، قطريين في المرحلة العمرية من18 _ 35سنة.

اعتمد الباحث في الدراسة على استبيان تم توزيعه على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها600 مفردة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

هناك تفوق واضح للوسائل التكنولوجية الحديثة في دفع الجمهور للاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة، نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية،وقدرة هذه الوسائل على تحقيق مشاركة الجمهور بفاعلية.

يميل أفراد الجمهور للاعتماد على الوسائل التكنولوجية في تكوين الآراء في القضايا المحلية، أو الداخلية أكثر منه في حالة القضايا الإقليمية أو الخارجية.

الدراسة الثانية:

قام بها الباحث عصام منصور بدولة الكويت سنة 2007 ، تحت عنوان"المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات"، قام الباحث من خلال هذه الدراسة باستخدام عينة كرة الثلج للوصول للمشتركين في المدونات الالكترونية، والمتابعين لها بأقسام الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريبي، واشتملت العينة على 22 مشتركا قسمهم إلى ثلاث مجموعات بؤرية، وتمت محاورتهم على جلستين استغرقت الواحدة منها من 70 إلى 100 دقيقة.

وبعد رصد الملاحظات خلص الباحث إلى النتائج التالية:

* كثير من مستخدمي المدونات كانوا يعملون بالمدونات منذ أزيد من 5 سنوات.

*معظم المشتركين كانوا يمتلكون مدونة واحدة، وفي ذات الوقت كانوا يتابعون مدونات غيرهم.

* قلة منهم أفادوا امتلاكهم لأكثر من مدونة.

* أغلبهم مدوناتهم لها علاقة بمجالهم الدراسي.

*يبلغ عدد المدونات التي يزورونها أسبوعيا من 5 إلى 10 مدونات، ويستغرقون في الزيارة من 5 إلى 10 ساعات.

* يكاد يتفق الجميع على أن المدونات هي مصدر جديد للمعلومات.

* نصف المشتركين لا يسلمون بصحة المعلومات التي ترد في المدونات.

ملاحظـــــــة:

لم تكن هذه الدراسات بنوعيها"العربية/الأجنبية" التي تحصلنا عليها مطابقة لعملنا بل كانت مشابهة لها من حيث المنطلق الأساسي للدراسة ألا وهو المدونات الالكترونية إلا أننا اعتمدنا عليها في استخلاص الفرضيات،والتساؤلات.

الفصل الأول

الفصل الأول: المدونات الالكترونية

المبحث الأول: ماهية المدونات الإلكترونية

1) تعريف المدونات الالكترونية:

لغة: تعرف المدونة لغويا في المعجم الوسيط: دون الديوان، أنشأه أو جمعه، ودون الكتب، جمعها ورتبها، وهي من كلمة "دون" بفتح الدال وشد الواو.

وهي في العصور القديمة كانت تنسب إلى الديوان، وهو الدفتر الذي تكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء، ولهذا كانت منها كلمة مدونة أو Blog، وحقيقة كلمة Blog بمعنى مدونة أو Blogger التي تعني مدونين هو أن ترجمتها إلى كلمة مدونة كان وصفيا أو حرفيا، لأن كلمة Blog هي اختصار لكلمة Weblog، فحذفت We وضمت B مع Log لتصبح Blog، وانتشرت الكلمة في البلاد العربية بلهجات مختلفة.[1]

اصطلاحا:

المدونات ومفردها مدونة لعنكبوتية المكتوبة بأسلوب صحفي ومرتبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، والمدونة بالإنجليزية Blog مأخوذة اختصارا من كلمة (Weblog) ومنها (Blogging) أي (Bloggers) (Blogsphere)، والمدونة هي أقرب ما تكون للصحيفة الالكترونية مع الفارق بأن المواد المنشورة في المدونات توضع في ترتيب زمني تصاعدي، بحيث تكون المعلومات الأكثر حداثة، هي أولى المعلومات التي يطالعها المستفيد.[2]

وتعرف أيضا بأنها صفحة الشبكات تتألف من سلسلة من الأرشفة مرتبة ترتيبا كرونولوجيا، وعادة ما تكون نصية، وقد تحتوي على صور أو وسائط متعددة أخرى، كما تضم روابط مع مواقع انترنت أخرى وتمنح للقارئ فرصة للتعليق على ما ورد فيها.

كما تعرف على أنها عبارة عن يوميات شخصية على الشبكة، يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص، وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج عمدا بين المعلومات، والآراء كما تترافق مع ربط بمصدر أصيل، أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها.[3]

وتعرف أنها فضاء للنشر وليس للنقاش".

---

[1] أحمد حسين، مرجع سابق، ص1

[2] أ.د. زكي حسين الوردي، صحافة المدونات الالكترونية (عرض وتحليل)، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ص2

[3] سليم حسين أحمد، المدونات الالكترونية: http//vbb.7b7/com/t4991.html, 24/04/2015, 14.38

ويعرفها محمد عبد الحميد أنها عبارة عن مركز للآراء، ووجهات النظر في كل الموضوعات والأفكار التي يختارها المشاركون، ولذلك تعتبر مواقع المدونات من الأدوات الشائعة للتعبير وإبداء الآراء، وعرضها في مختلف الأشكال الصحفية أو الأدبية، والفنية، وتضم المدونات المذكرات الشخصية، والرؤى الجمعية، والتعليق على الوقائع الاجتماعية، وقد يشارك فيها مدون واحد أو أكثر."

وتعرف أنها صفحة ويب تحتوي على تدوينات، وتسجيلات مختصرة مرتبة ترتيبا زمنيا معينا وتعد بمثابة سجل يومي لعرض، وسرد الوقائع، خاصة فيما يتعلق بالجديد فيها من أخبار أو للربط ببعض مواقع الويب الأخرى."[1]

2) تاريخ المدونات الالكترونية:

يعد أول ظهور لاصطلاح واب بلوغ Weblog أواخر سنة 1997 من طرف جون بارغر John barger بموقع Robot Wisdom، بينما ابتدع بيتر مارهولز Peter Merholg، مصطلح "بلوغ" سنة 1999، وذلك بفصل المصلح "Weblog" إلى العبارة "We blog".

وفي هذه السنة سجل Jesse James Carret وجود 23 مدونة على الشبكة، ويرى البعض أن الولادة الحقيقية للمدونات الالكترونية كانت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 بخلق مدونات تسمى بمفكرات الحرب "Warblogs" بمبادرة من المعلقين المحافظين المتطلعين.

وفي ديسمبر 2002، برزت قوة المدونات إثر حادثة هامة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث اضطر "ترينيت لوت" Trent Lott قائد حزب الأغلبية في مجلس الشيوخ الأمريكي إلى الاستقالة من منصبه بسبب تعليقات عنصرية صرح بها في إحدى الاحتفالات، ففي الوقت الذي لم تعرها وسائل الإعلام أهمية لم يهضمها المدونون، وشنوا عليه هجوما وصل إلى التفاف وسائل الإعلام والرأي العام بالقضية، وأصبحت فضيحة بالنسبة للجميع.

كما كان للحرب على العراق دورها في انتشار المدونات الإلكترونية ففي سنة 2002 ظهرت هناك مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها انستابوندت، وفي عام 2003 ظهرت المدونات كوسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية، ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية أمثال" هوارد دين"، وقد دعم انتشار المدونات الدور الذي لعبه معهد آدم سميث البريطاني في تأصيلها من خلال استخدامه لها.[2]

[1] د. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص264

[2] محمد جمال عرفة، المدونات الالكترونية، مجلة المجتمع، العدد 1701 بتاريخ 24 جوان 2006، http://www.almujtamaa-mag.com/24/04/2015, 15.05

ومن ناحية أخرى ظهرت في هذه الفترة مدونات يكتبها عراقيون، بعضهم يعيشون في العراق ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام صدام حسين أثناء الاجتياح الأمريكي، وكان من أشهر المدونات في تلك الفترة، مدونة أحد العراقيين الذي أطلق على نفسه اسم" سلام باكس "وانتقد بأسلوب لاذع صدام حسين، وكان يلاحق المحتلين الأمريكان في كل مكان، وأعطى صورة أكثر حيوية من غالبية المراسلين الأجانب، للحياة في بغداد قبل الاجتياح العسكري وأثناءه وبعده، وحسب روس ما يفيلد المديرة العامة لشركة Social text فإن عدد قراء المدونات يناهز 3 ملايين كانوا نصف مليون في ماي 2001 ومليون بعد عام من هذا التاريخ.

واكتسبت المدونات في مجال الحرب شهرة كبيرة، وتمت طباعة إحدى هذه المدونات، وهي مدونة أين رائد (Where is Read) المكتوبة في غالبيتها بالإنجليزية في كتاب مطبوع ورقي، وبذلك شكل مفهوما حديثا للمراسل الحربي.

ولبيان أهمية هؤلاء المدونين في كشف حقيقة الغزو الأمريكي للعراق تقول" إلزابيت لاولي" الأستاذ المساعد بإدارة تكنولوجيا المعلومات في معهد روشيستر للتكنولوجيا" إنهم البلوغرز جعلوا المشكلة مع العراق أكثر إنسانية؛ فحينما ذهبنا إلى الفيتنام لعب التلفزيون دورا في تغيير صورة الأوضاع هناك،وغير بالتالي رأي الأمريكيين في الحرب، وقد قام المدونون بدور مشابه هذه المرة، بعدما وفروا للناس منتدى عالميا حول المشكلة وأعطوا لقطات سريعة للحياة في البلد الذي وقعت به الحرب بالصوت والصورة.

وبرز دور المدونات خلال كارثة جنوب شرق آسيا تسونامي؛ حيث سبق كتاب المدونات الصحافة بتغطية الكارثة، وغطوا بالتفصيل كلمة وصورة الدمار الحاصل؛ حتى أن كبريات قنوات التلفزيون قامت بالنقل عن هذه المدونات، ولعبت دورا في دفع الناس للتبرع، حتى أن هذا الحماس دفع الحكومة البريطانية إلى الرفع من قيمة تبرعها، بعد أن فاق تبرع البريطانيين ما كانت تعتزمه ونفس الشيء قامت به المدونات إثر إعصار كاترينا في الولايات المتحدة الأمريكية. [1]

[1] محمد جمال عرفة، مرجع سابق ص 10.

3) تطورها:

لقد أثبتت المدونات وجودها وجدواها كإحدى الخدمات الحديثة على الإنترنت لسهولة إنشائها ونشرها وتحديثها ، فضلاً عن إتاحتها لفرص التفاعل مع معديها وقرائها في كل مادة من المواد المنشورة بها ومن وجهة نظر المدونين ، فإن المدونات تنشأ لأجل النشر المهني أو الشخصي أو لمجرد توفير المعلومات.

أما من وجهة نظر المستفيدين منها، فإنه تتم الإفادة من المدونات لأجل سد الحاجات الشخصية أو المهنية وتتنوع موضوعات المدونات بين المجالات السياسية والعسكرية والإعلامية والأدبية والتكنولوجية ... الخ كما أنها قد تركز على موضوعات دقيقة للغاية تصل إلى الخياطة والطبخ وإصلاح السيارات.

لقد أثارت المدونات تساؤلات عدة حول جدية هذه الظاهرة وتأثيراتها المستقبلية على وسائل الإعلام وبالتحديد على مستقبل الصحافة الورقية. وإزاء ذلك، قام العديد من الصحف الورقية بإنشاء مواقع إلكترونية لها لضمان عدم تسرب قرائها وحفاظاً على مستوى العوائد المالية للإعلانات التي تشكل مورداً كبيراً للصحافة الورقية.[1]

ومن هنا يمكن القول أن المدونات تطورت عبر 3 مراحل:

المرحلة الأولى:

وهي المرحلة التي بدأت من منتصف التسعينيات إلى غاية سنة 2000، وهي مرحلة البداية حيث كانت تطبيقا حرفيا لمصطلح ""سجلات الشبكة"، فهي في مجملها لم تخرج عن كونها دفتر يوميات يكتب فيه المدونون مذكراتهم اليومية ذات الطابع الشخصي، وقد عرفت هذه الفترة ظهور خدمات تدوين مثل Xanga سنة 1997، Open Diary سنة 1998 ثم كل من Live Journal و Blogger سنة 1999.

المرحلة الثانية:

وتبدأ من 11 سبتمبر 2001، وتعتبر فترة الميلاد الحقيقي للمدونات باكتسابها القدرة على التأثير وذلك بدخول الصحفيين الميدان، وكانت الحرب على العراق هي نقطة التحول في هذه الفترة وأدت إلى انتشار المدونات.[2]

[1] ملفينزل وبفلير ساندرابول – روكيتس، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992، ص276

[2] عبد الرحمان فراج: المدونات الالكترونية في المكتبات، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2006، www.informatics.gov.sa/magazine 24/04/2015, 15.38

المرحلة الثالثة:

وهي مرحلة النضج في تاريخ المدونات وبدأت سنة 2004، حيث تحولت ظاهرة التدوين إلى ظاهرة عالمية بانضمام العديد من مستخدمي الإنترنت إلى صفوف المدونين وقراء المدونات، حيث اختيرت كلمة (Blog) لتكون أهم كلمة في سنة 2004 ودخلت قاموس Webster وأصبحت من مفردات اللغة الإنجليزية، حتى أن صحيفة الغارديان البريطانية خصصت صفحتها الثانية لنشر يوميات عن المدونات.[1]

[1] عبد الرحمن فراج، مرجع سابق ص50.

المبحث الثاني: عوامل انتشارها، خصائصها، وأنواعها

1) انتشار المدونات:

فاق الانتشار الذي حققته المدونات الإلكترونية كل ما سبقها من الخدمات الاتصالية السابقة لدرجة جعلت ضبط إحصائيا أمرا صعبا، فرغم محاولات الكثيرين تقديم تقديرات تعتمد على ما يتوفر من معلومات من المزودين بخدمات الاستضافة، أو بعض المواقع أو المتعاونين فإن الإحصائيات المتوفرة تعد تقديرات تقريبية.

وقد وصل عدد المدونات في كل أنحاء العالم 70 مليون مدونة، وفقا للحصر الذي أجراه محرك، البحث تكنوراتي في أبريل 2007 ، بزيادة قدرها % 8,22 عما كان عليه الحال في نوفمبر2006 وتوضح هذه الأرقام تزايد عدد المدونات حيث وصل عدد المدونات الجديدة في سنة 2007 إلى إطلاق 84 مدونة في الدقيقة الواحدة أي ما يعادل إنشاء 1.2 مدونة كل ثانية.[1]

المدونات الالكترونية في الجزائر:

شهدت الجزائر اهتماما متزايدا بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي شبكة الانترنت؛ فقد كان عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر50.000 مستخدما في ديسمبر من سنة 2000 ، ثم تطور ليصل إلى 4.100.000 مستخدم في جوان 2009، وهو ما يمثل % 12 من عدد سكان الجزائر، و% 4.8 من عدد مستخدمي الانترنت في إفريقيا.

ولا يوجد موضوع لا يتطرق إليه الجزائريون عبر مدوناتهم، علما أن كثير من المدونات تهتم بالمسكوت عنه، وتعد المواضيع السياسية من المواضيع التي وجدت مكانا لها في المدونات الإلكترونية، بهدف التنفيس والتعبير عن موقف المدونين من النظام القائم كما اختار رؤساء بعض الجمعيات المدونات الإلكترونية للتسويق للبرامج السياسية كمدونة" بلادي "التي تدافع على أطروحات رئيس الجمهورية إضافة إلى مدونات أخرى متصلة بنشاطات جمعيات خيرية، وأخرى طلابية ودينية مثل مدونة" يا رب" التي تهتم بنشر القصص الدينية، بالإضافة إلى العديد من المدونات التي يعبر فيها أصحابها عن رفضهم للأعراف والتقاليد، والتعبير عن مكبوتاتهم وغرائزهم، كما أن هناك من يفضل المدونات لسرد يومياته كالوالد الذي يهتم من خلال مدونته بنشر يومياته مع أبنته التي تبلغ 18 شهرا من العمر.[2]

[1] فضيل الأمين، سالي فرحات، مستقبل البلوغز وصحافة المستقبل، مجلة هاي، أكتوبر 2005. http//www.himag.com, 24/04/2015, 16.00

[2] مجلة إعلام تك، ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر، العدد 20 ، من 08-15 أبريل 2007

2)عوامل انتشارها:

تعددت عوامل انتشار المدونات الإلكترونية، فهي في الواقع تختلف من بلد إلى آخر، لكن هناك مجموعة من العوامل المشتركة التي كان لها دور كبير في انتشار المدونات بالشكل الذي هي عليه اليوم ومن هذه العوامل مايلي:

1-مرونة التقنية :

تعد تقنية الجيل الثاني " 2.0 " من خدمات الانترنت أهم التقنيات التي ساهمت في انتشار المدونات الإلكترونية، وذلك لما تمنحه من سهولة لإنشاء المدونات الإلكترونية إذ يمكن لأي شخص غير ملم بشبكة الانترنت أن ينشأ مدونة خاصة به دون عناء أو بحث كبيرين.

فقد جاءت بذلك إمكانية الكتابة مع التطور الهائل لشبكة الانترنت، وما تتميز به من امتيازات فنية في النشر بعيدا عن التقيد بحدود الوطن أو الخضوع لحسابات مادية كما هو الحال بالنسبة للنشر المطبوع.

فقد أصبحت شاشة الحاسوب فضاء جديدا للكتابة، مزودا بميزات خاصة؛ إذ تستطيع أن تغير بسرعة كبيرة مضامينها، وأن تشكل فضاء للكتابة يتبدل حسب رغبة المستخدم كما تستطيع الجمع بين كلمات وصور في ذات الفضاء النصي، ولعل هذه المعدات الحاسوبية في مجملها تمثل التغير الثقافي الأكبر في تاريخ الكتابة وخاصة فيما يتعلق بالسرعة والاستقلالية العملية التي تتمتع بها.

فالمدونات الإلكترونية مجانية وسهلة الاستخدام، وعملية النشر فيها بسيطة وكل شيء يحدث على واجهة تشبه تلك التي تبعث عن طريقها بريدا إلكترونيا، وبذلك فقد ساهمت الانترنت وخدماتها المتطورة في انتشار المدونات الإلكترونية.[1]

2) **عولمة الإعلام :**نعيش عالم تراجع مقولة الاتصال الجماهيري، والتي كانت مقدمة للصناعات الإعلامية، فقد عدت مقولة الاتصال الجماهيري - رغم نبلها –مقولة في القهر والتضليل واغتصاب العقول، أما الصناعات الثقافية فهي الاحتكار، والتنميط الذي تفرضه الشركات المتعددة الجنسيات التي تستهدف الربح.

وتشكل الشركات متعددة الجنسيات خط الاختراق الأول للحدود الاقتصادية والسياسية، أي حدود الدولة القومية المرتبطة بالسوق العالمية التي بلغ عددها أكثر من 40000 شركة تتحكم في 40%من الناتج الإجمالي، وقد أصبح الإعلام صناعة ضخمة تحتاج إلى إمكانات تقنية عالمية ومتقدمة، الأمر الذي أدى إلى تزايد ظاهرة امتلاك الشركات متعددة الجنسيات لوسائل الإعلام وقد أثارت تلك الظاهرة

[1] جمال الزرن :المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة ،تونس، 2003 .

مخاوف لدى العديد من الكتاب، والإعلاميين الذين حذروا من مخاطر تلك الظاهرة على التعددية والتنوع، وديمقراطية الاتصال، وعلى حق الجماهير في المعرفة.

ومثل هذا التمركز يفقد المؤسسة الإعلامية والاتصالية على حد السواء القدرة على توفير مادة إعلامية متنوعة، وذلك بسبب غياب التعددية في الملكية، فمثلا يعتقد صاحب مدونة" جحا كوم "أن المدونة اختراع رائع يتيح للفرد أن يتفاعل من دون وسيط مع الأحداث ومع الآخرين، وستكون المدونة أداة التواصل الإنساني الحر الذي سيكنس تدريجيا وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي صودر معظمها من قبل قوى السياسات الشمولية، وقوات التحالف بكل أنواعها.

فالمدونة جاءت كرد فعل على احتكار الشركات متعددة الجنسيات لوسائل الإعلام، وخلقت فضاء للتنوع بعيدا عن الاحتكار فالمدون هو رئيس التحرير ولا يوجد ضاغط عليه.

2) **تراجع الثقة في الصحافة التقليدية :**

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

وأصبح المواطن لا يثق في الإعلام عامة وفي الصحافة خاصة فهي تسوق للحملات الانتخابية وتسعى للربح على حساب المصلحة العامة،و أمام حالة الشك والنقد للصحافة التقليدية، تريد صحافة المدونات أن تخرج المستور، وتنشر ما لا تنشره الصحافة الكلاسيكية التي تخضع لرهانات وأجندة البورصة والتكتلات، فصحافة المدونات هي ببساطة صحافة الفرد الذي يتحدث بوصفه مواطنا لم يجد من يسمع مشاكله ويعوضها عن وسائل الإعلام التقليدية.[1]

[1] جمال الزرن، مرجع سابق ص63.

3) خصائص المدونات و أنواعها:

أ/ خصائها:

تتنوع المدونات في طبيعتها وفي نوعية المواضيع التي تتخصص فيها، وتختلف حسب منصة التدوين البرمجية التي تستضيفها لكنها في العموم تتشارك في خصائص تشكل أقسام وهيكلة المدونة وهي الأساس الذي تتميز به المدونات عن باقي أوعية، ووسائل النشر على الانترنت.

يحدد بونوا ديزافوي Benoit Desavoye ستة خصائص للمدونات هي:

1/تحتوي المدونة على قائمة من التدوينات "المدخلات" billet, posts مرتبة ترتيبا كرونولوجيا من الحديث إلى القديم، وتعد العمود الفقري للمدونة وكل تدوينة تحتوي على تاريخ النشر، وعدد التعليقات التي بإمكاننا قراءتها والدخول إليها مباشرة بعد الضغط على العدد.

2/الروابط الدائمة :وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة التي على المدونة، فهو ما يسمح لأي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة داخل مدونته، بربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلا من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.

3/الروابط المرجعية :وهي روابط تضمن ظهور العنوان، والرابط ، ومستخلص النص المكتوب في مدونة أخرى من طرف شخص آخر، ومن شأن هذه التقنية أن تعطي قيمة للمصدر الأصلي للمقالة.

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

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

6/التلقيمات في شكل رابط نحو ملف من نوعXML تحمل محتوى الموقع.[1]

بالإضافة إلى خصائص أخرى:

1- محتوى منظم على شكل مداخل مستقلة يشتمل كل منها على نصوربما روابط متعددة ، ومتاحة جميعاً في تسلسل زمني من الأحدث إلى الأقدم.

2- تاريخ لكل مدخل ، بحيث يعرف المستفيد متى تم تدوين هذا المدخل على وجه التحديد.

3- سجل أرشيفي لجميع المداخل السابقة ، بحيث يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل الزائرين[2].

[1] أمينة ذبيح: المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر والصحافة البديلة ، فيفري2009 .

[2] أ.د .زكي حسين الوردي, المرجع السابق ص4.

أما التدوينة الواحدة فتتكون من:

أولاً - مكونات أساسية ، وهي:

أ/ العنوان الرئيسي أو الثانوي للمدونة الواحدة

ب/ اسم أو لقب المؤلف

ج /نص التدوينة "المحتوى".

د /التاريخ الذي تم فيه نشر التدوينة باليوم والشهر والسنة

ه /الوقت الذي نشرت فيه التدوينة بالساعة والدقيقة

ثانياً - مكونات اختيارية ، وهي:

أ/التعليقات المرسلة على تلك التدوينة في حالة توافرها

ب/ موضوع أو موضوعات التدوينة. [1]

ب/ أنواعها:

تعرف الشبكة العنكبوتية انتشارا لعدد كبير من المدونات الإلكترونية في فضائها، فمنها ما يهتم بالأخبار،ومنها ما يتخصص في مجال معين، وأخرى تمزج بين مختلف المجالات، وهناك من تستعمل الوسائط المتعددة في حين توجد مدونات تهتم بنشر المذكرات كل هذا يجعل من الصعب إيجاد تصنيف متفق عليه للمدونات فهناك من يصنفها **حسب الموضوع** وهناك من يصنفها **حسب الهدف**:

1)أنواع المدونات حسب الموضوع:

1/مدونات تحتوي على روابط تشعبية :وهي المدونات التي تحتوي على وصلات تشعبية وتعد Weblog

أول أنواع المدونات التي تم نشرها على الشبكة ومنها جاء اسم المدونة الإلكترونية ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الانترنت، التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.

2/ **المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية:"Online diary blogs** " وتتناول هذه المدونات الحياة اليومية للمدون من بداية النهار إلى أن ينام ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورةعلى روابط لمواقع إلكترونية أخرى.[2]

[1] أ.د .زكي حسين الوردي, المرجع السابق ص4.

2 عبد القادر سعيد :المدونات ..الثورة الإعلامية الجديدة ، موقع الشهاب 25/04/2015.14:13/ http://www.chihab.net

3/ **المدونات التي تحتوي على المقالات**: **"Article blogs"** ويحتوي هذا النوع على عرض تقارير وتعليقات على مختلف الأخبار والأحداث.

4/ **المدونات العلمية المتخصصة :**وهي المدونات التي تكون مهتمة بجانب علمي محض كالبيئة أوالتكنولوجيا، أو الزراعة، أو غيرها من التخصصات العلمية، وهي غالبا ما تنطلق من منتديات متخصصة يحولها أصحابها إلى مدونات.

5/ **مدونات تحتوي على صور :**ويحتوي هذا النوع من المدونات على الصور حيث يخصصها صاحبها لنشر صور التقطها بنفسه، أو أعجب بها ،أو صور لعائلته أو أي موضوع آخر.

بالإضافة إلى أنواع أخرى: **مدونات تحتوي مقاطع بث إذاعي- مدونات تحتوي على مقاطع بث مرئي- المدونات المتنوعة -المدونات الجماعية....**

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

1-الشخصية : تصف فكرة شخصية يكتب فيها المدون عن تجاربه اليومية بكل جوانبها ويسمح صاحبها في الغالب للزوار بالمشاركة.

2-السياسية : وهو أكثر أنواع المدونات انتشارا وغالبا ما نجد المدونات من هذا النوع بها وصلات لمواقع إخبارية ويضيف المدون فيها تعليقاته على الموضوع السياسي.

3-**الإخبارية** : توفر الكثير من المدونات موجز للأخبار عن موضوع معين العرب المغتربين في أوروبا,كرة القدم ,الاكتشافات العلمية وتكون مصحوبة بوصلات متعلقة بالصحافة أو مواقع الأخبار.

4-الموضوعية : وهي المدونة التي تركز على موضوع معين ,وجل المدونات تسمح للمستخدم بإيجاد موضوع ما داخل الموقع ,لذا فالمدونة العامة من السهل أن تصير مدونة تخص موضوع معين وذلك بواسطة المستخدم.

2)أنواع المدونات حسب الهدف:

1/ مدونات اليوميات الشخصية :وهي المدونات التي يكتسب فيها المدون تجاربه الشخصية التي لا تهم العامة، ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة، والسيرة الذاتية، وجمهورها غالبا ما يكون من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين.[1]

[1] عبد القادر سعيد,المرجع السابق ص73.

2/ مدونات الجمهور الخاص :وهي مدونات موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص من التواصل، مثل مدونة مدير شركة يخاطب فيها الموظفين، ويعرض فيها جوانب العمل أو تفاصيل إيجابية أو سلبية في فريق العمل، أو مثل مدونات الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة ويكون هدف المدونة إعطاء أخبار صور وتفاصيل قد تكون عائلية.

3/ مدونات التأثير في الرأي العام :

وهي مدونات موجهة لجميع الناس وتهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين، إزاء موضوع، أو قضية يتبناها المدون، ويوصف هذا المدون بالمواطن الصحفي، أو المواطن الإعلامي.[1]

[1] عبد القادر سعيد,المرجع السابق ص73.

المبحث الثالث: استخدامات المدونات الإلكترونية

فما سبق ذكره سالفا عرفنا بالمدونات الإلكترونية , وكذا خصوصيتها, وتعداد أنواعها, لنأتي في الأخير ونبرز مدى استخداماتها وهي كالتالي:

1/ **المدونات فضاء للتنفيس** : تستخدم المدونات كمتنفس للشاب، كي يعبروا فيه عن اهتماماتهم وهمومهم المتنوعة بعد حالة الكبت التي قد يعيشونها؛ إذ تعتبر نافذة يطل منها الشباب على العالم من حوله، ويعلن فيها عن نفسه ويجد آخرين مثله يشاركونه الرأي فيذهب البعض منهم للحديث عن أشياء ذاتية من حب، ومذكرات شخصية، ويومية كحالة من التعبير الذاتي، والترويح عن النفس، فتبدوا المدونات جسرا لتجاوز المحرمات بكل أنواعها ليصبح الممنوع مرغوبا، وتصبح الكتابة، والتدوين بديلا للإحباط والانتحار أحيانا بعد حالة الإخفاق السياسي، والاجتماعي الذي يعيشه العالم المعاصر.

فبعض الناس بحاجة إلى الإحساس بأن لهم مكانة في أعين الغير وأنهم محل اهتمام ويريدون جعل آرائهم، وأفكارهم، وتصرفاتهم جماهيرية يراها الجميع بهدف إشباع الهو لديهم، فالمدون عندما ينشر ما يفكر فيه، ويتلقى تعليقات حولها يشعر بأنه مرتاح، ويحاول إثبات أنه موجود وليس مجرد إنسان عادي في المجتمع أو المؤسسة، فهو عن طريق مدونته يثبت أنه مختلف عن الغير، كما يعد التدوين مجالا للتنفس فهو فضاء للتعبير بكل حرية ودون خوف، ذلك أن المدون بإمكانه استخدام اسما مستعار بالإضافة إلى اللا مرئية؛ حيث بإمكانه أن يكتب دون أن يعرفه أحد أي لا يخاطب جمهور وجها لوجه.

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

وهناك أيضا من يجد من خلال استخدامه للانترنت تعويضا عن الوحدة النفسية التي يعيشونها فهم يعيشون نوعا من العزلة الاجتماعية، وهي نقص غير مقبول وغير مرغوب في العلاقات الاجتماعية، ويعيش حالة نفسية تنشأ من إحساس الفرد بأنه ليس على قرب نفسي من الآخرين، وهذه الوحدة ناتجة عن افتقار الفرد لأن يكون طرفا في علاقة أو مجموعة من العلاقات.[1]

[1] المدونات الالكترونية وحرية الرأي والتعبير: مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود،الرياض 17/03/ 2009، ص 1

وبذلك فهو يلجأ إلى التدوين للخروج من هذه العزلة والتعبير عن ما يشعر به كنوع من التفريغ علـه يجد من يشاركه هذا الشعور، وربط علاقات مع الغير؛ إذ يقول أحد المدونين" إذا لم أأسس لنفسي مدونة لذهبت إلى طبيب نفساني.

2/ **التواصل مع الآخرين وتكوين مجتمعات افتراضية**:

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

فالإمكانيات التي تتيحها المدونات أمام مرتاديها على مستوى إدراج تعليقاتهم على الأخبار و المقالات والدراسات، والإبداع، هي مدخل يعزز التواصل، والحوار.

فالمدونات بتمكينها لزوارها من نشر تعليقاتهم مباشرة تحت الإدراج "التدوينة"، تحول الفضاء إلى مساحة للتبادل، والتحاور، والتفاعل، حيث يقوم أصحابها بتضمين إدراجاتهم، معلومة، أو رأيا حول مسألة ما تثير اهتمامات المتابعين الذين يثرونها من خلال مجموع التعليقات التي ترتبط بها، والحاصل أن هذا التبادل يمكن أن يتوسع ويأخذ شكل تفاعل بين المدونين أنفسهم حيث يعلقون على إدراجات بعضهم البعض موظفين آلية الروابط التعقيبية Track back لإعلام بعضهم البعض عن التعليقات التي كتبوها في إدراجاتهم الأصلية، وذلك من خلال وضع رابط يحيل إلى مدوناتهم، وهذه الطريقة فإنالمدونين غالبا ما ينجحون في تشكيل جماعات تساهم بتعليقاتها في إثراء مدوناتهم، وبناء علاقات تفاعلية مع مدونين آخرين.

3/النشر الإلكتروني وحرية التعبير:

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

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

فقد ساهمت المدونات في نشر الإبداعات الأدبية، فظهرت مجموعة من المدونات الأدبية التي تقوم على نشر إنتاجات فردية أو جماعية، ففي الدول الغربية قام العديد من دور النشر بالبحث عن كتاب جدد، أصبح لهم تأثير مباشر على قراء مدوناتهم ولعل ما زاد المدونات أهمية في عملية النشر هي حرية الحركة لصاحبها، النشر الواسع، إمكانية التصويب، والتعديل، الإضافة والحذف ومواجهة المتلقي دون حساب للوقت أو المكان أو البعد الجغرافي أي أنك تكون على حريتك أكثر.

وقد أتاحت حرية النشر في المدونات الفرصة للكثيرين للتعبير عن القضايا الاجتماعية، والسياسية والدينية المختلفة، وكسر الطابوهات، والحديث عن كل ماهو ممنوع، فالمدونون العرب يعدون الأرفع صوتا في هذا المجال في كشف ملابسات العديد من القضايا مثلما فعل المصريون مثلا في مصر محتجين على طرق التعذيب في السجون المصرية، أو في المغرب عندما تحدثت المدونات المغربية على الرشاوي التي تقدم لرجال الدرك في المغرب، وحقيقة إعدام الرئيس صدام حسين، وحتى في الغرب تعد المدونات مجالا لنقد السياسات ففي أحداث مدريد 2004 المدونون هم أول من نبهوا إلى أن الإستراتيجية الاتصالية للحكومة اتسمت بالتخبط في تلك الفترة، كما بينوا أن الوسائط الإعلامية التقليدية اعتمدت اعتمادا كبيرا على المصادر الرسمية دون غيرها.[1]

وفيما يتصل كذالك بالإعلام ، يرى البعض أن المدونات بدأت تحدث أثراً في الحياة العامة للمجتمعات على عدة أصعدة سياسية واجتماعية وثقافية وإعلامية وذلك من خلال نشرها لتقارير حول أخطاء السياسيين ، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المراسلون بكتابة تقاريرهم ، ومن ثم فإن محرري المدونات أصبحوا مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء من وسائل الإعلام الرئيسية ، وازداد من ثم حضور المدونات وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب التلفاز والإذاعة والصحف .وفي هذا فقد طالب خبراء المدونات بمعاملة المدونين كونهم صحفيين . وفي الأعمال التجارية ، أصبحت المدونات وسيلة فعالة تستفيد منها الشركات والمؤسسات والأفراد للترويج عن منتجاتها وخدماتها وأفكارها والدعاية لها ، وبهذا تدخل المدونات عالم الدعاية والإعلان شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى المقروءة والمرئية والمسموعة . وفي هذا المجال أوردت صاحبة إحدى الشركات بأن المدونات كان لها التأثير الأكبر بالنسبة لها بين وسائل الإعلان التقليدية المطبوعة من التأثير على مبيعات الكتب.[2]

[1] دشن القحطاني: المدونات الالكترونية وحرية التعبير، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض 2009.
[2] زكي حسين الوردي, المرجع السابق ص 20.

الفصل الثانـــــــي

الفصل الثاني: الرأي العام والرأي العام الالكتروني

المبحث الأول: ماهية الرأي العام

1- تعريف الرأي العام: هناك اختلاف كبير بين الكتاب والمفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأي العام وهذا الاختلاف قد يصل أحيانا إلى درجة إنكار وجود الرأي العام وسنعرض هنا لطائفة من التعريفات:

-**فالمفكر الألماني (تونيس)** يقول: " إن الرأي العام – كرأي موحد للجماعة – أمر لا يمكن تصوره، حتى إبان كفاح الشعوب عن كيانها وحياتها، إذ الشجاعة في أفراد الشعب الواحد متباينة والرغبة في الحياة ليست واحدة، كذلك تختلف أهداف الجماعات في الشعب الواحد وأغراضها".

-**ويستطرد (تونيس)** قائلا: "إن الحكومات الذكية الحكيمة هي التي تحاول دائما أن توحد الرغبة بين أفراد الشعب الواحد وجماعاتها، مما قد تستطيع هذه الحكومات تحقيقه لوقت محدد، وخاصة أثناء الحروب الوطنية الحاسمة بشرط أن تكون حيوية الشعب قوية سليمة غير عليلة".

-ويقول **(دوفيفات):** مدير معهد الصحافة بجامعة برلين: "إن الرأي العام – كوحدة أو كدرب واحد نخط سير الجماعة بأكملها – لا وجود له، غير إن هنالك رأيا ظاهرا من بين آراء الجميع، رأيا غالبا على ما حوله من آراء، أما أن يقال إن هناك رأيا عاما واحدا يعبر عن عقيدة وإرادة الجماعة كلها ويقره كل فرد فيها فهذا ما لا وجود له".

-ويقول **الفيلسوف (فيلاند):** "الرأي العام ليس رأي شعب بأكمله، بل يصح أن نعتبره رأي طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى".

-ويرى **(بنتشلى)** أستاذ القانون الدولي: "أن رأي الطبقة المتوسطة للشعوب هو الرأي الغالب، وهو في العادة المتفوق على رأي غيره من الطبقات في الشعب".

-ويعرف **المؤرخ الألماني (رانكا):** الرأي العام "بأنه أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الداخلية غير الظاهرة في الحياة العامة".

-ويقول **السياسي الألماني الكبير (بسمارك):** "يتكون الرأي العام الحقيقي في باطن حياة الشعب،وتكونه عناصر سياسية ودينية واجتماعية".

-ويقول أيضا: "إن الرأي العام هو التيار اليومي الذي يغلب صوته صوت الآخرين في الصحافة وجلسات البرلمان".

-ويقول **الأستاذ (البج)** أستاذ الرأي العام الأمريكي: "إن الرأي العام ينتج عن تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة".

-أما **(بلرمر)** فيقول: "إن كثيرا من التفاعل الذي يتكون خلاله الرأي العام يحدث نتيجة لتضارب آراء الجماعة وأوضاعها". [1]

[1] مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام ، كلية الإعلام، القاهرة، ص ص 17-18

تعريف آخر للرأي العام:

يعرف الرأي العام من منظور ضيق بأنه إجابة الناس على أسئلة منظمي استطلاعات الرأي بشأن الأمور العامة، إلا أن حقيقة الرأي العام أكثر تعقيدا من ذلك حيث تنطوي على خليط دائم التغير من الأفكار والمشاعر والسلوكيات العرضية وتتدرج التأثيرات التي تشكل هذا الخليط من خبراتنا في الطفولة إلى آخر ما نجريه من محادثات وأعظم هذه التأثيرات هو ذلك السيل من الرسائل التي نتلقاها من الأخبار اليومية.

تعريف آخر:

الرأي العام هو المادة الخام الذي تعمل فيه العلاقات العامة، وحيث تسعى العلاقات العامة دوما على تنميته سواء فيما يتعلق بالنظم الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية، كما تعمل على دراسته وتحليله، و معرفة طبيعته و كيفية تكوينها، وطرق التأثير فيها ولعل أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب، واعتبار الرأي العام الحكم النهائي في الشؤون العامة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ومع أن الرأي العام وجود معنوي لا نراه، فان ذلك لا ينقص شيئا من قوته، شانه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه ولكنه موجود.

تعريف آخر للرأي العام:

بالرغم من أن مصطلح الرأي العام Public Opinion لم يستخدم بهذا المسمى إلا في أواخر القرن الثامن عشر، نتيجة لظهور الجماهير الغفيرة بسبب النمو السكاني السريع حينذاك، فان المناقشات القديمة المتعلقة بالرأي العام لا تختلف كثيرا عن المناقشات الحديثة من حيث إدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الإنسان وحياته اليومية فقد سماه (موتتسيكيو) العقل العام، و سماه (روسو) الإرادة العامة. أما الاختلاف الوحيد بين المناقشات القديمة و المناقشات الحديثة، في هذا الصدد، فهو ذلك الذي يتعلق بإدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الساسة و الفلاسفة.[1]

[1] ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام، آثار الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة محمد صفوة وآخرون، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2012.

2- تاريخ ونشأة الرأي العام:

أ- في العصور القديمة:

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث، وإن كان اصطلاح الرأي العام استخدم أول مرة في القرن الثامن عشر إبان الثورة الفرنسية، على لسان وزير مالية لويس السادس عشر جاك نيكير Jacquis Necker للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في بورصة، فالظاهرة قديمة قدم المجتمع الإنساني، فقد كانت الأنظمة الاجتماعية السائدة آنذاك تولي آراء الناس أهمية معينة وتستطلع الآراء والأفكار المختلفة للوصول إلى القرارات السليمة.

وقد عرفت الحضارات الموغلة بالقدم منذ أكثر من سبعة آلاف سنة، مثل حضارة وادي الرافدين ووادي النيل، أشكالا متقدمة من الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تركت آثارها شاخصة على مر العصور، وهذه الحضارات لم تكن خالية من المفاهيم المتصلة بظاهرة الرأي العام.

وربما تأكد دور الرأي العام كظاهرة في دول الحضارة الإغريقية القديمة في أثينا وإسبرطة وغيرهما، ذلك إن الأمور العامة كانت موضع نقاش دائما من قبل من يتمتعون بحق المواطنة، وكانت الكلمة للأغلبية الساحقة..

فقد عرف اليونان مفاهيم قريبة من الرأي العام كالاتفاق العام، والاتجاهات السائدة. ويقسم أرسطو المستمعين وهم الذين يكونون الرأي العام في عصره، حسب السن إلى الشباب وكبار السن، ثم يقسمهم حسب ما نسميه ظروف الحظ، وهي الأصل والثروة والقوة، ولكل مجموعة من هذه خواصها، لم تكن الحضارة اليونانية وحدها هي التي عرفت الرأي العام، وإنما عرفتها الحضارات على مر العصور، ففي **العصر المسيحي** أيضا ظهرت عبارة الاتفاق العام، والإجماع العام، وهي مبنية على فكرة الشعور الجماعي التي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي العام في المناطق المختلفة المتنازع عليها.

وعندما اكتشف الإنسان الكتابة وما رافقها من ظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام، فكان حكام **حضارة بلاد الرافدين** (سومر، بابل، آشور، أكد) يقيمون للرأي العام وزنا لا بأس به من خلال إقامة مجالس الشعب والمؤتمرات والاجتماعات الجماهيرية الكبيرة كما دلت آثارها التاريخية على ذلك.[1]

[1] كمال خورشيد مراد، مدخل للرأي العام، الدكتور كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، 2011، ص ص 25 -26.

كما تكشف آثار **مصر القديمة** (حضارة واد النيل) عن إدراك واضح للرأي العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه للوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون وتقديس الكهان وتشييد المعابد وإقامة الأهرامات، ولم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير في الرأي العام.

الإسلام والشورى والرأي العام:

أما في العصر الإسلامي فقد كانت ظاهرة (الرأي العام) واضحة عندما الرسول محمد صلى الله عليه وسلم دعائم الحرية في المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفعالية، وبخاصة مع تشكيل أول دولة إسلامية في صورة متكاملة، مما يؤكد أن الإسلام يحفل كثيرا بالرأي العام ويعطيه أهمية كبيرة ومكانة سامية.

إن الإسلام كفل لكل مسلم أن يقول رأيه بصراحة، ويبدي وجهة نظر دون خوف من شيء، فليس الإسلام قيد على حرية ولا إجبار على السكوت، ولكل مسلم أن يتحدث بما يشاء سواء أخذ برأيه أم لم يؤخذ، وسواء أكان رأيه خطأ أم صوابا. وحرية الرأي في الإسلام جعلت بعض المسلمين يجاهرون بالرأي، ذلك أن هذا الدين لم يقهر إرادة الآخرين في تبني ما يشاءون من رأي وأفكار حتى وإن كان يرفضها الإسلام.

قادة الرأي العام هم أهل الخبرة المجتهدون فيها، لأنهم بخبرتهم واجتهادهم في كل ناحية من نواحي تخصصهم أعلم ممن سواهم بصالح الأمة، فلذا نبع الرأي منهم، وكانوا قادته صار من المحقق مع الإخلاص وحسن النية للوصول إلى رأي عام قوي سليم، يجب إتباعه والسير في ضوئه، ولذا أضفى الرأي العام كل التقدير والعناية لقوله صلى الله عليه وسلم "لا تجتمع أمتي على ضلالة".

ويمكن القول أن الشورى تعني "استطلاع الرأي من ذوي الخبرة فيه للتوصل إلى أقرب الأمور إلى الحق"، كما أن أسباب النزول في الآيات القرآنية التي تشير إلى مسألة الشورى مثل:

قال تعالى: "وأمرهم شورى بينهم" {الشورى: الآية 38}[1]

ويقول تعالى أيضا في سورة أخرى: "وشاورهم في الأمر" {آل عمران: الآية 159}[2]

فالشورى هنا هي استطلاع رأي الأمة أو من ينوب عنها في الأمور القائمة المتعلقة بها، أو هي أوجه الرأي والنظر في مختلف الوسائل والقضايا المطروحة حتى تصل الجماهير باتجاهها إلى رأي من الآراء تتفق عليه وتؤيده وتتبناه الأقلية كما تتبناه الأغلبية بعد مناقشة وحوار وذلك عن رضا وإقناع.[3]

[1] القرآن الكريم،سورة الشورى، الآية38.
[2] القرآن الكريم، سورة آل عمران،الآية159.
[3] كمال خورشيد مراد، مرجع سابق، ص27.

ب- الرأي العام في العصر الحديث:

وفي الحقيقة كان مفهوم الرأي العام ثمرة لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية، وبهذا نرى أن ظاهرة الرأي العام ليست وليدة هذا العصر، وإنما الحديث فيها هو الاهتمام بها، ودراستها وتقنيتها، ومعرفة أهميتها، وقياسها واستخدام نتائج ذلك في توجيه الجمهور، وإرضاء الشعور واستقرار الأحوال.

أما ظاهرة الرأي العام في القرن العشرين فقد نالت اهتمام الباحثين وخصوصا علماء الاجتماع واهتمام معاهد الصحافة بتدريس الرأي العام، أما الحربين الأولى والثانية فقد ساهمتا بإذكاء الاهتمام بالرأي العام فظهرت كتب لويل وبوير زكيمبال يانج ونورمان إنجل وفردينانند تونيس ووالتر ليبمان وغيرهم.

لقد كانت الحروب دائما دافعا للقيام بدراسات عديدة عن الروح المعنوية وسيكولوجية القيادة والحرب النفسية والدعاية والشائعة وكيفية التأثير بالرأي العام وغيرهما من ميادين المعرفة التي تحتاجها الدول في الأزمات والحروب.

كما شهدت فترة القرن العشرين حدثا عالميا مهما هو الثورة البلشفية عام 1917 وقيام الإتحاد السوفياتي فكثر الاهتمام ببحوث الرأي العام وحاولت قياسه والتركيز على الطرق الكمية في هذه القياسات، ومن المفكرين في هذه الحقبة (ثورستون Thurstone، وألبورت Allport، وبوجارديس Bogardus) وعلماء النفس والاجتماع والتاريخ والاقتصاد كفرويد وبافلوف وجون ديوي وغراهام ولاس وغيرهم.

وقد كان لإدخال التلفزيون بعد الحرب العالمية الثانية أثره الملحوظ على دراسات الرأي العام والإعلام وخصوصا بالنسبة لأثره في السلوك الفردي والاجتماعي، وعلى السياسة والأطفال.

كما كان لثورة الإعلام والمعلومات والاتصال الأثر الكبير في التوحيد الالكتروني للعالم بم تيسر من وسائل تبادل معلومات وانتقال خبرات بسرعة فائقة من بلد إلى آخر، ثم إن الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي (الشيوعي) والغربي (الرأسمالي) قد أضفت أبعادا جديدة على بحوث الرأي العام وعلى الدور الذي يؤديه قادة الرأي Opinion Leaders ووسائل الإعلام في هذا المجال.[1]

[1] كمال خورشيد مراد، مرجع سابق ص ص41 42.

3- أنواع الرأي العام:

تضاربت الأقوال تضاربا عظيما في أنواع الرأي العام كما تضاربت في تعريفه، ولم يكن ذلك بطبيعة الحال إلا نتيجة لاختلاف الزوايا التي حاول كل فريق من الناس أن ينظروا منها إلى هذا الرأي وأنواعه ولكن أيسر تقسيم للرأي العام هو التقسيم القائل بأن هناك ضروبا ثلاثة منه هي:

- الرأي العام المسيطر
- الرأي العام المستنير
- الرأي العام المنقاد

والأول: هو رأي القادة أو الزعماء سواء كان هؤلاء أعضاء في الحكومة أو مواطنين غير رسميين من أفراد الشعب، ولهؤلاء القادة أهداف معينة يحرصون على إقناع الشعب بها، ويبذلون في سبيل ذلك جهودا ليست في مقدور المواطن العادي في بذلها.

والثاني: رأي الفئة المثقفة في الشعب، وهي الفئة التي تقرأ وتفهم وتجمع من المعلومات وتخزن من الآراء والأفكار ما يمكن أن يتألف منه رصيد كافي يعينها على مناقشة الموضوعات التي تتناولها الصحف وبقية الوسائل الإعلامية المعروفة.

والثالث: وهو الرأي العام المنقاد رأي السواد الأعظم من الشعب من غير القادرين على مواصلة الإطلاع أو البحث، ومن غير القادرين كذلك على متابعة الأحداث أو النظر في بواطن الأمور، أو القراءة بين السطور ونحو ذلك.

على أن الباحثين ما زالوا في خلاف شديد في تعريف الرأي العام وفي معرفة أنواعه وأقسامه المختلفة، فلا الإنجليز يتفقون مع الفرنسيين في هذه القضية، ولا هؤلاء يتفقون مع الألمان فيها وهكذا،وكل جماعة من العلماء ينظرون إلى الرأي العام من الزاوية التي تعنيهم أولا، ولهذا كان علماء النفس يخالفون علماء السياسة، وهؤلاء يخالفون علماء الصحافة والاجتماع وهكذا.

على أننا نستطيع أن نميز في الرأي العام أنواعا أخرى غير التي سبق ذكرها، ومن هذه الأنواع الجديدة:

- رأي الأغلبية.
- رأي الأقلية.
- الرأي المجمع عليه.[1]

[1] الدكتور عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، دار القلم، القاهرة، 1963، ص ص 12- 13.

فالأول: رأي سواد الأمة من الخاصة والعامة على السواء.

والثاني: رأي مجموعة من الأفراد لم يظفروا بهذه الأغلبية ولكن رأيهم برغم كونهم أقلية أهمية كبرى في النواحي السياسية والاجتماعية بحيث لا يمكن إهماله أو إنكاره بوجه من الوجوه.

والثالث: هو الرأي الذي يتصل اتصالا قويا بتراث الأمة من عادات وتقاليد ومعتقدات وآراء وأفكار،ونحن نعرف أن جميع هذه الأشياء تؤلف ما يسمى "بالطابع العام" للأمة وكثيرا ما يطلقون هذا الطابع العام اسم الاتجاه العام أيضا. وقلما يتعرض الاتجاه العام أو الطابع العام للجدل والمناقشة. غير أن العناية الإلهية كثيرا ما تقيض للأمة بين حين وآخر بين القادة والزعماء ورسل الإصلاح والهداية من يقومون لها بتغييير جوهري في هذه النزاعات والاتجاهات العامة، وهؤلاء القادة أشبع بالأنبياء والرسل، ولابد أن يكون لهم شيء من زعامات أولئك الرجال الذين ميزهم الله عن سائر البشر، لأنهم إنما يحاربون في الأمم لأعز ما لديها.

ولا نستطيع أن ندع الكلام في أنواع الرأي العام دون أن نشير كذلك إلى ما يسمى في أيامنا هذه بالرأي العام الدولي، وليس هذا الرأي مقصورا على المنظمة الدولية المسماة هيئة الأمم بل يتعداه إلى الآراء التي تظهر في خارجها.[1]

وظائف الرأي العام:ويمكن إيجاز وظائف الرأي العام بما يأتي:

1- الضبط الاجتماعي:

أداة من أدوات ضبط السلوك الاجتماعي والانصياع لنظم الاجتماعية بما تتسم به معايير وعادات وتقاليد فهو يساهم في تحديد أو تجديد أو تبديد المعايير الاجتماعية، ويضع القوانين والدساتير ويلغيها وهو يعبر عن رغبات الجمهور.

والرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها في الحال على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية والأخلاق أو التقاليد أو القانون.

ومن جانب آخر فإن الرأي العام يساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية وبدون هذه المساندة يتجمد نشاطها فكل هذه الهيئات أو المؤسسات أو الجمعيات أو التشكيلات توضع دائما في امتحان أمام الرأي العام وإن كل هذه الجهات تعمل جاهدة على كسب الرأي العام.[2]

[1] الدكتور عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق ص15.

[2] الدكتور كمال خورشيد مراد ، مدخل للرأي العام، ص ص 108 107.

2- رعاية المثل الاجتماعية:

ودعم الخلفية وتشاركه في هذا الصدد القوة التي تضع الحق وتحقه والعادات والتقاليد التي سار عليها الشعب على مر العصور والأجيال.

3- إذكاء الروح المعنوية:

ودفعها نحو القضايا المهمة وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتحمة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط آمن اقتصاديا وصحيا ونفسيا يعطر جوه الاجتماعي عبير الحرية والديمقراطية.

4- **التعبئة الاجتماعية الجماهيرية**:

وهي إثارة الرأي وتهيئته لتقبل تغيير ما أو تهيئته لإصدار قانون ما أو تعديل ما وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير، إن عدم حشد الرأي العام لكسب التأييد يمكن أن يؤدي إلى نتائج غير مرضية بصانع القرار ويمكن أن يولد ذلك السخط والاستياء الشعبي والرفض الجماهيري مما يضعف من الثقة المتبادلة بين الإدارة العامة والجمهور وقد تكون التعبئة والتهيئة عن طريق البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفازية المباشرة أو المقالات أو استطلاعات الإنترنت أو الندوات والمحاضرات وملتقيات الفكر.

5- **تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الإنساني**:

يؤدي الرأي العام المناهض أو الرافض لأحد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرد هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعيا مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم عن المجتمع، وهذا قد يؤدي إلى تعديل سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو الإقلاع عنها أو تركها ونبذها لأنها تتعارض مع قيم المجتمع التي حماها الرأي العام ودافع ضد تشويهها كما حدث مع بعض الشباب الذين تبنوا ظاهرة عبدة الشيطان وكيف أن الرأي العام عالميا تصدى بقوة لهذه الظاهرة الشاذة ونبذها.

6- الوظيفة السياسية للرأي العام:

يؤثر الرأي العام باتخاذ القرارات السياسية وينيب ممثلو الشعب عن ناخبيهم مما يكونون رأيا شعبيا يحدد الموافقة أو الرفض لكثير من القرارات أو الآراء المطروحة.[1]

[1] الدكتور كمال خورشيد مراد، مرجع سابق، ص 108.

7- الوظيفة الاقتصادية:

إن موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والصناعية والاستثمارية يقومون على استمالة الرأي العام وكسبه بشتى الطرق المتاحة للترويج لبضاعة ما أو الوقوف على آراء العملاء والزبائن والجمهور من سلعة ما أو خدمة ما وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره ومدى قوته في تحريك عجلة الاقتصاد.

4- الأهمية: لخصنا الأهمية في نقاط معدودة وهي كالتالي:

- ✓ يعمل الرأي العام على رعاية المثل الإنسانية و القيم الاجتماعية و يقف ضد من يحاول الخروج منها.
- ✓ يعمل على رفع الروح المعنوية حين تتعرض الأمة لكارثة أو لغزو خارجي مثل ذلك مقاومة الاتحاد السوفياتي ضد الغزو النازي.
- ✓ يعمل على إنجاح خطط الدولة في التنمية السياسية و التنمية الاقتصادية كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تمكن الدولة من إقناع الرأي العام بتوجهها.[1]

[1] سليمان بن عبد الرزاق الحمود " الرأي العام المفهوم – التكوين – التعريف – الخصائص " المجلة العربية شباط 1996.

المبحث الثاني: الرأي العام الالكتروني

1/التعريف الاسمي للرأي العام الإلكتروني:

(ارتأَى) الشيءَ: أبصره .ويقال: ارتأَى في الأمر. وارتأَى رأيا في الأمر. (الرأْيُ): الاعتقادُ. و -العقلُ. و- التدبيرُ. و- النظرُ والتأمل، ويقال: رأيته رَأْيَ العين: حيث يقع عليه البصر. والرأْي عند (الأصوليين): استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة. وعلى هذا الأساس فالرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير يمكنها التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة[1].

يمكن توصيف تعريف الرأي العام الالكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير داخل القطر الواحد أو خارجه في هذا الفضاء الواسع، على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها من خلال هذه الشبكة.

ومفهوم الرأي العام الالكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل فكرة، أو اقتراح، أو رأي، أو مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب، أو نكتة تعبر عن توجه معين، وتدافع عن إيديولوجية بعينها، أو تنبع عن تجربة شخصية، سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصال من خلال تلك الشبكة (الإنترنت) لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها آخرون، لتكون ما نعرفه بالرأي العام الالكتروني.

وفي هذه الحالة الرأي العام الالكتروني يعبر عن الشرائح التي تملك تلك الوسيلة والأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.[2]

[1] أبو الحجاج أسامة، (دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت)، نهضة مصر - القاهرة - 1998.

[2] فتحي حسين عامر، الرأي العام الالكتروني، ص 164.

ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين:

-1مستوى التعليم.

-2تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة.

ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية؛ مثل عدد المدارس والجامعات والمعاهد العلمية، ومدى توفر ثقافة الإنترنت من خلالها، ومستوى التعليم .أما المتغير الثاني فيرتبط بعدد خطوط التليفون ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت أو بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة الإتاحة - المجانية – السرعة.

وهذا يقودنا إلى سؤال يتوازى مع نظرية الرأي العام التقليدية: فإذا كان هناك سيطرة للدولة على أدوات الرأي العام في المجتمع الحديث، فمن يملك الإنترنت أو يمارس سلطة بديلة أو موازية لما اعتدنا عليه من تحليل في النظرية التقليدية؟

لا أحد في الوقت الراهن "يملك" الإنترنت. صحيح أنه يمكن القول بأن الحكومة الأمريكية ممثلة في وزارة الدفاع ثم المؤسسة القومية للعلوم هي المالك الوحيد للشبكة قانونيا، ولكن بعد تطور الشبكة ونموها لم يَعُد هناك مالك لها، واختفى مفهوم التملك ليحل محله ما أصبح يسمى بمجتمع الإنترنت، كما أن تمويل الشبكة تحوَّل من القطاع الحكومي إلى القطاع الخاص. ومن هنا ولدت عدة شبكات إقليمية ذات صبغة تجارية؛ حيث يمكن الاستفادة من خدماتها مقابل اشتراك. ولا ينفي هذا أن هناك سلطة على الإنترنت، فيمكن للملاك القانونيين إغلاق مواقع لأسباب قانونية، وأحيانا سياسية. ولا شك أن الرقابة على الإنترنت قائمة، إما بشكل هيكلي عبر التحكم في البنية التحتية واحتكار بعض المعارف وعدم قدرة أي أحد على الوصول إلى الشبكة ما لم يكن هناك بنية تحتية أساسية تتيح الكهرباء والوصلات، وهو ما لا يتوافر في الكثير من دول العالم الثالث، ويعرف بالانقسام الرقمي وأحيانا بالتفرقة العنصرية الرقمية[1].

[1] أبو الحجاج أسامة.مرجع سابق.

2/ أدوات تشكيل الرأي العام الالكتروني وقياسه :

هناك العديد من الأدوات التقنية التي تمكننا من معرفة الرأي العام الالكتروني يستخدمها القائمون على إجراء استطلاعات الرأي العام والتي عن طريقها يتم التعبير عن الرأي العام الالكتروني وأهم هذه الأدوات ما يلي[1].:

1* البريد الإلكتروني: (E-mail)

يعرف البريد الإلكتروني على أنه وسيلة اتصال تعتمد على التقنية في نقل الرسائل والوثائق من جهازإلى آخر عبر شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الرسائل أو الوثائق نصوص مكتوبة أو ملفات صوتية أو ملفات فيديو أو غير ذلك ،فالبريد الالكتروني يمنح الفرصة لتبادل الآراء مع الآخرين بسرعة كبيرة وبالإمكان إرسال الرسالة الواحدة لأكثر من شخص في نفس الوقت.

وتقوم مراكز استطلاع الرأي بشراء قوائم البريد الإلكتروني للمبحوثين والتي تحتوي على الآلاف من عناوين البريد الالكتروني مقسمة هذه القوائم حسب الدول والجنس والمهنة ويمكن الاستفادة من تلك العناوين حسب نوعية المبحوثين في استطلاعات الرأي وبناء على طبيعة الاستطلاع وهدفه. ليقوم مركز الاستطلاع بإرسال رسالة الكترونية عبر البريد الالكتروني للقائمة المحددة لديه ويتم الرد أيضاً برسالة عبر البريد الإلكتروني وذلك لكي يقوم القائم بالاتصال بتشكيل الرأي العام.

2*خدمة الرسائل النصية القصيرة: (sms)

تبين موسوعة(wikipedia) خدمة الرسائل النصية القصيرة عبارة عن رسائل نصية قصيرة مكونة من عدد من الأحرف تكتب عن طريق لوحة المفاتيح في الهاتف المحمول أو الكمبيوتر ويتم إرسالها واستقبالها عبر مركز رسائل مشغل الشبكة إلى الهاتف الجوال الآخر(المستقبل).

و يقصد بهذه الطريقة أن يقوم أي شخص بكتابة رأيه بشأن أي استطلاع عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة وبإمكان مراكز استطلاع الرأي استخدام هذه الطريقة بإرسال أسئلة الاستطلاع عن طريق هذه الخدمة(sms) ، أو عن طريق الصحافة أو التلفاز أو عن طريق الإذاعة ويكون إدلاء القراء والمشاهدين والمستمعين بآرائهم بواسطة إرسال رسالة نصية قصيرة وقد بدأت وسائل الإعلام بتطبيق تشكيل وقياس الرأي العام الالكتروني باستخدام الرسائل النصية القصيرة (sms) حيث يتم السماح لإبداء الرأي حول موضوع كتبه شخص ما مثلاً، ويطلب في نهاية الموضوع سواء كان هذا الموضوع :مقال أو رسم كاريكاتيري أو غيره بإرسال رسالة قصيرة تبدأ برقم محرر المقال ثم إرسالها إلى كود محدد.

[1] متعب بن شديد الهماش: الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، عدد304،رمضان 1428هـ

3*خدمة الرسائل متعددة الوسائط:(mms)

خدمة الرسائل متعددة الوسائط عبارة عن إرسال رسالة نصية طويلة أو رسومات أو ملف صوتي أو مقطع فيديو مع نص مكتوب أو كل ما سبق و قد تشتمل على عروض تصويرية للأخبار والأحداث المختلفة يتم استقبالها عبر الهواتف الجوالة.

وقد تستخدم مراكز استطلاع الرأي هذه الخدمة (mms) عبر إرسال رسالة إلى المبحوثين وفي نهاية الرسالة يتم سؤالهم عن آرائهم فيما شاهدوه و طريقة الإدلاء بآرائهم عنها سواء بالرسائل القصيرة أو عن طريق البريد الالكتروني.

4* تقنية "البلوتوث: (Bluetooth) "

تقنية السن الأزرق أو ما يعرف بالبلوتوث عرفته موسوعة ويكبيديا (wikipedia) بأنه عبارة عن موجات راديو وبرتوكول اتصالات صمم لاستهلاك كميات قليلة من الطاقة ويغطي البلوتوث مساحة جغرافية تمتد من المتر الواحد إلى المائة متر وذلك يعتمد على طبيعة الجهاز المرسل والمستقبل. فهو اتصال عبر الأثير بين جهازين الكترونيين- حاسب، هاتف جوال، لوحة مفاتيح - ببعضها البعض بدون أسلاك وتوصيلات.

وبالإمكان أن تستخدم هذه التقنية في الأماكن المزدحمة والمغلقة مثل الأسواق التجارية الكبيرة المغلقة و ذلك عبر إرسال رسائل بواسطة البلوتوث لاستطلاع رأي المتواجدين بهذه الأماكن الذين لديهم هذه الخاصية ومشغلة أيضاً في قضايا محددة ويكون الرد بآرائهم بواسطة البلوتوث ولتشكيل آرائهم حول قضية معينة.

5*المنتديات:

وهي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، أو عام على شبكة الانترنت- مثل المواقع المتخصصة-

وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين بالرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم (system moderation)المقام على البرنامج. وتتطلب المشاركة في هذه المنتديات تسجيل بعض البيانات الشخصية للمشتركين فيها أولاً وبصفة خاصة الاسم وكلمة المرور وعنوان البريد الالكتروني[1]

[1] محمد عبدالمجيد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة: عالم الكتب، 2007م، ص ص .262-263.

ويحق للزائر بعد ذلك طرح المواضيع والأسئلة التي تهمه ويريد طرحها، بالإضافة إلى إمكانية التعليق على الموضوعات والآراء المطروحة .

وقد تشمل المنتديات وساحات الحوار موضوعاً واحداً كالأمن مثلاً, أو عدة مواضيع كالاقتصاد والسياسة والتاريخ.و هي إحدى الوسائل الجديدة لتشكيل الرأي العام تجاه القضايا المختلفة.

6* غرف الدردشة:

غرف الدردشة هي تجمع بشري الكتروني يبدأ بين اثنين أو أكثر ويتم الاتصال والتفاعل بينهم بشكل مباشر وحي سواء بالصوت أو الكلمة فقط، أو بالصوت والصورة والكلمة بشرط وجود اللوازم الضرورية، ومنها جهاز الكمبيوتر و الاتصال عبر الانترنت و الكاميرا لدى جميع أطراف المحادثة.

ولا شك بأن هذه الغرف تتيح للناس التعرف على بعضهم البعض مما يؤدي لنشوء علاقة قوية بين أشخاص لا يعرفوا بعضهم البعض من خلال هذه الغرف التي تمكنهم من التعارف والمناقشة.

وفي هذه الحالة يشترك مجموعة من الناس في الحوار وإبداء آراء للمناقشة والحوار حول قضية معينة تهمهم وفي وقت معين للتعرف على آراء المتحاورين أو المجتمعين بدون خوف. وبإمكان مراكز استطلاع الرأي العام استخدام هذه الطريقة عن طريق مواقعهم الالكترونية التفاعلية أو التبادلية وذلك لتشكيل الرأي العام.

7* التصويت الالكتروني:

التصويت الالكتروني يقصد به استخدام التقنية الرقمية لتسجيل آراء الناس (الأصوات) بدلاً من استخدام البطاقات الورقية والصناديق الانتخابية و الطرق التقليدية الأخرى.

إن نظام التصويت الالكتروني نوعاً من المحاكاة لنظام التصويت الورقي ولكن عبر عمليات متتالية تتم من خلال حاسبات وبرمجيات ونظم متخصصة تتعامل مع الصوت الانتخابي بدءاً من دخول الناخب إلى الاقتراع وحتى إعلان النتيجة النهائية للانتخابات. وهناك العديد من نظم التصويت الالكتروني الموجودة على الساحة تنتجها شركات متخصصة، تختلف في بعض التفاصيل طبقاً للشركة المنتجة لكنها تشترك في أسلوب العمل الأساسي[1].

ويتم التصويت بعدة طرق منها البريد الالكتروني ورسائل الهاتف المحمول والآلات الالكترونية المخصصة لذلك ومنها جهاز لمس الشاشة وجهاز المسح البصري والاختيار المحدد من خيارات منوعة.

---

[1] متعب بن شديد الهماش: قياس الرأي العام الالكتروني، الشارقة:1429هـ، بحث مقدم لندوة إدارة وتطوير أداء مراكز قياس الرأي العام، المنعقدة من 16-20 نوفمبر 2008م

والتصويت الالكتروني يسمح للمستطلعين أن يدلوا بأصواتهم من أي مكان كأماكن السكن وأماكن العمل مادام لديهم جهاز متصل بالإنترنت ويسمح لهم باختيار ما يريدونه بطريقة سهلة عبر تخصيص رقم سري لكل مستطلع يمكنه التصويت لمرة واحده فقط في وقت محدد يتاح له.

ويعتقد البعض بأن التصويت عبر الإنترنت قد يؤدي إلى كثير من التزوير وإلى أشكال أخرى من الانتهاكات. لكن مع تطور تقنيات شيفرة التعرف على التوقيع فقد زالت معظم هذه المخاوف. ومن المنتظر أن يصبح التصويت الالكتروني في المستقبل أفضل من ذلك و لاشك بأن نظام التصويت الالكتروني الجيد له عدد من الخصائص أوضحتها (Lorrie Cranor) في عدة نقاط أهمها ما يلي:

- **الدقة:** إذا كان لا يسمح بتغيير التصويت ولا يسمح باستبعاد الصوت القانوني من المطابقة النهائية ولا يسمح أيضاً باحتساب الصوت غير القانوني في المطابقة النهائية[1].
- **الديموقراطية:** إذا كان يسمح للمصوتين الشرعيين فقط بالتصويت، ويضمن أن يصوت الشخص القانوني مرة واحدة فقط.
- **الخصوصية:** حيث لا يمكن لسلطات الانتخاب وسلطات التصويت أو أي أحد آخر تتبع الصوت للوصول لمعلومات المقترع الشخصية، ولا يمكن معرفة هل المقترع قد صوت أم لا أو أدلى بصوته لمن .
- **التحقق:** إن كان يمكن لأي شخص أن يقوم بطريقة مستقلة بالتحقق من أن كافة الأصوات تم عدها بصورة صحيحة. وذلك يعني أن يتم السماح للمقترعين بالتحقق من أصواتهم وتصحيح أي أخطاء قد تكشف دون المخاطرة بالخصوصية.
- **الملائمة:** إن كان يسمح للمقترعين بالإدلاء السريع بأصواتهم في جلسة واحدة وبوسائل وتقنيات بسيطة أو مهارات خاصة.
- **المرونة:** وذلك عند استخدام صيغ مختلفة من أسئلة استطلاعات الرأي العام بما في ذلك الأسئلة المفتوحة النهائية.
- **الحركية**: إن كان لا توجد فيه قيود في مكان التصويت.

فالتصويت الالكتروني يساعد على قياس الرأي العام وتشكيله حول قضية أو موضوع معين بعد دراسته بشكل مناسب.

[1] إميتاي إتزيوني، ترجمة ندى السيد: الخير العام ، بيروت: دار الساقي،2005م، ص297.

8* العرائض الالكترونية:

وهي عبارة عن كتابة معروض أو خطاب ووضعه في أحد المواقع الالكترونية المقدمة لمثل هذه الخدمة أو عن طريق تصميم موقع الكتروني خاص بموضوع العريضة وبالإمكان نشرها عن طريق الروابط و عبر القوائم البريدية لمناقشة قضية معينة أو المطالبة باتخاذ أمر أو إجراء معين أو المعارضة على إصدار أمر أو قانون وحث الناس والمهتمين بتوقيعها وذلك بإدخال الاسم والبريد الالكتروني والتوقيع عليها بالضغط على الزر المخصص لذلك بغية جمع أكبر عدد من التواقيع.

و تستخدم العرائض الالكترونية في مجالات كثيرة ومنها استخدامها عوضاً عن المظاهرات التي تكلف الكثير من المال ويبذل بها الجهد الكبير سواء من ناحية المكان، التنظيم، الترتيب، الإعداد لها لإيصال الأصوات المطالبة أو المعارضة نحو قضية معينة لجهات محددة و ربما للعالم أجمع.

وقد انتشرت ثقافة العرائض الالكترونية في الكثير من البلدان العربية من خلال وسائل الإعلام المختلفة فثقافة العرائض الالكترونية وتطورها تمت بفضل التقنية حتى استطاعت إثارة الرأي العام تجاه العديد من القضايا. حيث يقوم صاحب العريضة بتقديمها للمطالبة بإجراء معين أو وقف إجراء قد تم إعلانه كرفع الحجب عن بعض المواقع الانترنيت وتحسين الخدمات في قطاعات معنية. أو طلب إيقاف عرض أحد الأعمال التلفزيونية، وفي النهاية تقدم العريضة إلى الجهة المختصة وتكون التواقيع شاهداً على وجود عدد كبير من المؤيدين أو المعارضين للقضية محل المطالبة.

وتستخدم هذه العرائض الالكترونية الكثير من الأساليب لجذب أكبر قدر ممكن من الموقعين، وضمان أصواتهم مثل الصور المثيرة للعاطفة، والخطابات السرية، ومقاطع التسجيل التي تصور أحد الأشخاص ومن ثم يتم التعامل معها وكأنها حالة عامة يعيشها الأكثرية ومن هذه العرائض الإلكترونية: العريضة الإلكترونية الخاصة بمطالبة الدانمرك بالاعتذار للمسلمين أثناء إثارة قضية الإساءة للرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم والتي شارك فيها أعداد كبيرة من الناس[1].

[1] إيمان الخطاف: جريدة الشرق الأوسط: الأحد 2007/8/12م، عدد 19.10484

9*الشبكات الاجتماعية:

وهي خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين.

فالشبكات الاجتماعية تقوم بجمع أعداد كبيرة من الناس بناء على اتجاهاتهم والتي هي في الغالب تكون معلنة عبر هذه المواقع في صفحات مخصصة لبياناتهم (profile)والتي تساعد بالتالي على تواصل جيد مع الآخرين عبر هذه الشبكات مستعينين في ذلك بالعديد من الوسائل ومنها رسائل البريد الإلكتروني والتدوين على صفحاتهم والمشاركة بالصور والفيديو. ونجد كذلك أنه توجد هناك طرق للبحث في هذه المواقع لاختصار الوقت على المستخدم.

وتشير إحدى الدراسات المتخصصة في بريطانيا إلى تقسيم مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي بحسب عاداتهم وتصرفاتهم إلى أنماط مختلفة وهي:

الاجتماعيون: وهم الناس الذين يستخدمون المواقع لفترات قصيرة ولكن مكثفة للترفيه والتعرف على أناس جدد والغزل وغالبية أفراد هذا النوع هم من الذكور تحت 25 عاماً.

الساعون للانتباه: وهم الناس الذين يتوقون لاهتمام الآخرين بهم ويعشقون الرسائل والتنويهات غالباً عبر نشر صور مثيرة على صفحاتهم، غالبية هؤلاء من الإناث اللواتي تتراوح أعمارهن من سن المراهقة إلى أواخر الثلاثينات.

التابعون: وهم الأشخاص الذين يسجلون في مواقع التعارف الاجتماعي لمجرد اللحاق بأصدقائهم ومعرفة ماذا يدور في حياتهم، وهؤلاء عادة من الجنسين ومن مختلف الأعمار.

لمخلصون: وهم أشخاص تتجاوز أعمارهم العشرين عاماً، وهدفهم الذي يسعون إليه هو العثور على الأصدقاء القدامى من المدارس والجامعات وتوطيد العلاقات معهم وهم من الجنسين.

العمليون: وهم الأشخاص الذين لديهم هدف واحد وعملي يريدون تحقيقه من استخدامهم لموقع التعارف الاجتماعي(التواصل مع العملاء مثلاً) وعادة ما تتجاوز أعمارهم العشرين عاماً وهم غالباً من الذكور[1].

[1] إيمان الخطاف, مرجع سابق ص4.

غير المستخدمين: وهذا النوع يشمل ثلاثة أنواع فرعية هي:

♣القلقون بشأن الأمن الالكتروني.

♣غير الواثقين من قدرتهم على استخدام التكنولوجيا من ذكور وإناث كبار في السن.

♣غير المهتمين بالمفهوم ومن يعتبرونه مضيعة للوقت وهم من الشباب و المراهقين الكبار في السن.

ولا شك بأن هؤلاء المستخدمين لهم اهتمامات معينة فكل منهم يشارك في هذه الشبكات بناء على اهتماماته الشخصية أو العملية أو الرسمية، وذلك لأن الشبكات الاجتماعية تتناول موضوعات متعددة وذلك للدور الكبير الذي لعبته هذه الشبكات في التواصل البشري الالكتروني بغض النظر عن الأبعاد الاجتماعية والجغرافية..الخ.

فتعددت تخصصات هذه الشبكات الاجتماعية وأبرز هذه التخصصات ما يلي:

-**شبكات الأعمال:** وهي شبكات اجتماعية تعنى بالأعمال وتمكن رجال الأعمال من إيجاد وسيلة غير مكلفة للتواصل مع الآخرين وتوسيع قاعدة الاتصال الخاصة بهم بسرعة وسهولة، كما تعد هي أداة فعالة لتنظيم التواصل مع عملائهم والمستهلكين لمعرفة اهتماماتهم ومتطلباتهم وآرائهم في المنتجات والخدمات التي يقدمها رجال الأعمال والمؤسسات التي يملكونها، إضافة إلى أن هذه المؤسسات والشركات استطاعت استثمار هذا النوع من الشبكات الاجتماعية في الإعلان عن منتجاتها وفتح أسواق جديدة لها بتكلفة بسيطة، مع استغراب الكثير من نجاح هذه الشبكات الذي فاق نجاح المواقع الرسمية للشركات.

- **الشبكات الطبية:** وهي شبكات اجتماعية تعنى بالخدمات الطبية وتمكن شركات الأدوية ومستلزماتها من التواصل مع المجتمع ومع عملائهم وتهدف كذلك إلى نشر الوعي الطبي بين المستخدمين وكذلك الأطباء وشركات الأدوية على حد سواء.

الشبكات الثقافية متعددة الجنسيات: وهذا النوع الذي تتبعه شبكة (facebook)الفيس بوك، حيث تهدف إلى التواصل بين المستخدمين بمختلف الأعمار، والجنسيات، والثقافات سواء البحث عن الأصدقاء القدامى أو لتكوين صداقات جديدة، والتعرف على اهتمامات وأنشطة الآخرين ومشاركتهم بها وسوف يتطرق الباحث إلى موقع الفيس بوك وكيف يشكل الرأي العام الالكتروني.

10*المدونات:

ويقصد بالمدونة كما أوضحها موقع ويكبيديا (wikipedia) تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (ملاحظات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها بحيث يستطيع القارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

ولا توضع المدونات أي قيود في الإتاحة والاستخدام والتعليق على الأحداث والقضايا المطروحة وإبداء الآراء ومناقشتها مع الآخرين، وكذلك لا توجد أي قيود من الموقع في اختيار الموضوعات والأفكار التي يختارها المشاركين، ولذلك تعتبر مواقع المدونات من الأدوات الشائعة للتعبير وإبداء الآراء وعرضها بالإضافة إلى تشكيل الرأي العام[1] .

ويستطيع المدون أن يكتب أي شيء قضية، موضوع، خبر..الخ. وعندما ينشر المدون قضية أو موضوع بإمكانه بعد ذلك إلغائه في أي وقت، ويمكن للآخرين التعليق عليه والمشاركة في الموضوع أو القضية، وبإمكان المدون كذلك أن يضيف أي تعليق أو صور.

[1] محمد عبدالمجيد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت،ص264

3/ سمات وأهمية الرأي العام الالكتروني:

أ- السمات:

يقصد بالسمات الذاتية ما يميز الرأي العام الالكتروني عن الرأي العام التقليدي و التي تسهم في تقديم تصور وافٍ عنه ويرى الباحث أن هذه السمات تتركز في ما يلي:

-1الانتشار و الوصول :

يتميز الرأي المكتوب أو المنطوق عبر الوسائل الالكترونية بأنه يصل إلى شريحة كبيرة من الناس في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التقنية الالكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالملاحظات[1].

2- سهولة قياس اتجاهاته:

يقاس الرأي العام الالكتروني بطرق علمية عديدة من خلال برامج تقنية مختلفة والتي توفر الإحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حدٍ مقبول نسبياً – بالرغم أن العينة غير ممثلة للمجتمع بشكل دقيق - يمكن الاعتماد عليه من قبل القيادات وصناع القرار لمساعدتهم في صنع و اتخاذ القرارات المناسبة.

-3يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهمه:

يتواجد الرأي العام الالكتروني في أغلب القضايا التي تهم الناس سواء كان الموضوع يهم المجتمع المحلي أو الإقليمي أو العالمي. ولهذا يلاحظ تفاعل الناس معه الكترونياً كلٌ حسب القضية التي تهمه .

-4تجدد الرأي العام الالكتروني:

يتميز الرأي العام الالكتروني بأنه متغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، نظراً لتغير مجريات الأحداث من حيث الوقت و القضية. و لأن التقنية الالكترونية توفر إيصال أصوات وآراء الناس ومستجدات الأحداث بسرعة فائقة .

-5انخفاض التكلفة :

ففي الآونة الأخيرة أصبح الإنترنت والتقنيات الالكترونية رخيصة التكلفة .كما أنه أيضاً أصبح بالإمكان استخدام الإنترنت مجاناً في بعض المدن الذكية.

[1] جولي س. ميلوني، ترجمة مركز التعريب والترجمة: المدونات باختصار، بيروت: الدار العربية للعلوم، 2006م، ص 68.

-6خصوصية المبحوث (المستطلع):

ساعدت التقنية الالكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام حيث أن المبحوث عبر التقنية الالكترونية يتمتع بميزة الخصوصية، لأنه لا يقابل الباحث أو المركز الذي يقوم باستطلاع الآراء مباشرة، بل يتم ذلك عبر وسيط وهي التقنية بأنواعها المختلفة. وبإمكان المبحوث عدم ذكر اسمه وكتابة اسم مستعار له، مما يخفف شدة التوتر والخوف أو التردد في طرح رأيه بشفافية.

-7النزاهة:

من سمات الرأي العام الالكتروني النزاهة، ومعظم مؤسسات قياس الرأي العام تتميز بدرجة عالية من النزاهة والكفاءة المهنية وأي محاولة واضحة لاستغلال المناصب من أجل كسب سياسي سينتج عنها دون أدنى شك نتائج وخسائر شديدة.

8-سرعة تشكيل اتجاهاته:

نظراً للتقنيات الحديثة والتي هي في تطور مستمر والتي يستخدمها الرأي العام في التعبير عن آرائه بسهولة ومن أي مكان يتواجد فيه، ولا يحتاج لأن ينتقل من المكان الذي هو فيه إلى مكان آخر[1].

ب- أهمية الرأي العام الالكتروني:

تتعدد أهمية الرأي العام الالكتروني في مواجهة المشكلات التي نعيشها والاستعداد لمواجهة تحديات المستقبل، وهو ما يطرحه استخدام التقنيات الحديثة في طريق التغيير والتعبير والتأثير في الرأي العام، إنها ببساطة مجرد وسيلة مهما بلغ شأنها ونمت فعاليتها، فهذه الفعالية مشروطة بمفعولها الواقعي ما بين طرفين، هما: الجهة التي تستخدمها، والجهة المستهدفة.

وإذا كان أهم عنصر توفره تقنية الشبكية هو: نقل المعلومات بما يخترق غالبية الحواجز والعقبات التقليدية، فإننا نجد في وجه توظيفها لعملية التغيير في البلدان العربية والإسلامية عراقيل عديدة.

[1] Robert. Weissberg. (Public Opinion and Popular Government),N.J Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs,1976, p18

المبحث الثالث: تشكل المدونات، مصداقيتها ومدى تأثيرها.

1- كيف تشكل المدونات الرأي العام:

يظهر دور المدونات في تشكيل الرأي العام عبر عدة نقاط هامة أبرزها:

* وجود مدونات متعددة في جميع الاتجاهات مما يناسب الناس. فكل شخص سيجد ما يناسبه ويقرأ ما تم كتابته في المدونة وبإمكانه كذلك التعليق عليه حول القضايا.

* لقد مكنت المدونات من سماع الناس لآراء أشخاص لم تسمع آرائهم من قبل.

* استقطاب جماهير متنوعة للتعبير عن آرائهم تجاه القضايا المطروحة في دعم الرأي والرأي الآخر من خلال المساهمة في كتبة أو تنزيل مقاطع فيديو أو التعليق عليها وتبادلها بين الناس.

* سهولة إنشاء المدونة على الإنترنت.

* سهلت المدونات تكوين التنظيمات الجماعية وحشد المناصرين لها.

* أصبحت المدونات مصدر إخباري لكثير من الناس لفقدانهم الثقة في وسائل الإعلام وتحولوا لقراءة المدونات بوصفها مصدراً للمعلومات والتحليلات والحقيقة.

* أثرت المدونات كثيراً على وسائل الإعلام المختلفة في مجال تحديد المواضيع التي تختارها وسائل الإعلام لتغطيتها.

* ساهمت المدونات في التقريب بين الناس ومساعدتهم بشكل جيد على التفاهم والتفهم.

* أثرت المدونات على صنع السياسة العامة

* مكنت المدونات من خلق روح مختلفة عما تطرحه الصحف ووسائل الإعلام التقليدية، مدعمة بالوثائق والوسائط الإعلامية والقدرة على الانتشار والوصول لكافة الأفراد والرأي العام.

* مكنت المدونات نشطاء الانترنت كأداة للاحتجاج على بعض السياسات، أو كعامل مساعد في تنظيم تلك الفعاليات والتأثير على تشكيل وتعبئة الرأي العام بعيداً عن دور النخبة التقليدي واحتكار بعض التقليدين للمعلومات[1].

[1] Morris, J. and Paul, (Public Opinion and Mass Communication), N.Y, the Free Press, Adivision of Macmillan Publishing Co, 1981.

1- **مصداقية الرأي العام الالكتروني ومدى تأثيره:**

- **المصداقية:**

تعد المصداقية من أفضل الأشياء التي تجعل المستخدمين يلجئون إلى الرأي العام الالكتروني، لذا فما مصداقية الرأي العام الالكتروني؟ وهل يعبر بصدق عن فئات بعينها، وهل يمكن قياسه بشكل دقيق؟

ولكي تكون الإجابة عملية يمكن الاستعانة ببعض التقارير، مثل تقرير ساحة الحوار العربي لموقع **"إسلام أونلاين.نات"**، عن ملف تم تنفيذه عن القضية العراقية عن الإنترنت، واتضح مدى تفاعل الجماهير من مستخدمي موقع مع القضية العراقية في الفترة الممتدة ما بين مارس وأفريل 2003، حيث يتوافق 20 من مارس مع بدء الاحتلال العسكري للعراق و 09 أفريل مع سقوط العاصمة العراقية بغداد، هذا من ناحية، من ناحية تمت عملية الرصد أيضا عن طريق تصنيف الاهتمام، وجاء التفاعل الإنساني مع الشعب العراقي في مقدمة المشاركات، يليها تصفح أخبار المقاومة وأخبار العمليات العسكرية.

تتمثل قوة الرأي العام الالكتروني في أنه يمتلك جناحين ويحلق أينما شاء دونما رقابة أو سلطان ويمكن من خلاله فتح الباب للجميع لحوار هادف خلاق.

والسؤال الذي يحتاج الآن للإجابة من الجميع، وخاصة القائمين على هذا الأمر هو: كيف يمكن توظيف هذه النقلة التاريخية النوعية في مجال المعلوماتية في مساعي النهضة، والتجديد الحضاري للوصول في النهاية إلى إصلاح ما يمكن إصلاحه أو إنقاذ ما يمكن إنقاذه، حتى لا تتحول الإنترنت من وسيلة للانعتاق ندعو لتوظيفها وبقوة بالمعرفة والتواصل مع أطراف وبقايا العالم إلى سجن للعقل في مربع الآلة الاتصالية، وهدر للوقت، وعزوف عن الفعل الاجتماعي المباشر، ومصادرة الفعالية الحقيقية التي تنفع المجتمع وتطوره وتنهض به، فالأصل هو الإصلاح ونفع الناس رغم كل الاختلافات والتوحد لصالح البشرية، وإقرار العدل والكرامة للجميع من خلال عملية التثقيف ونشر الوعي الصحيح، سواء من خلال الإنترنت أو خارجها؟!

- **تأثير الرأي العام الالكتروني:**

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الالكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو عمليات التكثيف ونشر الوعي حول مختلف القضايا العامة والمشتركة، وسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه.[1]

[1] عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، دراسات في الإعلام الفضائي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1995، ص ص 187، 188.

إلى غير ذلك، مما يمكن أن نسميه (معركة الأدلجة)، كل حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه، إلا أن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي في أرض الواقع، من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم، والمثال واضح على تلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحكم الفاسد والبرلمان المزور والأوضاع المتدهورة في مصر منذ 30 سنة، بعدما فشلت المفاوضات السلمية والمطالب الشعبية للحكومة في العديد من المحافظات المصرية، وأطلقت مسميات عليها مثل يوم الغضب وجمعة الغضب ومسيرات المليونية في العاصمة وباقي المحافظات المصرية، كما تم الإتفاق على تكوين لجان شعبية تتصدى للمنحرفين واللصوص بعد الإنسحاب التام للأمن المصري لمدة أسبوع في تلك الأحداث، وتصدى الجيش بمهمة حماية الأمن، وكذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحرب على العراق 15 من فبراير 2003، في 80 مدينة كبرى في الوقت نفسه، وكذلك المقاطعة للسلع والدول التي يتم الدعوة لها من خلال مواقع الإنترنت، والتي تؤثر على السلوك الاستهلاكي اليومي، وبطبيعة الحال ينتشر التفاعل من تلك الشريحة الناشطة إلى غيرها من رائح المجتمع التي قد لا تسمح لها ظروفها بدخول هذا العالم التخيلي (شبكة الإنترنت)، هذا يؤدي بدوره إلى انتشار أثر الإنترنت على أرض الواقع.

2- عراقيل الرأي العام الالكتروني في البلدان العربية والإسلامية:

هناك العديد من العراقيل التي تواجه الرأي العام الالكتروني في عملية التغيير في العالم العربي والإسلامي منها:

1- يقع ناشر المعلومة في وهم كبير عبر الظن أن مجرد نشرها يعني وصولها إلى المقصودين بها، فكما كانت الكلمة المكتوبة لا تصل إلى العامة لنشرها ظاهرتي الأمية والعزوف عن القراءة – بغض النظر عن قيود السلطات على انتشار الكلمة، كذلك فالمعلومة الالكترونية لا تصل إلى من ليست لديه وصلة هاتفية، فضلا عن وصلة شبكية، أو من يستخدم تقنية شبكية لأغراض أخرى، وذلك في الوقت الحاضر ووضع السواد الأعظم في المنطقة العربية والإسلامية.[1]

[1] عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، مرجع سابق، ص ص 187، 188.

2- لا يصح – إزاء هذا الواقع- الاكتفاء بتعزيز النظرة القائلة بأن المتعمد في التغيير هو الصفوة أو النخبة، وتصل نسبة عالية منها إلى استخدام تقنيات شبكية على كل حال، فلهذه النظرة حاليا سلبيات عديدة، إذ تنحصر المسؤولية في فئات محدودة من المجتمع، وتعزل بينها في كثير من الأحيان وبين العامة، وتصطنع معارك على مستوى (النخب)، ولابد بالمقابل من أن يكون مفهوم الصفوة أو النخبة المرشحة للمشاركة في حمل المسؤولية هدف التغيير، لأنها تلك القادرة على الوصول إلى العامة والتفاعل مع واقعهم اليومي في مختلف الميادين، بما في ذلك توظيف الوسائل المتاحة لهذا الغرض ومن تقنيات الشبكية.

3- التقنيات الحديثة لا تنقل المعلومات وكفى، بل تنقل كما ضخما من المعلومات وبالتالي فإن إيصال ما يراد إيصاله إلى الفئات المستهدفة بها، لا يعتمد على توفير وسيلة النقل، بل يعتمد أيضا على ارتفاع مستوى الوعي، الذي يوفر القدرة على التمييز ما بين الحق والباطل، الصحيح والخاطئ، السمين والغث، النافع والضار، ولا نزال نفتقر إلى جهود كبيرة تساهم في عملية التوعية، كما نفتقر إلى طاقات مبدعة قادرة على ضمان اقتران نقل المعلومات بتعزيز الوعي لمضامينها والاستفادة العملية منها.

4- التقنيات الشبكية سهلة نسبيا وهذا ما جعلها مغرية، فإذا بقينا بهذا الصدد في حدود موضوع التغيير، نجدها أتاحت الفرص لأعداد كبيرة من الأفراد والجهات، تستخدم هذه التقنيات، أو تزعم استخدامها في عملية التغيير، وهو ما لم يسبب نشأة خليط من التصورات والأفكار المتفاوتة القيمة فحسب، بل أدى أيضا إلى تراكم محتويات مفيدة في الأصل، ولكن لا يفيد تكرارها الذي يستهلك الجهود والطاقات والاختصاصات والأموال، وهي ظاهرة يأمل أن تضمحل جزئيا أو كليا عبر تكثيف مساعي التنسيق ما بين الجهود المبذولة، وتحسين مردود توظيفها على طريق التغيير.

بالرغم من ذلك فقد رأينا أن الرأي العام الالكتروني أصبح حقيقيا ولابد من الاهتمام به وعدم تجاهله، وهذا ما يجب على العاملين في ميدان الرأي العام تطوير وسائلهم وأدواتهم لتشمل هذا الأخير، حتى لا يضاف إلى ميدان جهلنا جهل آخر.[1]

[1] عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، مرجع سابق، ص ص 187، 188.

الجانب التطبيقي

تمهيـــد:

سبق لنا أننا أكدنا أهمية الدراسة في معرفة مدى مساهمة المدونات الالكترونية في خلق ما يعرف بالرأي العام الالكتروني والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيله اتجاهاته باعتبار أن عالم الإنترنت أصبح منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية ونظرا لأهمية الجانب التطبيقي في هذه الدراسة التي انطلقنا فيها من الإشكالية التالية: **دور المدونات الإلكترونية في تشكيل الرأي العام"الإلكتروني" لدى جمهور مستخدمي الإنترنت** حيث اعتمدنا في دراستنا هذه على النهج الوصفي مع أداة لجمع البيانات وهي الاستمارة وزعت "الكترونيا" على أصحابها في فترة ما بين 2015/05/01 إلى غاية 2015/05/10 عبر صفحتي في الفيس بوك **"الرأي والرأي الآخر"** وبعد إفراغ الاستمارات وتحليل محتوياتها خلصنا إلى النتائج الموضحة أسفلا في الجداول.

جدول رقم 01 يوضح محور البيانات الشخصية بالنسبة المئوية%:

الجنس		الحالة العائلية		المهنة		السن				المستوى التعليمي		
مفردات العينة:50		مفردات العينة: 50		مفردات العينة: 50		مفردات العينة: 50				مفردات العينة: 50		
ذكر "32"	أنثى "18"	أعزب "34"	متزوج "16"	موظف "22"	غير موظف "28"	من 16-22سنة "11"	من 22-30سنة "25"	من30-45سنة "14"	من45-60سنة "00"	ثانوي "07"	جامعي "40"	دون ذلك "03"
%64	%36	%68	%32	%44	%56	%22	%50	%28	%00	%14	%80	%06
المجموع: 100%		%100		%100		%100				%100		

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نلاحظ أولا نسبة الذكور هي كبيرة بـ:64% مقارنة بنسبة الإناث التي قدرت بـ: 36% ما يعني أن نسبة الذكور كبيرة من حيث متابعة المدونات ، أما فيما يخص الحالة العائلية فقد سجلنا نسبة المتابعين لقضايا المدونات كانت لغير المتزوجين "العزاب"بـ: 68% ما يعني أن العزاب لهم اهتمام أكبر المدونات و مطالعتها، وعن النسبة الكبيرة لمتابعي المدونات وفق المعدل العمري كانت لفئة مابين 22 سنة- 30 سنة بنسبة 50% ما يبن لنا أن فئة الشباب هي المتابعة بقوة لأخبار المدونات.

كما أنه ومن خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نلاحظ أن نسبة غير الموظفين هي النسبة الأكبر التي لها اهتمام بقضايا المدونات بـ: 65% مقارنة بالموظفين بـ: 44% ما يعطي انطباع على أن العمال ليس لديهم الوقت بكثرة لمتابعة المدونات ،وهذا كله حسب مفردات العينة المدروسة.كما أن المستوى التعليمي لعب دور كذالك في متابعة المدونات بحيث احتلت نسبة الجامعين النسبة الكبرى في المتابعة بـ:80% والثانويين بـ:14% و دون المستوى هذا بـ: 06% ما يعني أن المستوى العلمي له دور في المتابعة.

جدول رقم 02 يوضح المحور الثاني المتعلق بمحتوى المدونات المتابعة:

المحتوى	مدونات سياسية	مدونات اجتماعية	مدونات اقتصادية	مدونات أخرى	المجمـوع
مفردات العينة	**34**	**09**	**00**	**07**	**50**
النسبة	**%68**	**%18**	**%00**	**%14**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول نلاحـــظ أن نســـبة المـــدونات السياســـة هـــي الأكثـــر مـــن حيـــث المتابعـــة بـــ:68% تلتهـــا المـــدونات الاجتماعيـــة ، فالاقتصـــادية ومدونات اخرى كانت متفاوتة من حيث النسب.

جدول رقم 03 يوضح اسم مستخدم المدونة المتابعة:

الاسم	حقيقي	مستعار	المجمـوع
مفردات العينة	**08**	**42**	**50**
النسبة	**%16**	**%84**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا أن نســـبة اســـم المســـتخدم المســـتعار هـــي الكبيـــرة مـــن حيـــث الاســـتخدام مثـــل "مدونـــة عـــن كثب"بـــ84% هـــو مـــا يوضـــح أن لهـــم أســـباب مـــن وراء التســـمية كالضـــغوطات و العراقيـــل وأســـباب أخـــرى لا يعرفها إلا أصحابها....إلخ.

جدول رقم 04 يوضح لغة المدونة المتابعة بكثرة:

اللغة	عربية	فرنسية	إنجليزية	المجمـوع
مفردات العينة	**36**	**14**	**00**	**50**
النسبة	**%72**	**%28**	**%00**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول نلاحـــظ أن اللغـــة العربيـــة ، هـــي اللغـــة الأولـــى مـــن حيـــث المتابعـــة بنســـبة 72%، مـــا يبـــين لنـــا مـــن خـــلال المبحـــوثين تلتهـــا الغـــة الفرنسية بنسبة اقل دون وجود للغة الإنجليزية من متابعين.

جدول رقم 05 يوضح فترة متابعة المدونة:

الفترة	الصباح	المساء	الليل	المجمـوع
مفردات العينة	**07**	**20**	**32**	**50**
النسبة	**%14**	**%40**	**%64**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا كـــذالك أن الليـــل هـــو الفتـــرة التـــي تتـــابع فيهـــا المـــدونات بكثـــرة بنســـبة 64% وأن الفتـــرات الأخـــرى جـــاءت بنســـب متفاوتة.

جدول رقم 06 يوضح الوضعية التي يتابع فيها أفراد العينة المدونات:

الوضعية	بمفرده	مع العائلة	مع الأصدقاء	المجمـوع
مفردات العينة	**33**	**11**	**07**	**50**
النسبة	**%66**	**%22**	**%14**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول نلاحـــظ أن وضـــعية متـــابع المدونـــة بمفـــرده هـــي النســـبة الأكبـــر بـــ: 66% فـــي حـــين الوضـــعيات الأخـــرى، مـــع العائلـــة و الأصدقاء متتابعة بالنسب.

جدول رقم 07 يوضح الأماكن التي يتابع فيها أفراد العينة المدونات:

المكان	مقهى الإنترنت	المنزل	العمل	أماكن الدراسة	المجمـوع
مفردات العينة	**18**	**19**	**09**	**04**	**50**
النسبة	**%36**	**%38**	**%18**	**%08**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا أن نســـبتي أمـــاكن "المنـــزل ومقهـــى الإنترنـــت "مـــن حيـــث المكـــان متقـــاربتين بـــ: 38% و36% مـــا يعنـــي أن المتابعـــة تكـــون بشـــكل كبيـــر فـــي المنـــازل وقاعـــات الإنترنـــت، أمـــا عـــن العمـــل فقـــد جـــاءت بنســـبة 18% مـــا يعنـــي أن أمـــاكن العمـــل لا تتـــيح الفرصـــة بكثيـــر للمتابعـــة فـــي حـــين جـــاءت أماكن الدراسة بـ: 08% وهذا كله حسب المبحوثين.

جدول رقم 08 يوضح نوع الضغوطات والعراقيل التي يعاني منها متابع المدونة:

نوع العراقيل	مادية	نفسية	اجتماعية	أخرى	المجمـوع
مفردات العينة	**16**	**07**	**13**	**14**	**50**
النسبة	**%32**	**%14**	**%26**	**%28**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا أن العراقيـــل الماديـــة هـــي الأكثـــر عنـــد المبحـــوثين بنســـبة 32% أمـــا عـــن الضـــغوطات الأخـــرى فقـــد جـــاءت متقاربـــة بـــ: عراقيل أخرى:28% ،اجتماعية:26% نفسية وهذا حسب العينة المدروسة .

جدول رقم 09 يوضح مدى اعتماد المدونة كمصدر للمعلومات:

كمصدر	نعم	لا	المجمـوع
مفردات العينة	**34**	**16**	**50**
النسبة	**%68**	**%32**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا أن اعتمـــاد المـــدونات كمصـــدر للمعلومـــات كـــان بنســـبة:64% مـــا يعنـــي لنـــا أن أغلـــب معلوماتهـــا مصـــادر موثقـــة وذات مصـــداقية كمـــا ثبـــت فـــي الدراســـة الســـابقة للباحـــث عصـــام منصـــور وهـــذا كلـــه حسب الفئة المبحوثة.

جدول رقم 10 يوضح أسباب متابعة المدونات:

السبب	معرفي	سياسي	اقتصادي	اجتماعي	المجمـوع
مفردات العينة	**09**	**34**	**00**	**07**	**50**
النسبة	**%18**	**%68**	**%00**	**14%**	**%100**

مـــن خـــلال النتـــائج المتحصـــل عليهـــا فـــي الجـــدول لاحظنـــا متابعـــة المـــدونات لأســـباب سياســـية كانـــت بنســـبة:68%، مـــا يعطـــي انطبـــاع أن الاهتمـــام بالقضـــايا السياســـية كبيـــر وســـط العينـــة المبحوثـــة مـــا يؤكـــد التطـــور التـــاريخي للمـــدونات خاصـــة مـــا حـــدث فـــي "العـــراق" وبدرجـــة أقـــل لأســـباب معرفيـــة بـــ: 18% وأســـباب اجتماعيـــة بـــ:14% فـــي حين لا توجد نسبة داخل المبحوثين تتابع المدونات لأسباب اقتصادية .

جدول رقم 11 يوضح مدى تناول المدونات الالكترونية للقضايا الراهنة على جميع المستويات محلية، إقليمية، وعالمية:

المستوى	عادي	متوسط	كبير	المجمـوع
مفردات العينة	**07**	**12**	**31**	**50**
النسبة	**%14**	**%24**	**%62**	**%100**

مـن خـلال النتـائج المتحصـل عليهـا فـي الجـدول لاحظنـا أن المـدونات الالكترونيـة مـن أبـرز الأوجـه الإعلاميـة الكبيـرة فـي تنـاول القضـايا الراهنـة بنسـبة كبيـرة قـدرت بـ: 62% حسـب العينـة المبحوثـة مـا يعنـي لنـا أن أخبـار المـدونات لهـا علاقـة بـالواقع المعـاش فـي حـين أن نسـبة معينـة قـدرت بـ:24% قـالوا فيهـا بعـض المبحـوثين أن تنـاول القضـايا الراهنـة متوسـط، أمـا عـن الـذين قالوا أن الأمر عادي فجاءت نسبتهم بـ: 14% .

جدول رقم 12 يوضح درجة التأثر بأفكار المدونات عند أفراد العينة:

الدرجة	عادية	متوسطة	كبيرة	المجمـوع
مفردات العينة	**08**	**13**	**29**	**50**
النسبة	**%16**	**%26**	**%58**	**%100**

مـن خـلال النتـائج المتحصـل عليهـا فـي الجـدول نلاحـظ أن درجـت المبحـوثين الـذين قـالوا أنهـم يتـأثرون بأفكـار و قضـايا المـدونات كانـت بـ:58% أي فـوق نصـف المبحـوثين مـا يؤكـد نتـاج الدراسـة السـابقة الباحـث أشـرف جـلال حسـن وأن الـدرجات الأخرى كالمتوسطة والعدية جاءت بنسب متتالية.

جدول رقم 13 يوضح أسباب عدم التأثر بأفكار المدونات:

السبب	معلومات غير موثوقة	مصدر مجهول	مجرد كلام	المجمـوع
مفردات العينة	**08**	**لم تكن هناك إجابة**	**لم تكن هناك إجابة**	**08**
النسبة	**%16**	**%00**	**%00**	**%16**

مـن خـلال النتـائج المتحصـل عليهـا فـي الجـدول لاحظنـا أن الأفـراد الـذين وصـفوا تـأثرهم بأفكـار المـدونات بـالأمر العـادي جـاء بسـبب أن معلومـات المـدونات مصـدرها مجهول.

جدول رقم 14 يوضح درجة تفاعل أفراد العينة بالقضايا المطروحة في المدونات الالكترونية:

الدرجة	منخفضة	متوسطة	عالية	المجمـوع
مفردات العينة	**08**	**13**	**29**	**50**
النسبة	**%16**	**%26**	**%58**	**%100**

مـن خـلال النتـائج المتحصـل عليهـا فـي الجـدول لاحظنـا كـذالك أن مجمـوع المبحـوثين الـذين قـالوا أن تفـاعلهم بقضـايا المـدونات عـالي بنسـبة 58% أمـا عـن المنخفضـة و العاديـة فقـد جـاءت بنسـب متتابعـة ربمـا لأسـباب كنـا قـد ذكرناهـا فـي الجدولين رقم12و 13 سالفا.

جدول رقم 15 يوضح درجة تبني أفراد العينة لأفكار وقضايا المدونات:

الدرجة	منخفضة	متوسطة	عالية	المجمـوع
مفردات العينة	**04**	**14**	**32**	**50**
النسبة	**%08**	**%28**	**%64**	**%100**

مـن خـلال النتـائج المتحصـل عليهـا فـي الجـدول لاحظنـا أن النسـبة العاليـة التـي قالـت أنهـم يتبنـون أفكـار المـدونات كانـت كبيـرة بدرجـة:64%أمـا عـن الدرجـة المتوسـطة والمخفضـة فحـددتا بـ: 28و08% ، هـذا كـذالك ممكـن راجـع عـدم تـأثرهم وتفـاعلهم بنسبة كبيرة كما وضحنا في الجداول الثلاث السابقة:12و13و14.

مناقشة فرضيات الدراسة:

1*جاءت الفرضية الأولى تحت مسمى " محتوى المدونات الإلكترونية التي يتابعها القارئ تكون في الغالب سياسية وتهتم بقضايا الرأي العام " استقينا هذه الفرضية بناءا على التطور التاريخي للمدونات والذي جاء في إحدى مراحله أن القضايا السياسية كانت من أولوياته وقد ظهر ذلك جليا في حرب الخليج الثانية والذي تطور إلى ما هو مشهود في عالمنا اليوم من قضايا كبيرة و خاصة محيطنا العربي و الشؤون السياسية الحاصلة فيه آخرها كان الربيع العربي في النهاية تكلل افتراضنا هذا بالنجاح فقد وجدنا أن النسبة الكبيرة من المبحوثين تهمها القضايا السياسية في واقعنا المعيش.

2*أما عن الافتراض الثاني فكان "يعتمد المتابع والقارئ للمدونات الإلكترونية كمصدر للمعلومات بصفة كبيرة" كما أنه استقينا هذا الافتراض بناءا على أولويات أهمها دراسة **عصام منصور** "المدونات كمصدر للمعلومات" سنة 2007 بالكويت ومن بين ما خلص إليه في نهاية دراسته أنه- يكاد يتفق الجميع على أن المدونات هي مصدر جديد للمعلومات- نؤكد نحن من جديد نتائجه بفعل استقرائنا على مجموعة من المبحوثين الذين توجه أغلبهم أي فوق نصفهم إلى إثبات المعلومة.

3* وفيما يخص افتراضنا الأخير فكان أساسه"درجة تبني أفكار المدونات الإلكترونية بصفة عامة هي درجة عالية "وباعتبار أن المدونات مصدر للمعلومات كما خلص إليه في الدراسة السابقة وبناءا على دراسة الباحث **أشرف جلال حسن محمد** سنة 2008 حول أثر التقنيات الاتصالية "الحديثة المواقع، المنتديات، **المدونات**" على تشكيل الرأي العام صغنا هذه الفرضية، ومن جملة ما أكده هذا الباحث- هناك تفوق واضح للوسائل التكنولوجية الحديثة في **دفع الجمهور للاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة،** نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية،وقدرة هذه الوسائل على تحقيق مشاركة الجمهور بفاعلية- كذلك أكدنا نحن هذه النتيجة من مبدأ افتراضنا لها حسب الفئة المبحوثة.

ومن خلال الإشكالية العامة والإشكاليات الجزئية وكذا الفرضيات مقارنة مع دراستنا توصلنا إلى النتائج المبينة كالتالي:

- توضح الدراسة أن النسبة الكبيرة للمبحوثين كانوا رجالا بنسبة 64%، وأن نسبة فئتي ما بين 22 سنة و30 سنة هي الأثر متابعة للمدونات، مقابل المستوى العلمي الذي أعطى للجامعيين الفئة الأبرز من المتابعة بنسبة 80%، في حين أن العزاب كانوا هم المتابعين الكثر للمدونات الالكترونية بنسبة 68% وكذا غير الموظفين الذين تحصلوا على نسبة 56%، وفقا لمتغيري الجنس.
- كشفت الدراسة أن محتوى المدونات السياسية هو المتابع بنسبة 68% بين أفراد العينة المدروسة وكذا درجة التدوين، وفقا للجنسين والمستوى التعليمي والمهني.
- كما أوضحت الدراسة أن اسم مستخدم المدونات المتابعة هو مستعار بنسبة 84%، بين الأفراد المبحوثين، وفقا لمتغيري الجنسين والمستوى التعليمي والمهني.
- توصلت الدراسة أن لغة المدونات المتابعة بكثرة هي اللغة العربية بنسبة 72% بين أفراد العينة المدروسة والمبحوثين، وفقا للجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- في حين كشفت الدراسة أن فترة الليل هي الفترة الأكبر لمتابعة المدونات بنسبة 64% حسب المبحوثين والدلالات الإحصائية للجداول، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- كما وضحت الدراسة لنا أن الوضعية الأكثر مناسبة لمتابعة المدونات الالكترونية، حين يكون الشخص بمفرده بنسبة 66% حسب العينة المبحوثة والدلالات الإحصائية، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- توصلت الدراسة إلى أن الأماكن المناسبة التي يتابع فيها المبحوث المدونات بكثرة هي المنازل بنسبة 38%، في الدلالات الإحصائية الموجودة في الجدول، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- كشفت أيضا الدراسة أن العراقيل والضغوطات التي يعاني منها متابع المدونات بكثرة هي مادية بنسبة 32%، وجاءت متقاربة مع الضغوطات النفسية والاجتماعية وعراقيل أخرى حسب المبحوثين، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- في حين بينت أيضا أن اعتماد المدونات كمصدر للمعلومات جاء بنسبة كبيرة قدرت بـ 68% حسب المبحوثين، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.

- أوضحت الدراسة أن نسبة متابعة المدونات لأسباب سياسية كانت كبيرة بنسبة 68% حسب العينة المدروسة، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- توصلت الدراسة إلى أن مدى تناول المدونات للقضايا الراهنة كانت بنسبة كبيرة قدرت بـ 62% حسب العينة المدروسة، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- كشفت الدراسة أن درجة التأثر بأفكار المدونات كانت كبيرة بنسبة 58% حسب المبحوثين، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- أوضحت الدراسة أن الذين لم يتأثروا بأفكار المدونات كانت أسبابهم هي أن معلومات المدونات غير موثوقة بنسبة 16% حسب فئة من العينة المدروسة، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- كما توصلت الدراسة إلى أن درجة التفاعل مع قضايا المدونات هي كبيرة بنسبة 58% حسب مفردات العينة المبحوثة، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.
- في حين أظهرت الدراسة أن درجة تبني أفكار المدونات كبيرة بنسبة 64% حسب المبحوثين، وفقا لمتغير الجنسين والمستوى التعليمي والمهني والحالة العائلية.

خلاصـــــــــة

الخلاصـــــــة:

وفـي الأخيـر وخلاصـة لعملنـا المتواضـع الـذي مـن خلالـه حاولنـا إبـراز الـدور الـذي تلعبـه المـدونات الالكترونيـة كوسـيلة اتصـال جديـدة فـي عـالم التكنولوجيـا الـذي لا يخلـوا مـن تطوراتـه غيـر المحـدودة عبـر جميـع الأزمنـة والأمـاكن، مـا جعلنـا نكتشـف أنهـا تعبـر عـن صـوت رجـل الشـارع أو الشـاب العـادي بصـراحة شـديدة، ويمكـن مـن خلالهـا اسـتنباط نـبض فئـة الشـباب، الـذي يتعامـل مـع شـبكة الانترنـت و الموصـوف بالمتعولم إن جاز التعبير.

مـن ناحيـة أخـرى، لـم تنحصـر هـذه الوسـيلة الحديثـة فـي نشـر الأفكـار والقضـايا والمعلومـات ودور التواصـل بـين المسـتفيدين والناشـرين، وإنمـا أيضًـا فـي إطـلاق العنـان لمـا يتمتعـون بـه مـن سـعة الخيـال والقـدرة علـى الابتكـار والإبـداع، إضـافة إلـى منافسـة هـذه الوسـيلة التكنولوجيـة الجديـدة لوسـائل الإعـلام القديمـة مـن صـحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون...

كمـا أنـه وفـي نفـس السـياق اتضـح لنـا وبعـد الاسـتقراء الـذي اجتهـدنا فـي عملـه مـدى مسـاهمة هـذه الوسـيلة النوعيـة فـي تشـكيل الـرأي العـام الالكترونـي ،الافتراضـي وفـي هـذه الحالـة فإنـه يعبـر عـن كـل الشـرائح التـي تمتلـك الوسـيلة أو الأداة التكنولوجيـة للتعبيـر و التواصـل و النقـاش كمـا أنـه لاشـك فـي أن هـذا الـرأي الافتراضـي بإمكانـه التحقـق علـى أرض الواقـع مـادام أن لهـا مصـداقية و تـأثير علـى المتـابعين والأمثلـة متعددة في ذلك .

ملاحـــــق

جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان

"المدونات الالكترونية ودورها في تكوين الرأي العام الالكتروني"

بين أيديكم استمارة و استبيان خاصة بمتابعي المدونات في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر"اتصال وصحافة مكتوبة" نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل صدق وموضوعية ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع علامة **(X)** في خانات الإجابة الصحيحة

إعداد الطالب:
عمارة عزالديـــــن

تحت إشراف:
أ. كانون جمال

السنة الجامعية: 2015/2014

المحور الأول: البيانات الشخصية

أولا:

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن: 16-22 ☐ 22-30 ☐ 30-45 ☐ 45-60 ☐

الحالة العائلية: أعزب ☐ متزوج ☐

المستوى التعليمي: ثانوي ☐ جامعي ☐ دون ذلك ☐

المهنة : موظف ☐ غير موظف ☐

المحور الثاني: أسئلة وحقائق حول عادات وأنماط استخدام المدونات الالكترونية

ثانيا:

محتوى المدونة التي تتابعها يعالج قضايا:

سياسية ☐ اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ أخرى... ☐

الاسم الذي يستخدمه المدون: حقيقي ☐ مستعار ☐

اللغة المدونة التي تتابعها: عربية ☐ فرنسية ☐ انجليزية ☐

تحديد فترة المتابعة:

الصباح ☐ المساء ☐ الليل ☐

الوضعية التي تتابع فيها المدونة:

بمفرده ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء ☐

الأماكن التي تتابع يدون فيها الكاتب مدونته:

مقهى الإنترنت ☐ المنزل ☐ العمل ☐ أماكن الدراسة ☐

الضغوطات والعراقيل التي يعاني منها متابع المدونة:

مادية ☐ نفسية ☐ اجتماعية ☐ أخرى ☐

المحور الثالث: أسئلة مدى تأثير المدونات في تشكيل رأي عام إلكتروني و تحوله إلى أمر واقعي

ثالثا:

هل تعتمد على المدونات بصفتها مصدر للمعلومات: ☐ ☐

في رأيك ما هي أسباب متابعة المدونات:

معرفية ☐ سياسية ☐ اقتصادية ☐ اجتماعية ☐

مدى تناول المدونات الالكترونية للقضايا الراهنة على المستوى المحلي أو الإقليمي والعالمي

عادي ☐ متوسط ☐ كبير ☐

ما هي درجة تأثرك بأفكار المدونات الالكترونية:

عادية ☐ متوسطة ☐ كبيرة ☐

في رأيك ما هي أسباب عدم التأثر أو الثقة في أفكار المدونات:

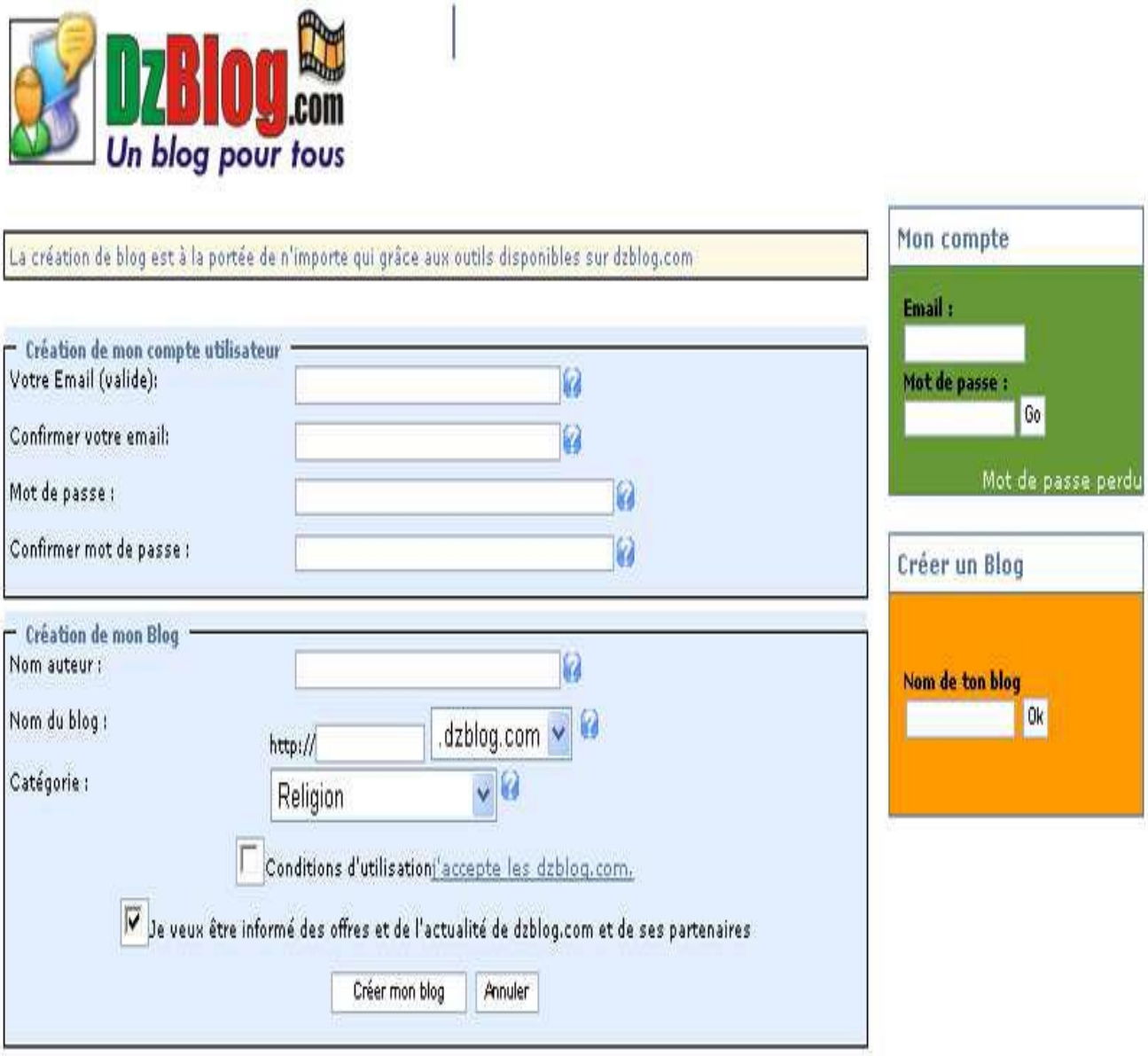
معلومات غير موثقة ☐ مصدرها مجهول ☐ مجرد ☐

ما هي درجة التفاعل بالقضايا المطروحة في المدونات الكترونيا:

منخفضة ☐ متوسطة ☐ عالية ☐

ما هي درجة تبنيك أفكار وقضايا المدونات الكترونية:

منخفضة ☐ متوسطة ☐ عالية ☐



نموذج لإنشاء مدونة في Dz blog

المصـــــــــادر:

- ✓ القرآن الكريم

المراجـــــــــع:

❖ المراجع بالغة العربية:

- ✓ أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005.
- ✓ أحمد محمد الطيب : الإحصاء في التربية وعلم النفس، ط1 ، المكتب الجامع الحديث، الإسكندرية، دس.
- ✓ إميتاي إتزيوني، ترجمة ندى السيد: الخير العام ، بيروت: دار الساقي،2005م.
- ✓ أمينة ذبيح: المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر والصحافة البديلة ، فيفري2009 .
- ✓ جمال الزرن :المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة ،تونس،2003 .
- ✓ جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2009
- ✓ جولي س. ميلوني، ترجمة مركز التعريب والترجمة: المدونات باختصار، بيروت: الدار العربية للعلوم، 2006م
- ✓ حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، المعهد العالي للإدارة والفنون، القاهرة، 2008.
- ✓ خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط9،مكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 2001.
- ✓ عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، دراسات في الإعلام الفضائي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1995.
- ✓ عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، دار القلم، القاهرة، 1963.
- ✓ عبدالهادي العوضي: الجوانب القانونية للبريد الإلكتروني، (القاهرة: دار النهضة العربية، د.ت).
- ✓ فتحي حسين عامر، الرأي العام الالكتروني، ط1، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2012.
- ✓ كمال خورشيد مراد ، مدخل للرأي العام.
- ✓ كمال خورشيد مراد، مدخل للرأي العام، الدكتور كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، 2011.
- ✓ ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام، آثار الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة محمد صفوة وآخرون، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2012.
- ✓ محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة،1996.
- ✓ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- ✓ محمد عبد الشفيع عيسى، العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي، ط1، دار الطباعة والنشر،بيروت، 1984.
- ✓ محمد عبدالمجيد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة: عالم الكتب، 2007م.
- ✓ محمد عبدالمجيد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت.
- ✓ محمد علي شمو، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999.
- ✓ محمود علم الدين، الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، الكويت، 1994.
- ✓ مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام ، كلية الإعلام، القاهرة.

✓ ملفينزل وبفلير ساندرابول – روكيتس، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992.

✓ ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

❖ **المراجع باللغات الأجنبية:**

✓ Morris, J. and Paul, (Public Opinion and Mass Communication), N.Y, the Free Press, Adivision of Macmillan Publishing Co, 1981.

✓ Robert. Weissberg. (Public Opinion and Popular Government),N.J Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs,1976.

القواميس والموسوعات:

✓ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006.

المواقع الالكترونية:

✓ سليم حسين أحمد، المدونات الالكترونية، http// vbb.7b7/com/t4991.html, 18/04/2015. 15:12

✓ عبد الرحمان فراج: المدونات الالكترونية في المكتبات، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2006، www.informatics.gov.sa/magazine 24/04/2015, 15.38

✓ عبد القادر سعيد :المدونات ..الثورة الإعلامية الجديدة ، موقع الشهاب http://www.chihab.net /25/04/2015.14:13

✓ فضيل الأمين، سالي فرحات، مستقبل البلوغز وصحافة المستقبل، مجلة هاي، أكتوبر 2005 http//www.himag.com, 24/04/2015, 16.00

✓ محمد جمال عرفة، المدونات الالكترونية، مجلة المجتمع، العدد 1701 بتاريخ 24 جوان 2006، http://www.almujtamaa-mag.com/24/04/2015, 15.05

✓ www.wikipedia.org,18/04/2015, 14:01.

المجلات والجرائد والمقالات:

✓ أبو الحجاج أسامة، (دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت)، نهضة مصر - القاهرة – 1998.

✓ أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية – دراسة للمضمون والقائم بالاتصال - ، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-2009/03/17.

✓ إيمان الخطاف: جريدة الشرق الأوسط: الأحد 2007/8/12م، عدد 19.10484.

✓ زكي حسين الوردي، صحافة المدونات الالكترونية (عرض وتحليل)، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

✓ سليمان بن عبد الرزاق الحمود " الرأي العام المفهوم – التكوين – التعريف – الخصائص " المجلة العربية شباط 1996.

✓ متعب بن شديد الهماش: الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، عدد304،رمضان 1428هـ.

- ✓ متعب بن شديد الهماش: قياس الرأي العام الالكتروني، الشارقة:1429هـ، بحث مقدم لندوة إدارة وتطوير أداء مراكز قياس الرأي العام، المنعقدة من 16-20 نوفمبر 2008م.
- ✓ مجلة إعلام تك، ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر، العدد 20 ، من 08-15 أبريل 2007.
- ✓ محمد خليل، الرأي العام الالكتروني، مقال منشور في منتديات طلبة علوم الاتصال والإعلام، جامعة عبد الحميج بن باديس بمستغانم، تاريخ: 2009/06/09.
- ✓ المدونات الالكترونية وحرية الرأي والتعبير: مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود،الرياض 03/17/ 2009.