

استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها

دراسة ميدانية

د. / أسامة غازي المدني

موضوع الدراسة وأهميته:

إن إبداع المحتوى لم يكن أسهل مما هو عليه الآن. فقد أحدث الانتشار الكبير للكاميرات الرقمية وكاميرات الفيديو عالية الوضوح وإمكانيات الاتصال المستمر بالإنترنت، سلكياً ولاسلكياً، ثورة في المحتوى الرقمي الذي يوفره المستهلكون، أو بالأحرى الذين كانوا حتى سنوات قريبة مضت "مستهلكين/متلقين" فقط.. وإضافة إلى ما توره أجهزة الهاتف المحمولة، يمتلك المستهلكون تشكيلة كبيرة من الأجهزة التي تتيح إبداع محتويات سمعية، بصرية للنشر عبر شبكة الإنترنت.. ويقوم عدد من كبار منتجي الأجهزة المحمولة يدوياً أمثال سوني إريكسون ونوكيا، بتثبيت البرمجيات داخل أجهزتهم بهدف تسهيل أنشطة التدوين التي يقوم بها مستخدم أجهزة الهاتف المحمول، دون الحاجة إلى جهاز الكمبيوتر الشخصي^(١).

وأضحت المدونات اليوم تمثل أهم وسائل العمل الإعلامي الخالي من القيود والوسيلة الأقرب للتعبير عن الرأي أو القضية دون رقيب أو متابعات، كما أنها أصبحت تمثل جزء أساسي في الحصول على المعلومات والأخبار الجادة أو الخفيفة. بالإضافة إلى أن التدوين أصبح وسيلة شعبية بين عدد كبير من الأفراد المتحمسين لهذه الوسيلة الجديدة في المنازل أو المكاتب.

(١) أيمن الصياد، الإعلام القادم، مجلة وجهات نظر، العدد ١٢٤، مايو ٢٠٠٩، القاهرة، الشركة المصرية للنشر العربي والدولي.

وتتبع أهمية الدراسة من كون التدوين أحد وسائل التعبير المباشر عن الذات فالمدون يعبر عن انطباعاته وردود أفعاله ويمارس حريته بشكل مستقل عن أي فرد آخر، ويستطيع أن تكون له مساحته ومجاله الخاص على الإنترنت والذي يستطيع من خلاله أن يعبر عن ما يدور بداخله من مشاعر وأحاسيس ومن اهتمامات وألويات.

وأصبح للمدونات وما أتاحتها من أدوات تعبير جديدة دور فعال في المشاركة السياسية غير الرسمية^(*) لما تتمتع به من ارتفاع سقف حرية التعبير وكشفها لمشكلات تنظيمية ودينية وثقافية وقانونية داخل المجتمع وكونها أداة للتفاعل بين الفرد والمجتمع والدولة وتأثيرها على طبيعة ونمط العلاقة بين مدخلات النظام السياسي⁽¹⁾.

وتتضح أهمية الدراسة في أنها تكشف عن الدور الذي يمكن أن تلعبه المدونات كوسيلة إعلامية يحتاج إليها المجتمع لتحقيق الديمقراطية وحرية التعبير باعتبارها وسيلة شعبية بين عدد كبير من الأفراد المجتمع.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

١ - دراسة (إيهاب حمدي جمعه مجاهد، ٢٠٠٧) بعنوان: مساحات البوح: المرأة العربية والإنترنت، دراسة مسحية لمدونات المرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونون العرب (مكتوب)⁽²⁾:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح الإعلامي

(*) يقدر عدد المدونات العربية بنحو ٤٩٠ ألف مدونة وبنسبة لا تتعدى ٧% من مجموعات المدونات عالمياً، ويوجد ما يقارب ٧٥ مليون مدونة حتى ١٠ أبريل ٢٠٠٧، المرجع السابق نفسه.

(1) سعيد المصري، المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، تقرير معلومات ٢٠٠٨، ص ٣.

(2) إيهاب حمدي جمعه مجاهد، مساحات البوح: المرأة العربية والإنترنت، دراسة مسحية لمدونات المرأة الفلسطينية على موقع اتحاد المدونون العرب (مكتوب)، الجامعة الأمريكية، ٢٠٠٧.

والتي تستهدف رصد وتحليل الخصائص الديموجرافية للمدونات الفلسطينية على موقع مكتوب (اتحاد المدونون العرب) وسوف تستخدم الدراسة أسلوب تحليل المضمون الكمي.

النتائج:

اتضح من الدراسة تنامي ظاهرة التدوين في العالم العربي عامة وفي المجتمع الفلسطيني خاصة حيث احتلت المدونات الفلسطينية المرتبة السابعة في هذا المجمع من حيث عدد المدونات تسبقها في ذلك دولا هي مستقلة وذات سيادة وتعداد سكانها أكبر بكثير من تعداد الشعب الفلسطيني (كمصر والسعودية والجزائر).

كما تضح من الدراسة صحة الفرض الأساسي لنظرية انتشار الابتكارات حيث تبين أن غالبية المدونات الفلسطينية في هذا المجمع هن إما طالبات بمراحل التعليم المختلفة أو يعملن بمهنة الصحافة بما يتوافق مع الفرض الأساسي للنظرية فهن متعلقات ومهتمات بالشأن العام ومتابعات للأحداث والابتكارات كذلك فإن غالبيةهن (٣٧%) ينتمين للفئة العمرية (١٦ - ٢٤) أي شبابات في مقتبل العمر وهو ما يتفق مع النزعة للتغير وقبول تبني الابتكارات والمستحدثات.

اتضح من النتائج أيضا أنهم يملن للتدوين في موضوعات تتصل بالقضية الفلسطينية ومناصرتها ثم تأتي قضية حقوق المرأة في المرتبة التالية مباشرة كما أنهم نجحوا في استقطاب عدد كبير من القراء حتى بلغت أعلى نسبة مشاهدة لإحدى المدونات الفلسطينية ٤٨٤,١٣٨ مشاهدة أو زيارة.

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

والتدوين وذكر أن السبب الرئيسي لذلك هو رغبتهم في البوح أو (الفضفضة) لتجاهل المجتمع والأسرة لهم وما يعانينه.

عبرت المدونات الفلسطينية عن أشكال متنوعة من القهر الذي يعانينه داخل الأسرة وأشكال مختلفة من القمع سواء المتصلة بالأزواج أو الأهل والأقارب أو من كلا السلطتين الفلسطينية وسلطة الاحتلال وكأنها "ظلمات بعضها فوق بعض".

٢ - دراسة (شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، ٢٠٠٧) بعنوان: المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المکتبيين^(١):

- تسعى هذه الدراسة لاستجلاء طبيعة المدونات الإلكترونية بصفة عامة والمدونات المصرية ومدونات المكتبات والمكتبيين بصفة خاصة كمصدر للمعلومات من خلال تناول عدد من النقاط:
- المدونات مصدرا للمعلومات.
- ماهية المدونات.
- المدونات المصرية النشأة والتطور.
- المدونات المصرية والسياسية.
- المدونات في مجال المكتبات والمعلومات.

نتائج الدراسة: أن المدونات كمصدر جديد للمعلومات على الشبكة العنكبوتية (الويب: Web) تتسم بالتراكم والزيادة المستمرة والسريعة ثانية بعد الأخرى على عكس الأشكال التقليدية الأخرى من مصادر المعلومات. تبدو الحاجة إلى وجود معايير وميثاق لأخلاقيات التدوين يتبعها المدونون وفقا للقواعد المعيارية في إسناد المعلومات إلى أصحابها وغيرها من المعايير التي تحقق مصداقية ما

(١) شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدر للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المکتبيين، رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الآداب)، ٢٠٠٧.

ينشره هذا المصدر وعلى الجانب الآخر ونظراً لأن "ملكية الفكر والإبداع أئمن من أي ملكية مادية.

٣ - دراسة (فاطمة الزهراء، ٢٠٠٨) بعنوان: القيمة الاجتماعية الشاملة لمدونات الإنترنت: دراسة مقارنة بين المدونات المصرية والأمريكية^(١):

وقد استهدفت هذه الدراسة قياس عناصر القيمة الاجتماعية الشاملة بمكوناتها التقنية والإنسانية والمضمونية في المدونات المصرية والأمريكية وتحليل العلاقات التي تربط بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والمكونات النفسية والاجتماعية المرتبطة بمنتجي ومستخدمي هذه التكنولوجيا. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

جاءت مدونة scobleizer في المرتبة الأولى من حيث توافر عناصر القيمة الاجتماعية الشاملة بنسبة بلغت ٨٧% ويليهها مدونة mm، وأقل المدونات لهذه القيمة كانت مدونة G.T.

أظهرت نتائج الدراسة إلى أن المدونات السياسية المصرية والأمريكية أكثر من المدونات الأخرى أما المدونات الاجتماعية فقد ضعف اهتمامها بتوفير عناصر القيمة الإنسانية بسبب الاستغراق في التعبير عن الذات بأسلوب مسهب يحتمل فيه النص المكانة الأولية وبسرد أدبي للموضوع هدفه الأساسي إشباع النزعة التعبيرية التفرغية.

٤ - دراسة (حسني محمد نصر، ٢٠٠٩) بعنوان: الخصائص الاتصالية للمدونات الإلكترونية ودورها في التحول إلى مجتمع المعلومات^(٢):

وتقوم هذه الدراسة على وصف أبحاث ظاهرة المدونات وتحليلها وواقع

(١) فاطمة الزهراء، القيمة الاجتماعية الشاملة لمدونات الإنترنت: دراسة مقارنة بين المدونات المصرية والأمريكية، المؤتمر العلمي الرابع عشر (الإعلام بين الحرية والمسئولية)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ٢٠٠٨.

(٢) حسني محمد نصر، الخصائص الاتصالية للمدونات الإلكترونية ودورها في التحول إلى مجتمع المعلومات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس لأكاديمية أخبار اليوم (تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي)، ٢٠٠٩.

التدوين العربي والعوامل التي ساعدت على انتشاره في السنوات الأخيرة وما تقدمه المدونات من إمكانيات معلوماتية جديدة يمكن أن تدعم من تحول المجتمعات الحديثة إلى مجتمعات معلوماتية.

النتائج:

- ١ - أصبحت المدونات ظاهرة إعلامية مهمة في الوقت الراهن سواء على المستوى الدولي أو المستوى الإقليمي العربي.
- ٢ - تحولت المدونات إلى وسيلة اتصال جماهيرية توفر ما يمكن اعتباره "صحافة بديلة" أو صحافة موازية للصحافة المطبوعة.
- ٣ - تحولت المدونات من وسيلة للتعبير الشخصي عن الرأي إلى نوع من صحافة المعلومات التي تسهم في تدفق المعلومات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١ - دراسة (Bonnie A. Nardi et al., 2003) بعنوان لماذا ندون؟^(١):

أجريت هذه الدراسة في الفترة من أبريل وحتى يونيو خلال عام ٢٠٠٣ وقد أجريت المقابلات مع الباحثين للتعرف على المعلومات الديموجرافية وعاداتهم التدوينية والأفكار المتبلورة لديهم عن التدوين ومدى استخدامهم لوسائل الإعلام. وتم الحصول على المعلومات من خلال أسلوب التحليل الكمي للمضمون والوظائف التي تقوم بها المدونات وكذلك من خلال المقابلات مع الباحثين وأجريت هذه المقابلات مرتين على الأقل مع كل مبحث مع متابعتهم شخصياً سواء عبر التليفون أو البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية.

وبلغت عينة الدراسة (٢٣) مفردة منهم (١٦ ذكور) و(٧ إناث) ممن تتراوح أعمارهم بين (١٩-٦٠). وتضمن الإطار الجغرافي للعينة مدينتي (كاليفورنيا، نيويورك، وتم اختيار العينة من خلال محرك البحث (جوجل www.google.com) من خلال خدمة استضافة المدونات.

(١) Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano, Michele Gumbrecht, Luke Swartz, **Why We Blog?**, Communications of the ACM, 47(12): 41-46, December, 2003.

النتائج: ١ - الدوافع الرئيسية الخمسة للتدوين هي: (توثيق حياة الفرد، التعليق وعرض الآراء، التعبير عن المشاعر، التعبير وكتابة الأفكار، تشكيل المنتديات والمحافظة على المجتمع) ولكن كل هذه الدوافع متداخلة.

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

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

٣ - دراسة (Marci McCoy AOTH, 2004) بعنوان كيف يرى الصحفيون المدونات؟^(١):

قدمت هذه الدراسة تعريفا للمدونة على أنها "موقع شخصي على الإنترنت يحتوي على الأفكار والتعليقات، وأن المدونات مصطلح غالبا ما يطلق على المدونات السياسية".

وأقرت الدراسة بالتأثير الملحوظ الذي أحدثته المدونات خلال الفترة الأخيرة في عملية إنتاج الأخبار وذلك نظرا لقدرتها الفائقة على كشف الحقائق التي عجزت وسائل الإعلام التقليدية على كشفها وكان لها الفضل في الخروج بقصص سياسية مهمة خلال هذه الفترة.

وأجريت الدراسة من خلال مسح لآراء الصحفيين حول تعريف "المدونات" وتباينت الآراء ما بين:

١ - أن المدونة كلمة ابتداعية سخيفة.

٢ - يستخدمها الناس للذئف.

٣ - يستخدمها الناس للسخرية من الأحداث.

٤ - يستخدمها المدونون للتخلص من أفكارهم العشوائية.

ومن خلال الاستطلاع تم سؤال الصحفيين عن موافقتهم أو رفضهم لاعتبار

(١) Marci McCoy AOTH, **How journalists see the, Blogosphere?**, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, 2004.

أن المدونات السياسية لعبت دور في تحسين عملية إنتاج الأخبار.
وكانت النتيجة:

١- نسبة (٥٢%) وافقت. ٢- نسبة (٢٠%) رفضت.

و (٦٨%) من عينة الدراسة ذكرت أن ظاهرة المدونات السياسية ليست جيدة بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية لما لها من عيوب مثل الطابع المتسرع وانعدام المعايير الأخلاقية والاتجاه إلى الشائعات.

٣ - دراسة (Maria Sanz, 2004) حول دور المدونات السياسية في تنمية الحملات الانتخابية^(١):

وهدفت هذه الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي وهو:

كيف يمكن أن تصبح المدونات السياسية أداة قوية للتنمية المستقبلية للحملات الانتخابية؟

وركزت الدراسة على المدونات التي تحتوي على الرسائل السياسية خلال الحملات الانتخابية وتحليل محتواها وخاصة خلال فترة الانتخابات باعتبارها أداة للترويج السياسي. واستخدام أسلوب تحليل المضمون على عينة تبلغ (٢٠ مدونة سياسية) وتم اختيارها عشوائيا خلال الفترة من (٢٠٠٤ - ٢٠٠٥) للانتخابات الأمريكية والبريطانية.

وتم اختيار العينة من المدونات التي تكتب بالإنجليزية وتم استبعاد المدونات بلغات أخرى وتم تحليل الوصلات والصور وخاصة البحث والإعلانات ومدى إتاحة إمكانية التعليق من قبل القراء.

٤ - دراسة (Daniel W. Drezner & Henry Farrell, 2004) بعنوان: السلطة والمدونات السياسية^(٢):

وسعى هذا البحث للإجابة على تساؤل رئيسي وهو لماذا تمثل المدونات

(١) Maria Sanz, **We Blogs as A Subgenre of Political Communication/ Marketing**, Universidad de Castilla-La Mancha, 2004.

(٢) Daniel W. Drezner & Henry Farrell, **The Power and Politics of Blogs**, 2004.

عواقب سياسية حقيقية رغم الانخفاض النسبي في عدد قراء المدونات؟ وركز البحث على جانبين هامين وهما: توزيع القراء على جميع المدونات وكذلك التفاعل بين المدونات البارزة ووسائل الإعلام التقليدية. حيث أن صانعي القرار في وسائل الإعلام يتعاملون مع المدونات على محمل الجد. كما أن للمدونات تأثير واسع على السياسة وركز البحث على حدود النفوذ السياسي للتدوين وأثارها المباشرة على الحياة السياسية وتأثيرها الفعال على وسائل الإعلام الذي جعلها قضية أهم من الجمهور.

٥ - دراسة (Joao Canavilhas, 2004) بعنوان المدونات السياسية في البرتغال: هل خلقت فاعلة جديدة؟^(١):

وتهدف الدراسة إلى معرفة الدوافع التي تؤدي إلى خلق المدونات السياسية؟ وكذلك تأثير ظهور المدونات على البرتغال ومعرفة أسباب نموها وتزايد أعدادها في البرتغال.

وذكرت الدراسة أن الحكومات دائما تميل إلى تقييد وسائل الإعلام وحرية التعبير واللجوء إلى الرقابة مثل الضغوط المالية من منظمات وسائل الإعلام. وعلى الرغم من تزايد أهمية المدونات حتى أواخر عام ٢٠٠٤ إلا أنها تم تجاهلها تماما من قبل السياسيين. فيما عدا (خوسيه، باتشيكوباييرا) السياسيين اللذان انتبها إليها.

وتم اختيار عينة تتكون من (٥١) مدونة ذات طابع سياسي وتم جمع (٣٥) ردا على الاستبيانات بقيمة (٦٨%).

النتائج :

١ - تؤكد البيانات أن عام ٢٠٠٣ هو عام الطفرة الكبيرة في المدونات السياسية البرتغالية ولذلك فكانت نسبة (٩٤%) من المدونات عينة الدراسات تم إنشاؤها في هذا العام.

(١) Joao Canavilhas, **Political blogs in Portugal: Has the device created new actors?**, Universidade la Beira Interior, 2004.

- ٢- وكان شهر يوليو قد شهد ولادة (٨) مدونات وتم إنشاء خلال الربع الثالث (١٣) مدونة.
- ٣- (٤٧%) من المدونات تصدر بمعدل (١٠) تدوينات أسبوعياً، (٣,٣٤%) تصدر من (١١-٢٠) تدوينة أسبوعياً، (٨,٩%) تصدر من (٢١ - ٣٠) أسبوعياً، (٨,٩%) تصدر (٥٠) تدوينة أسبوعياً.
- ٤- الزيارات اليومية: (٧٩,٤%) سجلت أقل من (٤٠٠) زيارة، و(٢٣,٦%) أقل من (١٠٠) زيارة، (٢٦,٦%) ما بين (١٠٠-٢٠٠) زيارة، و(٤%) ما بين (٢٠١-٤٠٠) زيارة.
- ٥- متوسط عمر الزوار بالترتيب: (٣٣/٢٢) بنسبة (٤٤,٤%)، (٤١/٣٤) بنسبة (٣٨,٢%)، (٥٠-٤) بنسبة (١١,٨%)، (٢٥/١٨) بنسبة (٥,٩%).
- ٦- الدوافع: كشفت النتائج أن أقوى أسباب لإنشاء مدونة مدونة هي: المشاركة المدنية" ثم "خلق فضاء يتيح حرية الرأي والتعبير" و"إمكانية المشاركة في خلق مجتمع ديمقراطي" و"خلق علاقات مع ناس ذات مصالح مماثلة".
- ٦ - دراسة (Kevin Wallsten, 2005) بعنوان المدونات السياسية ومحررها^(١): وبدأت هذه الدراسة تعتبر المدونات أفضل أداة للتعبير السياسي أو أنها شكل جديد، وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام الجمهور العادي للمدونات بوصفها شكل من أشكال التعبير السياسي واعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الكمي لمضمون (٢٥ مدونة) تحتوي على (٣٧٦٣ مقال) تم اختيارها بشكل عشوائي وذلك لمدة ستة أشهر اعتباراً من (يوليو إلى نوفمبر ٢٠٠٤) وذلك لتحديد العلاقة بين التغطية الإعلامية والمناقشات السياسية على المدونات عينة

(١) Kevin Wallsten, **Political Blogs and the Bloggers Who Blog Them: Is the Political Blogosphere and Echo Chamber?** Paper Presented at the American Political Science Association Annual Meeting Washington, D.C. September 1-4, 2005.

الدراسة وتم اختيار أبرز ٢٥ قضية سياسية. وتساعد هذه الدراسة أيضا على فهم ما إذا كانت المدونات هي مجرد صدى للرسائل السياسية التي يتم تقديمها من قبل وسائل الإعلام. وكذلك تحديد المستوى السياسي للمدونات وتقييم المضمون السياسي على المدونات وليس لتحديد مستوى النقاش السياسي في المدونات. وتم الاعتماد على المقابلة من خلال البريد الإلكتروني.

٧ - دراسة (Andy Koh et al., 2005) بعنوان أخلاقيات التدوين^(١):

وركزت الدراسة على اعتراف وقرار وسائل الإعلام بالمدونات وكذلك الباحثين والمسؤولين الحكوميين في مختلف أنحاء العالم حيث لعبت المدونات خلال الفترة الأخيرة دور بارز في التعليق على القضايا العامة وخاصة حرب العراق وهجمات ١١ سبتمبر وكذلك مصدر مهما للأخبار. ومع ذلك تم نقد المدونين لأسباب تتعلق بعدم كونهم صحفيين أكاديميين مؤهلين لامتهان المهنة. وأجريت هذه الدراسة بناء على استقصاء دولي للمدونين مع التركيز على أبرز أنواع المدونات، والمبادئ وأخلاق المدونين واعتمدت على العينة العشوائية.

وأظهرت النتائج أن:

(٧٣%) من المدونين ذكروا أن مدوناتهم تنتمي للطابع الشخصي، في حين (٢٧%) ذكروا أنها ليست شخصية وكشفت أيضا النتائج عن اختلافات كبيرة في تعاريف المدونين للمدونات الشخصية وغير الشخصية حيث كانت الشخصية هي بمثابة جريدة شخصية أو مجلة بينما المدونة غير الشخصية هي التي تركز على مواضيع محددة ومحتوى موجه عادة لجمهور أوسع.

ويختلف تعريف المدونات الشخصية وغير الشخصية بناء على العوامل الديموجرافية وعادات القراءة والموضوعات وأصحاب المدونات غير الشخصية دائما من كبار السن من الذكور مع زيادة المستوى التعليمي لمدوني المدونات غير الشخصية عن مدوني المدونات الشخصية.

^(١) Andy Koh, Alvin Lim, Ng Ee Soon, **Ethics in Blogging survey**, Iowa State Press, 2005.

والمدونات غير الشخصية تتمتع بتزايد أعداد قرائها عن المدونات الشخصية وكل المدونين يعتبرون أن الإسناد هو الأهم في العملية التدوينية ولكن لا يتحمس أي نوع من أنواع المدونين لوجود "ميثاق أخلاقي للتدوين" وأن جميع المدونين بخصائصهم الديموجرافية وتجاربهم وعاداتهم ومعتقداتهم يرون أنهم ليسوا بحاجة إلى قواعد للسلوك.

٨ - دراسة (William F. Brescide & T. Miller, 2005) عن الفوائد المتوقعة من التدوين في التعليم الجامعي^(١):

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية الاستكشافية وأجرى استقصاء كأداة لجمع البيانات وذلك في هيئة سؤال "ما العناصر أو الخصائص التي تجعل المدونات أداة فعالة لدعم التعليم الجامعي؟" وتم طرح هذا السؤال على خمسة أعضاء من هيئة التدريس في الجامعة الذين يستخدمون التدوين كطريقة للتدريس. وتم التوصل إليهم عبر البريد الإلكتروني خلال ربيع ٢٠٠٥ وكان الهدف هو الوصول إلى خمسة عناصر تجعل المدونات أداة فعالة وفريدة لدعم مستوى التعليم الجامعي. وكانت النتيجة:

- ١ - المدونات تعبر عن الرأي العام.
 - ٢ - يمكن من خلالها إدارة المحتوى.
 - ٣ - تخفيف التوتر.
 - ٤ - الحرية في التعبير دون التقيد بكتابات رسمية.
 - ٥ - التفاعل أي يستطيع الطالب التعليق وطرح الأسئلة.
- وكانت النتيجة العامة للدراسة هي: أن المدونات يمكن استخدامها في العملية التعليمية.
- ٩ - دراسة (Gavin O'Malley, 2005) حول مستخدمي المدونات^(٢):

(١) William F. Brescid, T. Miller, **What's it worth? The perceived benefits of instructional blogging**, Electronic Journal for the Integration of Technology in Education, 2005.

(٢) Gavin O'Malley, **Blog Readers an Elite Minority**, 2005.

قراء المدونات لا يزالون قلة، إلا أنها من بين المجموعات الأكثر نفوذاً في الولايات المتحدة وذلك وفقاً لدراسة أجرتها شبكة Blogads.com. واعتمدت هذه الدراسة على استطلاع الرأي كأداة لجمع البيانات حيث تم مسح أكثر من ٣٠٠٠٠ مستخدم للإنترنت ووجد أن (٧٠%) من المدونين يلقبهم المعلنين (النافذون) كسمة ديموجرافية. واستخدم "كوبلاند" مصطلح المدونون للتعبير عن كلا من محرري المدونات وقارئها وهؤلاء الرجال يجلسون في الطوابق السفلية ويرتدون بيجامة.

أظهر الاستطلاع أن نسبة (٥٦%) من قراء المدونات ليس لديهم مدونة، وأن (٣٢%) من مستخدمي الإنترنت ليسوا على دراية بها. وتبين أيضاً أن هؤلاء الأكثر تأثيراً في المجتمع وذكر أحد المدونين أن تأثير المدونات كبير وواضح ولا يمكن تحديد هذا الأثر من خلال قراء المدونات فقط.

وتبين أيضاً أن ٧٥% من قراء المدونات من الذكور، و٤٣% تزيد قيمة دخولهم عن ٩٠ ألف دولار، و١٤% يعملون في قطاع التعليم، و٧١% من عينة الدراسة علقوا على تدوينات سياسية إلا أن ٦٦% قدموا تدوينات سياسية، و٥٠% ذكروا أن المدونات تعتبر رائدة في رصد الأنباء وعرض الآراء وافر ٧٣% أنه يجد في المدونات من الأخبار ما لا يجده في مصادر أخرى.

١٠ - دراسة (Sara Pederson, Caroline MacAfee, 2006) بعنوان: ممارسات وشعبية المدونيين البريطانيين^(١):

ركز البحث على العادات والقدرات التقنية وذلك على عينة من المدونيين البريطانيين واستخدم البحث أداة تحليل المضمون للمدونات على عينة (٤٨ مدونة بريطانية) وذلك خلال الفترة من ٢٠٠٥-٢٠٠٦م.

والهدف من هذه الدراسة هي لمحة على المدونات البريطانية واضحة في الاعتبارات غالبية البحوث الأكاديمية المنشورة عن المدونات كانت تقوم على

^(١) Sara Pederson, Caroline MacAfee, **The Practices, and Popularity of British Bloggers**, 2006.

ممارسات مدونات الولايات المتحدة فقط. بينما تقوم هذه الدراسة التجريبية على تحليل أوجه التشابه والاختلاف بين مدونين الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة.

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان من خلال الإنترنت وذلك على عينة من (٢٤ ذكر) و(٢٤ إناث) ممن تزيد أعمارهم على (١٨ سنة) من المقيمين في بريطانيا.

النتائج:

- ١ - التركيبة السكانية للعينة:
 - تتراوح أعمار النساء من (١٩-٦٥) والرجال (٢٠-٦٤)، ومتوسط عمر النساء (٣٤) والرجال (٣٥).
 - ونصف النساء و(٦٢%) من الرجال يعملون بدوام كامل بينما (١٧%) من النساء و(٢١%) من الرجال يعملون بنصف دوام.
 - ومعدل ثلاث نساء وثلاث رجال عرفوا أنفسهم على (مثلي الجنس).
- ٢ - تبين أن المرأة أكثر استخداما للمدونات وأكثر اهتماما بها، بينما يحرص الذكور على تفعيل خدمة الإشراف على التعليقات.
- ٣ - الرجال يقضون وقتا مع المدونات أقل بالنسبة للنساء وتدون النساء أكثر من الرجال.

١١ - دراسة (Joseph Graf, 2006) بعنوان جمهور المدونات السياسية^(١): وهي دراسة لجمهور المدونات السياسية وتعتبر من أصعب الدراسات وتم الاعتماد على منهج المسح من خلال أداة الاستقصاء عبر الهاتف وأجرى الاستقصاء في الفترة من (٢٠٠٥-٢٠٠٦) للوصول إلى محرري المدونات حتى تمكن الباحث من الوصول إلى (٧٠٠٠) شخص عبر الهاتف والوصول أيضا إلى (٢٣٣) مدون.

^(١) Joseph Graf, *The Audience for Political Blogs: New Research on Blog Redership*, 2006.

وتتضمن الدراسة بحث تأثير الإنترنت على الحياة السياسية مع التركيز على قارئ المدونات السياسية واكتسبت الدراسة أهمية من حديث الصحفيين عن قارئ المدونات السياسية وتأثيرات المدونات السياسية. وتم الاعتماد على العينة العشوائية والاستقصاء كأداة لجمع البيانات وأظهرت النتائج أن:

- ١- نسبة كبيرة من قراء المدونات تعدو مرحلة قراءة المدونات إلى قراءة التعليقات وذلك بنسبة (٨٤%) أحيانا، (١١%) كثيرا جدا.
- ٢- نسبة (٥٦%) ذكور موافقون على أن المدونات السياسية تعزز الحوار السياسي، (٥٤%) أنها جيدة من أجل الحوار الديمقراطي، و(٥١%) يؤيدون بشدة أن المدونات يمكن الحصول من خلالها على معلومات غير متوفرة في أي مكان (مصدر آخر).
- ٣- ونسبة (٤٣%) من القراء اليوميين وافقوا على أن المدونات تعطي فرصة التحزب ولكن (٣٧%) محايد و(٢٠%) رفضوا تماما هذه الفكرة.

١٢ - دراسة (Boyd, Danah, 2006) بعنوان مدونات المدونين: بحث في التعريف^(١):

تبحث الدراسة في كيفية تطوير أدوات وسائل الإعلام وتقديم أيضا إطارا لفهم المدونات باعتبارها مجموعة متنوعة من الممارسات التي تؤدي إلى إنتاج أشكال متنوعة من المضامين. واعتمدت الدراسة على عينة مختارة من ثمانية ذكور، وستة من الإناث واثنين كما تتراوح أعمارهم بين ١٩ - ٥٧ مع متوسطي ٢٩٤، كل يعيش في تسعة مناطق حضرية رئيسية، وتقع على الساحل الغربي من الولايات المتحدة، وأربعة على الساحل الشرقي، وثلاثة حول لندن.

(١) Boyd, danah, 2006. "A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium." Reconstruction 6(4), <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml>.

وخلصت الدراسة إلى أن التعريفات الحديثة للمدونات تركز فقط على هيكل ومحتوى المدونات وغالبا ما تربط بين النشأة المفهوم. ولكن استطاع هذا المنهج التحليلي التركيز على صعوبة قدرة الجمهور على متابعة تطور المدونة كيفية تقييم أداء وقيم المدونين من خلال التدوينات. وذلك من خلال التحول إلى التركيز على الأداء وأنه من الصعب أن نرى كيف استطاعت المدونات أن تكون شكل من أشكال الاتصال بل ووسيلة يتم من خلالها الاتصال.

١٣ - دراسة (Elimine Wijnia, 2006) بعنوان فهم المدونات من منظور اتصالي^(١):

تتحقق هذه الدراسة من الإجابة على سؤالين هامين وهما:

١ - ما هو الشكل الاتصالي الذي أتاحتها المدونات؟

٢ - ما هي استخدامات المدونات في المستقبل؟

وطبقت هذه الدراسة نظرية (Babermas) والتي تتحقق من الإمكانيات التي أتاحتها المدونات في تحقيق الوضع المثالي للخطاب.

ولمناقشة ذلك فيجب أن نتحقق المساواة لكل شخص في الاتصال وأنه لا توجد خلافات بين السلطة والمشاركين، ومن خلال هذا البحث نتحقق من إمكانية المدونات في تحقيق ذلك واستنادا لذلك فإن المدونات تتيح منبرا للخطاب.

ويذكر هابرماس أن المدونات يمكنها تحقيق:

١ - التعبير عن الذات.

٢ - تبادل المعرفة.

٣ - النقد الاجتماعي.

وأثبتت الدراسة أن ما أتاحتها المدونات من إمكانيات تتمثل في التفاعلية - إعطاء الجمهور الفرصة للتعبير السياسي عن أنفسهم - تبادل المعارف مع الآخرين - إمكانية وضع الصوت والصورة وكذلك مقاطع الفيديو - الدردشة. وإمكانية إعطاء الجمهور الفرصة للتعبير السياسي عن أنفسهم تعتبر نقطة

^(١) Elimine Wijnia, **Understanding Weblogs: A communicative Perspective**, 2006.

الانطلاق لتحقيق فرض أن المدونات بما أتاحتها من وسائل يمكنها تحقيق (الخطاب المثالي) وخلق مساحة حرة للحوار .

١٤ - دراسة (Eric Baumer et al., 2006) حول قراءة المدونات^(١):

ركز هذا البحث على قراءة المدونات وعادات القراءة لديهم وتصور انهم بشأن التدوين والمدونين. وماذا يعني لديهم أن يكون قارئ المدونة جزء منها؟ وتشير النتائج إلى أن مساهمات قراءة المدونة تعتبر جزء هام من أنشطة التدوين ولكن يختلف تعريف التدوين والمدونات ما بين ١٠ إلى ١٥ طالب من الفئة العمرية من ١٨ - ٢٥ كما تختلف الطرق التي يتم بها قراءة المدونات وتم تحليل ذلك بناء على استجابات القراء أكثر من هيكل المدونات ومحتواها وأعطى هذا معلومات أكثر عند للنظر للمدونات من حيث ملامح القراء وخبراتهم.

١٥ - دراسة (Alfred hermida, 2007) والتي تدور حول أسباب اعتماد هيئة الإذاعة البريطانية على وسائل الإعلام الجديدة والتكنولوجيا والمدونات^(٢):

وأجريت هذه الدراسة في فترة امتدت من (٢٠٠١-٢٠٠٨) ويقوم البحث بتحليل السياسة العامة الداخلية والوثائق التي تصدرها هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) ومحتوى المدونات على موقع (BBC) وذلك في الفترة من (٢٠٠٥-٢٠٠٦) وتشير النتائج إلى أن هيئة الإذاعة البريطانية تقترب من المدونات باعتبارها أداة لتعزيز الثقة مع جماهيرها من خلال التوسع في الشفافية، ويقدم البحث دراسة حالة للعلاقة بين الثقافة والابتكار والأخبار في المملكة المتحدة.

وتبحث أيضا الدراسة تجربة (BBC) كدراسة حالة في التعامل مع الجمهور من خلال المدونات وتأثير هذه الوسيلة الجديد في التيار الصحفي.

وتقوم هذه الدراسة على تحليل السياسة العامة الداخلية والوثائق التي تصدرها (BBC) وكذلك محتوى المدونات على الموقع.

^(١) Eric Baumer, John Sides, Henry Farrell, **Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics**, 2006.

^(٢) Alfred hermida, **The BBC Blogging: Is Auntie Finally Listing**, 2008.

وتم الحصول على الوثائق الداخلية من واضعي التقارير الذين يعملون في هيئة الإذاعة البريطانية وكانت في الفترة من (٢٠٠٥ - ٢٠٠٦). ووثائق السياسة العامة تعود تاريخها إلى عام ٢٠٠٤ وتمدد حتى ٢٠٠٧ وتم الحصول عليها عبر الإنترنت من خلال موقع (BBC). والكثير من وثائق الدراسة تم استخلاصها من بي بي سي نيوز.

النتائج:

- من تحليل المدونات على موقع (BBC) تبين أن هناك تبني مثير للمدونات في غضون فترة زمنية قصيرة نسبياً،
- وأن أول مدونة من هيئة الإذاعة البريطانية لم يتم انطلاقتها حتى ٢٠٠٥ ولكن في أقل من سنة تم انطلاق (٤٣) مدونة.
- من أهم التغطيات التي شملتها هي تغطية انتخابات المملكة المتحدة ٢٠٠٥ ولكن كانت تفتقد لأهم خصائص المدونات وهي إتاحة إمكانية التعليق على الموضوعات.
- أعرب بعض الصحفيين العاملين في (BBC) أن هذه الأداة ليست بكل المقاييس جديرة بالثقة.

التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ من استعراض الدراسات السابقة العربية عددها المحدود جداً وكذا اقتصرها على مجتمعين تحديداً هما المجتمع الفلسطيني والمجتمع المصري ولم تحظ المجتمعات العربية الأخرى بدراسات متعمقة بخصوص الظاهرة الجديدة على الرغم من أهميتها الكبيرة وخطورة دورها مستقبلاً، نضيف إلى ذلك أن المضمون السياسي للمدونات لم يحظ على مستوى الدراسات العربية بدراسات مستقلة. ومن ثم تمثل الدراسة الحالية إضافة أو محاولة للإضافة إلى شق مهم من الدراسات الإعلامية الحديثة.

مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة في:

محاولة الكشف عن معدل الاستخدام والاعتماد على تلك الأشكال والدوافع الحقيقية وراء استخدام هذا النمط وفيم يستخدم وما هي الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام ومعرفة أسباب نجاح هذا النوع من الأدوات رغم تواجد وسائل إعلام أخرى يمكن أن توفر التفاعلية لمضمونها.

وذلك من خلال دراسة مضمون تلك المدونات ومجموعات الفيس بوك السياسية وما تحمله من آراء ووجهها نظر وقضايا ثم دراسة مجتمع المدونين سواء كان (قائماً بالاتصال أو جمهور). وكذلك الوقوف على الأسباب والدوافع التي جعلت الشباب يقبل على متابعة المدونات ومعرفة المشكلات التي تواجههم والوقوف على دور مواقع المدونات في تحقيق حرية التعبير.

فروض الدراسة:

تطلبت الدراسة الاستعانة بنظرية تحكم مسارها وقد تمثلت تلك النظرية في مدخل الاستخدامات والإشباعات التي جاءت في عنوانها ومن ثم تصبح فروض النظرية السابقة هي فروض الدراسة منطقياً وهو ما سوف يتضح في الإطار النظري.

الإطار النظري:

تستند هذه الدراسة إلى مدخل "الاستخدامات والإشباعات" كإطار نظري يمكن من خلاله التعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة لـ"المدونات وموقع الفيس بوك" ودوافع هذا الاستخدام.

التعريف بالمدخل:

يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات أحد النماذج النظرية التي ظهرت في مرحلة ما يسمى بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام The Moderate Effect والتي سادت خلال السبعينات من القرن الماضي بالإضافة إلى عدة نماذج أخرى منها نموذج البحث عن المعلومات The information seeking paradigm ونظرية وضع

الأجندة Agenda setting ونظرية الغرس الثقافي Cultivation theory^(١). ويعتمد مدخل الاستخدام والإشباع على فكرة مفادها أن استخدامات الأفراد لنفس الرسالة يمكن أن تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعد جميعا متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل^(٢).

ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباع إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل^(٣). وقد طور أليكس تان (Alex Tan) قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الإعلامية^(٤):

- حاجات معرفية Cognitive Needs
- حاجات وجدانية Affective needs
- حاجات شخصية (متعلقة بالشخصية) Personal integrative needs
- حاجات اجتماعية Social integrative needs
- الهروب من الواقع Escapist needs

لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها

^(١) Severin & James W. Tankard, (1992): Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media, 3rd, Edition, Longman, London, p.12.

^(٢) Mosbah, Hesham (1992): "Uses and gratification of TV viewing Among Egyptian Adults" unpublished M.A. Thesis, the Department of Journalism American University in Cairo, p.13.

^(٣) Blumler & Kat, (1974): The Uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research, p.21.

^(٤) محمد الموسوي، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية، ٢٠٠٤، ص ٣٠.

الكثيرون ما يلي^(١):

- أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.
- يغير استخدام وسائل وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال.
- القيم التي تعكسها ملفات الأفلام على الإنترنت وتأثيرها على الشباب المصري:
- هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية)، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، لويس من خلال محتويات الرسائل فقط.
- إن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية متعددة، والإعلام لا يلبي إلا بعضا منها.

أما عن دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

فيعرف المتخصصون بعلم النفس الدافع بأنه القوة البيولوجية النفسية داخل الفرد التي تستحثه على القيام بنشاط معين لإشباع أو إرضاء رغبة محددة، كما أن هذه القوة تستثمر في دفع الفرد وتوجيه سلوكه حتى يشبع رغبته هذه أو

(١) عبد العزيز حمد عبد الله الحسن، وسائل الإعلام والإعلان: وصف نظري للعلاقة والتأثير، مجلة عالم الاقتصاد، دراسات الصادرة بتاريخ ٢٠٠٦/١/١

حاجته تلك^(١).

وللدافع أهمية كمتغير يؤثر في العلاقة المتبادلة بين الفرد والجماعة، ونشاط الدافع له ثلاث مراحل متميزة^(٢):
مرحلة الإلحاح: وهي المرحلة التي يتسارع فيها معدل التوتر وبتزايد ويصبح الدافع واضحا تماما في المجال الإدراكي للفرد.
مرحلة الإشباع: وهي المرحلة التي يقتم فيها إشباع الدافع وتحقيق الحاجة سواء كانت بيولوجية أو اجتماعية.
مرحلة الاتزان: وهي المرحلة الأخيرة من مراحل نشاط الدافع حيث يتم التوافق أو التعادل في عملية التفاعل بين تركيب أجهزة الفرد ووظائف هذه الأجهزة.

وبوجه عام تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين^(٣):
دوافع نفعية:

حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار التعليمية والثقافية ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع الحاجة إلى مراقبة البيئة.

دوافع طقوسية:

وفيها يقوم الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق وذلك بهدف تمضية الوقت الاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي وتنعكس هذه في البرامج الخيالية.

(١) فرج عبد القادر، أصول علم النفس الحديث (القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ١٩٩٩)، ص ١١٣.

(٢) فؤاد البهي، سعد عبد الرحمن، علم النفس الاجتماعي (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٩) ص ٤٠-٤١.

(٣) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة الطبعة الأولى (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨) ص ٢٤٦-٢٤٧.

أما فيما يتعلق بتطبيقات النظرية على استخدامات الإنترنت فقد عرضت نجوى عبد السلام الحاجات التي يستطيع الإنترنت إشباعها والتي تتمثل في⁽¹⁾:

١ - حاجات معرفية Cognitive Needs:

وهي أكثر الحاجات التي تحققها الإنترنت لمستخدميها، حيث أن الشبكة نشأت لتحقيق عملية التشارك في المعلومات بين المؤسسات العلمية والتعليمية، لذا تحرص العديد من الجهات العلمية ومراكز المعلومات والأبحاث على إتاحة أحداث ما لديها من معلومات من خلال الشبكة والإنترنت تضم معلومات عن البيئة والمنتجات والخدمات المختلفة، وتعتبر بمثابة كتاب كبير يضم مختلف أنواع المعلومات، إذن شبكة الإنترنت من أحد مصادر المعلومات الهامة، حيث تتيح لمستخدميها الوصول للمعلومات سواء عن المجتمع المحيط أو العالم الخارجي أو المعلومات الاختصاصية.

٢ - حاجات عاطفية Affective Needs:

وتشمل المواقع المخصصة للموسيقى والفن والمسرح والسينما ومختلف أنواع النشاط الترفيهي. ويحقق مستخدم الشبكة الحاجات المعرفية والعافية عن طريق عملية التصفح Browsing التي تتيح له اكتشاف معلومات جديدة.

٣ - حاجات شخصية Personal Integration needs:

من خلال الحصول على معلومات خاصة بالفرد تقدم خدماتها للفرد بحد ذاته. ومن أمثل الحاجات الشخصية التي تلبىها الإنترنت لمستخدميها هناك المواقع الخاصة بفرص العمل ومواقع العناية بالصحة ومواقع عروض الزواج.

٤ - حاجات اجتماعية Social integration Needs:

حيث تتيح لمستخدميها الاتصال مع الآخرين والمجتمع من خلال البريد الإلكتروني والمحادثة.

٥ - حاجات هروبية Escapist Needs:

⁽¹⁾ نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت (المؤتمر العلمي الرابع: الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٨) ص ٩٣.

وتهدف للترفيه عن الفرد، والتخلص من المشاكل من خلال مواقع الألعاب، وهي تعمل على تقليل التوتر لدى مستخدميها. ومدخل الاستخدامات والإشباعات يساعد في دراسة استخدامات وإشباعات الأفراد للإنترنت وتأثير هذه التكنولوجيا الجديدة على الأفراد وعلى استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية⁽¹⁾.

كما أشارت نتائج الدراسات السابقة أن استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الاتصال تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال كالإنترنت، والتي تدفع أفراد الجمهور لاستخدامات أكثر وعياً لوسائل الاتصال.

أنواع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية أو التشخيصية، حيث تعني يوصف بعض أبعاد ظاهرة المدونات وتحليلها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الوصفي (Descriptive Survey). وذلك للحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة بهدف تصنيفها وتبويبها شاملاً ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج وبناء التعميمات التي يمكن أن تبني عليها افتراضات جديدة⁽²⁾.

وتم استخدام منهج المسح الوصفي وذلك لمسح عينة جمهور من المدونات الإلكترونية.

أداة جمع البيانات:

ويعتبر الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن

(1) John Dimmck, Susan Klin, Laura Stafford, "The Gratification of the Household Telephone", Communication Research, Vol.27, April, 2000, p.228.

(2) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1999) ص 99.

طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة^(١).

مجتمع الدراسة والمجال الزمني للتطبيق:

ويتمثل في عينة تبلغ (٢٥٠) مفردة من الشباب الجامعي السعودي حيث أن من المتوقع أن يكونوا الأكثر تفاعلية وتأثراً بهذا المواقع. وقد تم سحب العينة عن طريق توزيع دعوة للمشاركة في دراسة عن شبكة الانترنت بالكليات الجامعية بمدينة جدة ومكة المتقاربتين جغرافياً تيسيراً على الباحث أثناء التطبيق الميداني، وجاءت الاستجابات عشوائياً وعلى مدى شهر كامل لتسفر عن عينة قوامها ٢٥٠ مفردة مناصفة بين المدينتين منهم (١١٣) من الذكور، (١٣٧) من الإناث أي بنسبتي ٤٥٢%، ٥٤٨% على التوالي، كمؤشر عام، ومثل الذكور (٤٣) مفردة بنسبة (٣٤٤%) للمفردات المسحوبة من مدينة جدة في مقابل (٨٢) مفردة من الإناث وبنسبة (٦٥٦%). ثم استغرق التطبيق مدة شهرين كاملين هما يناير وفبراير ٢٠٠٩.

أما مدينة مكة المكرمة فقد بلغ عدد الذكور موضع التطبيق ٧٠ مفردة وبنسبة ٥٦% مقابل ٥٥ مفردة للإناث وبنسبة ٤٤%

أسلوب تحليل البيانات:

تم توظيف برنامج SPSS/PC+ حيث تم الاستفادة من معاملات الإحصاء الوصفي داخل هذه الدراسة وحساب التكرارات. أيضاً وعلى المستوى التحليلي تم استخدام كاي^٢ لبيرسون Person-Chi square لاختيار درجة الاستقلالية بين المتغيرات عند درجة حرية محدودة (ن - ١) وبدرجة معنوية تم تحديد قيمتها في ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥٠.

أيضاً استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس درجة القوة في العلاقة بين متغيرين في حالة وجود علاقة بينهما.

(١) المرجع السابق، ص ٢٠٦.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: المدونات التي تتعرض لها عينة الدراسة:

جدول (١)

أفضلية المدونات لدى المفردات

مجتمع الدراسة المدونة	جدة			مكة			المجموع الكلي														
	نكور			إثاث			المجموع														
	ك	%	ك	ك	%	ك	ك	%	ك												
سعودية	٢٢	٥١,٢	٥١	٦٢,٢	٧٣	٥٨,٤	٣٨	٥٤,٣	٦٩	٥٦,٤	٣١	٥٤,٣	٣٨	٥٨,٤	٧٣	٦٢,٢	٥١	٥١,٢	٢٢		
أفريقية	٢	٤,٦	٥	٦,١	٧	٥,٦	٥	٧,١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٤,٨		
أوربية	٣	٧,٠	٦	٧,٣	٩	٧,٢	١	١,٤	٦	١٠,٩	٧	٥,٦	٤	٥,٦	٧	٣,٥	١٢	٨,٨	٦,٤		
أمريكية	٥	١١,٦	٧	٨,٥	١٢	٩,٦	٦	٨,٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٧,٢		
آسيوية	٣	٧,٠	٦	٧,٣	٩	٧,٢	٥	٧,١	٢	٣,٦	٧	٥,٦	٨	٧,١	٨	٧,١	٨	٥,٨	٦,٤		
عربية أخرى	٣	٧,٠	٤	٤,٩	٧	٥,٦	٦	٨,٦	٧	١٢,٧	١٣	١٠,٤	٩	١٠,٤	١١	٨,٠	١١	٨,٠	٨,٠		
أمريكا الجنوبية	٣	٧,٠	٢	٢,٤	٥	٤,٠	٢	٢,٩	٦	١٠,٩	٨	٦,٤	٥	٦,٤	٨	٤,٤	٨	٥,٨	٥,٢		
أستراليا	٢	٤,٦	١	١,٢	٣	٢,٤	٧	١٠,٠	٣	٥,٥	١٠	٨,٠	٩	٨,٠	٤	٢,٩	٤	٢,٩	٥,٢		
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٨٢	١٠٠	١٢٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	٥٥	١٠٠	١٢٥	١٠٠	١١٣	١٠٠	١٣٧	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	١٠٠		
كأ	٤,٠٤			١٨,٧			٩,٢٢														
شدة العلاقة	٠,٧٧			٠,٠			٠,٢٤														

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن المدونات السعودية تستحوذ على أعلى نسبة تعرض بين مفردات عينة الدراسة بصفة عامة ٥٦,٨% وتزيد هذه النسبة في جدة ٥٨,٤١% عنها في مكة وبفارق ليس كبيراً حيث حققت ٥٥,٢%، يليها وبفارق كبير مدونات الدول العربية الأخرى (٨%) ثم الأمريكية (٧,٢%) من إجمالي عينة الدراسة وربما يمكن تفسير النسبة الأولى بسبب القرب النفسي والمكاني.

أما النسبة الثانية فربما تعود إلى أن أمريكا الفاعلة في مختلف أنشطة الحياة

تغري بمتابعة الآخرين لما يقوله مواطنيها للكشف عن تقييمهم لسياساتها. وبحساب قيمة كاً المحسوبة وبالكشف عن قيمة كاً الجدولية عند درجة حرية ٧ للإجمالي ٩,٢٢, ١٨,٧, ٤,٠٤ على التوالي وبذلك جاءت أقل من كاً الجدولية في مكة فقط مما يظهر أنه توجد فروق دالة بين التعرض لتلك المدونات وانفتاح المجتمع نسبياً.

هذا لا ويلاحظ بالنسبة لجغرافية المدونات الأخرى وعلى الرغم من أن بعضها ينطلق من دول جوار كالدول الآسيوية مثلاً إلا أن المصير المشترك أو متابعة الأنشطة المؤثرة على هذا المصير جاءت مرتفعة الأهمية عند المفردات. ٢ - مدى علم المفردات بوجود المضمون السياسي بالمدونات الالكترونية:

جدول رقم (٢)

مدى علم عينة الدراسة بوجود المضمون السياسي بالمدونات

المشاهدة	جدة						مكة						المجموع الكلي					
	نكور		إناث		المجموع		نكور		إناث		المجموع		نكور		إناث		المجموع	
مدى العلم	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يعلم	٣٩	٩٠,٧	٧٩	٩٦,٣	١١٨	٩٤,٤	٥١	٧٢,٩	٤٢	٧٦,٤	٩٣	٧٤,٤	٩٠	٧٩,٦	١١	٨٨,٣	٢١١	٨٤,٤
لا يعلم	٤	٩,٣	٣	٣,٧	٧	٥,٦	١٩	٢٧,١	١٣	٢٣,٦	٣٢	٢٥,٦	٢٣	٢٠,٤	١٦	١١,٧	٣٩	١٥,٦
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٨٢	١٠٠	١٢٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	٥٥	١٠٠	١٢٥	١٠٠	١١٣	١٠٠	١٣٧	١٠٠	٢٥٠	١٠٠
كاً	١٧٠						٢٠						٣٥٤					
شدة العلاقة	٠,١٩						٠,٦٦						٠,٥٩					

يتضح من الجدول السابق أن أغلب عينة الدراسة في مكة (٩٤%) على علم بوجود المضمون السياسي بالمدونات الالكترونية مقابل (٧٤%) من عينة مفردات مكة المكرمة، وبحساب قيمة كاً المحسوبة لمكة وجدة فقد بلغت ٢,١٧ على التوالي وتكون بذلك أقل من كاً الجدولية ٣,٨٤١ عند مستوى ثقة ٠,٩٥ مما يظهر أنه لا توجد فروق معنوية بين إدراك عينة الدراسة لوجود مضمون سياسي وارتباط ذلك بمجتمع الدراسة وكذلك جنس المتلقي (ذكور - إناث).

٣ - مدى استخدام المضمون السياسي للمدونات الإلكترونية لمن يعلم بوجوده:

جدول (٣)

مدى استخدام المضمون السياسي للمدونات لمن يعلم بوجوده من المفردات

مجتمع الدراسة		جدة						مكة						المجموع الكلي	
		نكور		إناث		المجموع		نكور		إناث		المجموع		المجموع	إناث
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٩	٧٤	٥٧	٧٦	٨٦	٧٢	٣٩	٧٢	٣٨	٧٦	٧٧	٨٢	٦٨	٧٥	١٦٣	٧٧
١٠	٢٥	٢٢	٢٧	٣٢	٣٧	١٢	٢٣	٤	٢٣	١٦	١٧	٢٢	٢٤	٤٨	٢٢
٣٩	١٠٠	٧٩	١٠٠	١١٨	١٠٠	٥١	١٠٠	٤٢	١٠٠	٩٣	١٠٠	٩٠	١٠٠	٢١١	١٠٠
كأ	٠,٦٤	٣,١٧						٠,٢٦							
شدة العلاقة	٠,٨٠	٠,٠٧						٠,٦١							

تبين أن ٧٧,٣% ممن علم بوجود المضمون السياسي يقبلون على استخدامه مقابل ٢٢,٧% لا يستخدمون تلك المضامين من إجمالي ممن علم بوجودها. وتزيد هذه النسبة في مكة ٨٢,٨% عنها في جدة ٧٢,٩% مما يشير لوجود صورة إيجابية لزيادة الإقبال على متابعة المضمون السياسي في المدونات خاصة في مكة حيث اختلفت المتابعة بين الذكور والإناث فهي تزيد بين الإناث في مكة وجدة على التوالي ٩٠,٥%، ٧٢,٢% عنها بين الذكور ٧٦,٥%، ٧٤,٥% في مكة وجدة على التوالي.

٤ - أسباب عدم استخدام المضمون السياسي بالمدونات الالكترونية:
جدول (٤)

أسباب عدم استخدام المضمون السياسي بالمدونات الالكترونية

مجتمع الدراسة		جدة			مكة			المجموع الكلي		
أسباب عدم الاستخدام		نكور	إناث	المجموع	نكور	إناث	المجموع	نكور	إناث	المجموع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
٨	٨٨٫٩	٧	٣٥	١٥	٥١٫٧	٩	٦٩٫٣	٤	٦٦٫٧	١٣
١	١١٫١	٢	١٠	٣	١٠٫٤	-	-	-	-	٢
-	-	٣	١٥	٣	١١٫٠٤	٧٫٧	-	١	-	٣
-	-	١	٥٠	١	٣٫٤	٢٣٫١	٥	٢٦٫٣	-	١
-	-	٧	٣٥	٧	٢٤٫١	-	-	-	-	٧
٩	٣١	٢٠	٦٩	٢٩	١٠٠	١٣	١٠٠	٦	١٠٠	١٩
كأ	٨٫٤						٦٣			٩٫٢
شدة العلاقة	٠٫٧						٠٫٧٣			٠٫٤

يتضح من الجدول السابق أن ٥٨٫٣% من إجمالي ممن لا يستخدمون يقرون أن سبب عدم الاستخدام أنه ليس لديهم وقت لذلك نتيجة لظروف العمل سواء العمل الخارجي أو الأعمال المنزلية للسيدات، بينما أشار ١٦٫٧% منهم أن الشك في مصداقيتها هو السبب، بينما أشار (١٤٫٦%) منهم في فئة أخرى أنه ليس لديهم رغبة في التعامل مع هذا المضمون.

أظهرت فروق النوع في جدول رقم (٤) الاختلاف في أسباب عدم الاستخدام بين الذكور والإناث في جدة، بينما جاء سبب الشرح غير كاف في المرتبة الثالثة والأخيرة لدى الذكور بنسبة ١١٫١% جاءت فئة أخرى تذكر في المرتبة الثالثة لدى الإناث في جدة حيث أشارت ٢٤٫١% منهن أنه ليس لديهن رغبة في استخدام هذا المضمون.

٥ - مدى صلاحية المدونات الإلكترونية عموماً كوسيلة إعلام:

جدول (٥)

مدى صلاحية المدونات الإلكترونية عموماً كوسيلة إعلام

مجتمع الدراسة		جدة			مكة			المجموع الكلي		
		المجموع	إناث	ذكور	المجموع	إناث	ذكور	المجموع	إناث	ذكور
مدى الصالحية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صالحة إلى حد ما	١٨	١٨٫٦	٧	٨٫٣	١٦	١٢٫٨	٦	٨٫٦	٨	١٤٫٤
غير صالحة	٢١	٤٨٫٨	٤٤	٥٣٫٧	٦٥	٥٢٫٠	٢٢	٣١٫٤	٢٩	٥٢٫٧
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٨٢	١٠٠	١٢٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٠٠	١٢٥
كأ	٠٫٢٦									٥٫٧٨
شدة العلاقة	٠٫٦١									٠٫٠١

أشار ٤٣% من إجمالي عينة الدراسة أن المدونات صالحة كوسيلة إعلام إلى حد كبير، وأوضح ٤٦,٤% أنها غير صالحة، واختلفت هذه الآراء بالنسبة لجدّة ومكة والذكور والإناث، فبينما اتفق الذكور والإناث في جدة على أن المدونات غير صالحة حيث جاء هذا السبب في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨,٨%، ٥٣,٧% من إجمالي عينة جدة. واختلفت آراء الذكور والإناث في مكة، فبينما أشار ٦٠% من الذكور أن المدونات صالحة أشارت ٥٢,٧% من إجمالي عينة الإناث في مكة أن المدونات غير صالحة.

٦ - الموضوعات التي تفضل المفردات استخدامها في المضمون السياسي:

جدول (٦)

الموضوعات التي تفضل عينة الدراسة استخدامها في المضمون السياسي

مجموع الدراسة	جدة						مكة						المجموع الكلي						
	ذكور		إناث		المجموع		ذكور		إناث		المجموع		ذكور		إناث		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
النظم السياسية	٣	٦٩ر٨	٥٢	٦٣ر٤	٨٢	٦٥ر٦	٤٥	٦٤ر٣	٣٥	٦٣ر٦	٨٠	٦٤ر٠	٧٥	٦٦ر٤	٨٧	٦٣ر٥	١٦٢	٦٤ر٨	
جماعات الضغط	٨	١٨ر٦	٥	٦ر١	٧	٥ر٦	٥	٧ر١	-	-	-	٥	٤ر٠	٧	٦ر٢	٥	٣ر٦	١٢	٤ر٨
النقد السياسي	٤	٩ر٣	١٢	١٤ر٦	١٦	١٢ر٨	٧	١٠ر٠	٨	١٤ر٥	١٥	١٢ر٠	١١	٩ر٧	٢٠	١٤ر٦	٣١	٢١ر٤	
أخرى تنكر	١	٢ر٣	٨	٩ر٨	٩	٧ر٢	٧	١٠ر٠	٥	٩ر١	١٢	٩ر٦	٨	٧ر١	١٣	٩ر٥	٢١	٨ر٤	
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٨٢	١٠٠	١٢٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	٥٥	١٠٠	١٢٥	١٠٠	١١٣	١٠٠	١٣٧	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	
كأ ^٢				٣٧٧						٧٥								٢٥٢	
شدة العلاقة				٢٩						٨٦								٤٧	

يوضح الجدول السابق أن المفردات تفضل الموضوعات التي تتعرض للأنظمة السياسية في المرتبة بنسبة ٦٤ر٨% الأولى ثم أنشطة جماعات الضغط وبنسبة ١٤,٤% من إجمالي عينة الدراسة وقياس قيمة كأ^٢ المحسوبة للمجموع الكلي ثم في مكة وجدة فقد بلغت على التوالي ٢,٥٢، ٠,٧٥، ٣,٧٧ وهي بذلك أقل من كأ^٢ الجدولية ٧,٨١٥ مما يشير إلى أنه لا توجد علاقة بين مجتمع الدراسة والموضوعات المفضلة في الاستخدام.

٦ - الإشباع المتحققة من استخدام المضمون السياسي للمدونات

الالكترونية من قبل الشباب الجامعي:

جدول (٧)

الإشباع المتحققة من استخدام المضمون السياسي للمدونات الإلكترونية من قبل الشباب الجامعي

مجتمع الدراسة	جدة			مكة			المجموع الكلي		
	نكور			إناث			المجموع		
	ك	%	ك	ك	%	ك	ك	%	ك
لتحسين مكانتي	٨	١٨	١٨	٢٠	٢٦	٢٨	٢٦	٢٣	٢٦
عقل أوف مومنت	١٧	٣٩	٣٩	٤٤	٣٢	٣٢	٣٩	٣٤	٣٩
عشان أنصح غيري	٩	٢٠	٢٠	١٤	٢١	٢٤	٢٠	٢١	٢٤
عشان أعرف أفئاق المستقبل	٤	٩	٩	١٣	١١	١٤	٨	١١	١٤
عشان أتسلى	٤	٩	٩	١٠	٧	٨	١١	٩	٧
أخرى تذكر	١	٢	٢	٢	٢	٣	٤	٢	٣
الإجمالي	٤٣	١٠٠	٨٢	١٢٥	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٣٧	١٠٠
كأ	٢٩٣		٤٧٧		٧٢٥				
شدة العلاقة	٠,٧١		٠,٤٤		٠,٣٠				

تبين أن الإشباع الرئيسي للمستخدمين للمضامين السياسية هو "معرفة المعلومات" بنسبة ٣٨,٤% من إجمالي إجابات عينة الدراسة وبلغت هذه النسبة في جدة ٤٤,٨% بينما في مكة ٣٢% وبقياس قيمة كأ^٢ المحسوبة للإجمالي بلغت ٧,٢٥ حيث جاءت أقل من قيمة كأ^٢ الجدولية ١١,٠٧ مما يظهر أنه لا توجد فروقا معنوية بين الإشباع وبين مجتمع الدراسة عموماً.

وبمقارنة إجابات الذكور والإناث في منطقتي الدراسة الجغرافيتين فقد ظهر اختلافاً بسيطاً بين الذكور والإناث في جدة فبينما جاء "عشان أنصح غيري" في المرتبة الثانية عند الذكور (٢٠,٩) مما يشير إلى أن المرأة تسعى دائماً لتحسين وضعها الاجتماعي بالثقافة السياسية.

النتائج العامة للدراسة:

نخلص من الدراسة الحالية إلى صحة الفرض من مدخل الاستخدامات والإشباع والذي يشير إلى أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته وهو ما أثبتته النتائج بارتفاع نسبة التفضيل للمدونات السعوديات تلتها المدونات التابعة للدول العربية الأخرى ثم المدونات الأمريكية مما يتسق مع ارتفاعات درجة الاهتمام بما يتعلق بمن يشترك في وحدة المصير أو من يؤثر عليه بقوة.

أما الفرض الثاني فقد ثبت صحته أيضا ذلك أن استخدام المدونات كمضمون اتصالي أو إعلامي أقرت النسبة الأكبر من المفردات من العينة بعدم صلاحيته وبإضافة ارتفاع نسبة الإناث عن الذكور في هذا المحك يتبين أن الفروق الفردية وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد مسألة صحيحة.

أما الفرض الثالث والذي يشير إلى أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة وهو ما أثبتته النتائج وأكدت صحة الفرض حيث أن النسبة الأكبر (٧٧,٣%) ممن علم بوجود المضمون السياسي أقبلوا على استخدامه.

ونصل إلى الفرض الرابع ومؤداه أن أفراد الجمهور يستطيعون دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية) وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع الحاجات، وهو ما أثبتته النتائج التي أكد أن على رأس الموضوعات التي يفضلها النسبة الأكبر من المفردات تلك المتعلقة بالأنظمة السياسية كصناعة للقرار والمناخ السياسي تلاها جماعات الضغط وما يحيط بها دائما من إثارة في الأنشطة والسياسات.

ويتأكد الفرض نفسه بما يعضد الدوافع النفسية والاجتماعية والذي أبرزته النتائج وتمثلت في أن على رأس الإشباعات معرفة المعلومات ثم تلاها سلوك النصح

للآخرين وتأتي بعد ذلك لتحسين المكانة، ثم يتوازن إشباعي معرفة مستقبل أولادي والتسلية وجميعها يكمن ورائها دوافع نفسية واجتماعية كما يتضح. أما الفرض القائل بأن رغبات الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية متعددة والإعلام لا يلبي إلا بعضا منها فقد ثبت صحته حيث أبرز نسبة ليست هينة من المفردات عدم رغبتهم في استخدام المضمون السياسي بالمدونات على الرغم من إقبالهم على استخدام المدونات في إطار مضامين أخرى.