

معايير انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعى

اعداد

د/ هانى إبراهيم أحمد البطل
مدرس بقسم الإعلام التربوى - كلية التربية النوعية
جامعة قناة السويس

مُتَكَلِّمًا:

لقد أفرزت شبكة الانترنت العديد من أشكال الظواهر الإعلامية والاتصالية ، من بين هذه الظواهر ما أتاحتها شبكة الانترنت لمستخدميها من تدوين كل ما يحلو لهم من أفكار وحوارات وملاحظات وتعليقات تفاعلية مصحوبة بمواد أخرى . حيث أصبح الآن بمقدور أي شخص على صفحات الانترنت يكون له مساحة خاصة به يستقل بها أو يشارك آخرين ، وقد تبلورت هذه الظاهرة تحت مسمى " مدونات Blogs " .

وقد بدأ ظهور هذه المدونات على شبكة الانترنت في عام ١٩٩٦ مع ظهور موقع " ديف وينر Dave winer " لكتابة الأخبار وردود الأفعال والتعليقات على العديد من القضايا (١) ، بينما دخل مفهوم المدونة حيز الاستخدام من خلال التسمية التي أطلقها "جون بيرجر John Barger" على هذا النوع من المواقع عام ١٩٩٧ (٢) .

وتوالى بعد ذلك إنشاء العديد من المواقع المتشابهة وتزايد انتشارها يوما بعد يوم بحيث لم تعد قاصرة على دول بعينها وإنما صارت عالمية بحيث تعدت المدونات وتتنوع وأصبحت ظاهرة تجتذب كثيراً من الشباب ومجال خصب لتداول المعرفة والأخبار وتشكيل الرأي العام.

وتعتبر حالة حضور المدونات (blogs) في الفضاء الإلكتروني عن ظاهرة بحثية جديدة بالرصد والتحليل والفهم ، إذ أصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بمختلف الشئون العامة، ليتأكد عبر متابعة أدوارها أن عدداً منها يتجاوز نطاق كونه تعبيراً ذاتياً عن رؤيا ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وإدارة نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية ، ذلك أن " ما يمنح

المدونات أهميتها كوسيلة إعلامية جديدة هو تيسيرها لكل الوظائف الإعلامية المتعارف عليها فضلاً عن تطوير سبل تأديتها وزيادة التفاعلية و تواجد صفة الفورية في عملها وتعدد مراكز الاتصال والمشاركة في مناقشة الشأن العام و بصورة غير مسبقة " .

وتشير الإحصاءات الدولية إلى عمق انتشار ظاهرة المدونات وتضاعف أعداد جمهورها وهو أمر ربما يرجع إلى طبيعة ما تقوم به من أدوار معرفية وتأسيس مجالات للنقاش ارتباطاً بالأحداث العامة الجارية ، وهو دور يتسع نتيجة قدرتها أيضا على التقاط الأحداث ومعالجتها خارج نطاق ما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية السائدة .

وقد أدركت وسائل الإعلام الكبرى أهمية المدونات للجمهور فقامت بتأسيس مدونات متخصصة في قضايا وموضوعات محددة وضممتها على مواقعها الإلكترونية" ، فصحف كبرى دولية مثل النيويورك تايمز و الواشنطن بوست صنعت مدوناتها الخاصة وكذلك فعلت قنوات مثل (CNN) و (MSNBC) وغيرهما (٣) .

وإذا كانت المدونات كظاهرة إعلامية جديدة بما تمتلكه من عوامل جذب لاهتمامات جمهور الشباب لإشباع حاجتهم إلى المعرفة والتفاعل ، الأمر الذى يدفع العديد من المدونين لإنشاء مدونات لهم على شبكة الانترنت، فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على المعايير التي يفضلها كلا من الشباب والمدونين في انتقاء المدونات وذلك لرصد أوجه الاختلاف والاتفاق بهذا الشأن ، كما تسعى الدراسة في شقها الآخر إلى الوقوف على ماهية ظاهرة المدونات من خلال تحليل شكل ومضمون عينة منها سعياً إلى معرفة المزيد عنها .

الإطار النظري للدراسة :

ماهية المدونات :

تستخدم كلمة " مدونة " العربية كمقابل للكلمة الإنجليزية (blog) و

اختصار لكلمتي Web log والتي تعني سجل الشبكة (٤) ، وقد اشتقت الكلمة من فعل دون، تدوين، مدونة ليصبح اسم الفاعل منها مدون" (٥)، وهناك العديد من التسميات التي استخدمت كمقابل لكلمة (blog) منها: البلوجز، البلوغز، المذاكرات الإلكترونية، المدونات الشخصية، يوميات الإنترنت، السجل الشخصي، المعارضة الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية .. وغيرها الكثير من التعريفات التي وردت في كتابات المؤلفين العرب عن المدونات الإلكترونية، إلا أن "مدونة" هو التعريب الأكثر قبولا وانتشاراً واستخداماً لهذه الكلمة حتى الآن (٦).

ذلك عن الدلالة اللغوية للكلمة فإذا ما انتقلنا إلى الدلالة الاصطلاحية - كما تعرضها قواميس المصطلحات- نجد أن مصطلح بلوج (blog) تم إدخاله لأول مرة إلى معجم أكسفورد في طبعة مارس ٢٠٠٣، كما دخلت كلمة "blog" إلى قاموس ويبستر "Merriam-Webster Online Dictionary" عام ٢٠٠٤، (٧) والذي يذكر أن المدونة (blog) "عبارة عن موقع ويب يتم تحديثه بصفة مستمرة يشتمل على مداخل أو تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً بداية بالأحدث" (٨) ، ويعرف المدونون (bloggers) على أنهم "الأشخاص الذين يكتبون المدونات وبرامج التدوين" ويشير لعالم المدونات (blogosphere) بـ"المجتمع المترابط لكل من المدونات والمدونين المتاحة على الإنترنت في كل أجزاء العالم" (٩)

أما الموسوعة البريطانية Encyclopedia Britannica online تعرف المدونة بأنها "ملف معلومات الويب أو مجلة على الإنترنت ينشئها فرد أو جماعة أو شركة تقدم من خلالها سجل بنشاطاتها وأفكارها واعتقاداتها، وبعض المدونات تعمل بشكل رئيسي في نقل الأخبار وجمع المصادر المختلفة على الإنترنت ، وتضيف المدونات تعليقات قصيرة وروابط خارجية على الإنترنت ، كما أن كثيراً من المدونات تسمح لزائريها بترك تعليقاتهم على تلك المواد ليتفاعلوا مع محرري المدونات" (١٠) .

وهناك أيضا تعريف موسوعة ويكيبيديا wikipedia حيث تعرف المدونة بأنها "عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، و يكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة." (١١).

لغة المدونات الإلكترونية :

يدون (To blog) - تشغيل مدونة إلكترونية أو إدخال مواد عليها.

مدون (Blogger) - الشخص الذي يشغل مدونة إلكترونية.

مجموع المدونات (Blogsphere) - جميع المدونات، أو مجتمع تشغيل المدونات الإلكترونية.

قائمة المدونات (Blogroll) - لائحة لوصلات الخارجية التي تظهر على مدونة، وتربط في معظم الأحيان بمدونات أخرى وتكون موجودة عادة في عمود على الصفحة الأولى. وهي تُلَف مجتمع فرعي من رفاق المدونين.

برمجيات المدونات (Blogware) - البرمجيات المستعملة لتشغيل المدونة.

السابام (أو الرسائل الدعائية المقتحمة مع تعليقات) (Comment spam) - تشبه الرسائل الدعائية التي ترسل عبر البريد الإلكتروني. يقوم برنامج تجميع العناوين الإلكترونية (السابامبوت) بإغراق المدونة بدعايات تدخل عليها على شكل تعليقات زائفة. وهي مشكلة هامة وتستوجب أن يجد لها المدونون ومنصات التدوين الأدوات اللازمة لحجب بعض المستعملين أو لمنع دخول بعض العناوين للمشاركة في التعليقات.

المشاركة في محتوى الموقع (syndication Content) - كيفية قيام

كاتب أو مدير موقع الإنترنت بتوفير كل أو جزء من محتوى موقعه لتعليقه على موقع آخر أو نشره في مواقع أخرى على شبكة الإنترنت.

مدونة نقالة (Moblog) - وهي في الإنجليزية دمج مختصر لكلمتي "mobile log"، وهي مدونة يمكن تحديثها عن بُعد من أي مكان، مثل الهاتف أو المساعد الرقمي.

وصلة دائمة (Permalink) - وهي في الإنجليزية دمج مختصر لكلمتي "Permanent link"، وتعني عنوان شبكة الإنترنت لكل بند قد أدخل إلى المدونة. وهي طريقة تسهيلية لوضع علامة مرجعية دائمة على البند الذي أدخل إلى المدونة، حتى بعد أن يكون قد وضع في الأرشيف في المدونة التي نشأ منها.

مدونة صور (Photoblog) - مدونة تتألف في معظمها من صور يتم إدخالها بصورة متواصلة ومتسلسلة زمنياً.

بث عبر جهاز أي بود أو بودكاستينغ (Podcasting) - والكلمة هي دمج مختصر لكلمتي "iPod" (جهاز خزن الموسيقى) و "broadcasting" (بث) في اللغة الإنجليزية. وتعني وضع مواد سمعية ومرئية على مدونة وعلى ملف مدخلات المشاركة البسيطة الحقيقية (RSS feed) الخاص بها، لاستعمالها في أجهزة الموسيقى الرقمية.

تعليق/إدخال (Post) - بند معلق/منشور على مدونة. يمكن أن يكون رسالة أو خبر، أو مجرد صورة أو وصلة. ويكون في العادة بنداً قصيراً، يتضمن وصلات خارجية، ويتيح للزائرين التعليق عليه.

المشاركة البسيطة الحقيقية (Syndication RSS - Really Simple) - طريقة لمعالجة آخر البنود المعلقة على موقع شبكة إنترنت، وهي ملائمة بشكل خاص للمدونات لأنها تتبه المستعملين كلما تمّ تحديث مدوناتهم المفضلة. كما أنها تتيح "المشاركة" (أو التعليق في عدة مواقع) في محتوى

الموقع عن طريق السماح لمواقع أخرى على الشبكة (ببساطة وتلقائياً) بنسخ كل محتوى الموقع أو جزء منه. هذه الطريقة آخذة في الانتشار بسرعة، خاصة على مواقع وسائل الإعلام.

مُجمَع أو قارئ مدخلات المشاركة البسيطة الحقيقية (RSS Aggregator) - برنامج أو خدمة متوفرة مباشرة على خط الإنترنت تتيح للمدون أن يقرأ المدخلات الجديدة، خاصة أحدث البنود المعلقة على مدوناته المفضلة.

مدخلات المشاركة البسيطة الحقيقية (Feed RSS) - هو الملف الذي يحتوي على أحدث المعلومات المعلقة على المدونة. ويقرأ بواسطة مجمع/قارئ المدخلات الجديدة ويظهر فوراً أنه تم تحديث المدونة لدى تحديثها.

إمكانية التتبع (Trackback) - طريقة تمكن المواقع على الشبكة من الاتصال ببعضها البعض تلقائياً عبر تنبيه بعضها البعض إلى أن البند الذي تم تعليقه على مدونة يشير إلى بند سابق، وبالتالي تتبعه إلى منشأه.

دفتر اليوميات الإلكترونية (Web Diary) - مدونة على الشبكة العنكبوتية.

ويكي (Wiki) - مصدرها كلمة "ويكي ويكي" (سريع/عاجل) من هاواي. وتعني موقع على الشبكة يمكن لأي زائر له تحديثه ببساطة وسرعة. وقد تحولت الكلمة لتعني أيضاً الأداة المستعملة لخلق ويكي (محركات ويكي). وهناك بعض التشابه بين المدونات والويكي إلا أنهما مختلفتان إلى حد كبير عن بعضهما البعض. (١٢)

المدونات المصرية : النشأة والتطور :

بدأت المدونات المصرية في الظهور على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب: Web) في ٢٠ مارس ٢٠٠٤ ، وتعاضمت أكثر خلال عام

٢٠٠٥ مع الاستعدادات لانتخابات الرئاسة المصرية وانتخابات البرلمان، في صورة مدونات تتحدث عن آراء أصحابها ، وتضع صوراً للمظاهرات التي تخرج أو أخبار عنها، وعن ندوات ومحاضرات وتصريحات حول هذه القضايا الجدلية، وكان من الطبيعي أن تتفاعل حركة التدوين المصرية مع ما يجرى في الشارع المصري والعربي خصوصاً في هذه الفترة وبدأت في الانتشار تدريجياً إلى أن وصل عددها في ديسمبر ٢٠٠٦ إلى (١٤٥٧) مدونة مصرية طبقاً لما يحصره دليل "the Egyptian blog ring" المتاح على موقع بعنوان:- <http://www.egybloggers.com> . (١٣) .

الدراسات السابقة :

نظراً لحدثة المدونات فهناك ندرة في مجال الدراسات الإعلامية التي تناولت هذا المجال وخاصة في الدراسات السابقة ، وهناك مجموعة من الدراسات الأجنبية التي تناولت المدونات بالدراسة .

فقد أجرى Rita Kirk (١٤) (٢٠٠٥) دراسة حول استخدام المدونات أثناء الحملات السياسية حيث سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام المدونات في الاتصال السياسي أثناء الحملات الانتخابية خلال عام ٢٠٠٤ بالولايات المتحدة الأمريكية وذلك من خلال سعى المرشحن إلى عرض برامجهم الانتخابية من خلال المدونات ، وقد توصلت الدراسة إلى تفاعل الناخبين وخاصة فئة الشباب مع هذا النمط من التواصل .

كما أجرى Robert Macdougall (١٥) (٢٠٠٥) دراسة بعنوان هوية المجتمعات الافتراضية الإلكترونية والمدونات حيث سعى إلى التعرف بالتحليل إلى المعلومات والأخبار الواردة في المدونات والمجتمعات الافتراضية عبر شبكة الانترنت وذلك عن طريق تحليل (١١٠) مدونة كما تطرقت الدراسة إلى تأثير المدونات على الفرد والمجتمع ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن الأخبار السياسية أكثر الأخبار تأثيراً على الجمهور الذي يتعرض للمدونات .

وأكد Judit Bar-Ilan (١٦) (٢٠٠٥) في دراسته حول المضامين المحورية للمدونات على أهمية المدونات وأهمية حركة التدوين واعتبارها من أهم الأنشطة على شبكة الانترنت في الوقت الحالي ، وأشار إلى الانتشار السريع لهذه الظاهرة ، وقام الباحث بتحليل ١٥ مدونة خلال شهري سبتمبر- أكتوبر ٢٠٠٣ وأشارت النتائج إلى تعرض مضامين المدونات إلى القضايا الحالية التي تهم المجتمع .

وتناول Melissa Wall (١٧) (٢٠٠٥) في دراسته حول مدونات الحرب رؤية نقدية لتعرض المدونات للحرب الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣ وذلك من خلال استعراض عينة مكونة من ٣٠ مدونة ، وتوصلت الدراسة إلى اقتراب دور المدونات في التأثير من الصحف الالكترونية .

وتساءل Paul Pedley (١٨) (٢٠٠٥) في دراسته هل المدونات ظاهرة عالمية ام صحافة هواة أم ميادين صغيرة شرعية للحوار والنقاش وللإجابة على هذا التساؤل استعرض الباحث عينة من المدونات وجد خلالها انتشار التدوين على الانترنت بما يجعلها ساحة هامة للحوار والنقاش في مجالات شتى .

وهناك دراسات تعرضت إلى أنواع متخصصة من المدونات ، حيث تعرض Jane B.Singer (١٩) (٢٠٠٥) في دراسته بعنوان الصحفي السياسي المدون إلى المدونات السياسية من خلال تحليل ٢٠ مدونة متخصصة في المجال السياسي وذلك بهدف التعرف إلى مدى يعتمد الصحفيين السياسيين على هذه المدونات ، وتوصلت الدراسة إلى زيادة اعتماد الصحفيين السياسيين على المدونات كمصدر للأخبار بالنسبة لهم .

وكذلك تناول Kris R.Cohen (٢٠) (٢٠٠٥) المدونات المتخصصة في عرض الصور في دراسة بعنوان ماذا تهدف مدونات الصور ، حيث سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التطور التقني للصورة واستخدام المدونات لها ، وتوصلت الدراسة إلى زيادة استخدام المدونات للصور نظرا

لسهولة تنزيلها وجودتها العالية .

وقد أجرى John Quiggin (٢١) (٢٠٠٦) دراسة بعنوان ظاهرة المدونات وموقع ويكى كنمط مبتكر عبر الويب ، حيث استعرض الباحث ظاهرة المدونات وتاريخ بداياتها وتطورها كنمط مبتكر عبر شبكة الانترنت كما اعتمد على منهج دراسة الحالة في تحليل شكل ومضمون موقع لمدونة بعنوان ويكى وتوصل الباحث إلى العديد من النتائج منها زيادة إقبال الجمهور على موقع ويكى لاستخدامه نمط التواصل والتفاعل مع الجمهور .

كما تعرض Srividya Raghavan (٢٢) (٢٠٠٦) إلى المدونات وعلاقتها بمجال الأعمال وأشار إلى زيادة اعتماد بعض رجال الأعمال على المدونات في عرض أفكارهم ومميزات شركاتهم .

وفى هذا الإطار أيضاً تناول Bing Pan (٢٣) (٢٠٠٧) دراسة المدونات المتخصصة في التسويق ، حيث قام بتحليل ٤٦ مدونة متخصصة في مجال التسويق وتوصل إلى اعتماد كثير من المعلنين على المدونات كوسيلة لتسويق سلعهم لما تتميز به من قدرة على التفاعل مع الجمهور .

كما تسعى دراسة Kaye D. Sweetser t. (٢٤) (٢٠٠٧) حول استخدام المدونات في حملات المرشحين إلى التعرف على كيفية تأثير استخدام المدونات أثناء الحملات الانتخابية على أصوات صغار الناخبين ، وذلك من خلال دراسة حالة الانتخابات الأمريكية ٢٠٠٤ بين جورج بوش وجون كيري ، واستخدم الباحث منهج تحليل محتوى المواقع الالكترونية لعينة من المدونات حجمها ١١٩٠ مدونة مقسمة بين ٦٩٤ لجون كيري ، ٤٩٦ مدونة لجورج بوش وطبقت الدراسة على ١٠٦ من مستخدمي هذه المدونات من صغار الناخبين ، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها تأثير الناخبين بالقضايا والخطط الإستراتيجية لبرامج المرشحين .

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح :

- ندرة الدراسات العربية التي تناولت ظاهرة المدونات بالدراسة.
- أغلب الدراسات التي تناولت المدونات استعرضت تحليل مضمون عينة من المدونات .
- عدد من الدراسات تناولت علاقة المدونات بالجمهور وتأثيرها عليهم.
- تصاعد اهتمام الدراسات الأجنبية بالمدونات تقديراً لدورها في جذب الجمهور لها وتأثيراتها المختلفة .
- الإطار المنهجي للدراسة :
- مشكلة الدراسة :

نظرا لحدثة ظاهرة المدونات وندرة الدراسات خاصة العربية والتي تناولت هذه الظاهرة ، وعدم وجود دراسات تتعرض لرؤى الجمهور والمدونين للمدونات ، وفى ظل الغموض الذى أحاط بهذه الظاهرة وعدم توافر بيانات دقيقة بشأنها وتناولها البعض في المقالات كصورة مبسطة اختزلت المدونات إلى مجرد كونها نوعا من العبث لقضاء وقت الفراغ أو أنها مجال لتداول الشائعات ، لذا فإن مشكلة الدراسة تتمثل في محاولة التعرف على رؤية كل من جمهور المدونين والشباب الجامعى لمعايير انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت ومدى اتفاقهم أو اختلافهم بشأن أهميتها ووظائفها والعوامل التي تتحكم في انتقاءها ، هذا بالإضافة إلى محاولة الباحث رصد ماهية المدونات من خلال تحليل شكل ومضمون عينة من المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال :

- ١- انتشار ظاهرة المدونات عبر شبكة الانترنت ، الأمر الذي يجعل

هناك ضرورة لدراسة هذه الظاهرة من خلال علاقتها بالمتعاملين معها من جمهور المدونين والشباب .

٢- أهمية دراسة الأنماط التفاعلية التي تفرزها شبكة الانترنت دراسة علمية تجعل هناك رؤية واضحة لهذه الأنماط .

٣- أهمية مرحلة الشباب وخاصة الجامعي والتي تتعرض بشكل اكبر لمثل هذه الظواهر الجديدة مما يجعل هناك ضرورة لدراسة العلاقة بينهما .
أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

١- التعرف على معايير انتقاء المدونين للمدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

٢- التعرف على معايير انتقاء الشباب الجامعي للمدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

٣- تحليل شكل ومضمون المدونات المصرية وذلك للوقوف على الجوانب السلبية والايجابية لهذه الظاهرة .

فروض الدراسة:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي والمتعلقة بالشكل.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات

عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي والمتعلقة بالمضمون .

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن دوافع التعرض للمدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي .

- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن ترتيب أنواع المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي وفقا لمضمونها.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن مدى الحرص على التفاعل بين جمهور المدونين والشباب الجامعي .

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما نوعية المدونات المصرية على شبكة الانترنت .
- ٢- ما نوعية المضامين التي تتناولها المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت

- ٣- ما أهم اللغات المستخدمة في المدونات المصرية
- ٤- ما أهم أساليب التدوين الموجودة في المدونات المصرية
- ٥- ما أهم الوسائط المستخدمة في المدونات المصرية
- ٦- ما وسائل وأدوات التفاعل عبر المدونات المصرية
- ٧- ما درجة وجود أبحار في المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت
- ٨- ما أهم الخصائص الديموغرافية للمدونين .
- ٩- ما أهم الخصائص الديموغرافية لجمهور المدونات .

نوع ومنهج الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية ، والتي تسعى إلى وصف وتحليل ظاهرة المدونات المصرية ومعايير جمهور المدونين والشباب الجامعي ، كما اعتمد الباحث في هذا الإطار على منهجين ؛ هما المنهج المسحي والمنهج المقارن وذلك للمقارنة بين جمهور المدونين والشباب الجامعي بشأن انتقائهم للمدونات عبر شبكة الانترنت .

أدوات جمع البيانات :

اعتمد الباحث على أداتين لجمع بيانات الدراسة وهما :

- ١- استمارة استبيان لكل من جمهور المدونين والشباب الجامعى وذلك لجمع البيانات الخاصة بمعايير انتقاءهم للمدونات المصرية ، حيث شملت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة تدور حول أهداف الدراسة .
- ٢- استمارة تحليل مضمون للمدونات المصرية وذلك للتعرف على شكل ومضمون ما يقدم من خلال هذه المدونات .

مجتمع وعينة الدراسة :

- بالنسبة للمدونين :

حدد الباحث مجتمع الدراسة من جميع المدونين المصريين الذين يقومون بإنشاء المدونات المصرية ، وقد اختار الباحث من هذا المجتمع عينة عمدية تبلغ ١٥٠ مفردة .

- بالنسبة للشباب الجامعى :

- يشمل مجتمع الدراسة بالنسبة للشباب الجامعى جميع الشباب الجامعى بالجامعات المصرية ، وقد اختار الباحث عينة عمدية حصصية طبقية تبلغ ١٥٠ مفردة من الشباب الجامعى كثيفي التعرض للمدونات المصرية .

- بالنسبة للمدونات المصرية :

مجتمع الدراسة هنا هو جميع المدونات المصرية على شبكة الانترنت ، وعلى الرغم من صعوبة تقدير عدد المدونات المصرية على شبكة الانترنت نظرا لتسارع انتشارها إلا أن هناك إحصائية تشير إلى أن عدد المدونات المصرية ١٢٠ ألف مدونة تقريبا وذلك بداية ٢٠٠٧ موزعة على مجموعة من الأدلة الرئيسية وهى (جيران - بلوج سبوت - مكتوب - البوابة - كاتب - ايجى بلوجز) ، وقد اختار الباحث عينة عمدية مكونة من ١٥٠ مدونة مصرية بها كثافة في التعرض وفقا لعدد المشاركات وكذلك أن تكون نشطة وكان توزيعها كالتالى

جدول رقم (١)

نسب توزيع المدونات عينة الدراسة حسب الادلة

عدد المدونات	الدليل
٢٥	جيران
٢٥	بلوج سبوت
٢٥	مكتوب
٢٥	البوابة
٢٥	كاتب
٢٥	ايجي بلوجز
١٥٠	الاجمالى

إجراءات الصدق والثبات :

قام الباحث بعد اعداد استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون بعرضهما على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام ومناهج البحث (٢٥)، ثم اجري التعديلات في ضوء ملاحظاتهم ، ثم قام باختبار صدق المقياس وجاءت القيم بين ٠,٩٢,-٠,٩٧، وهى قيم مرتفعة تدل على صدق المقياس .

أيضاً قام الباحث بحساب باختبار ثبات الأدوات حيث أعاد باحثون آخرون تطبيق ٢% من الاستمارات بعد مرور أسبوع من التطبيق وتراوحت نسبة الثبات بين ٩٥% - ٩٨% وهى نسب مرتفعة تدل على ثبات المقياس .

المعالجة الإحصائية للبيانات :

اعتمد الباحث على المعاملات الإحصائية التالية :

- ١- النسب والتكرارات
- ٢- تحليل التباين one-way
- ٣- اختبار t-test
- ٤- اختبار شفوية
- ٥- الوزن النسبي .

نتائج الدراسة وتفسيرها :

أولاً: - الدراسة التحليلية :

جدول رقم (٢)

نوعية المدونات المصرية على شبكة الانترنت

النسبة	نوع المدونة
١٠٠%	
٦٢%	متعددة الوسائط
٢١%	كتابية
٨%	صورية
٥%	فيديو
٤%	صوتية

تشير النتائج الواردة في الجدول (٢) إلى اختلاف نوعية المدونات المصرية على شبكة الانترنت حيث جاءت المدونات التي تعتمد على تعدد الوسائط في الترتيب الأول بنسبة ٦٢% ، ثم المدونات الكتابية في الترتيب الثاني بنسبة ٢١% وجاءت المدونات التي تعتمد على الصور الثابتة في الترتيب الثالث بنسبة ٨% ثم مدونات الفيديو رابعا بنسبة ٥% وأخيراً المدونات الصوتية بنسبة ٤% .

ويتضح من النتائج السابقة إلى استفادة المدونات المصرية من إمكانات شبكة الانترنت في مجال توظيف الوسائط المتعددة وذلك يجعل هناك زيادة في جذب الانتباه للمدونات .

جدول رقم (٣)

نوعية مضامين المدونات المصرية على شبكة الانترنت

النسبة	مضمون المدونة
١٠٠%	
٢٣%	منوعة
٢٠%	شخصية
١٨%	سياسية
١٤%	دينية
١٢%	رياضية
٦%	اجتماعية
٤%	فنية
٣%	علمية

تشير النتائج الواردة في الجدول (٣) تنوع مضامين المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت وجاءت المدونات متنوعة المضمون في الترتيب الأول من إجمالي عينة الدراسة ثم المدونات الشخصية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠% يليها المدونات السياسية الثالثة بنسبة ١٨% ثم الدينية بنسبة ١٤% وجاءت المدونات الرياضية في الترتيب الخامس بنسبة ١٢% ثم المدونات الاجتماعية سادسا بنسبة ٦% وجاءت المدونات الفنية في الترتيب السابع بنسبة ٤% ، وأخيراً جاءت المدونات العلمية بنسبة ٣% .

ويتضح من خلال النتائج السابقة أن هناك تنوعاً في مضمون المدونات المصرية على شبكة الانترنت ، كما يلاحظ ارتفاع المضمون السياسي متفوقاً على مضامين أخرى مثل الرياضي والفني في المدونات المصرية مما يدل على اعتبار المدونات متنفس للتعبير عن القضايا السياسية بحرية .

جدول رقم (٤)
لغة المدونات

النسبة	اللغة
%١٠٠	
%٤٧	العربية
%٢٥	مزيج بين العربية والانجليزية
%١٩	عربية بحروف انجليزية
%٨	انجليزية
%١	فرنسية

من خلال النتائج الواردة في الجدول (٤) يتبين أن استخدام المدونات المصرية للغة العربية في التدوين جاء في الترتيب الأول بنسبة %٤٧ ، وفي الترتيب الثاني استخدام المزج بين العربية والانجليزية بنسبة %٢٥ ، وجاء في الترتيب الثالث استخدام العربية بحروف انجليزية بنسبة %١٩ ثم اللغة الانجليزية بنسبة %٨ وأخيراً الفرنسية بنسبة %١ .

وتشير النتائج السابقة إلى تمسك حركة التدوين باللغة العربية كلغة أساسية للتدوين ، كما تشير النتائج إلى وجود ظاهرة بدأت مع تكنولوجيا الاتصال وهى أسلوب الكتابة العربية بالحروف الانجليزية وبدأت تنتشر بشكل كبير ويرى الباحث أن هذه الظاهرة تؤثر سلباً على مستوى اللغة العربية وخاصة لدى الشباب.

جدول رقم (٥)

أساليب التدوين

النسبة	%١٠٠
أسلوب التدوين	
مذكرات يومية	%٣٥
كتابة عامة	%٢٢
أسلوب حوارى	%١٧
كتابة نقدية	%١٢
أسلوب تعبيرى	%٩
أسلوب إرشادى	%٣
كتابة صحفية	%٢

يتبين من نتائج الجدول (٥) أن أسلوب المذكرات اليومية جاء في الترتيب الأول بالنسبة لأساليب التدوين المستخدمة في المدونات المصرية وذلك بنسبة %٣٥ ، وجاء أسلوب الكتابة العامة في الترتيب الثاني بنسبة %٢٢ ، ثم الأسلوب الحوارى في الترتيب الثالث بنسبة %١٧ وجاء أسلوب الكتابة النقدية في الترتيب الرابع بنسبة %١٢ والأسلوب التعبيري خامسا بنسبة %٩ ، ثم جاء الأسلوب الإرشادى سادسا بنسبة %٣ ، وأخيراً جاء أسلوب الكتابة الصحفية بنسبة %٢.

ويلاحظ من النتائج السابقة أن هناك تحديثاً مستمراً للمدونات ، حيث جاء أسلوب المذكرات اليومية في الترتيب الأول ، كما بينت النتائج أن اغلب المدونات المصرية لا تعتمد على أسلوب الكتابة الصحفية في عملية التدوين

جدول رقم (٦)

الوسائط المستخدمة في المدونات المصرية

النسبة	الوسائط
%١٠٠	
%٥٣	الوسائط المتعددة
%٣١	النصوص اللغوية
%١٠	الصور الفوتوغرافية
%٦	الفيديو

تشير النتائج الواردة في الجدول (٦) إلى استخدام المدونات المصرية للوسائط المتعددة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة %٥٣ ، ثم النصوص اللغوية في الترتيب الثاني بنسبة %٣١ وجاءت الصور الفوتوغرافية في الترتيب الثالث بنسبة %١٠ وأخيراً جاء استخدام ملفات الفيديو بنسبة %٦ . ويتضح مما سبق أن المدونات المصرية تستخدم الوسائط المتعددة في عرض مضمونها ، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في الجدول رقم (٢) .

جدول رقم (٧)

أدوات التفاعل عبر المدونات المصرية

النسبة	أداة التفاعل
%١٠٠	
%٧١	إضافة تعليق أو رأى
%٢٢	البريد الإلكتروني
%٤	رسائل sms
%٣	لا توجد أدوات تفاعل

تشير النتائج الواردة في الجدول (٧) إلى مدى استخدام المدونات المصرية لأدوات التفاعل حيث جاءت أداة إضافة تعليق أو رأى في الترتيب

الأول بنسبة ٧١% ثم استخدام البريد الإلكتروني بنسبة ٢٢% وجاءت رسائل snis في الترتيب الثالث بنسبة ٤% وأشارت النتائج إلى وجود نسبة ٣% من المدونات عينة الدراسة لا تستخدم أدوات تفاعل .

وتوضح النتائج السابقة ارتفاع نسبة استخدام المدونات المصرية لأدوات التفاعل وذلك بنسبة ٩٧% .

جدول رقم (٨)

مدى وجود إبحار في المدونات المصرية

النسبة	إبحار
١٠٠%	مدونات بها إبحار
٩١%	مدونات لا يوجد بها إبحار

تشير النتائج الواردة في الجدول (٨) إلى استخدام المدونات المصرية الإبحار في مواقعها وذلك بنسبة ٩١% مقابل نسبة ٨% من العينة لا يوجد بها إبحار .

أهم الخصائص الديموغرافية للمدونين والجمهور في المدونات المصرية

جدول رقم (٩)

السن

النسبة	المدونون	الجمهور
السن		
أقل من ٢٠ عام	٥%	١٥%
من ٢٠ - ٤٠ عام	٧٤%	٥٨%
أكثر من ٤٠ عام	٢٠%	٩%
غير واضح	١%	١٨%

جدول رقم (١٠)
النوع

النوع	المدونون	الجمهور
ذكر	%٦٣	%٦٧
انثى	%٢٩	%٢٠
غير واضح	%٨	%١٣

جدول رقم (١١)
نوع التعليم

التعليم	المدونون	الجمهور
جامعي	%٥٠	%٦٤
قبل الجامعي	%٤٤	%٢٠
غير واضح	%٣	%١١
ماجستير	%٢	%٤
دكتوراه	%١	%١

جدول (١٢)
المهنة

المهنة	المدونون	الجمهور
طالب	%٢٣	%٣٠
لا يعمل	%٢١	%٢٢
مهندس كمبيوتر	%١٧	%١٠
إعمال حرة	%١٥	%٦
مدرس	%٨	%٥
محامى	%٧	%٤
إعلامي	%٥	%٧
غير واضح	%٤	%١٦

جدول (١٣)

التعبير عن الهوية

الهوية	المدونون	الجمهور
التعبير عن الهوية	٩٥%	٦٢%
عدم التعبير عن الهوية	٥%	٣٨%

تشير البيانات الواردة بالجدول (٩) ، (١٠) ، (١١) ، (١٢) ، (١٣) إلى الخصائص الديموجرافية للمدونين والجمهور وذلك للمدونات المصرية عبر شبكة الانترنت عينة الدراسة وجاءت كالتالي :-

السن :

هناك اتفاق في مستوى السن بين المدونين والجمهور حيث جاءت نسبة المدونين ما بين ٢٠-٤٠ عام ٧٤% يليها نسبة المدونين أكثر من ٤٠ عام ٢٠% ثم المدونين أقل من ٢٠ عام بنسبة ٥% وجاءت نسبة المدونين الغير واضح سنهم ١% في حين جاءت نسبة الجمهور ما بين ٢٠-٤٠ عام ٥٨% يليها نسبة الجمهور الغير واضح سنهم ١٨% ثم جاءت نسبة الجمهور الأقل من ٢٠ عام ١٥% وأخيراً الجمهور الأكثر من ٤٠ عام بنسبة ٩% .

النوع :

كما أشارت النتائج أن نسبة المدونون الذكور بلغت ٦٣% بينما المدونون الإناث ٢٩% وهناك نسبة ٨% من المدونات غير محدد بها نوع المدون ، في حين بلغت نسبة جمهور المدونات من الذكور ٦٧% ، والإناث ٢٠% بينما كان هناك نسبة ١٣% من جمهور المدونات غير واضح نوعهم .

التعليم :

وأشارت النتائج أن نوع التعليم للمدونين جاء كالتالي : جامعي بنسبة ٥٠% ، قبل الجامعي بنسبة ٤٤% ، غير واضح بنسبة ٣% ، ماجستير بنسبة ٢% ، دكتوراه بنسبة ١% ، في حين أن جاء نوع التعليم للجمهور

جامعي بنسبة ٦٤% ، قبل الجامعي بنسبة ٢٠% ، غير واضح بنسبة ١١% ،
ماجستير بنسبة ٤% ، دكتوراه بنسبة ١% .

المهنة :

أظهرت النتائج أن نوعية التعليم للمدونين كانت كالتالي : طالب بنسبة
٢٣% ، لا يعمل بنسبة ٢١% ، مهندس كمبيوتر ١٧% ، أعمال حرة بنسبة
١٥% ، مدرس بنسبة ٨% ، محامى بنسبة ٧% ، إعلامي بنسبة ٥% ، غير
واضح بنسبة ٤% . بينما جاءت نوعية المهنة للجمهور : طالب بنسبة
٣٠% ، لا يعمل بنسبة ٢٢% ، مهندس كمبيوتر ١٠% ، أعمال حرة بنسبة
٦% ، مدرس بنسبة ٥% ، محامى بنسبة ٤% ، إعلامي بنسبة ٧% ، غير
واضح بنسبة ١٦% .

الهوية :

أشارت النتائج أن اغلب المدونين يعبرون عن هويتهم في مدوناتهم
وذلك بنسبة ٩٥% بينما هناك ٥% من المدونين لا يعبرون عن هويتهم ، كما
أشارت النتائج أن ٦٢% من جمهور المدونات يحرصون على التعبير عن
هويتهم بينما ٣٨% منهم لا يعبرون عن هويتهم .

ثانيا : الدراسة الميدانية و اختبار فروض الدراسة :

جدول رقم (١٤)

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونون والشباب الجامعي والمتعلقة بالشكل

الإجمالي		الشباب الجامعي		المدونون		العينة عوامل الشكل
الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	
٤	١١,٨٥	٤	١٢,٠٩	٥	١١,٦٢	الألوان
٢	١٢,٤٠	٢	١٢,٤٩	٢	١٢,٣٢	الاسم
٧	١١,١٣	٧	١١,٠٦	٧	١١,٢٠	نوع حرف النص
٦	١١,١٧	٦	١١,١٢	٦	١١,٢٢	حجم حرف النص
٨	١١,٠٥	٨	١١,٠٢	٨	١١,٠٩	نوع حرف العنوان
٥	١١,٥٥	٥	١١,٣٢	٤	١١,٧٨	حجم حرف لعنوان
٣	١٢,١١	٣	١٢,١٤	٣	١٢,٠٨	الصور
١	١٣,٥٣	١	١٣,٤٧	١	١٣,٥٩	التصميم

يشير الجدول السابق إلى نتائج الدراسة الميدانية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي والمتعلقة بالشكل وكانت كالتالي :-

- أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المدونين والشباب الجامعي ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين (ف) ١,٤٣ وهي قيمة غير دالة إحصائية ، مما يؤكد تقارب في معايير انتقاء كلا من المدونين والشباب الجامعي بشأن العوامل المتعلقة بشكل المدونات مما يؤكد على أهمية الاهتمام بشكل المدونة وقدرته على جذب انتباه الجمهور وخاصة في ظل الزيادة السريعة لعدد المدونات بشكل عام والمصرية بشكل خاص على شبكة الانترنت .

- بالنسبة للترتيب النسبي لعوامل الشكل جاء متقارب بين كلا من

المدونين والشباب الجامعي فعلى سبيل المثال جاء تصميم المدونة بشكل عام في الترتيب الأول لدى عينة الدراسة من المدونين والشباب الجامعي مما يدل على أهمية تصميم الكلي للمدونة بشكل عام ، كما جاء توافق في ترتيب عناصر (الاسم ونوع وحجم حرف النص ونوع حرف العنوان) بين عينة الدراسة ، بينما كان هناك اختلاف بسيط في ترتيب عنصري الألوان وحجم حرف العنوان .

- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلنا إليه كل من John, Quiggin (٢٦) و Ruth, Ward (٢٧) في دراستهما حول علاقة الجمهور بمدونات وخاصة موقع مدونة ويكي من أن هناك توافقاً بين التفضيلات الشكلية للمدونة من قبل الجمهور المستخدم للمدونة .

جدول رقم (١٥)

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي والمتعلقة بالمضمون

الإجمالي		الشباب الجامعي		المدونون		العينة عوامل المضمون
الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	
٣	١٢,٨٤	٣	١٢,٨٩	٣	١٢,٧٩	نوع المدونة
١	١٣,٠٧	٤	١٢,٧٢	١	١٣,٤٢	مضمون المدونة
٦	١٢,١٦	٦	١٢,٢١	٥	١٢,١١	لغة المدونة
٤	١٢,٨٢	٥	١٢,٤٤	٢	١٣,٢١	أسلوب التنوين
٧	١١,٧٦	٧	١١,٦٧	٦	١١,٨٦	استخدام الوسائط
٢	١٣,٠٥	١	١٣,٦٥	٤	١٢,٤٦	أساليب التفاعل
٥	١٢,٢٨	٢	١٣,٢٣	٧	١١,٣٤	الإبحار

يوضح الجدول السابق نتائج الدراسة الميدانية بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعي

والمعلقة بالمضمون وكانت كالتالي :-

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من المدونين والشباب الجامعي بشأن العوامل التي تؤثر في انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت والمعلقة بالمضمون ، حيث جاءت نتائج اختبار (شيفيه) قيمة (ف) ١٤,٦٧ وهى قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ ، كما بلغت قيمة (ت) ٣,٢١ وهى دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ ، مما يشير إلى اختلاف آراء كلا من المدونين والشباب الجامعي حول العوامل التي تتحكم في انتقائهم المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت

وتوضح هذه النتيجة ان لكل من المدونين والشباب الجامعي اولوياته فيما يفضل في مضمون المدونات .

- وقد أشارت النتائج التفصيلية للترتيب النسبي بشأن عوامل المضمون بين كل من المدونين والشباب الجامعي ، جاء فى الترتيب الاول بالنسبة للمدونين عامل مضمون المدونة ، بينما جاء هذا العامل فى الترتيب الرابع للشباب الجامعي ، وهذا يوضح أهمية مضمون المدونة بالنسبة للمدونين وحرصهم على انتقاء المضمون المفضل بالنسبة لهم .

- بينما جاء عامل أساليب التفاعل فى الترتيب الأول بالنسبة للشباب الجامعي فى حين جاء فى الترتيب الرابع بالنسبة للمدونين ، ويشير ذلك إلى حرص الشباب على التفاعل عبر هذه الوسيلة للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم نحو ما يدور حولهم من قضايا

- وجاء عامل الابحار فى الترتيب الثانى بالنسبة للشباب الجامعي بينما جاء فى الترتيب السابع لدى المدونين ، وتوضح هذه النتيجة مدى حرص الشباب الجامعي على وجود ابحار فى موقع المدونة حيث وجوده فى المدونة يوضح مدى عمقها ووجود العديد من الصفحات النشطة بها . بينما جاء هذا العامل متأخر لدى المدونين ويرى الباحث ان هذه النتيجة ترجع الى ان المدون يحرص فى البداية على انشاء مدونته ثم بعد انتشارها يبدأ فى

الاهتمام بعنصر الابحار بها .

- وقد اشارت دراسة Judit, Bar-Ilan (٢٨) حول المضامين الرئيسية والمحورية للمدونات الى تنوع المضامين الخاصة بالمدونات عبر شبكة الانترنت نتيجة تنوع ميول واتجاهات المدونين .

جدول رقم (١٦)

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن دوافع التعرض لمدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونون والشباب الجامعي

الاجمالي		الشباب الجامعي		المدونون		العينة الدوافع
الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	
٥	١٢,٦٨	٥	١٢,٥٩	٤	١٢,٧٧	مصدر للمعلومات
٢	١٢,٣٨	٢	١٣,٥٤	٢	١٣,٢٣	تكوين صداقات
٦	١١,٩٦	٦	١٢,٠٤	٦	١١,٨٩	للتقليد
١	١٣,٦٠	١	١٣,٧٢	١	١٣,٤٨	للتعبير عن الآراء
٤	١٢,٨٥	٤	١٣,١١	٥	١٢,٥٩	للتسلية
٣	١٣,٢١	٣	١٣,٣١	٣	١٣,١١	للتفاعل مع الغير

يوضح الجدول السابق نتائج الدراسة الميدانية بشأن دوافع تعرض كل من المدونين والشباب الجامعي وجاءت كالتالى :

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المدونين والشباب الجامعي بشأن دوافع التعرض للمدونات المصرية عبر شبكة الانترنت حيث بلغت قيمة تحليل التباين (ف) ١,٨ وهى قيمة غير دالة احصائيا وتشير هذه النتيجة الى تقارب التشابه بين دوافع كل من المدونين والشباب الجامعي فى تعرضهم للمدونات المصرية ، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه الدراسة التحليلية بشأن المرحلة السنوية للمدونين والجمهور حيث تقع ما بين ٢٠ - ٤٠ عام مما يوضح تقارب الدوافع بين العينتين . كما اكدت دراسة Laura, J. Gurak (٢٩) حول سيكولوجية التدوين على وجود دوافع مشتركة

بين المدونين والجمهور الذى يتعرض للمدونات .

- وتشير نتائج الترتيب النسبى لاجمالى العينة ان دافع التعبير عن الآراء جاء فى الترتيب الاول ثم تكوين الصداقات ثانيا وجاء عامل التفاعل مع الغير فى الترتيب الثالث ، ويؤكد ذلك على الدور الذى تلعبه المدونات كظاهرة جديدة فى زيادة التفاعلية عبر شبكة الانترنت وكونها مجال هام لتبادل الآراء حول القضايا المختلفة ، وهذا ماجعل المدونات مجالا للتفاعل والتعبير عن الآراء كما اكد ذلك استخدام المدونات بشكل فعال لجذب الناخبين اثناء الحملات الانتخابية وفقا لدراسة Kaye,D.Sweetser (٣٠) حول استخدام المدونات فى حملات المرشحين ، وكذلك ما اشار اليه دراسة Rita,Kirk (٣١) حول استخدام المدونات اثناء الحملات السياسية ، واكد Melissa,Wall (٣٢) فى دراسته حول مدونات الحرب على الدور الذى لعبته المدونات اثناء غزو الولايات المتحدة الامريكية على العراق

جدول رقم (١٧)

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة احصائية بشأن ترتيب انواع المدونات عبر شبكة الانترنت بين المدونون والشباب الجامعى وفقا

لمضمونها

الاجمالى		الشباب الجامعى		المدونون		العينة نوع المدونات
الترتيب النسبى	المتوسط النسبى	الترتيب النسبى	المتوسط النسبى	الترتيب النسبى	المتوسط النسبى	
٥	١٢,٦٣	٨	١١,٣٩	١	١٣,٨٨	شخصية
٣	١٢,٧٨	٧	١٢,١١	٣	١٣,٤٥	منوعة
١	١٣,٥١	٢	١٣,٢٣	٢	١٣,٧٩	سياسية
٦	١٢,٥٦	٣	١٣,٠١	٧	١٢,١٢	دينية
٤	١٢,٦٤	٤	١٢,٦٩	٥	١٢,٥٩	رياضية
٢	١٣,٣٧	١	١٣,٥٣	٤	١٣,٢١	اجتماعية
٧	١٢,٣٨	٥	١٢,٤٤	٦	١٢,٣٢	فنية
٨	١٢,٠١	٦	١٢,٣١	٨	١١,٧٢	علمية

يوضح الجدول السابق نتائج الدراسة الميدانية بشأن ترتيب أنواع المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعى وتفسير بيانات الجدول السابق الى مايلى :

- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين كل من المدونين والشباب الجامعى بشأن ترتيب انواع المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت ، حيث اظهرت نتائج اختبار (شيفيه) ان قيمة (ف) ١٢,٢٤ وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١ ، كما بلغت قيمة (ت) ٣,١٧ وهى دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١

- تدل النتيجة السابقة على وجود تباين فى ترتيب انواع المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين كل من المدونين والشباب الجامعى ، هذا التباين يرى الباحث انه نتيجة طبيعية لتتوع التفضيلات لمختلف المجالات بين الجماهير مما يجعل هناك هذا التتوع فى المدونات عبر شبكة الانترنت

- جاءت المدونات الشخصية فى الترتيب النسبى الاول لدى المدونين بينما جاءت فى الترتيب الثامن والاخير بالنسبة للشباب الجامعى ، ويرى الباحث ان هناك حرص من قبل المدونين على انشاء مدونات شخصية تعبر عن شخصيتهم ويقومون بعرض اشياء خاصة جدا بالنسبة لهم ، الامر الذى يلقى عزوف وعدم اقبال من قبل الشباب الجامعى على مثل هذه المدونات . وتتفق هذه النتيجة مع ماتوصل Karen,Denard (٣٣) حول دراسة موقع تشارلوتى وتساؤل لماذا يبتكر المدونون مدونات شخصية ، حيث اكدت الدراسة ميل المدونين الى انشاء نمط المدونات الشخصية اكثر من غيرها من انماط المدونات .

- فى حين جاءت المدونات التى تناقش الموضوعات الاجتماعية والمدونات السياسية فى مقدمة اهتمامات الشباب الجامعى مما يدل على شعور الشباب بأن المدونات تعتبر متنفس لهم للتعبير عن آرائهم نحو القضايا الاجتماعية والسياسية فى المجتمع . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من

Matthew, R. Kerbel ، (٣٥) Jane, B. Singer ، (٣٤) Paul, Pedley

(٣٦) حيث اكدت هذه الدراسات الى اهتمام الجمهور بالمدونات التي تناقش وتعرض القضايا الاجتماعية والسياسية بالمجتمع.

جدول رقم (١٨)

الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن مدى الحرص على التفاعل بين جمهور المدونين والشباب الجامعي

الاجمالي		الشباب الجامعي		المدونون		مدى العينة الحرص على التفاعل
الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	الترتيب النسبي	المتوسط النسبي	
١	١٣,٨٨	١	١٣,٨٩	١	١٣,٨٧	مرتفع
٢	١٢,١٦	٢	١٢,٣٢	٢	١٢,٠١	متوسط
٣	١١,٠٦	٣	١١,٠١	٣	١١,١٢	منخفض

يوضح الجدول السابق نتائج الدراسة الميدانية بشأن التعرف على مدى حرص كل من المدونين والشباب الجامعي على التفاعل من خلال المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت ، وجاءت النتائج كالتالى :

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المدونين والشباب الجامعي بشأن مدى حرصهم على التفاعل فى المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت، حيث بلغت قيمة (ف) لتحليل التباين ٤,٨١

- وتتوافق هذه النتيجة مع أهم ما يميز هذا النمط من المواقع التي تعتمد بشكل كبير على التفاعل ما بين الاطراف المختلفة التي تتعرض لها . حيث اشارت النتائج الى حرص كل من المدونين والشباب الجامعي بشكل مرتفع على التفاعل من خلال المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

وقد اكدت دراسات كل من (٣٧) Bing, Pan ، (٣٨) Kim, Fletcher ، (٣٩) Srivillara, Raghavan على اهمية التفاعل بين المدونين والجمهور وخاصة فى مجال التسويق والتجارة والاعمال . فى حين اشارت دراسات

اخرى مثل دراسة Marydee,Ojala (٤٠) ، ودراسة Kris,R.Cohen (٤١) ، ودراسة Robert,MacDougall (٤٢) الى زيادة عدد المشاركات فى المدونات التى تعتمد على وسائل تفاعل على مواقعها مما يؤكد على حرص الجمهور والمدونين على تفعيل دور المشاركة والتفاعل عبر هذا النمط من وسائل الاتصال .

النتائج العامة للدراسة :

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى محاولة التعرف على معايير انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعى ، كما قام الباحث بدراسة هذه الظاهرة الجديدة للتعرف على شكل ومضمون المدونات المصرية من خلال تحليل عينة من المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت ، وبناء على ذلك فقد جاءت نتائج الدراسة لتشمل نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية ، ويمكن استعراضها كالتالى :-

١- اختلاف نوعية المدونات المصرية على شبكة الانترنت حيث جاءت المدونات التى تعتمد على تعدد الوسائط فى الترتيب الاول بنسبة ٦٢% ثم المدونات الكتابية فى الترتيب الثانى بنسبة ٢١% وجاءت المدونات التى تعتمد على الصور الثابتة فى الترتيب الثالث بنسبة ٨% ثم مدونات الفيديو رابعا بنسبة ٥% واخيرا المدونات الصوتية بنسبة ٤%

٢- تنوع مضامين المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت وجاءت المدونات متنوعة المضمون فى الترتيب الاول من اجمالى عينة الدراسة ثم المدونات الشخصية فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٠% يليها المدونات السياسية ثالثة بنسبة ١٨% ثم الدينية بنسبة ١٤% وجاءت المدونات الرياضية فى الترتيب الخامس بنسبة ١٢% ثم المدونات الاجتماعية سادسا بنسبة ٦% وجاءت المدونات الفنية فى الترتيب السابع بنسبة ٤% ، واخيرا جاءت المدونات العلمية بنسبة ٣% .

٣- استخدام المدونات المصرية للغة العربية فى التكوين جاء فى الترتيب الأول بنسبة ٤٧% ، وفى الترتيب الثانى استخدام المزج بين العربية والانجليزية بنسبة ٢٥% ، وجاء فى الترتيب الثالث استخدام العربية بحروف انجليزية بنسبة ١٩% ثم اللغة الانجليزية بنسبة ٨% واخيرا الفرنسية بنسبة ١% .

٤- اسلوب المذكرات اليومية جاء فى الترتيب الاول بالنسبة لاساليب التكوين المستخدمة فى المدونات المصرية وذلك بنسبة ٣٥% ، وجاء اسلوب الكتابة العامة فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٢% ، ثم الاسلوب الحوارى فى الترتيب الثالث بنسبة ١٧% وجاء اسلوب الكتابة النقدية فى الترتيب الرابع بنسبة ١٢% والاسلوب التعبيرى خامسا بنسبة ٩% ، ثم جاء الاسلوب الارشادى سادسا بنسبة ٣% ، واخيرا جاء اسلوب الكتابة الصحفية بنسبة ٢٥% .

٥- استخدام المدونات المصرية للوسائط المتعددة جاء فى الترتيب الاول بنسبة ٥٣% ، ثم النصوص اللغوية فى الترتيب الثانى بنسبة ٣١% وجاءت الصور الفوتوغرافية فى الترتيب الثالث بنسبة ١٠% واخيرا جاء استخدام ملفات الفيديو بنسبة ٦% .

٦- توضح النتائج ارتفاع نسبة استخدام المدونات المصرية لأدوات التفاعل وذلك بنسبة ٩١% . حيث جاءت اداة اضافة تعليق او راي فى الترتيب الاول بنسبة ٧١% ثم استخدام البريد الالكترونى بنسبة ٢٢% وجاءت رسائل sms فى الترتيب الثالث بنسبة ٤% و اشارت النتائج الى وجود نسبة ٣% من المدونات عينة للدراسة لا تستخدم ادوات تفاعل

٧- تستخدم المدونات المصرية الابحار فى مواقعها وذلك بنسبة ٩١% مقابل نسبة ٨% من العينة لا يوجد بها ابحار .

٨- جاءت الخصائص الديموجرافية للمدونين عينة الدراسة كالتالى جاءت نسبة المدونين ما بين ٢٠-٤٠ عام ٧٤% ، كما اشارت النتائج ان

نسبة المدونون الذكور بلغت ٦٣% بينما المدونون الاناث ٢٩%، وأشارت النتائج ان نوع التعليم للمدونين جاء كالتالى : جامعى بنسبة ٥٠% ، قبل الجامعى بنسبة ٤٤% ، غير واضح بنسبة ٣% ، واطهرت النتائج ايضا ان اعلى نسبة خاصة بنوعية التعليم جاءت طالب وذلك بنسبة ٢٣% . اشارت النتائج ان اغلب المدونين يعبرون عن هويتهم فى مدوناتهم وذلك بنسبة ٩٥% .

٩- بينما جاءت الخصائص الديموجرافية الجمهور كالتالى : اكثر الجماهير المتابعة للمدونات المصرية يقع سنهم ما بين ٢٠ - ٤ - عام بنسبة ٥٨% ، ونسبة جمهور المدونات من الذكور ٦٧%، والاناث ٢٠% ، وجاء اكثر مستوى تعليمى لجمهور المدونات الجامعيين بنسبة ٦٤% واخيرا جاءت نسبة الطلاب اعلى نسبة بين جمهور المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت وذلك بنسبة ٣٠% .

١٠- اثبتت الدراسة عدم صحة الفرض الاول ، حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بشأن العوامل التى تؤثر فى انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعى والمتعلقة بالشكل .

١١- اثبتت الدراسة صحة الفرض الثانى ، حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية بشأن العوامل التى تؤثر فى انتقاء المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت بين المدونين والشباب الجامعى والمتعلقة بالمضمون .

١٢- كما اثبتت الدراسة عدم صحة الفرض الثالث ، حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المدونين والشباب الجامعى بشأن دوافع التعرض للمدونات المصرية عبر شبكة الانترنت.

١٣- اثبتت الدراسة صحة الفرض الرابع، حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كل من المدونين والشباب الجامعى بشأن ترتيب انواع المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

١٤- اثبتت الدراسة عدم صحة الفرض الخامس ، حيث لا توجد فروق ذات دلالة اجصائية بين المدونين والشباب الجامعى بشأن مدى حرصهم على التفاعل فى المدونات المصرية عبر شبكة الانترنت .

توصيات الدراسة :

- محاولة تفعيل الدور الاعلامى للاعلاميين سواء المهنيين او الاكاديميين فى مجال المدونات سواء بانشاء مدونات اعلامية تهتم بقضايا المجتمع المصرى والعربى ، أومحاولة تقنين هذه الظاهرة
- دراسة المدونات باعتبارها ظاهرة اعلامية لمحاولة رصد الجوانب السلبية والايجابية بها من اجل التعرف اكثر وبشكل علمى عليها
- ضرورة اهتمام المسؤولين بالاراء الموجودة على المدونات ودراستها لما لها من اهمية كبيرة فى توجيه الرأى العام
- ضرورة الاهتمام بالجانب التشريعى المتعلق بمثل هذه الممارسات عبر المدونات الالكترونية فى اطار الاهتمام العام بالتشريعات المتعلقة بالانترنت .
- الاهتمام بدراسة مضمون هذه المدونات للخروج بنتائج عن طبيعة شريحة المتابعين لها وطبيعة افكارهم وآرائهم ومعتقداتهم وذلك لمحاولة رصد التحولات الجديدة فى المجتمع المصرى

المراجع :

- 1- Diane J. Schiano, Bonnie A.Nardi,Blogging by the Rest of US ,CHI 2004,Late Breaking Results paper,24-29 April,Vienna,p.114.
- 2- Susan C. Herring. Lois Ann Scheidt, Bridging the Gap :A Genre Analysis of Weblogs ,proceedings of the 37th Hawaii International Conference on system sciences ,2004,p1.
- 3-Marydee,Ojala,Blogging,2005,Business Information Review, Vol,22,No.4,pp269-276.
- 4- Merriam, Webster Online Dictionary,dec.2006, Available at:
<http://www3.merriam-webster.com>
- ٥ - المدونات العربية في الفضاء الإلكتروني: أفق جديد للكتابة، أخبار اليوم، ع٦٢٨، يوليو ٢٠٠٥.. متاح على:-
<http://www.akhbarelyom.org.eg/adab/issues/628/1000.html>
- ٦- مدونة. موسوعة ويكيبيديا،نوفمبر ٢٠٠٦.
متاح على :-
<http://ar.wikipedia.org>
- 7- Ray, Jan. Welcome to the Blogoshere: The Educational Use of Blogs,. Kappa Delta Pi Record; v42 n4,Sum 2006, p175-177.
- 8- Merriam-Webster Online Dictionary مرجع سابق "
- ٩- نفس المرجع السابق.
- 10- Encyclopedia Britannica online, Novamner,2006. Available at:-
<http://www.britannica.com/eb/article-9404269/blog>
- 11- <http://www.ar.wikipedia.org>
- 12- <http://www.pointblog.com>
- 13- <http://www.egybloggers.com>
<http://www.sifry.com> -
- 14- Rita,Kirk,Blogs in Campaign Communication,American Behavioral Scientist,2005,Vol,49,No,4,PP.548-559.

- 15- Robert,MacDougall,Identity,Electronic Ethos,and Blogs,
American Behavioral Scientist,2005, Vol,49,No,4,PP.575-599.
- 16- Judit,Bar-Ilan,Information hub blogs,Journal of Information
Science,2005, Vol,31,NO,4,PP297-307
- 17- Melissa,Wall,Blogs of war,Journalism,2005, Vol,6
,No,2,pp153-172
- 18- Paul,Pedley,International Phenomenon?Amateur journalism?Legal
minefield?,Business Information Review,2005,Vol,22,No.2,pp95-
100
- 19-Jane,B. Singer,ThePoliticalj-
blogger,2005,Journalism, Vol,6,No,2,pp173-198.
- 20- Kris,R.Cohen,What does the photoblog want?,2005,Media
Culture&society, Vol,27,No,6,pp883-901.
- 21- John,Quiggin,Blogs,Wikis and creative innovation,2006,
Inter national Journal of cultural Studies, Vol,9,No,4,pp+81-496.
- 22-Srividya,Raghavan,Blogs and Business Conversations
,2006, Journal of Creative Communications, Vol,1,No,3,pp285-
295.
- 23- Bing.Pan,Travel Blogs and the Implications for
Destination Marketing,2007,Journal of Travel
Research, Vol,46,No,1 pp35-45
- 24- Kaye,D.Sweetser,Trammel,Candidate Campaign Blogs,
2007, American Behavioral Scientist, Vol,50,no,9,pp1255-1263.

٢٥- اسماء السادة المحكمون :

١.د/ فائق الطنبارى استاذ الاعلام - جامعة عين شمس

١.د/ محمد معوض استاذ الاعلام - جامعة عين شمس

١.د/ محمود اسماعيل استاذ الاعلام - جامعة عين شمس

26- John,Quiggin,Op.Cit.,pp 491- 493

27- Ruth,Ward,Blog and wikis, Business Information
Review,2006, Vol,23,No.4,235-240.

28- Judit,Bar-Ilan,Op.Cit.,pp 299-301.

29- Laura,J.Gurak,The Psychology of Blogging,2008,Vol.52,
No.1,pp 60-68.

30- Kaye,D.Sweetser,Op.Cit.,pp.1259-1261.

- 31- Rita,Kirk,Op.Cit.,pp 551-553.
- 32- Melissa,Wall,Op.Cit.,pp165-168.
- 33- Karen,Denard,Charlotte's Web:Why and How to Create Personal Web Sites and Blogs,2007, Available at:
<http://hpp.sagepub.com>
- 35- Jane,B.Singer,Op.Cit.,pp191-194.
- 36- Matthew,R.Kerbel,2005,Blog for America and Civic Involvement,The Harvard International Journal of press/politics, Vol.10,No.4,pp3-27.
- 37- Bing,Pan,Op.Cit.,pp42-44.
- 38- Kim,Fletcher,Why blogs are an open door,2007,British Journalism Review, Vol,18,No.2,pp41-46.
- 39- Srividya,Raghavan,Op.Cit.,pp286-287.
- 40- Marydee,Ojala, Op.Cit.,pp270-272.
- 41- Kris,R.Cohen, Op.Cit.,pp896-899.
- 42- Robert,MacDougall, Op.Cit.,pp590-592.