

**استخدام الدعاية في مدونات
المنظمات والمؤسسات والأحزاب
والأشخاص
دراسة تحليلية في مدونات موقع (جيران)**

م.م. جاسم رمضان قاسم

كلية الإعلام

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

اتسع دور العلاقات العامة بتطور الوسائط المتعددة في (الانترنت) وتعاضم بإدخال وسائل الاتصال التقنية واستخدام الوسائط كحزمة واحدة في في الدعاية والمدونات مما اقتضى دراسة الموضوع وفق منهج علمي ومعرفة المشكلة التي تعيق هذا التوسع وإن دراسة الدعاية في المدونات يأتي للاستفادة منها في عمل المنظمات والمؤسسات فضلاً عن أنها إحدى وسائل الدعاية الشخصية للكثير من الأدباء والصحفيين لأنها أصبحت عملية متشابكة وتمثل المدونات إحدى واجهات الدعاية والإعلان عبر الانترنت بعد توسع دورها فلا تخلو المدونات التي تصدر من مواقع الكترونية كبيرة من الدعاية في صفحاتها الرئيسية وصفحاتها الأخرى مما أعطى انطباعاً للمستفيد عن مستوى هذه الوسيلة في تحديد مقدار الثقة والتعامل معها على أساس قدرتها في الانتشار السريع وعدد المتصفح لها الذي يزداد يوماً بعد آخر.

واتسم البحث في معرفة مدى توظيف المواقع الالكترونية لنشر المدونات واستخدامها كواجهات للدعاية ولذلك يتطلب الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما مدى استعمال (الانترنت) للمدونات والاستفادة منها في الدعاية.
٢. ما مضامين المدونات في الترويج الفكري والمادي والمعنوي في كل صنوفه عبر المواقع الالكترونية؟
٣. ما التقنيات الفنية المستخدمة في مدونات الوسائط المتعددة في المدونة في الموقع؟
٤. ما التحديثات التي تطرأ على المدونة بصفحتها شكلاً من أشكال الصحافة الرقمية عبر الانترنت؟
٥. ما أساليب الدعاية في المدونات في موقع جيران؟
٦. ما صيغة عرض المؤسسات الخدمية والإنتاجية في المدونات.
٧. ما الأساليب التي استعملت في المدونات للدعاية الشخصية والترويج للمدونة؟

ثانياً: أهمية البحث

شهدت المواقع الالكترونية بكل مفاصلها الفنية والتقنية تطوراً كبيراً في استخدام مختلف المجالات العلمية ومستفيدة من الأنظمة الالكترونية الحديثة ومن بين المفاصل التي غزت الشبكة في خضم هذا التطور السريع هو المدونات الالكترونية والاستفادة منها في الدعاية.

ويمكن الدخول في تفعيل أكثر لأهمية البحث لما يمثله البحث من أهمية في دراسة الموضوعات التي تتعلق بالانترنت وصولاً إلى الموضوعات التي تتعلق بالمدونات الالكترونية كجزء من تطبيقات الانترنت لكون المدونات الالكترونية تحظى بنسبة انتشار كبيرة قياساً إلى العدد الكبير للمواقع الالكترونية وما يمكن توظيفه في محتوى ومضمون هذه المدونات وتأثيرها سواء في العلاقات العامة أو الإعلان.

ثالثاً: أهداف البحث

- هدف البحث محاولة الإجابة عن تساؤلات البحث فضلاً عن تحقيق الأهداف الآتية:
1. التعريف بالمدونات وأنواعها والأساليب الفنية المتبعة فيها وأوجه الدعاية التي ينطلق منها المدون في مدونته.
 2. تحديد الأساليب الدعاية بالمدونات عبر الانترنت والسبل الكفيلة لضمان استخدام المدونات في الدعاية.
 3. الوقوف على قدرة المدونين في استخدام التقنيات الحديثة.
 4. مدى تفاعل المدونات العربية مع الأحداث والقضايا المحلية وحجم الدعاية في استخدام المدونات.
 5. تحديد عدد المؤسسات الخدمية والإنتاجية التي تستخدم مدونات خاصة بها.
 6. الوقوف على أبرز المدونات الخاصة بالمنظمات والأحزاب السياسية في موقع جيران.
 7. معرفة الأساليب الفنية في عرض الصفحة الشخصية للمدون.

رابعاً: منهج البحث

لغرض الوصول إلى نتائج علمية يعتمد عليها لا بد من أن وصف الوضع الراهن للظاهرة عن طريق رصدها وفهم مضمونها أو الحصول على أوصاف دقيقة تفصيلية لها بغية الإجابة عن الأسئلة التي تطرحها والمشكلات التي تدرسها ويعرف المنهج الوصفي بأنه: أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك للحصول على نتائج علمية و تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (١).

واتبع الباحث الدراسة المسحية بهدف وصف وتحليل الواقع التطبيقي والعملية لموقع مجتمع البحث للتعرف على أهم المتغيرات في أثناء فترة الدراسة والذي يعد واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية لاهتمامه بدراسة الظروف المختلفة في مجتمع معين بقصد الحصول على الحقائق واستخلاص النتائج الهامة اللازمة لحل مشاكل مجتمع الدراسة.

خامساً: حدود البحث

تتضمن مجالات البحث حدود الدراسة التي ينبغي أن تقف كل دراسة علمية عند مجالات معينة على أساس أن الدراسة الواحدة لا تستطيع أن تحيط بكل المتغيرات والعوامل المختلفة وتمثل مجالات هذه الدراسة في كل من:

١. **الحدود والمكان:** اقتصرت الدراسة على موقع واحد للحصول على معلومات علمية بحثية، إذ تم اختيار **(موقع جيران)** لكونه من المواقع المتميزة في استضافة المدونات لانجاز البحث والسبب في ذلك عدم وجود قيود على حركة التدوين وبإمكان أي شخص أن ينشئ لنفسه مدونة ولا يكون ملزماً بوضع بيانات دقيقة عن نفسه أو عن البلد الذي ينتمي إليه.

٢. **الحدود الزمانية:** حدد مجتمع الدراسة المدونات الجديدة لشهر تموز عام ٢٠٠٨ والتي جاءت متزامنة مع إعلان الموقع بالوصول إلى ١٠٠ ألف مدونة منذ إنشاء أول مدونة في شهر تشرين الثاني عام ٢٠٠٥م.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

أختار الباحث موقع جيران من بين المواقع العربية التي تستضيف المدونات وأختار العينة بعد إجراء دراسة استطلاعية لعدد من المواقع والتي تبين أن موقع جيران أول موقع عربي يحصر عدد مدوناته رسمياً ووصل عددها نهاية تموز ٢٠٠٨ إلى (١٠٠) ألف مدونة وتم حصر البحث بالمدونات الجديدة لشهر تموز خلال هذا الشهر بـ(٢٦١٠) كمجتمع بحث وعن طريق استخدام العينة العشوائية المنتظمة تم اختيار (٢٦١) مدونة لإجراء البحث عليها عن طريق البدء بالرقم واحد من المدونات الجديدة لشهر تموز إلى الرقم (٨٧) وهكذا إلى الرقم (١٧٤) وإلى الرقم (٢٦١)... وصولاً إلى (٢٦١٠) لأن هناك صعوبة في تقدير عدد المدونات العربية لعدم وجود عمليات أرشفة منظمة لها ولا أدلة Directories دقيقة بشأنها ولهذا تم اختيار هذه العينة التي جاءت انسجاماً مع ما قدمه الموقع من تحديثات واستيعاب هذا العدد من المدونات العربية وتقديم الجديد، بعد أن أشيع وانتشر موضوع المدونات في كل أرجاء العالم وأصبح الأفراد والجماعات والمؤسسات تنشأ لها مدونات على النت واستغلالها في العلاقات العامة.

سابعاً: أدوات البحث وطرائقه

لغرض إنجاز متطلبات البحث أو إظهاره بالمظهر العلمي المقبول فإن الباحث استعان بالأدوات الآتية لغرض إنجازه:

١. اللقاءات: تم إجراء عدد من اللقاءات مع المسؤولين في أقسام الموقع موضع الدراسة عن طريق الانترنت والرسائل سبقتها اتصالات هاتفية مع مسؤولة المدونات في الموقع ومراسلتها عبر البريد الالكتروني للإجابة عن بعض الأسئلة التي تقيّد موضوع البحث والمتعلقة بأهم الأساليب الفنية المستخدمة في إنشاء المدونات وتم التأكد من العينة من قبل الشركة أو الموقع لإنجاح البحث والاستفسار عن أساليب الإعلان الحديثة المستخدمة في الموقع.

٢. استمارة تحليل الفئات: اعتمد الباحث على استخدام الفئات التي جمعت العينة عن طريقها، إذ تضمنت الاستمارة مجموعة من الفئات التي يمكن احتسابها عن طريق

تسجيل عينة البحث وقد أجريت تعديلات في استمارة البحث بعد عرضها على المحكمين يمكن الاطلاع عليها ضمن الملاحق.

٣. **الملاحظة:** ويقصد بها في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر

أو لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها وحاول الباحث كشف تفصيل الظواهر والعلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توحد بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى في بحثه.

وهذه الدراسات تعد خطوة من خطوات على طريق إعلام الرأي العام العربي بأهمية المدونات ودورها كصحافة شعبية وأحياناً شخصية تتبلور مفاهيمها لتكون في متناول مستخدمي الانترنت العرب، وبحثنا يكشف دور المدونات في عمل العلاقات العامة.

البحث الأول

المدونات، مفهوماً وخصائصها

١. مفهوم المدونة

المدونات كمصطلح أو مفهوم لغوي مفردتها مدونة أو weblog تعني اصطلاحاً سجل الشبكة وتعريفها دفتر يوميات الكتروني وتم الاتفاق عربياً بأن مدونة كتعريب لـ weblog أو Blog وكلمة تدوين هي تعريف لـ Blogging فالمدونات والتي بدأت في تسعينات القرن الماضي كهواية، أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد وعمل الصحفيين وسلعة إعلامية تؤثر في صناعات القرار وهناك إجماع في اللغة العربية من قبل اتحاد المدونين العرب^(٢) على الترجمة العربية Blog هي المدونة، ويطلق اسم مدونة على موقع الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من سجل من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة الكترونية^(٣) وهي شكل من الأشكال الحديثة من الكتابة الصحفية الافتراضية إن جاز التعبير ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسة الجماعية منها والفردية وتعزز المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة والتي تكون غالباً من صنع المدون نفسه وعرف موقع الموسوعة الحرة على الانترنت (ويكيبيديا)^(٤)

المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت تعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى، وإن كلمة مدونة هي التعريف أو التعريب الأكثر قبولاً لكلمة blog الإنكليزية التي نتجت من كلمتي weblog بمعنى سجل الشبكة وكلمة تدوين هي المصدر من دون يدون تدويناً بمعنى التسجيل ومدون هو اسم الفاعل من دَوَّن. ويقول روبيير مارتان في كتابة مدخل لفهم اللسانيات^(٥): المدونات مواد موضوعية وصف لكنها خاضعة لرقابة متكلمين أكفاء .. بينما يعرف موقع تدوين المدونة.. بأنها تتكون من كلمتي weblog بمعنى سجل الشبكة وهو تطبيق من تطبيقات الانترنت تعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً تصاحبها آلية أرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن للقارئ أو المتصفح من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة^(٦).. ويقول الباحث عبد الرحمن فراج الباحث على الانترنت أصبحت المدونات Blog ثاني ثورة في عالم الانترنت بعد البريد الالكتروني وأنها بجانب البريد الالكتروني والويكي (wiki)^(*) أصبحت أبرز خدمات الانترنت والمدونات أحد وسائل النشر والاتصال الحديثة على العنكبوتية وتمثل مزيجاً من المذكرات اليومية/ في البيئة الورقية/ ومواقع الانترنت والتجمع الالكتروني online community (في البيئة العنكبوتية) ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها تميزها بالتفاعلية والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها وتشكيل التجمعات الالكترونية بين محرريها والمستفيدين منها وذلك بصورة أكثر فاعلية من وسائل الاتصال الأخرى مثل البريد الالكتروني والقوائم البريدية، هذا فضلاً عن توفرها على سجل أرشيفي للمواد المتاحة بها يتم الوصول إليه بصورة أكثر سهولة ويسراً من غيرها من الأساليب^(٧). وأن المدونة الشخصية عبارة عن صفحة متحركة ديناميكية تسمح للقائم عليها بنشر آرائه وأفكاره ومذكراته ويصقل الأحداث التي حوله بتصوره الشخصي بسهولة ويسر من أي مكان متواجد فيه على الانترنت.

٢. الخصائص

كل مدونة مزودة بمحرر نصوص متقدم يتيح للمدون كتابة المقالات وإضافة أي تنسيق وتشكيل بريد عليها ببسر وسهولة مع خيارات نشر مختلفة كتحديد الوقت والتاريخ والكثير لن تعرفه دون الاطلاع على لوحة التحكم الخاصة بكل مدون.

فكل مدون مستخدم للانترنت يكون له ملف شخصي يمكن أن يضمه كل معلوماته العامة وصورته الشخصية بعنوان ثابت ودائم على الانترنت ويمكن إعطاؤه كل من بريد التعرف عليه فضلاً عن انتشار صداقات^(٨) وروابط مع محرري المدونات في نظام المدونات الالكترونية وورد بريس هو برنامج لإنشاء المدونات أو ما يسمى باللغة الإنكليزية Blog أو weblog وهذا برنامج حر ومجاني ويمكن استخدامه وتعديله ونسخه كما يشاء ويتميز البرنامج وورد بريس بعدد من المميزات تشمل

- سهولة إعداده وتركيبه وتحديثه.
- سهولة تركيب وتعديل القوالب فضلاً عن وجود مئات من القوالب المجانية متوفرة في مواقع كثيرة من ضمنها عشرات القوالب المعربة.
- سهولة إضافة المزيد من الخصائص والمميزات عن طريق الإضافات plugins.
- بتعدد الكتاب يمكن لأكثر من كاتب واحد المساهمة في الموقع مع توفر خاصية إعطاء صلاحيات محددة لكل كاتب.
- يمكنك إرسال المواضيع إلى وورد بريس عن طريق البريد الالكتروني.
- يعتبر وورد بريس برنامجاً لإدارة المحتويات بمعنى آخر يمكن الاعتماد عليه لإنشاء مواقع صغيرة ومتوسطة^(٩).
- يوفر حماية ضد التعليقات السلبية (spam).
- وهناك العديد من المميزات الأخرى.

مزايا المدونات

تتزامن المدونات مع باقي المواقع مثل المنتديات وغرف الدردشة ومراكز تحميل برامج كثيرة جداً و(مكررة المحتويات) وكذلك الحال عند إنشاء موقع لمدونة نلاحظ إن اغلب المدونات العربية يغلب عليها طابع أما إخباري أو إسلامي أو تقني تحتوي على أشياء جديدة لم يسبق أن فكر بها (هناك أكثر من مليوني مدير موقع على النت) وهو أمر صعب لكن

المدونات لا يهم عن ماذا تتحدث فهي ستكون مدونة متميزة عن كأس العالم وعند تصفحها سيجد أن كل مواضيعها تختلف عن بعضها عن البعض الأخر فالمدون عندما يكتب تدوينة جديدة يكتبها أما من تجربة شخصية أو خبرة اكتسبها مع الوقت أو من خياله المحض أو فكره السياسي أو الاجتماعي ومن ثم فإن كل تدوينة جديدة تحمل طابعاً شخصياً لمؤلفها لذا من الصعب نجدها تتكرر عند شخص آخر.

وإن أغلب المواقع قد تغلق بسبب أو بدون سبب أو تحدث تغيرات فيه عما كان عليه في البداية بسبب جراءة المدون، فالمدونة هي رؤية العالم من وجهة نظر واحدة بمعنى عالم المدون الخاص. فيكتب المدونون عن واقع الجرائد الدعائية وإعلاناتها عن طريق تجربة تصفحه لتلك الجرائد فقط وآخر عندما يتحدث عن جنود المشاة في العراق وما يواجهونه من حوادث تقع لهم. فهذه الأشياء لو يتم التحدث عنها في مكان آخر غير المدونة لما وجد شخص يهتم بها لكن المدونة لها طعم ومعنى خاص لأنها تحول الحوادث الاعتيادية إلى أشياء شيقة وأفكار جديدة للزائر فضلاً عن سهولة المتابعة ومعرفة أي جديد فيها وهذه ميزة مهمة جداً فأغلب المدونات بها تقنية^(١) (RSS) رائعة التي تجعل المدون والمتصفح يستقبل أي مدونة جديدة مباشرة والذي يرتبط عن طريق برنامج قارئ RSS بأكثر من ٣٥ مدونة وموقع إخباري حيث لا حاجة لتصفحها كلها كل مرة يدخل بها الانترنت فالبرنامج تلقائي يخبر المتصفح بمجرد الاتصال بالانترنت، إذا كانت المدونات تحوي أي شيء جديد مع ذلك وإن لم تحوي المدونة على الـ RSS فلا يهم لأنه وبسبب طبيعة المدونات فأي موضوع جديد سيظهر مباشرة بمقدمة التدوينات بشكل واضح.

وساهمت المدونات كوسيلة تعبير معارضة في الدول الدكتاتورية وتركز معظم المدونات العربية على السياسة أو الأدب والشعر على الرغم من ذلك توجد مدونات عامة ومدونات متخصصة في علوم الإدارة مثل مدونة الإدارة والهندسة الصناعية أو في التكنولوجيا أو نتحدث عن التجارب الحياتية أو تربية الأبناء^(١).

أنواع المدونات الالكترونية

وتعد المدونات أو التدوين الالكتروني من أسرع الاتجاهات نمواً على شبكة الانترنت حسب موسوعة ويكيبيديا <http://en.wikipedia.org> ويمكن زيارتها على مواقعها الالكترونية ومن هذه الأنواع ما يأتي^(١٢):

١. النوع الأول، المدونة الالكترونية التشعبية

وهذه المدونات تحتوي على الروابط التشعبية (link blogs) وتعتبر المدونات الالكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (web link logs) أول أنواع المدونات الالكترونية التي تم نشرها على شبكة الانترنت ومن هنا جاء اسم المدونة الالكترونية weblog. المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية (online diary blogs) وتتناول هذه المدونات الحياة اليومية لمالكها والأفكار التي يلحم بها في ذلك اليوم ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع الكترونية أخرى.

٢. المدونات الالكترونية التي تحتوي على المقالات (Article blog)

يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث وعلى أخبار وتقارير وهي تكشف قدر أقل من الحياة اليومية من المدونات الالكترونية التي تحتوي على المذكرات.

٣. المدونات الالكترونية التي تحتوي على الصور (Photo blogs)

تحتوي هذه المدونات على الصور مثل صور اليوم وغيرها مما قد يلتقطها المدون في مسيرته خلال النهار سواء في الشارع أو السوق أو العمل أو البيت أو المنطقة وغيرها.

٤. المدونات التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي pod cast blogs

يقوم صاحب المدونة الالكترونية ببث مقاطع البث الإذاعي pod casts على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها.

٥. المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي video cast blogs

وتعد بث مقاطع البث المرئي video casts أحدث اتجاه في أوساط المدونات الالكترونية ممثله بمقاطع البث الإذاعي pod casts غير أنها تعد بواسطة الفيديو^(١٣).

٦. المدونات الالكترونية المنوعة

وتعتبر معظم المدونات الالكترونية مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة سابقاً.

٧. المدونات الالكترونية الجماعية

ويتم فيها كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

برامج التدوين الالكتروني

وهي وسيلة لنشر المدون لمحتوى مدونته من معلومات وغيرها، وتعتبر المدونات الالكترونية على الانترنت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفتهم الشخصية للمتعة فقط، أما المدونات التحريرية فيقوم محررون محترفون بكتابتها وتحريرها وإن بإمكان المدارس والجامعات والكليات والمنظمات والشركات ورؤساء الدول والمشاهير بامتلاك مدونات خاصة بهم للتواصل مع القراء بالأحداث والأخبار والأشياء الأخرى المتعلقة بتلك المنظمة أو المؤسسة، فبرامج التدوين الالكتروني هي برامج تكون مثبتة على الحاسوب.

والتدوين الالكتروني يعد طريقة سهلة لمشاركة الخواطر والأفكار مع العالم الخارجي فيقوم المدونون باختيار طريقة التدوين المثلى التي تليق بشخصيته وتزيد من قيمة أفكاره وآرائه للجمهور عن طريق تسجيلها عبر الشبكة الدولية فعليه الالتزام بالضوابط الأخلاقية والقيم العالية ليكون المدون صورة مشعة لمجتمعه وصورة مشرقة للعالم الذي يطلع على محتويات مدونته على الرغم من أن التقنية الحديثة جعلت من التدوين أمراً سهلاً وأعطته زخماً ودفعاً للتطور نحو الأمام وسهلت إشعاعاته بشكل كبير فلا بد للمدون أن يزيد من مطالعته ويوسع أفكاره ويتفاعل مع مجتمع بعيداً عن التعالي والنظرة الفوقية في الكتابة وأن يبحث من خلال الانترنت على المواقع التي ترشده للكتابة السليمة والصحيحة والتعامل الحسن عبر الانترنت كونه لغة عالمية لاطلاع الجمهور^(٤)، وعليه تتكون مقالة المدونة الالكترونية من العناصر التالية:

- **عنوان لمقالة:** هو بمثابة عنوان مقال صحفي ويكون عنوان مقالة المدونة على سبيل المثال نحو المثال على النحو التالي (يوم رائع.. أخبار رائعة).
- **المخلص:** وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة ويستحسن ولكن ليس ضرورياً كتابة المخلص عند نشر تغذية RSS على مدونتك الالكترونية إذا كان المدون يميل لكتابة المقالات الطويلة.
- **نص المقالة:** ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة.

- **تاريخ المقالة:** وهو تاريخ وقت نشر المقالة.
- **التعليقات:** وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها عن مقالة معينة في المدونة الإلكترونية كما يمكن عدم فتح المجال للآخرين بالتعليق على المقالة في المدونة إذا رغب المدون في ذلك.
- **التصنيفات:** وهي عبارة عن مواضيع أساسية يكتب عنها بانتظام في المدونة الإلكترونية ومن هذه التصنيفات، يوميات، تقنية، رحلات، علوم وتكنولوجيا وغيرها^(١٥).
- **الربط الدائم permalink:** وهو عنوان انترنت دائم للمقالة فإذا كان عنوان المدونة الإلكترونية على سبيل المثال myblog.blogger.com فإن الربط الدائم لمقالة معينة تكون مثلاً في المدونة myblog.blogger.com/permanentry.html ويتصفح دائماً بإرفاق الربط الدائم لكل مقالة لأنه الدليل لها لأن أي شخص سيقوم بإضافة للمقالة من المدونة داخل مدونته سيتم عندها ربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الربط الدائم للمقالة بدلاً من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.
- **الروابط الرجعية Pingback و Trackback:** وتعتبر روابط لمواقع أخرى تشير إلى المقالة الخاصة بمدونة صاحب المقالة^(١٦).
- **تغذية RSS:** وهي نسخة مكتوبة برموز لغة (XML CXML-Coded) من المدونة الإلكترونية لصاحب المدونة أو أجزاء منها فإذا قام بنشر خدمة RSS لموقعه الإلكتروني فإن بإمكان القراء الاشتراك بمدونته بحيث يتم تنبيههم في برنامج قارئ الأخبار الخاص بهم أو في متصفح انترنت متوافق مع RSS.

خدمة التدوين الإلكتروني

تسمح هذه للكثير من المواقع الإلكترونية بإنشاء مدونات خاصة مجاناً على خوادم الويب web الخاصة بتلك المواقع وإن كل ما يمكن فعله هو إنشاء حساب جديد باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني الخاصة بالموقع^(١٧) ويمكن للمدون بعد ذلك بالتدوين مباشرة وتعد خدمة Blogger واحدة من أشهر خدمات التدوين على الإنترنت وتتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكن الوصول منه إلى شبكة الإنترنت حتى أن بعض الخدمات تمنح إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول ويكون الجانب السلبي لخدمات التدوين أن المدون لا يمتلك القيود على حاسوبه الشخصي إذا قام بنسخها بشكل منفصل عليه وهذا يعني أنه في حال كانت القيود على الخادم فقط الخاص بمزود خدمة التدوين و ثم فقدانها من هناك لسبب ما فإن المدون سيفقد قيوده إلى الأبد كونه لا يملك نسخة احتياطية منها على الحاسوب الشخصي ومن هنا فإن الإنترنت بعالمه الرقمي سيستمر بإدهاش العاملين فيه وسيجلب إلى ملعبه الإبداعي مزيداً من المتصفحين ويوغل إلى آفاق جديدة على نطاق الاتصالات المتفاعلة مع المستفيدين من هذه الخدمة المتميزة ولم يعد الناس يكتفون بدور التلقي السلبي لمنجزات ثورة المعلوماتية بل تطور الأمر إلى تبني المستخدمين لأنظمة تجارية يمكن من خلالها إجراء مختلف عمليات العرض والطلب داخل تفرعات الإنترنت^(١٨)، وشهدت حركة الإنترنت من التجديد ما يهز دواخل عالمها بقوة إلى حد أن بعض الخبراء بات يتداول مصطلح ويب 2.0 للإشارة إلى التجديد وبلغت أن بعض ملامح التغيير جاءت من أماكن غير متوقعة وتمكن الجمهور أن يرسل أشرطة ليطلبها على المدونات بعد شيوع رسائل بريدية عبر الهواتف الخلوية والتي باتت المدونات معرضاً هائلاً لتلقي النصوص مع أفلام الخليوي وهكذا ظهر موقع مثل (يوتيوب) U Tube الذي يعتبر من أهم مظاهر الإعلام الجديد فضلاً عن أن ظاهرة المدونات أثرت في السينما التي وسعت لملاقة التحدي الذي فرضته أفلام الخليوي التي يصنعها الجمهور ويضعها على المدونات وظهر ذلك المنحنى في مهرجان (صن دانا) Sun dana festival والذي تقاطعت فيه ظاهرة المدونات مع الخليوي في ظاهرة للشبكات التي تصنع عبر هواتف (أي بود) i pod تحديداً والتي دفعت بمصطلح جديد إلى عالم الأعلام هو (بودكاستنج) podcasting في الإشارة إلى البث عبر تلك الشبكات^(١٩).

محتويات المدونات

تتيح المدونة في محتوياتها كافة للإطلاع والمشاهدة والمشاركة لجمهور محدد من مستخدمي الانترنت يتفاعل مع المعلومات والآراء المكتوبة والمواد المنشورة كافة سواء بمشاهدات أو تعليقات مكتوبة ويطلق على هؤلاء قراء المدونات وتضم هذه المحتويات للمدونات الآتية:

١. التدوينات والمقالات والمواضيع تكتب من قبل صاحب المدونة وتظهر بالصفحة الرئيسية.
٢. الأرشيف ترتب فيها المواضيع حسب التصنيف أو حسب الفقرة الزمنية للكتابة أو كليهما.
٣. صفحة خاصة أو معينة وحسب رغبة الكاتب الذي يكتب فيها سيرة ذاتية أو تعريفاً عن المدونة وصفحات خاصة للاتصال به والمقابلات التي يجريها أو أجزائها^(٢٠).
٤. المدونات الصديقة وهي روابط ترتبط معها بمواقع قد يراها مهمة أو ترتبط بمدونة المدون.
٥. أيقونات شبيهة بالروابط ولكن هذه الروابط مصورة وأنسب حجم للأيقونة ٨٠×١٥ سم ويفضل فيه أيقونة خاصة بمدونة كي تنقل ما يشاء فيها ويضعها بموقعه.
٦. لوحة التحكم لكل مدونة خاصة بها يكتب التدوينات ويعدل من شكل المدونة ويلغي صفحات عن طريقها.

وهناك أنواع للمدونات حسب استخدام الوسائط المتعددة والبحث فيها وكل نوع يختلف عن غيره في الطريقة التي يكتب بها المدونات أو تقدم بها ويمكن إجمالها بما يلي^(٢١):

- أ. حسب نوع الوساطة: فالتى تحتوي على الفيديو تسمى فيديوية والتي تضم روابط تسمى مدونات مترابطة والتي تضم صوراً تسمى مدونات صور.
- ب. حسب الطريقة: يمكن معرفة نوع المدونات بواسطة الطريقة التي كتبت بها، فالمدونات التي تكتب عن طريق الموبايل تسمى moblog.
- ج. حسب الموضوع الذي تغطيه المدونات.
- د. مدونات اقتصادية وتجارية ولمنظمات وأحزاب سياسية.

وبعد التوسع الهائل وانتشار المدونات تعددت الأغراض وتوسعت السبل وازداد التنوع فيها ظهرت مدونات علمية وأخر للأخبار ومدونات للتكنولوجيا وعلم الحاسبة والانترنت وأخرى للقضاء أو الموسيقى أو الأفلام أو الأدب والفنون والصحافة والإعلام والخطابة والفقهاء والتشريع والصيد، ومن هنا نجد الآلاف من الموضوعات والاهتمامات ويجد المتصفح مهما تكن اهتماماته أنه سيجد مدونات لها على الويب.

والمدونة الناجحة لا بد أن تتوفر فيها الشروط الآتية^(٢٢):

١. عدم الإسهاب في كتابة موضوعات طويلة أو مفصلة في كل تدوينة. بل يجب أن تكون بصورة موجزة أو مفصلة ومركزة على شكل فقرات قصيرة.

٢. ضرورة التحديث المستمر للمدة في اليوم أو الأسبوع أو الشهر كحد أقصى فضلاً عن إضافة التدوينات الجديدة باستمرار^(٢٣).

٣. الإشارة بوضوح إلى العنوان الإلكتروني للمدون في مدونته من أجل تلقي ردود الفعل عن كتابته^(٢٤).

٤. إمكانية الإشارة إلى الرابط لمجموعة من المواقع ذات الصلة بموضوع المدونة.

٥. إمكانية تصنيف التدوينات وفقاً لتقسيمات موضوعية تظهر على واجهة المدونة.

٦. تفعيل التعليقات خاصة على التدوينة وعدم غلقها أمام الزائرين.

وحدد جتاوب ميلسون وهو من أشهر الخبراء في مجال قابلية استخدام مواقع الانترنت ولديه عمود يكتبه كل أسبوعين في عدد من الصحف والمواقع الأمريكية وفي مقالة كتب عن أكبر عشرة أخطاء مواقع الانترنت.

وفي مقالة كتب عن عدد من الأخطاء في فاعلية استخدام المدونات ويمكن إجمالها ما يأتي^(٢٥):

١. إغفال السيرة الذاتية للكاتب تقلل من أهميته وكذلك عدم وجود صورة الكاتب في المدونة، فالصورة لها فائدة من جانبيين في المدونة:

الأول: إن الصورة ستحوز على ثقة القارئ بالكاتب.

الثاني: في المجال الواقعي عند مشاركة الكاتب في المؤتمرات والحوارات كمؤتمرات أو أي تجمع مهني أو اجتماعي وحضور لقاءات أو حوارات عبر وسائل الإعلام المختلفة وغيرها فإن من السهولة التعرف عليه ومعرفة.

٢. أن تكون العناوين في المدونة مكتوبة بشكل جيد بحيث يستطيع أن تصف الموضوع وتعتبر عن محتوى الموضوع بشكل جيد بعيداً عن الوصف.
٣. وأن أحد الأخطاء الكبيرة في المدونة هو أن الكاتب يضع بعض وصلات في المواضيع بحيث يجعل القارئ يخسر الكثير من الوقت لكي يصل إلى الوصلة ويكتشف ألا علاقة لها بالموضوع.
٤. أخفاء بعض المواضيع الناجحة، ولكن عليه أن لا يدفن هذا الموضوع مع بقية المواضيع الدورية الأخرى في الأرشيف ويجب أن يعمل على جعل هذا الموضوع خارج نطاق قراءة الدائمين.
٥. التقييم هو الطريقة الوحيدة لتصفح المواضيع في المدونة، يتم تصفح المواضيع عن طريق التقييم أو العامل الزمني ولكن هذه ليست الطريقة الأفضل في عملية التصفح.
٦. معدل ثابت للنشر، من المهم أن يعرف الزوار متى تصدر المدونة وكم من المواضيع التي تنشر فيها وهل تصدر يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً، فإذا كتب الكاتب يومياً عليه أن يلتزم بذلك وإذا توقف لمدة شهر سيفقد الكثير من زواره المتابعين لمدونته.
٧. أن لا يخلط المواضيع، بل عليه إنشاء عدة مواضيع في مدونات مستقلة لكل موضوع بعيداً عن الالتباس بالمواضيع.
٨. أن يتذكر المدون أنه يكتب لشرائح مختلفة على أُنْتِ وإن الآلاف سيتفاعلون معه.
٩. أن يكون اسم نطاق مدونته مملوكاً في خدمة المدونات والبحث عن المدونات فهناك دليل لناشري المدونات www.directory-google.com وفيه يمكن لخدمات استضافة المدونات أما من حيث البحث الاستعانة بكشف المدونات www.blogex.net (٢٦).

وعن طريق المتابعة المستمرة للمدونات العربية وجدنا المقالات في نشر صور المدونين والمدونات في عدد من المدونات سواء كان لديهم مناسبات اجتماعية أو موقفاً سياسياً من قضية معينة وخصوصاً في المدونات المصرية التي تعج بصور عديدة للمدونين وأصدقائهم وعوائلهم.

وفي البيئة الالكترونية العربية يوجد دليل المدونات هو www.mdwnat.net وآخر www.tacluen.com ولمتابعة الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالمدونين العرب

بصورة عامة يمكن زيارة موقع ملتقى المدونين العرب www.arabiskblog.com إن أهم آليات البحث عن المدونات هي Technorati- Feedster- Blogdigger.

البحث الثاني الدعاية في المدونات

مفهوم الدعاية

تعتبر الدعاية إحدى أنواع الاتصال الجماهيري ومن أهم مُرتكزات الحرب النفسية ولها دور فاعل في التأثير في الجماهير وتوجهاتهم قديماً وحديثاً.

واتخذت أشكالاً متعددة وأطراً مختلفة حسب هدفها ونوعية الشرائح الاجتماعية الموجهة إليها لغرض دفع الجماهير نحو هدف محدد بما يخدم مصالح الجهة القائمة بالدعاية اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً وعلمياً... الخ. وتطور أساليب الدعاية بفعل تطورات المجتمع أو التطور التكنولوجي واستخدام أحدث وسائل التقنية في عملية الاتصال الجماهيري سواء الفضائيات أو الانترنت أو الأجهزة الرقمية الحديثة من أجل ضمان سرعة الاتصال ومن ثم زيادة التأثير بهدف تحقيق النتائج المستوحاة منها.

فالدعاية هي إحدى أنواع الاتصال وتستخدم كقوة للسيطرة على أفكار أفراد المجتمع وتوجيههم الوجهة التي حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم^(٢٧)، ومن خلال استخدام وسائل الاتصال العامة تسعى الشركات والمنظمات إلى تنظيم حملة دعائية لتغيير مفهوم الناس عن طبيعة السلعة التي تنتجها. فمثلاً حين ثار جدل حول مدى اتفاق مشروب الكوكا كولا مع الشريعة الإسلامية سارعت الشركة المنتجة لهذا الشراب في ذلك الوقت إلى تنظيم حملة دعائية عن طريق وسائل النشر العام للتأكيد على صلاحية وطهارة المشروب دون أن يفصح عن شخصيته وفي ضوء هذا يختلف الإعلان عن الدعاية فالمعلن يفصح عن شخصيته في الإعلان ويدعو القارئ أو المستمع إلى إتباع سلوك محدد ومن ثم يرتبط اسمه في ذهن القارئ بمضمون الرسالة الإعلامية ولعبت الدعاية^(٢٨) دوراً فاعلاً في التأثير على الجماهير وتوجهاتهم قديماً وحديثاً واتخذت أشكالاً متعددة وأطراً مختلفة حسب هدفها ونوعية الشرائح الاجتماعية الموجهة إليها لغرض دفع الجماهير نحو هدف محدد وبما يخدم مصالح

الجهة القائمة بالدعاية اقتصاديا اجتماعيا وعلميا.. الخ ولقد تطورت أساليب الدعاية بفعل تطور المجتمع الأمر الذي تطلب بالمقابل وسائل إعلامية حديثة تكنولوجياً، لغرض ضمان سرعة الاتصال ومن ثم زيادة التأثير بهدف تحقيق النتائج المتوخاة منها.

الفرق بين الإعلام والدعاية

فالإعلام هو التأثير العملي على مطالبة الفرد أو الجمهور ويهدف إلى تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة الواضحة الصادقة وتتأثر سلامة الإعلام بدرجة صحة المعلومات وسلامتها فكلما كانت العلاقات والحقائق واضحة كان الإعلام سليماً وقوياً وأركانها الصدق والوضوح والصرامة والحياد والحقيقة وأغراضه هي التنوير وتعريف الجمهور بالمؤسسة أو المنظمة مما يخلق حالة من التفاهم والمشاركة للحصول على ثقة الجميع في برامج العلاقات العامة ويهدف إلى التكيف الحضاري واليقظة والنمو^(٢٩).

أما الدعاية فهي حالة تسود فيها السيطرة على وسائل النشر المختلفة^(٣٠) بحيث ينشر ما يشاء دون تحري الدقة أو الصدق أو الأمانة وفيها أهداف محددة يحاول بكل الوسائل أن تثير ميول الجماهير وعواطفها للوصول إليها بدل من إيقاظ تفكيرهم وانتباههم ولا يهتم الدعاية إلا تحقيق غايات معينة مع التضحية بكل شيء في سبيل تحقيق هذه الغايات ويرى غوبلنر أحد مساعدي هتلر على ضرورة أن تؤثر الدعاية بصورة مباشرة وبمبسطة في سياسة الآخر وتصرفاته والاستفادة من الأخطاء التي يرتكبها في إعلامه أو نمط سلوكه أو طرق معالجتها للأحداث والوقائع المعلن عنها عبر برامج وممارساته في أحداث التأثير وعن طريق سلوك معين وصفاً أو تقويماً أو تحريضاً لإنجاز هدف أو خطة دعائية، وللدعاية جوانب إيجابية لتوسيع مدارك ومفاهيم المجتمع نحو التطور والتقدم تقوم بها الدولة أو شركات أو مصالح عامة نافعة ولها جوانب تحمل في طياتها نفحات شريرة متحيزة دائماً وإن كان القائمون لا يحسون بالذنب لقيامهم بهذا العمل بل يرونه محققاً لأهدافهم الوطنية السامية ولعلمهم مخدوعون أحياناً في براعة ما يقومون به فيما يعتبر البعض أن الدعاية وسيلة اتصالية استكمالية.

الدعاية عبر الانترنت

يعد الانترنت مصدراً هائلاً للخبرات والعلاقات وتكوين مجموعة قوية جداً من الأشخاص الذين لهم الميول نفسها تقريباً ولهذا أصبح الانترنت مجالاً فعالاً للغاية من أجل تنمية مصداقية وتأييد الشركة، وبعض المنظمات القليلة يمكن أن تتجاهل هذه الإمكانية خاصة مع إمكانية إفرازها تأثيراً قوياً أما سلباً أو إيجاباً وعندما يتم استخدام قوة الانترنت لبناء الثقة يتم تدعيم سمعة المنظمة وتكون قادرة على بناء شبكة من العلاقات القوية والشركات الذين يكتسبون الثقة يكون بإمكانهم القيام بالكثير من الأشياء الجديدة مثل تغيير الأسعار وإضافة الخدمات وأداء العمليات بشكل أكثر انسيابية... الخ، ويعني هذا أن السمعة الجيدة تزيد من الوثوق بهذه المنظمة وغيرها وتكون أكثر حرية وقدرة على المنافسة.

فإذا انخفض مستوى الموقع الذي يروج له المدون بسبب مستوى الدعاية وتسبب بازدياد الحركة نحو الموقع بشكل لم تستطع المنظمة استيعابه فإن اللوم يقع على صاحب الموقع، وذكر Don Middle berg رئيس مجلس إدارة Middle berg وشركاؤه أن الصحفيين يعملون وفق القواعد الجديدة^(٣١) وهم يبحثون عن أفكار الكتابات على الشبكة وينقلون الإشاعات ويتوجهون للمواقع الخاصة بالشركات على الويب للحصول على المعلومات خاصة عند ظهور بعض الأخبار الجديدة^(٣٢).

والذي يهتما في هذا البحث هو الدعاية لأغراض اقتصادية وسياسية و دينية و حزبية ثقافية وغيرها التي تشملها مجالات البحث في المدونات وأنها لا تختص بالنشاط الاقتصادي فقط ولا تنفرد كوسيلة من وسائل البيع التي تستعين بها المنشأة لتصرف إنتاجها وإيجاد زبائن لها بل تعتبر وسيلة عامة يمكن أن تظهر في كثير من أوجه النشاط الاجتماعي لتحقيق أغراض اقتصادية أو غير اقتصادية.

وقد يكون الغرض من الدعاية الوصول إلى أغراض غير اقتصادية فيسمى عندها هذا النوع من الدعاية بالدعاية الفكرية propaganda والتي تشمل الدعاية السياسية والدينية والثقافة وغيرها^(٣٣) وتستخدم الدعاية التجارية عبر الانترنت في أسلوب الإعلان لتحقيق الأغراض وهذا النوع في الإعلان الدعائي أي توحى بواسطته المنشأة أو المنظمة للجمهور بمنتجاتها عبر أشكال وأساليب تجذب المتصفح وتسهم في تفاعله مع الموقع.

وان الشركة الداعمة للمنتج لا تنتظر إلى الزوار كمشتريين بل كشركاء في (لعبة انترنيت) قد تدفع البعض منهم إلى شراء المعروض للبيع وهذا ما لجأت إليه بدورها شركة (نايكي) عندما بدأت تروج أحذيتها الرياضية الجديدة المسماة (نايكي فري)^(٣٤).

الطرق المستخدمة للدعاية عبر الانترنت

يعتبر صاحب الموقع الخاص بالمنظمة أو الشركة هو مفتاح للدعاية وكل صاحب فكر وهدف ما ويمتلك موقعا يستطيع الترويج لغاياته وأهدافه عبر خطط وبرامج معدة سلفاً عبر موقعه لهذه الغايات ويتم عرض المنتج أو الفكرة ويتم النشر بعدة طرق وبأكثر من طريقة عبر الشبكة^(٣٥) إلا أن محركات البحث لم تستقطب الزوار لأي موقع بدون جهد ومن هذه الطرق إرسال الاف أو ملايين الرسائل البريدية التي تصل إلى صندوق البريد الالكتروني ويشاهدها المتصفح بمجرد إرسالها وأيضاً ما يمكن وضع إعلانات مدفوعة بمواقع الغير ويهتم المعلن للدعاية للمنتج أو الفكرة عبر مواقع مشهورة أو تهتم بالمجالات التي تهتمه فضلاً عن الطريقة الجديدة في إرسال رسائل دعائية بأعداد ضخمة إلى أرقام الجوال (الهواتف المحمولة) في أي مكان في البلاد التي يريد الدعاية لها أو حتى لدول العالم وعن طريق شركات متخصصة وبأسعار مناسبة^(٣٦).

ومن بين عشرات أو مئات الطرق للتسويق تظهر مميزات الدعاية عبر شبكة الانترنت و يمكن اختيار نوعية القراء أو اهتماماتهم عن طريق قاعدة البيانات على خلاف وسائل الدعاية الأخرى التي يشاهدها الجميع فدار النشر التي يريد زيادة انتشار كتابها الجديد تبحث عن وسيلة إعلانية كنوعية المستخدمين وغير مكلفة عن طريق اختيار المواقع التي تهتم بهواة الكتب أصلاً، ومع ذلك لم تعد هناك قيود للنشر خارج القطر الذي يعيش فيه الناشر بل فتح الطريق أمامه لمراسلة أي بلد بسهولة لكي يعتمد الانتشار الأكيد، فضلاً عن إمكانية التحكم بالنشر أو الدعاية عبر الانترنت محلياً أو إقليمياً أو منطقة معينة بكل سهولة^(٣٧).

ويسهم الناشر أو أصحاب الفكرة أو المنتج للترويج بالدعاية لهم عبر البريد الالكتروني كونه أطول عمراً بسبب تواجده في صندوق البريد المستخدم طيلة حياته بل حتى

مسحه تتطلب على الأقل قراءة عنوانه الذي يحسن القائم بالدعاية صياغته ليكون جذاباً بقدر مناسب.

ويتحول مزودو الخدمة الرئيسيون على الشبكة الدولية إلى شركات للدعاية والإعلان كبيرة من خلال المزج بين خطط وسائل الإعلام وشراء المساحات الدعائية وإطلاق الحملات الترويجية لمحرك Google الشهير هو أيضاً مشغل للإعلانات على الشبكة وكذلك للدعاية فضلاً عن أن شركة مايكروسوفت أعطت التوجه عام ٢٠٠٦م لمختبراتها للبحث المتخصص في أنماط الدعاية الجديدة^(٣٨).

فالمهارات الجديدة التقنية هي أيضاً في خدمة المستخدم وهي مبررات لجعل صناعة التأثير أكثر ربحاً وهذا مما يجعل بروز نموذج اقتصادي قائم على مبدئين الأول: أنه يستعار من وسائل الإعلام التقليدية يبيع للمعلنين فضاءات مشاهدة واسعة النطاق فكلماً شهد موقعاً عدداً متزايداً من الزوار كان الخبر الإعلاني فيه باهض الثمن، فيما يقوم المبدأ الثاني على المتاجرة بمشاهدة زبائن محدودي العدد ويكون وفق الطلب فسواء زوار أحد المواقع انتقلوا من موقع إلى آخر فإن مستخدمي الشبكة يخفون وراءهم آثاراً على الأغلب دون أن يعلموا ذلك نتيجة إلى جمع وتحليل كافة الإشارات^(٣٩).

وأن هناك طريقتين للدعاية عبر الانترنت الأولى تهدف إلى استخدام المعرفة بالمتصفح من أجل تزويد الصفحات التي يزورها بمربعات دعائية ملائمة مثلما هو الحال على شاشة التلفزيون ويبيع هذا النوع من الإعلان وفقاً لعدد مشاهدي اللوحة الإعلانية (انطلاقاً من كلفة لكل ألف مشاهد) وهذه الدعاية تتطلب انتشار الإعلانات ومتابعة القارئ على مختلف وسائل التواصل التي يستخدمها سواء الانترنت أو الهاتف المحمول وغيرها سعياً لجعله يقع في كل هذه الوسائط على الإعلان لا يبدو دخلياً عليها والطريقة الثانية هي أن تستثمر ميزانية الشركة بشكل أكبر فالمطلوب ليس تعزيز الماركات ضمن الوسط الملائم للمستهلك بل التعرف على نوايا هذا الأخير استباقاً لتوقعاته وهنا يسعى مزود الخدمة إلى إيجاد ساحة ستسمح للمعلنين أو لبائعي البضائع والخدمات بالالتقاء بزبائنهم المقبلين عن طريق دعاية تحتسب نظراً لمضمون الصفحة المقروء وهذا الشكل^(٤٠) الذي ابتدته (Yahoo) وطورته Google بصورة رئيسية يتجسد عبر مربعات نصوص صغيرة بدون

إبداعات ويتم إدخال على المدونات الشخصية وإلى الصحف على الشبكة أو يتم إنزالها على هامش النتائج التي تحدها محركات البحث.

وملفات الفيديو على الانترنت إحدى الأسلحة الأقوى على الانترنت كونها الأداة الأكثر وصولاً إلى قلوب الزوار حول العالم وعقولهم ويشكل موقع (يو تيوب YouTube) المحرك الرئيس لنشر ملفات الفيديو هذه إلى أن عدد زوار موقع (يو تيوب) وصل إلى ٤٧.٢ مليون في تموز عام ٢٠٠٨م وبيزادة نسبة ٤٩٥ في المائة مقارنة بكانون الثاني من سنة ٢٠٠٧م فضلاً عن أن هذا الموقع يثير الآلاف من التعليقات يومياً فماذا لو وضع قيد التعليق منتجاً ما لبيعه أو رؤية ماذا يمكن أن يخفف من نجاح السوق^(٤١).

الدعاية والمدونات

تعد المدونات صحافة جديدة أو بديلة لتحدي الرقابة التي تفرضها السلطات على وسائل المختلفة ومنها الصحافة في الماضي القريب وتنتشر المدونات كل ما يمكن نشره، ورفع الانترنت القيود وأعطى جيلاً من الشاب العرب فرصة الاتصال بالعالم الخارجي وداخل الأقطار العربية وإبداء آراءهم في قضايا محلية ودولية ودفعت المدونات أبعد مهمة للشباب والمفكرين والسياسيين العرب خاصة والعالم عامة وأنشأت جيلاً من المواطنين الصحفيين الذين يتصل بعضهم ببعض الآخر ويعقدون ندوات حوارية عفوية ويوصلون رأيهم إلى أية زاوية في العالم يوجد فيها من يهتم متابعة هذا الرأي فسعى كل ذو فكر سياسي أو ثقافي أو مهني أو مؤسسة حكومية أو خاصة لتشجيع منتسبيها على أن المدونات والترويج لها دعماً لتأخذ طريقها عبر الانترنت، وتكتسب المدونات أهمية إضافية في البلدان التي فيها رقابة صارمة لأنها توفر مساحة من الحرية^(٤٢).

وفي المدونات الشخصية هو قدرة صاحب المدونة على كتم هويته مما يفتح باباً عريضاً للتساؤل هل هو من يقول؟ وهل هو من البلد الذي يدعي مواطنيتها؟ وهل نيته سليمة فعلاً أم أنه يبيت دعاية سواء ضد أفراد أو دولة بعينها أو دول؟ وهل يعمل منفرداً أم أنه جزء من جهاز للتشويش على بلد ما أو تحويل الأنظار عن بلد آخر وما يرتكب فيه من جرائم، ويعد موقع face book أحد الوسائل الجديدة للدعاية والذي لقي رواجاً كبيراً بانضمام مليون مشترك إليه شهرياً لأن هذا الموقع يعد أرقام الهواتف والبريد الإلكتروني للأشخاص

وهواياتهم ومعلومات وتفاصيل شخصية عن المشتركين فيه، مما يجعله يسعى لبناء دليل عالمي يحتوي على سير ذاتية لأكبر قدر ممكن عن أصدقائهم والأشخاص والتي لا تتعدى التسلية والفضول عند معظم الأشخاص ولربما أصل المعلومات تستغل إلى الاستخدامات المتنوعة وعلاقات المستخدمين وأهوائهم مما يجعل البعض لا ينتبه لما هي حياة الآخرين وتفاصيل حياتهم والأفكار والترويج لها في محاولات لاستخدامه كوسيلة عصرية وبخاصة في تمرير face book المتنوعة فضلاً عن حصد قدر أكبر من المعلومات عن الأشخاص لغايات الدعاية التجسسية^(٤٣).

وهذا دفع الغالبية العظمى من المدونات في الولايات المتحدة يمينية أو دينية متطرفة بفتح قنوات مع المدونات العربية واستخدمها لنشر فكر لا يمكن أن يخدم العرب والمسلمين وخاصة محاولات من مواقع للمحافظين الجدد والمسيحيين الصهيونيين^(٤٤).

وطبقاً للإحصائيات انضم في عام ٢٠٠٨م إلى الموقع face book حوالي ١٢٠ مليون شخص وقدموا معلومات عند الاشتراك مما جعله يجمع عن طريق محركات البحث أكبر معلومات اجتماعية عالمية ودليلاً خاصاً مما حقق هدفه منشئ الموقع مارك جوكر بيرخ ليتحول من شبكة اجتماعية إلى استخباراتية وتحقق أهدافها في سبيل تمرير دعايتها المبرمجة وهذا الشيء دفع الدعاية (الإسرائيلية) التي تبحث عن أية فرصة ممكنة لاستخدامها وفي ظل التقدم التكنولوجي ما تزال آلة الدعاية عن طريق المواقع الإسرائيلية وما هو أولمرت في ذكرى الهولوكوست يطلب من الشباب اليهودي استخدام المدونات لتحقيق الأهداف لمحاربة اللاسامية لتقته بقدرة هذه الوسائل ونجاحها^(٤٥).

إن المدونات في الوطن العربي يستخدمها الشباب في غالبيتها العظمى، وأراؤهم لا تعكس بدقة الوضع العربي العام وإن العالم الخارجي لا يعرف من مدونات العرب إلا تلك التي تستخدم اللغة الإنكليزية وإن الشباب العربي الناطقين بالإنكليزية لا يمثلون غالبية الشارع العربي الذي نتحدث عنه ونراه. مما وسع المجال لمتطرفين عرب ومنظمات إرهابية من نوع تنظيم القاعدة وجماعات دينية تتحرك عكس التيار الإسلامي الإصلاحية، أدرجت هذه الجماعة في وقت مبكر أهمية الانترنت واستخدامتها لترويج أفكارها الهدامة ومن هذه السبل استخدمت المدونات وتشجع أعضائها إلى اللجوء إليها خصوصاً أنها مجانية والسرية فيها مضمونة.

المدونات والدعاية السياسية

تعد أغلب المدونات المصرية في طابعها العام مدونات دعائية سواء لكتابها أو للتيارات السياسية التي يدافعون عن أفكارها ويتجلى ذلك في لغة الخطاب ووحدة الكلمة حول موضوع انتقاداتهم للسلطة هناك، وينطبق الحال على استخدام الانترنت في الدعاية الانتخابية في الولايات المتحدة فقد وجد المرشحون للرئاسة الأمريكية ضالتهن هذا العام في المدونات ومواقع التعارف والمواقع الاجتماعية مثل Face Book و My Space والتي تشهد إقبالاً كبيراً من فئات المجتمع المختلفة سواء اجتماعية ثقافية سياسية أو حتى عمرية وإن كان أكثرهم من الشباب ولذلك أصبح الجميع متواجداً على المواقع ولينكدان linkedIn.com الأشهر وماي سبيس myspace.com الاجتماعية وفيس بوك facebook.com ولم يعد هناك لقب بالتواجد على الشبكة (والمرشح الإلكتروني) الذي يتميز دون غيره وأصبح الجميع حاضراً ومتفاعلاً ونشطاً ومنظماً بعد أن كانت مواقع التعارف الاجتماعية Social Networking أو في الانتخابات السابقة على or ket و friendster و Groups في عام ٢٠٠٤ وتأتي من هذه الحملات سبيس وفيس بوك وماي ليشهد الجمهور المستهدف من المواقع ملايين المتصفحين نقلة كبيرة في العدد ويتردد عليها الأشخاص^(٤٦).

وكان التنافس القوي والشديد بين مرشحي الحزب الديمقراطي باراك أوباما وهلاري كلنتون أشده عندما أعد كل خصم منهما للآخر عدة مواقع مشهورة لفضح والنيل من الآخر والتواصل مع الناخبين وأظهرت الانتخابات الأمريكية لعام ٢٠٠٨م، أن هيلاري خصصت موقعين الأول لتصوير فعاليتها wotingpresident.com والآخر هو votingpresident.org ووصفت فيه خصمها أوباما في دعايتها الانتخابية بأنه جبان الحزب الديمقراطي في الانتخابات الرئسية^(٤٧).

فيما خصص أوباما عدداً من المواقع الإلكترونية ووظف عدداً من المدونات فضلاً عن إعداد مدونة باللغة العبرية لكسب أصوات اللوبي الصهيوني في أمريكا والتقرب من الساسة الإسرائيليين فيها وجهاز فريقياً لتغطية نشاطاته عبر عدد من هذه المواقع ومنها شبكة Politicker للمرشحين ونظم مناظرات سياسية مع المرشحين الآخرين المختلفين حول

قضايا الصحة والتعليم والاقتصاد والعراق والحرب على الإرهاب ونظم هذه الحملة شركة ياهو Yahoo^(٤٨).

وبهذا الخصوص يقول Garrett. M. Graff كراف جارت^(٤٩) وهو أول مدون للمرشح الديمقراطي لتغطية نشاطات البيت الأبيض في كتابه الذي يرصد الدعاية الالكترونية وتأثير الانترنت على الحياة السياسية الأمريكية، إن انتخابات ٢٠٠٨ ستكون أول انتخابات تدخل فيها التكنولوجيا ليس كجماعات أو وسيط أو رسالتهم بل كان الاتصال بالناخبين كأفراد للكسب دوماً وهو هدف يسعى المرشحون للوصول إليه، لأن الطريقة الوحيدة للناخبين هي مقابلتهم وجهاً لوجه، وكلما اقترب موعد السباق للبيت الأبيض فإن من المتوقع أن تشتد الحروب الالكترونية والدعاية بين الأطراف المتنافسة ضراوة أكثر مما هو موجود في الواقع في التجمعات الانتخابية.. وفي المناظرات.. وعلى الأرض في محاولة لاستمالة الأقليات وقوى الضغط.. ومن الرؤى السياسات على وضع المنافسة الالكترونية لتزداد حسب قوة المعركة الانتخابية^(٥٠).

وإن الدعاية في المدونات أصبحت ظاهرة عالمية بعد أن دخل الانترنت في حياة الأسرة والعمل وأصبح الوسيلة العصرية للتعبير عن الذات وقضاء حاجات الناس وتسيير أمور الدولة والمجتمع عموماً، مثل المدونة الشخصية للرئيس الإيراني محمود أحمد نجاد وهي بعدة لغات من ضمنها اللغة العربية.. والمدونة جميلة التصميم وسهلة التصفح مع وجود بعض الأخطاء الإملائية التي تكررت في أكثر من موضوع وهي فرصة يوفرها الرئيس للتواصل مع شعبه ويرد فيها على الملاحظات التي ترده من المواطنين ويكتب فيها عن أفكاره ومشاريعه ويدافع عن اتهامات الغرب للمشروع النووي الإيراني^(٥١).

ومع انتشار المدونات العربية في شتى المجالات فإن المستقبل القريب سيحمل لنا موجة جديدة من المدونات يكتب فيها المسؤولون والقادة والمشاهير بشكل عام وإن مدونة الرئيس الإيراني تمثل الاتجاه الجديد فضلاً عن مدونات لمقدمي برامج الفضائيات ومنهم في قناة الجزيرة أمثال أحمد منصور وزميله فيصل القاسم وغيرهم. فضلاً عن مدونات متميزة تبنتها قيادة محافظة حضرموت اليمنية^(٥٢) وتبعها إنشاء موقع الكتروني لكل إدارة حكومية في العراق والخليج العربي والعديد من الدول العربية وهي خطوات جادة ومتعاطلة مع الجمهور وإعلام ودعاية لاستراتيجيات وأفكار القائمين على هذه المؤسسات وفي العراق أدت

الدعاية عبر الانترنت دوراً كبيراً في تعريف الجمهور بفعاليات ونشاطات المؤسسات الحكومية وإرشادهم إلى السبل الصحيحة لتقديم للجامعات والاعتراض على نتائج الامتحانات البكالوريا والعقود التي تبنتها وتطرحها وزارات النفط والتجارة وغيرها من الوزارات للجمهور^(٥٣).

وإن توظيف تكنولوجيا الاتصال باستخدام التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة تسعى لتوظيف ومعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي والتي تجمع بها المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها، ومن ها يسعى إليه القائمون على المواقع سواء كانوا أشخاصاً أو مؤسسات رسمية أو شبه رسمية أو خاصة إلى توظيف هذه الوسيلة لتعريف المتصفحين بأنفسهم ونشاطاتهم والدعاية والترويج لفكرهم أو منتجهم بشكل علمي مدروس يسهم بإقناع المتلقي والتفاعل معه.

استخدام الدعاية في المدونات العربية

أصبح المدونون العرب بعد اتساع نشاط الانترنت إحدى القوى المؤثرة في الشارع العربي وخاصة في مصر والمغرب العربي لدورهم الفاعل في صنع القرار الشعبي بل هناك شباب نالوا على ظهورهم الكثير من الهراوات من رجال أمن الدولة ومنهم من وضع في الاحتجاز أو أحيل للمحاكمات وإن جزء كبيراً من المدونين المصريين هم في الأصل فاعلون نشيطون في جمعيات ومنظمات حقوق الإنسان والمجتمع المدني^(٥٤)، ويتناول نسبة من المدونين في مدوناتهم مواضيع ذات طابع سياسي وهم شباب لم يجدوا فرصة للنشر في الصحف في بلدانهم لجأوا إلى المدونات، والفئة الثانية هم صحفيون محترفون ضاقت بهم حدود الرقابة في مؤسساتهم فجنأوا هم كذلك إلى المدونات والدافع لذلك هو إدراكهم للأهمية المستقبلية للمدونات والتدوين في العالم عامة والوطن العربي خاصة ويسعي دؤوب ومتواصل لإحداث شرخ في سيطرة الدولة على الإعلام فضلاً عن رغبتهم في التغيير وتوعية

المواطنين ورغبتهم في نشر الحقيقة كما هي إضافة إلى أن هناك رغبات ذاتية لكل مدون^(٥٥).

وتتنوع الموضوعات التي تتناولها المدونات العربية ما بين السياسة والثقافة والفلسفة والفن والأدب والدين والإعلام والتقنية والرياضة والمذكرات الشخصية والأشعار وأحياناً الطرائف والنكات فضلاً عن تنوع أسماء المدونات للتعبير عن حالة أصحابها فغالباً ما يسمى المدون مدونته باسم وهمي أو كوميدي أو سياسي ساخر أو قد يسميها باسم يعبر عن حالات الفساد أو الإحباط السياسي أو الاجتماعي الذي يرغب في تناوله، وبعيداً عن ما يريد فيه^(٥٦).

كما وتسهم بعض المدونات في استقطاب الأقسام الشابة وجمع كتاباتها على شكل كتاب على الانترنت ضمن إصدارات المدونة ومنها مدونات دار الشروق التي تضم العديد من الكتب التي تسهم في الدعاية لها والترويج وتحميلها بمجرد النقر على كود التحميل فضلاً عن العديد من الإصدارات لكتب عربية ومترجمة وتسعى هذه المدونة لاستقطاب العديد من المدونات وتشكيل روابط أو تجمعات فيما بينهم للترويج للكتاب والدعاية لدار النشر عن طريق استخدام المدونات المضيفة وزوارها وتعميق هذه التجربة فيما بينهم وإعطاء المدونين الحرية في ترشيح الكتب التي تسهم في تثقيف المتصفح على الانترنت ومن وجهة نظر صاحب المدونة مختار العريزي إن عملية ترشيح الكتب في عالم التدوين العربي تؤثر بلا شك في رواد كتاب ما ولكن أن يقوم المدون بترشيح الكتاب^(٥٧) وكأن، الكتاب نفسه معروضاً في صحيفة أو مجلة ولهذا فإن عامل الثقة في تقييمات المدون عامل مؤثر فضلاً عن ترشيح المدون الكتب لزوار مدونته.

ويواكب المدونون العرب الأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية في بلدانهم، ويتفاعلون معها ويبدون آراءهم إزاء كل حدث مما عمق التواصل فيما بينهم وتجلي ذلك في الحملة الدعائية الكبيرة التي نظمها المدونون في مطلع العام ٢٠٠٨م للتهيئة لإضراب السادس من نيسان ضد الغلاء وممارسات السلطة هناك مما حشد هذه الدعاية الرأي العام المحلي وانعكس ذلك على المستوى العربي والعالمي ويعد هذا الحدث من أكبر الفعاليات لدور المدونات في الدعاية للقائمين فيها ضد السلطة مما حفزهم لإعداد وتنفيذ إضراب سلمي بعد أن واجه المدونون في الإضراب الأول الضرب والاعتقال والمحاكمة وكان الإضراب

الثاني لمناسبة ميلاد الرئيس المصري في الرابع من مايس في العام الحالي ٢٠٠٨م تم في هذه الحملة الدعائية ضد الرئيس والسلطة وضع لاقتات وأعلام سوداء والاعتصام في المنازل مما كان له دور فعال في السلطة علماً أن الإضراب الأول في السادس من نيسان حقق مطالبهم وفعلاً أصدرت السلطة عدد من القرارات في الحد من غلاء المعيشة وتوفير الخبز بأسعار مدعومة وزيادة رواتب الموظفين والعاملين بنسبة ٣٥%^(٥٨).

وكذلك فعل المدونون المغاربة وتجسد ذلك في التأييد الذي أظهره في فوز الإسلاميين في الانتخابات ومواضيع تفكيك طلبة أنصار المهدي وإقالة الجنرال بعنيكري ويتجسد نشاط المدونين في ميولهم نحو الفعل الصحفي والسعي للتغيير ولهم الشجاعة لإبداء آرائهم علانية ولهم الشجاعة للتعامل مع الانترنت بالوقت الذي يعتبره الكثير من الشباب العربي وحشاً يجب عدم الاقتراب منه^(٥٩).

الانترنت أتاح مجالاً واسعاً ومساحات فسيحة للمدونات الالكترونية تكون أحد مصادر المعلومات وهي متاحة لأي شخص في العالم لديه إمكانية الاتصال بالانترنت إذ بالإمكان لأي فرد أن يكون ناشراً للمعلومات مع الحرية التامة فيما يبدي من معلومات وآراء وهو ما يثير جدلاً حول درجة الثقة في المعلومات التي يقدمها المصدر ومن هنا تؤدي الدعاية والقائمين عليها دوراً كبيراً للترويج للأفكار والسلع عبر هذه المدونات وتحقيق إجماع أو جذب لفكر معين أو رأي ما أو سلعة أو منتج لتحقيق الترويج له وهذا يتطلب السعي لوجود معايير وميثاق لأخلاقيات التدوين يتبعها المدونون وفقاً للقواعد المعيارية في إسناد المعلومات إلى أصحابها وغيرها من المعايير التي تحقق المصداقية فيما ينشره هذا المصدر أو ذاك لأن الملكية الفكرية والإبداع أثن من أي ملكية مادية مما يدفعنا للمطالبة إلى جعل المدونات تدخل ضمن المصنفات التي يسري عليها قانون حماية الملكية الفكرية ووضع العقوبات الرادعة التي من شأنها أن تردع كل سارق عن سرقة ثمار عقول المدونين وإبداعاتهم الفكرية^(٦٠).

الدراسة التطبيقية للبحث

تعد المدونات التجديد الأحدث الذي شهدته حركة التطور على الانترنت والذي هز عالمه بقوة. وهو سجل للأحداث والكتابة الأنية للوضع العربي بعيداً عن رقابة الدولة وأجهزتها

ومن خلال تحليل ومسح المدونات نصل إلى نتائج تسهم في أغناء البحث حول موضوع الدراسة..استخدام الدعاية لمدونات المنظمات والمؤسسات والأحزاب والأشخاص دراسة تحليلية في مدونات موقع جيران.. وعن طريق الاستعانة بالجداول والإحصاء ومن خلال تحليل عينة البحث لمدونات موقع جيران لشهر تموز ٢٠٠٨ والجداول التالية توضح ذلك:

١. توزيع المدونات في الدول

والجدول رقم (١) يمثل عدد المدونات في كل دولة من الدول العربية أو دول العالم واحتلت مصر المرتبة الأولى وبنسبة ٢٧٪ و٧٠ تكرار وتليها في المرتبة الثانية سوريا وبنسبة ١٩٪ و٥١ تكرار وتليها العربية السعودية بنسبة ٩٪ و٢٤ تكرار، وبعدها الجزائر بنسبة ٨٪ و١٨ تكرار وتليها العراق بالمرتبة الخامسة وبنسبة ٧٪ و١٧ تكرار، وهكذا لبقية الدول ويتضح من الجدول أدناه أن المدونات أسهمت في تعزيز العلاقات بين شباب الأمة العربية في المهجر والتفاعل فيما بينهم وتفاعل العلاقات التجارية مع دول العالم من خلال استخدام المدونات باللغتين العربية والانكليزية من ١٢ دولة غير عربية لمخاطبة المجتمع العربي. وهذا يعني أن نسبة ٤٠٪ من الدول حسب العينة تسهم في رفد الوطن العربي بمدونات وعملية تواصل حضاري وثقافي وتجاري وتعد أسلوب للدعاية للشركات والأشخاص والمؤسسات والأحزاب عن طريق التواصل مع الجمهور عبر أنت وتطرح ما يرغبون في إيصاله للأخريين وتسهم في الدعاية للغايات التي تهد لها، وغيرها عن طريق وجود ١٢ دولة من دول آسيا وأوربا والأمريكيتين في المخاطبة والتفاعل مع المدونات العربية وهذه النسبة على قلتها فإنها تفتح آفاقا جديدة لعلاقات عامة أوسع بين المدونين العرب وغيرهم في دول العالم.

جدول (١)

يوضح المدونات حسب الدول

ت	اسم الدولة	التكرار	%	ت	اسم الدولة	التكرار	%
١	مصر	٧٠	٢٦.٠٨١	١٦	الولايات المتحدة	٣	١.١٤
٢	سوريا	٥١	١٩.٥٤	١٧	البحرين	٢	٠.٧٦٦
٣	السعودية	٢٤	٩.١٩	١٨	تركيا	٢	٠.٧٦٦
٤	الجزائر	١٨	٦.٨٩	١٩	بلجيكا	٢	٠.٧٦٦
٥	العراق	١٧	٦.٥١	٢٠	كندا	٢	٠.٧٦٦

٠.٧٦٦	٢	موريتانيا	٢١	٥.٧٤	١٥	المغرب	٦
٠.٣٨	١	عمان	٢٢	٢.٦٨	٨	فلسطين	٧
٠.٣٨	١	ماليزيا	٢٣	٣.٠٦٥	٧	الأردن	٨
٠.٣٨	١	انكلترا	٢٤	٢.٢٩	٦	السودان	٩
٠.٣٨	١	اندونيسيا	٢٥	١.٩١	٥	لبنان	١٠
٠.٣٨	١	الصين	٢٦	١.٩١	٥	الإمارات	١١
٠.٣٨	١	نيوزيلندا	٢٧	١.٥٣	٤	الكويت	١٢
٠.٣٨	١	الأرجنتين	٢٨	١.١٤	٣	ليبيا	١٣
٠.٣٨	١	كروانيا	٢٩	١.١٤	٣	اليمن	١٤
٠.٣٨	١	تنزانيا	٣٠	١.١٤	٣	قطر	١٥

مجموع التكرار في العينة ٢٦١ وبنسبة ١٠٠ %

٢. محتوى المدونات

مجموعات لكل منها طابعها يميزها عن غيرها، وتعتمد المدونات على النصوص التي يكتبها المدونون على صفحات مدوناتهم، وقد يضاف إليها صور ولقطات فيديو وتسجيلات صوتية وغيرها وهي إحدى الوسائل الدعاية التي يستخدمها المدون للدعاية الشخصية أو للمؤسسة أو المنظمة أو الحزب أو الجهة التي يهدف للترويج أو الدعاية له، وعن طريق دراسة العينة تبين وفق المدون الأتي نسب المدونات حسب المحتوى سواء كان ثقافياً أو اقتصادياً أو دينياً أو فنياً أو اجتماعياً وغيره، وعن طريق العينة يمكن أن نتوصل لنتائج عن اتجاه المضمون لمحتويات المدونات.

تبين للباحث بان المدونات الثقافية احتلت بكل أشكالها سواء في مجالات الشعر أو النقد أو النثر أو الخطابة نسبة ٥٠% وتعد إحدى الوسائل الدعاية الشخصية للكاتب أو الشاعر في المنظمة أو الجهة التي يتحدث عنها في تدوينته وعن طريق ١٣٧ تكراراً وتستقطب هذه

المدونات في محتوياتها شريحة واسعة من أصحاب المواهب الأدبية والشعرية وتجمعهم في تجمعات ذات ميول متقاربة وتخلق لديهم الرغبة في التفاعل فيما بينهم مما يدفع ذوي الاهتمام المشترك بفتح آفاق أخرى لصاحب الموهبة عن طريق وضع اسم مدونته ضمن المدونات المفضلة لجذب جمهور لها وخلق حالة التفاعل معها كشكل من أشكال العلاقات العامة واحتلت المدونات ذات المحتوى الاقتصادي والتي تشمل مدونات الشركات والمكاتب العقارية والشركات الصناعية والتجارية أو الحزبية المرتبة الثانية وبنسبة ١٢٪ وعن طريق ٣٢ تكراراً وهذه المدونات تكون عادةً مدونة باسم الشركة أو المنظمة أو يقوم أحد الأفراد من موظفي العلاقات العامة في تلك بإنشائها من أجل جذب أنظار الجمهور المتصفح للانترنت إلى مؤسسته أو منظمته فيما احتلت المدونات ذات المحتوى الديني نسبة ١٠٪ و ٢٧ تكراراً وهذا يعني أنه رغم كثرة المواقع الدينية على الانترنت والفضائيات فإن التدوين الديني مازال بهذه النسبة من التدوين ولكن مع ذلك فيشكل قاعدة للانفتاح للتدويني لذوي المواهب والأفكار الدينية التقليدية للولوج في عالم التدوين الواسع. واحتلت المدونات ذات الاهتمامات الفنية نسبة ٧٪ وبتكرار ١٨ وتمثل اهتمام نسبة من الشباب بأعمار متفاوتة من ١٥ إلى ٢٥ عاماً عن طريق تأثرهم بالمسلسلات الدرامية المدبلجة من اللغة التركية إلى العربية مما حفز الشباب والشابات على البحث عبر الانترنت واستباق الأحداث لعرضها على الجمهور فضلاً عن اهتمام الآخرين بتشجيع عدد من الفنانين والفنانيين ومتابعة الأحداث الفنية ووصل الأمر إلى تسمية مدونات باسم الممثلات مثل (لميس) واسم الفنانين مثل (تامر حسني) وغيرهم من الفنانين وهي وسيلة من وسائل الدعاية. فيما بلغت نسبة المدونات المهمة بالشأن الاجتماعي نسبة ٦٪ من العينة وبتكرار ١٣ مرة وتدور أغلبها حول الزواج والطلاق والعنوسة والعنف ضد المرأة والعلاقات بين الرجل والمرأة يسهم المدونون إلى اطلاع المتصفح على ما يعانیه مجتمعهم المحلي والعربي من هذه المشاكل.

جدول (٢)

المدونات حسب المحتوى

ت	المحتوى	التكرار	%
١	ثقافية	١٣٧	٥٢٪

٢	اقتصادية	٣٢	١٢%
٣	دينية	٢٧	١٠%
٤	فنية	١٨	٧%
٥	اجتماعية	١٣	٥%
٦	علمية	١٢	٥%
٧	رياضية	٨	٣%
٨	ترفيهية	٧	٣%
٩	سياسية	٤	٢%
١٠	إعلامية	٣	١%
المجموع		٢٦١	١٠٠%

واحتلت المدونات العلمية والتكنولوجية نسبة ٦٪ وبتكرار ١٣ مرة من العينة وتشمل هذه المدونات العلوم بمختلف أصنافها وتكنولوجيا الاتصالات والانترنت والحاسب الآلي. كما احتلت المدونات ذات المحتوى الرياضي ٣٪ وبتكرارات ٧ مرات وشملت اهتمامات المدونين بعدد من النوادي العربية التي يشجعونها كالنادي الأهلي المصري أو الفرق الرياضية كالفريق العراقي الذي حقق الفوز في تصفيات آسيا فضلاً عن إبراز أهم اللاعبين في هذه النوادي، ضمن الفرق الرياضية التي يتم تشجيعها وتقديم معلومات رياضية واسعة عن المنطقة الجغرافية للمدون في العالم التي تستضيف المباريات العربية والأجنبية وهي دعاية موجهة للمنتديات والنوادي التي ينتمي لها المشجعين. وبلغت نسبة المدونات الترفيهية ٣٪ و ٧ تكرارات عن طريق إدخال الألعاب والمسابقات والنكات وغيرها لجذب اهتمام الجمهور لها فيما بلغت المدونات السياسية ضمن العينة ٢٪ وبأربع تكرارات وشملت مدونات لأحزاب سياسية أو سياسيين عبروا فيها عن أفكارهم وتوجهاتهم السياسية وانتقاداتهم للوضع العربي الراهن وتسهم هذه المدونات في خلق حالة تفاعل بين الجمهور وهذه الأحزاب أو القوى السياسية لكسب تأييدها في منهجها المعد مسبقاً لهذا الغرض إن محتوى المدونات يعكس هاجس انفعالات وأفكار المدون وما يطرأ على الساحة العربية سواء أحداث سياسية ثقافية أو فنية أو علمية أو دينية ويتم تحليل مضمون العينة الأساسية للمدونات من مجموع عينة المدونات بأسلوب

التصفح المباشر لكل مدونة وتم الاعتماد عن طريق التصفح على عشر مضامين يمكن تحليلها من محتوى المدونات عن طريق جمع الأفكار المتشابهة ضمن محتوى واحد من أجل الإسهام بشكل فعال وبسيط في تحليل مضمون المدونات.

وكان ذيل العينة لمحتوى المدونات الإعلامية وهي مدونات لصحفيين وأكاديميين إعلاميين وكانت نسبة ١٪ وبثلاث تكرارات وتشمل مواضيع إعلامية متخصصة ومقالات لصحفيين في الصحف الورقية اليومية وغيرها من الدراسات الإعلامية.

٣. التحديث

يتمثل التحديث في عملية تجديد محتويات المدونة من قبل المدونة وتتفاوت عملية التحديث بين المدونين وحسب تفرغهم أو قدرتهم على مواصلة الكتابة وإثراء محتوى المدونة بالمعلومات وكون أغلب المدونين من غير المتفرغين مهيناً للتدوين بسبب ارتباطاتهم الوظيفية أو المهنية في كسب رزقهم وكون المدونات هوائية تصقل مواهبهم الأدبية والعلمية والفنية وغيرها فإن تحديث المدونة يتوقف على مدى اتساع الوقت للمدون لاستحداث مدونته وعن طريق تصفح العينة تبين أن نسبة ٦٣.٦ كانت غير منتظمة الصدور وبواقع ١٦٦ تكراراً بينما بلغت المدونات التي تصدر شهرياً ٢٦.٨١ و٧٠ تكراراً والنصف شهرياً بخمسة عشر تكراراً ونسبة ٥.٧٤ والأسبوعية بـ٧ تكرارات ونسبة ٢.٦٨ والنصف أسبوعية بثلاثة تكرارات ونسبة ١٤.١٪ بينما لم نجد مدونة في العينة تصدر بشكل يومي وهذا يعود أصلاً إلى كون عينة البحث من المدونات حديثة الإنشاء أو التكوين ويعني قلة ممارسة المدون لكتابته اليومية بينما نجد أن أغلب المدونات اليومية في المواقع كافة تعود في الأغلب لصحفيين ممارسين في الكتابة ومن أبرزهم الكاتب المصري المعروف **فهيم هويدي** في "جيران" الذي يكتب عدداً من المقالات في عدد من الصحف العربية بصورة يومية ويعيد نشرها في مدونته التي تحمل اسمه. والجدول التالي يوضح نسب وتكرار التحديث في عينة البحث.

جدول رقم (٣)

تحديث المدونة

ت	التحديث	التكرار	%
١	اليومي	/	/

٢	نصف أسبوعي	٣	١.١٤%
٣	أسبوعي	٧	٢.٦٨%
٤	نصف شهري	١٥	٥.٧٤%
٥	شهري	٧٠	٢٦.٨١%
٦	غير منتظم	١٦٦	٦٣.٦%
المجموع		٢٦١	١٠٠%

٤. الدعاية في المدونات:

أ. الدعاية في الصفحة الرئيسية

تتكون المدونة عادة من صفحة رئيسية والتي هي الواجهة الرئيسية للمدونة وتضم كافة محتوياتها فيما تضم الصفحة الشخصية نبذة عن حياة المدون وعمره وبلده فضلاً من هواياته ورغبته في فتح صفحة للدردشة والحوار مع أصدقاء يلتقي معهم في نفس الرغبة من الهواية والتوجه الفكري والعلمي وغيره من الأمور كما ويمكن خزن أرشيف المواضيع والعناوين التي سبق وان ذكرها في مدوناته والصور التي يحتفظ بها ويرغب باطلاع الجمهور عليها. وشكلت الدعاية الشخصية النسبة الأولى في المدونات وبتكرار ٢٠٩ ونسبة ٨٠٪ وهذا يمثل المجال الذي أتاحه الانترنت لأصحاب المواهب كافة سواء أدبية أو علمية أو فنية أو رياضية أو شخصية أو مهنية للتعبير عن ذاتهم في الكتابة وباستخدام الوسائط المتعددة كافة لإبراز فعاليتهم أمام الآخرين وتلتها المؤسسات الخدمية والإنتاجية بإنشاء مدونات صريحة بأسمائهم لمكاتب العقار أو تجارة السيارات أو شركات الديكور وغيرها وكانت بنسبة ١٣٪ و ٣٤ تكراراً فيما احتلت الشخصيات المهنية المرتبة الثالثة بنسبة ٤٪ وبتكرار ١١ وهذا يشمل المهن المتخصصة مثل الفنان صاحب اللوحات التشكيلية يستعرض في مدونته مهنته البحتة في الرسم والتعبير عن طريق لوحاته عن مكامن نفسه وكذلك الحال مع عدد من الصحفيين الذين ينشرون مواضيع مختلفة في وسائل الإعلام المكتوبة ويحولونها على صفحاتهم ومدوناتهم عبر الانترنت فيما احتلت الأحزاب السياسية والشخصيات السياسية على نسبة ٣٪ وسبع تكرارات وهذه المدونات التي تصدر بأسماء الأحزاب ومنها حزب الإصلاح العراقي وعدد من الشخصيات السياسية على الساحة العربية

كمدونة حوارية حول آرائهم وسياساتهم وتفاعلهم مع الجماهير وهو أسلوب جديد في عالمنا العربي وسبق أن استخدمه السياسيون في الغرب وفي آسيا وفي مقدمتهم الرئيس الإيراني أحمد محمود نجاد في مدونته التي تبث بعدة لغات ومن ضمنها اللغة العربية.

جدول رقم (٤)

الدعاية في المدونات

ت	الدعاية في المدونات	تكرار	%
١	شخصية بحتة	٢٠٩	٨٠
٢	مؤسسات إنتاجية وخدمية	٣٤	١٣
٣	شخصيات مهنية	١١	٤
٤	منظمات وأحزاب	٧	٣
	المجموع	٢٦١	٪١٠٠

ب. الدعاية في الصفحة الشخصية

وتشمل الدعاية في الصفحة الشخصية عن طريق استخدام اسم المدون سواء الحقيقي أو المستعار أو عن طريق رموز، والجدول التالي يوضح ذلك. كما تشكل المدونات المفضلة في جميع المدونات شكلاً من أشكال الدعاية وتسهم في تعريف القارئ أو المتصفح على مدونات غالباً ما يكون لها علاقة بتوجه صاحب المدونة المضيفة، وقد شكلت الدعاية لمدونة جبران والتي تصدر من ذات الموقع علامة في المدونات كافة وتوزعت باقي المواقع الفضة بين مدونة أمانة العاصمة الأردنية كون موقع جبران يبيث من الأردن نسبة ٨٥٪ ويتكرر بلغ ٢٢١ والمدونات الثقافية المضيفة بلغت ٣٣ تكراراً وبنسبة ١٣٪ والمدونات الفنية كانت بنسبة ٢٪ و٦ تكرارات ومن هنا يبين الجدول التالي أن المدونات المفضلة تسهم في الدعاية أولاً لصاحب المدونة المضيفة وثانياً للمدون صاحب المدونة التي ترك عنوانها وهو بدوره سيسهم في تضييف عنوان مدونة زميله في مدونته.

جدول (٥)

الدعاية في الصفحة الشخصية

ت	اسم المدون	تكرار	%
١	أسماء باللغة الانجليزية	١٣٦	٥٢%
٢	عناوين E-mail	٧٥	٢٩%
٣	أسماء باللغة العربية	٤٣	١٦%
٤	باللغة الانجليزية والعربية	٧	٣%
المجموع		٢٦١	١٠٠%

وتبين لنا من الجدول أعلاه أن ١٣٦ تكراراً وبنسبة ٥٢% يستخدمون أسماءهم باللغة الإنجليزية في مدوناتهم فيما يتبين أن ٢٩% و٧٥ تكراراً يستخدمون عناوينهم الالكتروني محل أسمائهم في المدونة مقابل ٤٣ تكراراً وبنسبة ١٦% يستخدمون أسماء مستعارة أو أسماءهم باللغة العربية وكانت نصيب استخدام اللغتين العربية والانكليزية ٧ تكرارات وبنسبة ٣% ويسعى المدونون في مدوناتهم إلى استخدام أسمائهم الحقيقية في حالة رغبتهم في إبراز شخصيتهم ومواهبهم وجذب المتصفحين لهم والتفاعل معهم فيما يسعى أصحاب العناوين البريدية إلى خلق حالة من التفاعل عبر الإيميل البريد الالكتروني سواء عن طريق الرسائل أو الحوار المباشر عبر الماسنجر .

ويسعى المدونون الذين يستخدمون أسماء مستعارة كالأسد أو فارس بلا جواد وغيرها من الأسماء إلى فقد مجتمعاتهم المحلية أو العربية بعيداً عن السلطة مما يجعلهم يكتبون بحرية أكبر وأوسع فيما يسعى أطراف أخرى من المدونين إلى جذب اهتمام الآخرين عن طريق الرمز بأسمائهم إلى أرقام وحروف إلى خلق تفاعل معهم لأن أغلبهم يتابع المسلسلات الدرامية العاطفية ويتفاعل معها ومنها المسلسلات التركيبية المدبلجة التي أخذت حيزاً من المدونات خلال العينة البحثية.

ج. أسلوب الدعاية في الصفحة الشخصية

يسعى المدونون في الصفحات الشخصية إلى استقطاب القراء عبر التوضيح عن مكوناتهم الشخصية عن طريق استعراض تفاصيل أدق عن حياتهم والجدول التالي يوضح ذلك. أن المجال واسع ومفتوح لكل من يجد بنفسه الموهبة والقدرة عن التعبير في شتى

نواحي الحياة فان الأبواب مشرعة أمامهم عن طريق المدونات عبر الانترنت وكل من لديه فكرة لمشروع ويسعى للدعم أو المشاركة في شتى أنحاء العالم وكذلك الحال مع الشركات والأحزاب وذوي المهن يعملون من خلال المدونات على استقطاب أوسع عدد من الجمهور حولهم، والجدول التالي يوضح أسلوب الدعاية الشخصية بالمدونة.

جدول (٦)

أسلوب الدعاية في الصفحة الشخصية

ت	أسلوب الدعاية الشخصية	تكرار	%
١	السيرة الذاتية	٢٣٩	٩١%
٢	الهواية	١٥	٦%
٣	المهنة	٧	٣%
المجموع			١٠٠%

وتبين من الجدول أعلاه أن المدونين ينكرون سيرتهم الذاتية العمر وتفاصيل الحياة بـ ٢٣٩ تكراراً وبنسبة ٩١٪ وبعدها يتم التوسع في الهوايات التي يرغب في أن يجتمع مع الآخرين بها بـ ١٥ تكرار وبنسبة ٦٪ فيما تبين أن ٣٪ يسعى لإبراز مهنته ورغبته في إيجاد عمل يتناسب وكفاءته، ما تم دراسته من خلال هذا البحث الدعاية في المدونات والتي تتوسع يوماً بعد آخر بفضل سهولة استخدام ألت وخصه وعدم وجود عوائق أمام المدون للانطلاق بكل حيوية في التعبير عما يرغب التعبير عنه وتوصل الباحث لعدد من النتائج والتوصيات تسهم في تعزيز الانتشار الواسع للكاتب او المدون للوصول لجمهور واسع في هذه المعمورة.

نتائج البحث

توصل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات يمكن صياغتها كما يلي:

١. إن المدونات أصبحت تُشكل حلقة من حلقات الدعاية، لأنها تتقل أحداث الدول والمدن والقصبات في العالم وبأساليب مختلفة وحسب قدرة المدون في إيصال المعلومة للقارئ، ومن هنا يفرض المدون أسلوبه وصياغته وقوة تعبيره على المتصفح للانترنت ويكسب

جمهوراً يتفاعل معه من مختلف دول العالم خاصة أن المدونات اكتسحت العالم بأسره ومنها الدول العربية عامة والعراق خاصة، الذي أصبحت حركة التدوين فيه تنتشر بين صفوف المثقفين والشباب والنساء ومختلف طبقات المجتمع.

٢. يعتمد المدونون إلى إرضاء جمهورهم عن طريق إدخال كل جديد وممتع في مدوناتهم بواسطة تحديثها باستمرار و ثم تقسيم التحديث حسب التسلسل والزمن، وتبين من نتيجة البحث أن التحديث غير المنتظم كان الغالب في التدوين والتحديث الشهري والنصف شهري والأسبوعي بنسب متفاوتة وهذا يعكس قلة ممارسة المدونين لكتابته اليومية في مدوناتهم كونها مدونات حديثة الإنشاء أو التكوين وتتعاون عملية التحديث بين المدونين وحسب تفرغهم أو قدرتهم على مواصلة الكتابة وإثراء محتوى المدونة بالمعلومات كون أغلب المدونين من غير المتفرغين وغير مهئين للتدوين بسبب ارتباطاتهم الوظيفية أو المهنية في كسب رزقهم وكون المدونة هواية تصقل مواهبهم الأدبية والعلمية والفنية وغيرها.

٣. وشملت الدعاية في الصفحات الشخصية عن طريق استخدام المدون اسمه الحقيقي أو المستعار أو بواسطة رموز ويسعى المدونون في مدوناتهم باستخدام أسماءهم الحقيقية في حالة رغبتهم في إبراز شخصيتهم ومواهبهم وجذب المتصفحين لهم والتفاعل معهم فيما يسعى آخرون إلى استخدام عناوينهم البريدية من أجل جذب المتصفحين والتفاعل معهم عبر البريد الإلكتروني الإيميل سواء عن طريق الرسائل أو الحوار المباشر عبر الماسنجر فضلاً عن استخدام أسماء مستعارة كالأسد وغيرها من الأسماء لنقد مجتمعاتهم المحلية أو العربية بعيداً عن السلطة مما يجعلهم يكتبون بحرية أكبر وأوسع فضلاً عن قيام قسم من المدونين باستخدام رموز أو حروف وأرقام إلى خلق حالة من التفاعل مع الجمهور.

٤. ان الصفحة الشخصية في المدونة هي صفحة دعاية للمدون لأنها تكشف للمتصفح عن هوايات وقدرات وإمكانات المدون وتعمل على جذب من هم يشاطرونه نفس الاتجاه، فضلاً عن المدونات المهنية البحتة والتي يهدف المدون لجذب الآخرين والتعرف عليهم.

٥. هنالك مدونات للأحزاب كحزب الإصلاح وأخرى لطبيب جراح بريطاني والعديد من المدونات لأصحاب المهن والحرف وتجار العقارات للدعاية لمؤسساتهم ومهنتهم.

التوصيات

١. التوسع في فتح ورش العمل بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني لإنشاء مدونات عراقية رصينة ترصد الواقع وتعمل على إعلاء الشأن العراقي وإنجازات شعبه في المجالات كافة كما وتعكس قدرة العراقيين على تطوير هذا الجانب التقني لخدمة العراق وشعبه وكما هو معمول به في عدد من الدول العربية.
٢. العمل على خلق تجمع أو اتحاد للمدونين العراقيين لتنظيم عملهم ودعمهم ورعايتهم كما هو معمول به في أغلب الدول العربية والإسهام من خلال تطوير المدونات وخلق حالة التنافس النزيهة بينهم.
٣. حث العراقيين وخلق تعاون مشترك كون المدونين هم صحفيو المستقبل وممن تزخر كتاباتهم بقبول الرأي العام لها وتتفاعل معها و كما هو معمول به في اغلب دول العالم.
٤. فتح آفاق واسعة لكل فئات الشعب لممارسة الكتابة والتعبير عن طريق تشجيع إنشاء المدونات وحث الفئات العمرية من الشباب خصوصا الإبداع في هذا المجال ومنها الجامعات والمعاهد والثانويات ومراكز العمل في شتى ميادين الحياة كونها وسيلة عصرية ونافذة يطل منها ذوي المواهب وأصحاب الشركات والمؤسسات من خلالها للعالم.
٥. إيجاد وسائل للمنافسة بين المدونين عن طريق إقامة المسابقات المحلية والدولية بين المدونين وحسب محتوى المدونات وهذا الأسلوب بادرت به ألمانيا قبل خمس سنوات وتبعها عدد من الدول في العالم ومنها مصر.
٦. احتضان المدونين المتميزين ودعمهم من قبل وسائل الإعلام عن طريق نشر نتاجاتهم في وسائل الإعلام وهذا الأسلوب اعتمده اغلب وسائل الإعلام الأمريكية والألمانية كون المدون مخبر محلي يمكن تصوير الحدث مباشرة عبر هاتفه الشخصي أو الكاميرا التي يحملها مما قد يحقق سبق على وسائل الإعلام فضلا عن وصفه للحدث بعفوية وبعيدا عن تأثير السلطات في صياغة الحدث.
٧. حث دوائر العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص على إنشاء مدونات تعكس نشاطات وفعاليات المؤسسة أو المنظمة التي يعمل بها المدون لسهولة الإنشاء ورخص

الكلفة وتسهيل عملية التواصل مع الجمهور ومواكبة التطورات العالمية وهذه الظاهرة أصبحت متبعة عالميا وأول من باشرت بها شركة مايكروسوفت العالمية وشركات كبرى مثل كوكل وياهو وبعدها انتشرت على مستوى عالمي.

٨. ان تشجيع الدعاية لانجازات العراقيين في ظل الظرف الراهن يعد إسهام في إعادة الحياة السعيدة لكل العراقيين.

هوامش البحث

- (١) رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠، ص ١٨٣.
- (٢) رشيد فيكاري، كاتب ومدون على النت <http://www.Gandare.org>
- (٣) جمال الرزن، المدونات الالكترونية وسلطة التتوين، باحث في جامعة منوبة، تونس، دراسة على النت، ص ٤.
- (٤) موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة © 2006 media communications
- (٥) روبير مارتان، مدخل لفهم اللسانيات، ترجمة عبد القادر المهيري، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، أيلول ٢٠٠٧، ص ٣٤.
- (٦) عبد الرحمن فراج، باحث وكاتب وصاحب مدونة، وللاستزادة يمكن زيارة موقع. <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?=4991>
- * هو نوع من الإيقونات تضاف للمواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها بدون أي قيود.
- (٧) مجلة مدارات ArchiveduBlog شبكة المدونات مصدر سابق.
- (٨) حسين منصور، بدايات ومراحل تطور الإعلام الالكتروني العربي والدولي على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه مقدمة إلى كلية الآداب قسم الإعلام بجامعة الأزهر، ٢٠٠٧، ص ٤٥.

(٩) يمكن الاطلاع أكثر على معلومات أكثر على:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Photoblog>

(١٠) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على

<http://en.wikipedia.org/wiki/Blogospher>

(١١) برنامج وثائقي عن المدونين العرب وأشهر المدونات، أنجزته قناة الجزيرة الإخبارية عن طريق توثيق المدونات وإجراء لقاءات مع مدونين وشخصيات إعلامية وصحفية ومنشور على موقع الجزيرة نت.

(١٢) يمكن مشاهدة العديد من أنواع المدونات على هذه الروابط:

<http://www.blogwise.com>,

<http://www.bloglines.com>,

<http://www.livejournal.com>

(١٣) محمد سعيد احجيج، دقاتر التدوين - ألف باء التدوين - الدليل السريع لإنشاء المدونات، المغرب، مؤسسة mshjiouij للنشر الالكتروني، ٢٠٠٨، ص ٩.

(١٤) سعيد المصري وآخرون، مصدر سابق: ص ١٧.

(١٥) يمكن متابعة أكثر على <http://www.redmon4u.com/2006/11/21/payperpost/>

(١٦) محمد سعيد احجيج <http://www.mshjiouij.com/blog/40> ص ١١.

(١٧) محمد سعيد احجيج، المصدر نفسه، ص ٧.

(١٨) حسين منصور، مصدر سابق، ص ٣٤.

(١٩) اتحاد المدونين العرب www.arabictadwin.com/-78k

(٢٠) مدونة وائل عباس الرعي المصري <http://misrdigital.blogspot.com>

(٢١) زكي حسين الوردى، صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت، بحث منشور في مجلة الباحث العلمي الصادرة عن كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد ٣، حزيران، ٢٠٠٧، ص ١٢.

(٢٢) محمد سعيد احجيج، دقاتر تدوين، مصدر سابق، ص ١٠.

(٢٣) بوابة المغرب

<http://marocsite.com/ar/modules/news/article.php?storyid>

(٢٤) محمد سعيد احجيج، دقاتر تدوين، مصدر سابق، ص ١٢،

(٢٥) يمكن الاطلاع أكثر على موقع، المدونون، www.arwp.net/rules.php-

(٢٦) محمد سالم غنيم، أدوات ضبط المدونات عبر الانترنت، دراسة منشور على النت، للباحث المصري المتخصص بالمواقع الالكترونية،

librariansinmenofia.blogspot.com/2008/02/blog-post_6272.html

(٢٧) هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية ١٩٩٩، ص ٢٢.

(٢٨) حميدة سميسم، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، بحث منشور في مجلة حوليات الإعلام الصادرة عن قسم الإعلام كلية الآداب جامعة بغداد، العدد ٢، ١٩٨٣، ص ٧٧.

(٢٩) هناء حافظ بدوي، مصدر سابق، ص ١٥٠.

(٣٠) أحمد بدر، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٥، ص ١٢٣.

(٣١) ديفيد فيليبس، العلاقات العامة عبر الانترنت، ترجمة شعبة العلوم الاقتصادية والإدارية، القاهرة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ١٢.

(٣٢) المصدر السابق، ص ١١.

(٣٣) عبد المحسن سلمان الشافعي، الإعلان في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، شباط، ١٩٨٩، ص ٣٣.

(٣٤) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع على موقع، دعاية الفيس بوك، موضوع عقول الشباب، www.compahot.com/news.

(٣٥) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع موقع لذيذ <http://lazeez.com>

(٣٦) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع موقع ن دليلك <http://dalelak.net>

(٣٧) الدعاية والإعلان عبر ويكيبيديا، الموسوعة الحرة،

wgnoticez.warwagnot.ce/docal

(٣٨) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع على موقع blogs.albawaba.com/hadimajali

(٣٩) صحيفة الوطن السعودية الالكترونية، نقلاً عن، هيرفيه لو كور نيبه باحث في جامعة دان الفرنسية، ١٧ / ٤ / ٢٠٠٨ م.

(٤٠) شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية والدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠ م، ص ١٩٦.

(٤١) حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٠ م، ص ٢٤٦.

- (٤٢) جهاد الخازن، جريدة الحياة موضوع في، www.daralhayat.com/1L5L2006
- (٤٣) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع Arabic Media Internet Network
- (٤٤) موضوع في جريدة دار الحياة الالكترونية، عيون وأذان حطمت القيود
www.daralhayat.com/2008/1/23
- (٤٥) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع .Just another weblog
- (٤٦) يمكن الاطلاع اكثر على الموقع ..
- www.hrinfo.org/egrptledi/2008/pro408-4shtml
- (٤٧) حنان سليمان، الانترنت والدعاية، جريدة الحياة اللندنية الالكترونية، ٢٠٠٨/٢/١٩.
- (٤٨) الدعاية الانتخابية والانترنت، مصدر سابق جريدة الحياة الالكترونية، ٢٠٠٨ / ٢ / ٢٢.
- (٤٩) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع، انتخاب كوم www.saudielection.com
- (٥٠) هوارد دين أول مسؤول للموقع الالكتروني Garrett. M. Graff وأول مدون للمرشح الديمقراطي لتغطية نشاطات البيت الأبيض وهو أستاذ ألف كتاب بعنوان Globalization, the web and the Race
- (٥١) مدونة الرئيس الإيراني محمود أحمد نجاد.
- MahmoudAhmadinejad-TheOfficialBlog-Tehran,IslamicRepublic...
- (٥٢) مدونة محافظة حضرموت. amalhdrmout.blogspot.com
- (٥٣) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع، مواقع الوزارات العراقية.
- (٥٤) يمكن للاطلاع على موقع ..
- <http://www.mshjiouij.com/tag2K8%AA417I2008>
- (٥٥) مدون محمد سعيد احجيوج، مصدر سابق.
- (٥٦) محمد جمال عرفة "البلوجزر" قنابل سياسية ومنتديات اجتماعية، المجتمع مجلة المسلمين
في أنحاء العالم ١٥ / ١٠ / ٢٠٠٦ <http://www.almujtamujtamaa-mag.com>
- (٥٧) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع مختار العزيزي unbralnwasher.
- (٥٨) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع magdy102.Jeeran.com/achive
- (٥٩) محمد سعيد احجيوج، مصدر سابق <http://www.mshjiouij.com/tag>
- (٦٠) يمكن الاستزادة أكثر على الموقع Egypt.tadwen.com/?p=19

المصادر والمراجع

١. أحمد بدر، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٥.
٢. جمال الرزن، المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، باحث في جامعة منوبة، تونس، دراسة على النت.
٣. حسين منصور، بدايات ومراحل تطور الإعلام الالكتروني العربي والدولي على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه مقدمة إلى كلية الآداب قسم الأعلام بجامعة الأزهر، ٢٠٠٧.
٤. حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٠م.
٥. حميدة سميسم، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، بحث منشور في مجلة حوليات الإعلام الصادرة عن قسم الإعلام كلية الآداب جامعة بغداد، العدد ٢، ١٩٨٣.
٦. ديفيد فيليبس، العلاقات العامة عبر الانترنت، ترجمة شعبة العلوم الاقتصادية والإدارية، القاهرة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
٧. زكي حسين الوردى، صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت، بحث منشور في مجلة الباحث العلمي الصادرة عن كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد ٣، حزيران، ٢٠٠٧.
٨. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية والدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠م.
٩. روبير مارتان، مدخل لفهم اللسانيات، ترجمة عبد القادر المهيري، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، أيلول ٢٠٠٧.
١٠. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية والدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠م.
١١. عبد المحسن سلمان الشافعي، الإعلان في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، شباط، ١٩٨٩.
١٢. محمد سعيد احجيج، دفاقر التدوين - ألف باء التدوين - الدليل السريع لإنشاء المدونات، المغرب، مؤسسة mshjiouj للنشر الالكتروني، ٢٠٠٨.
١٣. هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٩.

١٤. سعيد المصري وآخرون، المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد، القاهرة، دراسة علمية عن المدونات، صادرة عن مركز المعلومات والدراسات المصرية التابع لمجلس الوزراء المصري ومنشورة على النت.

١٥. محمد سالم غنيم، أدوات ضبط المدونات عبر الانترنت، دراسة منشور على النت، للباحث المصري المتخصص بالمواقع الالكترونية،
librariansinmenofia.blogspot.com/2008/02/blog-post_6272.html

١٦. اتحاد المدونين العرب www.arabictadwin.com/-78k

١٧. برنامج وثائقي عن المدونين العرب وأشهر المدونات، أنجزته قناة الجزيرة الإخبارية عن طريق توثيق المدونات وإجراء لقاءات مع مدونين وشخصيات إعلامية وصحفية ومنشور على موقع الجزيرة نت.

١٨. رشيد فيكاري، كاتب ومدون على النت <http://www.Gandare.org>

١٩. عبد الرحمن فراج، باحث وكاتب وصاحب مدونة، وللاستزادة يمكن زيارة موقع:
<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?4991>

٢٠. مجلة مدارات ArchiveduBlog شبكة المدونات.

٢١. موقع <http://en.wikipedia.org/wiki/Photoblog>

٢٢. يمكن مشاهدة العديد من أنواع المدونات على هذه الروابط

<http://www.blogwise.com> ، <http://www.bloglines.com>

٢٣. مدونة وائل عباس الوعي المصري <http://misrdigital.blogspot.com>

٢٤. موقع بوابة المغرب

<http://marocsite.com/ar/modules/news/article.php?storyid>.

٢٥. يمكن الاطلاع أكثر على موقع، المدونون، www.arwp.net/rules.php

٢٦. رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠.

٢٧. محمد جمال عرفة (البلووجزر) قنابل سياسية ومنتديات اجتماعية، المجتمع مجلة المسلمين في أنحاء العالم ١٥ / ١٠ / ٢٠٠٦

<http://www.almujtamujtamaa-mag.com>

٢٨. مدونة الرئيس الإيراني محمود أحمد نجاد.

[Official-Blog-Tehran,IslamicRepublic...Mahmoud Ahmadinejad-](http://Official-Blog-Tehran,IslamicRepublic...Mahmoud-Ahmadinejad-)