

الباحث

م.م. امير غازي جاسم

اعتماد أساتذة جامعة النهرين على المدونات الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات

Researcher

Ameer Ghazi jassim

The Reliance of Al-Nahrain University Faculty Members on Digital
News Blogs in Acquiring Information

عنوان البحث

اعتماد أساتذة جامعة النهرين على المدونات
الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات

ملخص البحث

يهدف البحث الى التعرف على مدى اعتماد اساتذة الجامعات على المدونات الإخبارية في اكتساب المعلومات، ولأسيما ان المدونات تعدّ من أهم الوسائط التي تلعب دورا مهما في حياة الشعوب والمجتمعات بالوقت الراهن، ومن أدواته الفاعلة المؤثرة، ويهدف البحث الى معرفة مدى استخدام اساتذة الجامعات للمدونات الإخبارية، وأهم الموضوعات التي يبحث عنها عينة البحث في المدونات، بالإضافة الى التحري عن دوافع استخدام الجامعات للمدونات الإخبارية.

ويعد هذا البحث وصفيّاً من حيث النوع؛ إذ استخدم الباحث المنهج المسحي والاستبانة كاداة، وتم اختيار العينة العشوائية للوصول الى النتائج من بعد تحديد المجتمع، وبلغ حجم عينة البحث الميداني (١٠٠) مفردة من أساتذة جامعة النهرين، وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- إن (٥١%) من أفراد عينة البحث يقومون باستخدام المدونات بشكل غير منتظم (أحياناً)، فيما بلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون المدونات دائماً (١٩%).

٢- أوضحت النتائج ان ٤٥% من المبحوثين يفضلون المدونات اذ جاء البديل (أفضلها بشكل كبير) بالمرتبة الأولى من حيث التفضيل.

٣- أظهرت النتائج تنوّع اهتمامات المبحوثين، إذ جاءت المعلومات العلمية الأكاديمية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة (٣٨%)، وحلّت المعلومات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢%).

٤- أظهرت النتائج ان الهدف الأساس من استخدام المدونات جاء (للحصول على المعلومات) وتم اختار هذا البديل بنسبة (٥٨%) من أفراد العينة، فيما بلغ عدد الذين يستخدمون المدونات (لمعرفة الاحداث الجارية) (١٩%).

معلومات الباحث

اسم الباحث الأول: م.م. امير غازي جاسم

البريد الالكتروني:

ameer.ghazi@nahrainuniv.edu.iq

الاختصاص العام: الاعلام

الاختصاص الدقيق: الإذاعة والتلفزيون

مكان العمل (الحالي): جامعة النهرين

القسم: الاعلام والاتصال الحكومي

الكلية: رئاسة الجامعة

الجامعة او المؤسسة: جامعة النهرين

البلد: العراق

الكلمات المفتاحية:

المدونات، المدونات الإخبارية، الاعتماد، أساتذة الجامعات.

معلومات البحث

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٦/٢/١٥

القبول: ٢٠٢٦/٢/٢٦



Researcher information

Researcher: Ameer Ghazi jassim

E-mail:

ameer.ghazi@nahrainuniv.edu.iq

General Specialization: Media

Specialization: Radio and Television

Place of Work (Current): Al-Nahrain University

Department: Media and Government Communication

College: University Presidency

University or Institution Al-Nahrain University

Country: Iraq

Key words:

Blogs, News Blogs, Reliance, University Professors.

Search information

Search Receipt history: 15/2/2026

Acceptance: 26/2/2026

The Title

The Reliance of Al-Nahrain University Faculty Members on Digital News Blogs in Acquiring Information

Abstract

The study aims to identify the extent to which university professors rely on news blogs for obtaining information, particularly given that blogs are considered among the most important media platforms playing a significant role in the lives of people and societies at present, and serving as influential and effective communication tools. The research also seeks to determine the level of use of news blogs by university professors, the most prominent topics the research sample searches for in blogs, and investigates the motivations behind their use of news blogs. This study is descriptive in nature. The researcher employed the survey method and used a questionnaire as the research instrument. A random sample was selected after defining the study population in order to reach the findings. The field research sample consisted of (100) faculty members from Al-Nahrain University. The study reached several key findings, the most important of which are:

Firstly (51%) of the research sample reported using blogs irregularly (sometimes), while (19%) indicated that they use blogs regularly (always). Secondly the findings showed that (45%) of the respondents prefer blogs, with the option "highly preferred" ranking first in terms of preference. And thirdly the results revealed diverse interests among respondents, with academic and scientific information ranking first in preference at (38%), followed by political information at (22%).

In conclusion, the findings indicated that the primary objective for using blogs was "to obtain information," selected by (58%) of the sample, while (19%) reported using blogs "to follow current events."

يعد تعدد مصادر المعلومات وإتاحة الكثير منها عنصراً مهماً في اكتساب المعارف وانتقائها من قبل الجمهور، فبين الوسائل التقليدية والحديثة تتنوع اهتمامات المتلقي، وتأتي أهمية الاعتماد على المصادر الاتصالية التي وفرها الانترنت في إتاحة إمكانية المشاركة والتفاعل وإبداء الرأي فضلاً عن صناعة المحتوى، لذا تكمن ضرورة معرفة حدود اعتماد أساتذة الجامعات على المدونات الإخبارية الرقمية في الحصول على المعلومات أو صناعتها، بالاستفادة من الإمكانيات المتعددة التي توفرها هذه التقنية، لا سيما وأن المدونات اكتسبت شهرتها بسماحتها للمشاركين في إبداء مستويات عالية من التفاعل، هذا و"ينتشر استخدام المدونات في مجال التعليم سيما في الدول المتقدمة" (كنيد، ٢٠١٨، صفحة ٥). وقد استخدمت استراتيجية التدوين لعرض معلومات حيوية تعتمد على إحاطة تفسيرية وتحليلية تنافس مضامين المؤسسات الاعلامية الكبيرة والتقليدية، في حين ان امتلاك قادة الرأي والسياسة والأكاديميين للمدونات جعل منها منبراً واسعاً لمناقشة الموضوعات المهمة والتفاعل معها، لما تمتلكه من إمكانية للوصول الى المعلومات والمشاركة العامة والاستفادة من قبل العديد من الباحثين والسياسيين والمهتمين والجمهور العام، فأصبح "إمكان المدونات التأثير على الآراء وفهم الاحداث والموضوعات المختلفة" (ينكصار، ٢٠١٨، صفحة ٨٥٠). هذا وتتجسد فاعلية المدونات بانخراطها في المجتمع الافتراضي والتعبير عن آراء وأفكار المدونين لتشكل فضاء من التعبير والتفاعل وبتزايد مستمر، ما "عزز التواصل وبناء العلاقات في مجالات متعددة أهمها التعليم والسياسة والادب، حاملة عنصر الاتاحة والسهولة في التصميم والاستخدام والوصول وقابلية التجديد والتغيير حسب رغبة المستخدمين" (سعداوي، ٢٠٢١، صفحة ٢٥). وينقسم البحث الى ثلاث فصول تمثل الفصل الأول في الإطار المنهجي الذي يحدد مسار البحث والفصل الثاني في الإطار النظري الذي يستعرض متغيرات البحث نظرياً والاعتماد على الدراسات السابقة، اما الفصل الثالث فقد مثل عرض النتائج ومناقشتها.

❖ الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث:

أولاً: مشكلة البحث: تعدّ المدونات الإخبارية الرقمية أحد أهم المواقع الإلكترونية التي تعمل على تقديم المعلومات للمستخدمين، وتبرز هذه الأهمية أيضاً في تحولها إلى وسيلة جماهيرية ولاسيما بما توفره من خدمات البحث والتفاعل ومنصات لحرية التعبير عن الرأي وتبادل المعلومات فضلاً عن سهولة الوصول اليها ومعرفة الأحداث الجارية بسرعة أكبر، مما جعلها محل اهتمام للأوساط الأكاديمية، وتحدد مشكلة

البحث في السؤال الرئيسي؛ ما مدى اعتماد أساتذة جامعة النهريين على المدونات الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات، والذي يتفرع منه مجموعة تساؤلات فرعية:

١. ما مدى استخدام اساتذة جامعة النهريين للمدونات الإخبارية الرقمية؟

٢. ما اهم الموضوعات التي يبحث عنها عينة البحث في المدونات؟

٣. ما هي دوافع استخدام اساتذة جامعة النهريين للمدونات الإخبارية الرقمية؟

٤. كيف يتم التفاعل مع الموضوعات المطروحة في المدونات؟

٥. ما مدى اعتماد أساتذة الجامعات على المدونات للحصول على المعلومات؟

ثانياً: أهمية البحث: تتبع أهمية هذا البحث من أهمية الموضوع الذي يتم بحث وجاءت الأهمية كما يأتي:

١- الأهمية العلمية: تتبع الأهمية العلمية من حاجة المجتمع إلى تقصي الحقائق ومعرفة ماذا تقدم المدونات الاخبارية للمجتمع بشكل عام ولأساتذة الجامعات بشكل خاص، ومعرفة الدور الذي تضطلع به المدونات في نشر المعلومات مع تزايد الاقبال على استخدامها وتنوع المستخدمين وحاجاتهم ورغباتهم، كما تأتي أهمية موضوع البحث من ندرة البحوث والدراسات الإعلامية التي تعرضت لدراسة نظرية الاعتماد على المدونات بالنسبة لأساتذة الجامعات.

٢- الأهمية العملية: تتمثل الأهمية العملية في تقديم الية عمل مهنية ممكن الاستفادة منها من قبل المدونين بمعرفة رغبات وحاجات المتلقي، وكذلك وصول الجمهور الى فائدة عملية من استخدامهم للمدونات كمصدر للمعلومات.

ثالثاً: أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

١. معرفة مدى استخدام اساتذة جامعة النهريين للمدونات الإخبارية الرقمية.

٢. التعرف اهم الموضوعات التي يبحث عنها عينة البحث في المدونات.

٣. التحري عن دوافع استخدام اساتذة جامعة النهريين للمدونات الإخبارية الرقمية.

٤. معرفة مدى تفاعل أساتذة جامعة النهريين مع الموضوعات المطروحة في المدونات.

٥. الكشف عن كيفية اعتماد أساتذة الجامعات على المدونات للحصول على المعلومات.

رابعاً: منهج البحث: ان بحثنا هذا بحثاً وصفيّاً، يأتي للكشف عن الظواهر، ومن ثم العمل على وصفها وتحليلها وتفسيرها، في حين تم استخدام المنهج المسحي كونه الأنسب في الدراسات الإعلامية لدراسة الظاهرة بصورة علمية ودقيقة.

خامساً: الصدق والثبات: بعد اعداد الباحث لاستمارة الاستبانة لمعرفة مدى اعتماد أساتذة الجامعة على المدونات الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات، وعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء

لتحكيما^(*)، وقيام الباحث بإجراء التعديلات العلمية المنهجية التي أشار إليها الخبراء، جاء اتفاق الخبراء على فئات الاستبانة بنسبة (٩٠%) وهي نسبة تحمل صدقاً ظاهرياً جيداً، أما الثبات فقد تم إعادة الاختبار على (١٠%) من عينة البحث الكلية وخلال اسبوعين، وبلغ متوسط ثبات الإجابات (٠,٨٥) وهي نسبة ممتازة. وتم حساب الثبات بطريقة ألفا كرونباخ، وبالاستناد إلى بيانات العينة الكلية، إذ بلغ معامل الثبات الكلي للأداة (٠,٨٥). ووفق المعايير الإحصائية في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، فإن هذه القيمة تعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة، مما يؤكد صلاحيتها للاستخدام الميداني.

سادساً: مجالات البحث: قام الباحث بتحديد مجالات الدراسة مكانياً وزمانياً، والتي تعد من اسس تناول ودراسة مشكلة ما، وجاءت مجالاتنا كما يأتي:

أ- **المجال المكاني:** تماشياً مع اختيار الباحث لأساتذة الجامعات مجتمعاً لبحثه ولصعوبة دراسة جميع الجامعات في العراق تم اختيار العاصمة بغداد مجالاً جغرافياً، طبق بعدها على أساتذة جامعة النهرين فقط.

ب- **المجال الزمني:** حدد البحث زمانياً بالمدة من (١/٥/٢٠٢٥ ولغاية ١/٩/٢٠٢٥) إذ تم خلالها تنظيم استمارة الاستبانة وتوزيعها على العينة ومن ثم جمع البيانات.

أ- **المجال البشري:** مثل الأساتذة في جامعة النهرين المجال البشري ومن اقسامها المختلفة.

سابعاً: أدوات البحث: استخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة لتحقيق اهداف البحث، إذ قام الباحث بإعداد استمارة استبانة وتوزيعها؛ والتي شملت (١٠٠) أستاذ جامعي.

ثامناً: مجتمع البحث والعينة: ان تحديد مجتمع البحث يعد ضرورة أساسية تعتمد على إجراءات عملية، ولسهولة دراسة هذا المجتمع يتم اختيار عينة ممثلة له، إذ جاء تحديد أساتذة جامعة النهرين مجتمعاً لبحثنا بشكل قصدي، وتم اختيار العينة من هذا المجتمع باستخدام العينة العشوائية متعددة المراحل، فيما عمل الباحث على تقسيم العينة ضمن عدة مراحل للوصول إلى عينة نهائية بأسلوب العينة العنقودية، وقد قام الباحث بإجراء القرعة لاختيار كليتين، إذ تم اختيار كلية (العلوم السياسية)؛ ممثلة عن كليات المجموعة الإنسانية و (كلية العلوم)؛ ممثلة عن كليات المجموعة العلمية، وتم البحث على عينة قوامها (١٠٠) مجو، وفيما يأتي خصائص المبحوثين بحسب الكليات.

^(*) المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم.

١. أ.د. عادل عبد الرزاق الغريزي، كلية الاعلام، جامعة بغداد.

٢. أ.م.د. مدين عمران التميمي، كلية الآداب، جامعة الاسراء.

٣. م.د. علي نجم كاظم، كلية الاعلام، جامعة التراث.

تاسعاً: الدراسات السابقة:

١- دراسة ينكصار ٢٠١٨ (ينكصار، ٢٠١٨).

جاءت مشكلة الدراسة بمعرفة دور المدونات الفاعلة في تشكيل الرأي العام، وهدفت الى معرفة مدى ثقة المبحوثين بالمدونات في الحصول على المعلومات، بالإضافة الى نوع مدونات المستخدمة وسبب استخدام هذه المدونات، وقد تمت الاستعانة بعينة قوامها ٧٣ مبحوثاً باستخدام المنهج الوصفي، وظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية متبادلة بين استخدام المدونات ومعرفة المبحوثين وتشكيل آرائهم اذا اختار ذلك نسبة ٨٩% من العينة، في حين أظهرت النتائج ان المدونات مصدر مهم للحصول على المعلومات، في حين اتفق ٦٦,٢٠% على أهمية المداومة على قراءة المدونات.

٢- دراسة سعداوي ٢٠٢١ (سعداوي، فاطمة الزهراء، ٢٠٢١)

جاء الدراسة للتعرف على دور المدونات الالكترونية في التحصيل الدراسي، والتي مثلت دراسة تحليلية على عينة من طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وهدفت لمعرفة دوافع الطلبة في استخدام المدونات، ومدى تأثير المدونات على تحصيلهم الدراسي، فيما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتي تم توزيعها على عينة قوامها ١٠٠ مفردة بتخصصات مختلفة، وجاءت النتائج بان اغلبية الطلبة يداومون على الاطلاع على المدونات للحصول على المعلومات العلمية في تخصصهم، وان المدونات ساهمت وبشكل كبير في اثراء الجانب المعرفي لديهم.

جدول (١) يوضح التكرارات بحسب الكليات

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
العلوم السياسية	٥٠	٥٠%
العلوم	٥٠	٥٠%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

❖ الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث:

١- تعريف المدوناتBLOGS :

ان المدونات في بادئ الامر جاءت على أساس التدوين الشخصي على شبكة الويب ومن ثم اتسعت لتشمل ت تعددت تعريفات المدونات مدوين مؤسسات وشركات، فيما تعددت التعريفات الخاصة

بالمدونات لكن اغلب هذه التعريفات أشار لكونها ظاهرة اتصالية، اذ تم تعريف المدونة بـ: "موقع على شبكة الانترنت يتم تحديثه بصفة مستمرة ويشتمل على مدونات شخصية ام متعلقة بأحداث عامة" (كدواني، ٢٠٠٨، صفحة ٢).

وتعرف المدونات ايضاً بأنها: "صحيفة مصغرة يحررها مدونون على شبكة الانترنت، تضم منشورات متنوعة أو محددة باختصاص معين أو أكثر وتحتوي على مقالات وأبحاث" (منصور، ٢٠٠٩، صفحة ٩٦).

فيما جاء تعريفها أيضاً بأنها: " احدى وسائل الاتصال على شبكة الانترنت" تعرف ايضاً بصحافة الشبكات التي ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء نحو الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام الذي يشترك به الجمهور، التي يطرحها الناشر من صفحاته وتوفر الإتاحة الفورية، أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل والروابط النصية الفائقة، من دون قيود على حرية الجمهور في المناقشة والتعريف على الرسائل المتاحة، بالنصوص أو الوسائل المتعددة، وكذلك حريته في التجول بين الروابط، واستدعاء الرسائل والمداخلات السابقة (الحميد، المدونات الإعلام البديل، ٢٠٠٩، صفحة ٥٩).

٢- نشأة المدونات وتطورها:

بدأت المدونات منذ التسعينات وكانت أول مدونة على شبكة الانترنت هي؛ لتيم بانزلي Tim Berners-Lee مخترع الويب عام ١٩٩٢ والتي حملت اسم (What New)، وبعده مباشرة كان مارك اندرسن Marck Anderson اذ قام برفع صفحة مماثلة على المركز الوطني لتطبيقات الكمبيوتر والتي حملت الوظيفة نفسها حتى منتصف ١٩٩٦، اما عام ١٩٩٧ قدم المدون الأمريكي جورن بارغر Jorn Barger مصطلح Web logs وعام ١٩٩٩ ظهرت كلمة (Blog) على يد الأمريكي بيتر ميرهولز Peter merholz والذي يعدّ من أوائل المهتمين بهذه النوعية من المواقع (نصر، المدونات الالكترونية ودورها في دعم مجتمع المعلومات في العالم العربي، ٢٠٠٧، صفحة ٦٣).

وبعد ذلك ظهرت الكثير من المدونات، ويعد تسارع الاحداث العالمية من اهم أسباب انتشار المدونات وتحول الأفراد إلى ظاهرة التدوين على شبكة الانترنت، وجاء ذلك لعاملين اساسيين هما:

أولاً: التعبير عن آرائهم وأفكارهم ومشاعرهم.

ثانياً: إمكانية الوصول إلى المعلومات والحقائق التي من الممكن ان تقوم بحجبها وسائل الإعلام التقليدية.

ويذهب بعض الباحثين إلى أن انتشار المدونات اتسع بشكل كبير بالتزامن مع استعدادات الولايات المتحدة الامريكية في شن الحرب على العراق فبين التدوين الداعم والتدوين الرافض لهذه الحرب بدأت هذه

المدونات يتم متابعتها من قبل جماهير كبيرة للوصول الى وجهات النظر المتباينة (Wall, 2005, p. 122).

اما عام ٢٠٠٤ فقد اتسع استخدام المدونات اذ انضم الكثير من مستخدمي الانترنت إلى المدونين، وعام ٢٠٠٥ خصصت صحيفة الغارديان البريطانية احدى صفحاتها لنشر مشاركات المدونين، كما أنشأت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) مدونات لمحريها، لما تتميز به المدونات من التفاعلية وإمكانية الوصول إليها من المستخدمين وتوفر ساحات الحوار والتعليق والمداخلة على ما ينشر على المدونات بحرية تامة كل ذلك أسهم بانتشارها بشكل واسع (مساعدي، ٢٠١٩، صفحة ٣٩٩).

٣- أنواع المدونات:

تصنف المدونات بناءً على معايير عدة اذ يمكن تصنيفها وفقاً للمضمون لتكون مدونات؛ اقتصادية أو إخبارية أو رياضية أو ترفيهية أو سياسية، ويمكن ان يكون التصنيف من حيث الأهداف أو طبيعة المدونين، ومن هذه التصنيفات (الزرن، ٢٠٢٢، صفحة ٢٦):

أ. **المدونات الخاصة:** تمثل صفحات شخصية يقوم بإعدادها الأفراد لمشاركة الآخرين بنشر الأخبار والأحداث التي تتعلق بحياتهم اليومية، وللتعبير عن آرائهم الشخصية، وهذا النوع من المدونات ينتشر بين أوساط المشاهير.

ب. **مدونات الأخبار والتعليقات:** يهتم بتزويد الناس بالأخبار والتعليقات والتفسيرات والتحليلات، وغالباً ما تكون هذه المدونات في مواجهة مع ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية من أخبار.

ج. **مدونات الإعلان والترويج:** هذا النوع من المدونات تهتم بأمور المنتجات والخدمات أو المسائل المتعلقة بالتواصل مع المستهلكين والترويج لسلع وبضائع معينة، قد تكون خاصة بشركات ربحية او افراد.

د. **مدونات المال والأعمال:** وتشمل أغلب المدونات الخاصة بعالم المال والأعمال وتعليقات مديري الأعمال، واستطلاعات الرأي وكل ما يتعلق بالاقتصاد.

هـ. **مدونات المشاركة الداخلية وتطبيقات الإدارة:** هذا النوع من المدونات يركز على عملية المشاركة ما بين الإدارة والموظفين، وتحقيق فهم مشترك داخ المؤسسة او المنظمة (Brucce, 2005, p. 41).

فيما ويتم تصنيف المدونات على أساس الهدف، لتشمل ما يأتي (الحמיד، المدونات الإعلام البديل، ٢٠١٥، الصفحات ٧٧-٧٨):

أ. **المدونات الساخرة:** التي تعمل على إضفاء الطابع الكوميدي عبر رسائل معينة تأخذ أشكالاً بسيطة مثل النكتة والكاريكاتير والتلاعب بالألفاظ أو العبارات مع استخدام صور ساخرة لشخصيات كثيرة.

ب. المدونات المتمردة: التي تحاول التمرد على الواقع في محاولة للتغيير عبر استخدام الأدوات الإعلامية التي توفرها المدونات وتقديم رؤية مغايرة لما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية.

ج. المدونات عشوائية الهدف: هذا النوع من المدونات تكون عامة وغير محددة الهدف والمضمون، فهي ذات طابع فردي في الاهتمام والمحتوى، وتعمل على استقطاب جماهير واسعة.

د. مدونات حزبية سياسية أو دينية: إذ تنقل أفكارها ومواقفها من النظام السياسي والحريات والمشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وتكون لسانهم الناطق والتعبير عن أفكار الحزب أو الجهة وتطلعاتهم (العياضي، ٢٠١٢، صفحة ٨١).

٥- أهمية استخدام المدونات:

تعدّ المدونات وسيلة من وسائل الإعلام الجديد التي تقدم للمستخدمين فرصة التعبير عن الآراء والأفكار بحرية، وطرح آرائهم بقوة ودون أي قيود أو رقابة، فضلاً عن كونها متاحة ومجانية في الغالب، ويمكن من خلالها أن يقوم المستخدمون بالتفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات (حجاب، ٢٠١٠، صفحة ٤٨٩)، ومن الممكن لأي شخص أن ينشئ مدونة خاصة به، ويمتلك مدونة بسهولة وبدون أي تكاليف، وتوظيف محتوى هذه المدونات في نشر الأفكار والدعوات السياسية وانتقاد الأنظمة الحاكمة والأوضاع القائمة بالصوت والصورة والفيديو إلى جانب الكلمات المكتوبة، وتجاوز الحدود وقيود الطرح والخروج عن قائمة المحظورات في الإعلام التقليدي (الوردي، ٢٠٠٧، صفحة ٤).

فبعض المدونات أصبح لها تأثير عبر الوظيفة التي تقوم بها في حياة المجتمعات على الأصعدة السياسية والثقافية والاجتماعية والإعلامية كافة، عبر نشر التقارير حول القرارات السياسية أو أي عملية فساد تحدث في أي مفصل من مفاصل الدولة، فضلاً عن كون بعض المؤسسات والشركات والأفراد تدخلها في عالم الدعاية والاعلان للترويج لمنتجاتها وخدماتهم شأنها بذلك شأن وسائل الإعلام التقليدية.

وفي ضوء ما تقدم يمكن القول إن المدونة تتميز بوصفها إحدى وسائل الإعلام الجديد بما يأتي (فياض، ٢٠١٢، صفحة ١٢٣):

أ. غالباً ما تنشأ وتدار من جانب شخص واحد أو مجموعة صغيرة من الأشخاص، ومن ثم لا يمكن احتكارها من جانب الحكومة أو الشركات الكبرى.

ب. حرية نشر المعلومات والصراحة في التعبير عن الرأي والموقف؛ إذ يتضاءل الخوف من المساءلة الأمنية والقانونية نتيجة الكتابة بأسماء مستعارة في المدونة.

ج. تتيح للزائر التصفح ببسر والتعليق عليها والانتقال منها إلى مواقع أخرى، فضلاً عن الفهرسة التي تشمل روابط داخلية وخارجية بصور وأصوات ومقاطع فيديو.

٦- مميزات المدونات:

- إن ما يمنح المدونات أهميتها تميزها بما يأتي (الصاعدي، ٢٠١١، صفحة ١٣):
- أ- سهولة الإنشاء فلا تحتاج لمعرفة أو خبرة برمجية عالية.
- ب- سهولة النشر والتدوين وابداء الآراء.
- ج- تجاوز حاجز الوقت والمكان فيمكن للمدون أن يدون في أي وقت يشاء، ومن أي مكان.
- د- أرشفة آلية للكتابات إذ يمكن الرجوع إليها متى شاء الكاتب أو القارئ.
- هـ- إمكانية استخدام الصوتيات والفيديوهات في التدوين.

❖ الفصل الثالث: نتائج البحث الميدانية:

١- نوع المبحوثين: جاء لمعرفة خصائص العينة من بينها نوع المبحوثين (الذكور والإناث)، اذ تساوى عدد المبحوثين للجنسين ضمن العينة من أساتذة جامعة النهرين؛ والذين بلغوا (١٠٠) مفردة موزعة (٥٠) مبحوثاً ذكور بنسبة (٥٠%) و (٥٠) مفردة إناث بنسبة (٥٠%) من كامل العينة؛ وحرص الباحث لتحقيق التوازن بين الجنسين للوصول إلى سلامة النتائج. (انظر جدول ٢) في أدناه:

جدول (٢) المبحوثين بحسب متغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٥٠	%٥٠
انثى	٥٠	%٥٠
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٢- اللقب العلمي: بينت نتائج البحث عدد المبحوثين من لقب مدرس مساعد (٤٩) مفردة وبنسبة (٤٩%) من العينة، وبلغ عدد الذين يحملون بلقب مدرس دكتور (٣٠) مفردة وبنسبة (٣٠%)، في حين الذين يحملون لقب أستاذ مساعد دكتور (١٥) مفردة بنسبة (١٥%)، وممن لقبهم أستاذ دكتور بلغوا (٦) مبحوثين، بنسبة (٦%). (انظر جدول ٣) في أدناه:

جدول (٣) المبحوثين بحسب متغير اللقب العلمي

اللقب العلمي	التكرار الكلي	النسبة المئوية
مدرس مساعد	٤٩	%٤٩
مدرس دكتور	٣٠	%٣٠

أستاذ مساعد دكتور	١٥	%١٥
أستاذ دكتور	٦	%٦
المجموع	١٠٠	١٠٠

٣- التخصص: تساوى عدد المبحوثين من حيث مستواهم العلمي ضمن العينة؛ بعدد مجمله (١٠٠) مفردة بواقع (٥٠) مبحوث بالتخصص العلمي منهم (٢٥) ذكر، ومثلهم من الاناث، بنسبة (٥٠%) و(٥٠) مفردة من المبحوثين للتخصصات الإنسانية بواقع (٢٥) ذكر ومثلهم اناث بنسبة (٥٠%). (الجدول ٤).

جدول (٤) المبحوثين حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علمي	٥٠	%٥٠
إنساني	٥٠	%٥٠
المجموع	١٠٠	١٠٠

٤- متغير العمر: ان الفئات العمرية لأساتذة جامعة النهريين توزعت بين ٥ فئات عمرية، اذ جاءت الفئة (٣٠ الى ٤٠ سنة) بواقع (٣٤) مفردة بنسبة (٣٤%)، وبلغت الفئة (٥١ الى ٦٠ سنة) (٢٩) مفردة، بنسبة (٢٩%)، و الفئة (٤١ الى ٥٠ سنة) (٢٣) مفردة بنسبة (٢٣%)، فيما جاءت الفئة (٥١ الى ٦٠) (١١) مفردة بنسبة (١١%)، وبلغت الفئة (٦٠ سنة فأكثر) (٣) مفردة بنسبة (٣%). (الجدول ٥):

جدول (٥) المبحوثين بحسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٣٠	٣٤	%٣٤
٣٠ إلى ٤٠	٢٩	%٢٩
٤١ إلى ٥٠	٢٣	%٢٣
٥١ إلى ٦٠	١١	%١١
أكثر من ٦٠	٣	%٣
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٥- **متابعة المدونات:** أفرزت نتائج البحث إن (٦٩%) من أفراد عينة البحث ليس لديهم مدونات خاصة بهم، وانما يقومون بمتابعة مدونات الآخرين، فيما بلغ عدد المبحوثين الذين لديهم مدونات خاصة بهم (٣١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣١%). (انظر جدول ٦) في أدناه.

جدول (٦) المبحوثين بحسب متابعتهم للمدونات

متابعة المدونات	التكرار	النسبة المئوية%
اقوم بمتابعة مدونات الآخرين	٦٩	٦٩%
لدي مدونة خاص بي	٣١	٣١%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

٦- **مدى استخدام المدونات:** جاءت النتائج إن (٥١) من أفراد العينة يستخدمون المدونات بصورة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة (٥١%)، وأكد (٣٠) مبحوث من العينة انهم (نادراً) ما يقومون باستخدام المدونات وبنسبة (٣٠%). في حين من يستخدمون المدونات (دائماً) (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%)، (انظر جدول ٧) في أدناه.

جدول (٧) المبحوثين بحسب استخدامهم للمدونات

مدى استخدام المدونات	التكرار	النسبة المئوية%
أحياناً	٥١	٥١%
نادراً	٣٠	٣٠%
دائماً	١٩	١٩%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

٧- **مستوى تفضيل المدونات:** بهدف التعرف على مستوى تفضيل المبحوثين للمدونات في الحصول على المعلومات، جاء بالمرتبة الأولى (أفضلها بشكل كبير) والتي تم اختيارها من قبل (٤٥) مفردة بنسبة (٤٥%)، وجاء (أفضلها بشكل متوسط) بالمرتبة الثانية من قبل (٣٧) مفردة بنسبة (٣٧%) في حين حازت (أفضلها بشكل قليل) على المرتبة الثالثة من حيث التفضيل إذ أكد على ذلك (١٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨%). (الجدول ٨).

جدول (٨) المبحوثين بحسب مستوى تفضيلهم للمدونات

تفضيل المدونات	التكرار	النسبة المئوية
أفضلها بشكل كبير	٤٥	%٤٥
أفضلها بشكل متوسط	٣٧	%٣٧
أفضلها بشكل قليل	١٨	%١٨
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٨- نوع المعلومات التي يبحث عنها المبحوثون: بهدف التعرف على طبيعة المعلومات التي يبحث عنها أساتذة الجامعات عبر المدونات الإخبارية الرقمية، طُرح سؤال خاص بذلك على أفراد العينة، وأظهرت النتائج تنوع اهتمامات المبحوثين بين المجالات العلمية والإخبارية المختلفة، إذ جاءت المعلومات العلمية الأكاديمية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل، حيث أشار إليها (٣٨) مبحوثاً ونسبة (٣٨%). وحلت المعلومات السياسية في المرتبة الثانية بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبة (٢٢%)، تلتها المعلومات الاقتصادية في المرتبة الثالثة بعدد (١٦) مبحوثاً ونسبة (١٦%). وجاءت المعلومات الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢%) وبعدها (١٢) مبحوثاً، في حين احتلت المعلومات الثقافية والفكرية المرتبة الخامسة بنسبة (٧%) وبعدها (٧) مبحوثين، أما المعلومات العامة فقد جاءت أخيراً بنسبة (٥%) وبعدها (٥) مبحوثين، (انظر جدول ٩) أدناه.

جدول (٩) المبحوثين بحسب نوع المعلومات التي يبحثون عنها

نوع المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
معلومات علمية أكاديمية	٣٨	%٣٨
معلومات سياسية	٢٢	%٢٢
معلومات اقتصادية	١٦	%١٦
معلومات اجتماعية	١٢	%١٢
معلومات ثقافية وفكرية	٧	%٧
معلومات عامة	٥	%٥
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٩- **الهدف الأساس من استخدام المدونات:** بهدف التعرف على الهدف الأساس من استخدام المبحوثين للمدونات، جرى طرح السؤال عن ذلك، وكانت الإجابات تدل على أن (٥٨%) من أفراد عينة البحث يستخدمون المدونات **(الحصول على المعلومات)**؛ إذ احتلت المرتبة الأولى، وبلغ عدد الذين عبروا عن ذلك (٥٨) مبحوثاً، فيما بلغ عدد الذين يستخدمون المدونات **(لمعرفة الاحداث الجارية)** (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%)، وجاءت في المرتبة الثانية، فيما حلت **(التسلية والترفيه)** بالمرتبة الثالثة، وبلغ عدد الذين اكدوا على ذلك (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٥%)، بينما جاءت **(التواصل مع الآخرين)** بالمرتبة الرابعة وبلغ عدد الذين أشاروا إلى ذلك (٨) مبحوثين وبنسبة بلغت (٨%) (انظر جدول ١٠) في أدناه.

جدول (١٠) المبحوثين بحسب الهدف من استخدام المدونات

الهدف الأساس من استخدام المدونات	التكرار	النسبة المئوية%
الحصول على المعلومات	٥٨	٥٨%
معرفة الأحداث والأخبار	١٩	١٩%
التسلية والترفيه	١٥	١٥%
التواصل مع الآخرين	٨	٨%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

١٠- **دوافع استخدام المدونات:** بهدف التعرف على دوافع اعتماد أساتذة جامعة النهرين على المدونات الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات، طُرح سؤال متعدد الإجابات على أفراد العينة، وقد أظهرت النتائج أن دوافع الاستخدام تركزت على البعد المعلوماتي والمعرفي المرتبط بطبيعة المحتوى الإخباري الرقمي. إذ جاء دافع متابعة القضايا والموضوعات ذات الصلة بالشأن العلمي والأكاديمي في المرتبة الأولى، حيث أشار إليه (٩٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٦,٩%). وجاء في المرتبة الثانية دافع الاطلاع على تحليلات إخبارية تسهم في توسيع الفهم المعرفي للقضايا العلمية والمجتمعية، بواقع (٧١) مبحوثاً وبنسبة (٢٠,٦%).

وحلّ دافع إمكانية التفاعل والتعليق على الموضوعات الإخبارية المطروحة في المرتبة الثالثة، إذ أشار إليه (٦٤) مبحوثاً وبنسبة (١٨,٦%). فيما جاء دافع توضيح القضايا والمعلومات المعرفية التي يشوبها غموض في وسائل أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة (١٦,٥%) وبعده (٥٧) مبحوثاً. واحتل دافع الإسهام في تنمية الرصيد المعلوماتي والمعرفي للأستاذ الجامعي المرتبة الخامسة بواقع (٤١) مبحوثاً وبنسبة (١١,٩%). أمّا دافع السرعة والحيوية في نشر الأخبار وتحديثها بصورة مستمرة فقد جاء في المرتبة

الأخيرة، إذ أشار إليه (١٩) مبحثاً ونسبة (٥,٥%)، (وان سبب زيادة العينة كون المبحوثين اختاروا أكثر من بديل). (انظر جدول ١١) أدناه.

جدول (١١) المبحوثين بحسب دوافع استخدام المدونات

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع لاستخدام المدونات
٢٦,٩%	٩٣	متابعة الموضوعات والقضايا ذات الصلة بالشأن العلمي والأكاديمي
٢٠,٦%	٧١	الاطلاع على تحليلات إخبارية توسع الفهم المعرفي
١٨,٦%	٦٤	إمكانية التفاعل والتعليق على الموضوعات المطروحة
١٦,٥%	٥٧	توضيح القضايا والمعلومات المعرفية غير الواضحة
١١,٩%	٤١	تنمية الرصيد المعلوماتي والمعرفي
٥,٥%	١٩	السرعة والحيوية في نشر الأخبار وتحديثها المستمر
١٠٠%	٣٤٥	المجموع

١١ - التفاعل مع الموضوعات: أفرزت نتائج البحث أن (٤٨) مبحثاً من عينة البحث يقومون بشكل غير منتظم (أحياناً) بالتعليق على الموضوعات عبر المدونات ونسبة مئوية بلغت (٤٨%)، فيما بلغ عدد المبحوثين الذين يقومون بالتعليق على الموضوعات المنشورة عبر المدونات (دائماً) (٢٣) مبحثاً ونسبة بلغت (٢٣%)، كما أكد (١٩) مبحثاً من أفراد العينة أنهم (نادراً) ما يقومون بالتعليق على الموضوعات المنشورة عبر المدونات ونسبة مئوية بلغت (١٩%)، فيما أشار (١٠) مبحثين إلى أنهم لا يقومون بالتعليق على الموضوعات المنشورة ونسبة مئوية بلغت (١٠%). (انظر جدول ١٢) أدناه.

جدول (١٢) المبحوثين بحسب تعليقهم على الموضوعات

النسبة المئوية	التكرار	التعليق على البحوث العلمية
٤٨%	٤٨	أحياناً
٢٣%	٢٣	دائماً
١٩%	١٩	نادراً
١٠%	١٠	لا أعلق
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٢- العمل الذي تقوم به عند الدخول للمدونات: للكشف عن العمل الذي يقوم به أساتذة الجامعات عند دخولهم للمدونات العلمية عبر المدونات، وقد بيّنت النتائج أن عمل قراءة الأخبار والتحليلات الإخبارية فقط جاء في المرتبة الأولى، إذ أشار إليه (٤٢) مبحوثاً وبنسبة (٤٢%)، بما يعكس اعتماداً معلوماتياً مباشراً على المحتوى الإخباري. وجاء في المرتبة الثانية متابعة الأخبار المرتبطة بالشأن العلمي والأكاديمي، حيث أشار إلى ذلك (٢٨) مبحوثاً وبنسبة (٢٨%).

في حين حلّ مشاركة الأخبار أو نسخ روابطها مع الزملاء لأغراض علمية أو معرفية في المرتبة الثالثة، بواقع (١٥) مبحوثاً وبنسبة (١٥%)، وهو ما يدل على البعد التشاركي لاستخدام المدونات الإخبارية الرقمية. وجاء في المرتبة الرابعة الاطلاع على المواد المرئية المرافقة للأخبار (فيديوهات وتقارير مصوّرة) بنسبة (١٠%) وبعده (١٠) مبحوثين. أمّا حفظ الأخبار أو أرشفتها للرجوع إليها لاحقاً فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (٥%) وبعده (٥) مبحوثين. (انظر جدول ١٣) أدناه.

جدول (١٣) المبحوثين بحسب تعاملهم مع المدونات العلمية

النسبة المئوية	التكرار	العمل الذي يقومون به عند دخولهم للمدونات العلمية
٤٢%	٤٢	قراءة الأخبار والتحليلات الإخبارية فقط
٢٨%	٢٨	متابعة الأخبار ذات الصلة بالشأن العلمي والأكاديمي
١٥%	١٥	مشاركة الأخبار أو نسخ روابطها مع الزملاء
١٠%	١٠	مشاهدة المواد المرئية المرافقة للأخبار
٥%	٥	حفظ الأخبار أو أرشفتها للرجوع إليها لاحقاً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٣- مدى اعتماد أساتذة الجامعات على المدونات للحصول على المعلومات: أظهرت نتائج البحث أن (٦٣) مبحوثاً من أفراد عينة البحث أشاروا إلى أنهم يعتمدون على المدونات للحصول على المعلومات (اعتمد عليها دائماً)؛ إذ احتلت المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٦٣%)، فيما بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا على أنّ اعتمادهم على المدونات (اعتمد عليها أحياناً) بشكل غير منتظم (٢٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٠%)، وجاءت في المرتبة الثانية، فيما حلت (اعتمد عليها نادراً) بالمرتبة الثالثة، وبلغ عدد الذين أكدوا على ذلك (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٥%)، تلتها في المرتبة الرابعة (لا تعتمد عليها) بتكرار (٢) وبنسبة مئوية بلغت (٢%). (انظر جدول ١٤) في أدناه.

جدول (١٤) المبحوثين بحسب اعتمادهم على المدونات

النسبة المئوية	التكرار	مدى اعتماد أساتذة الجامعات على المدونات للحصول على المعلومات
٦٥%	٦٣	اعتمد عليها دائماً
٢٠%	٢٠	اعتمد عليها أحياناً
١٥%	١٥	اعتمد عليها نادراً
٢%	٢	لا اعتمد عليها
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٤- مدى تحديث المعلومات المنشورة عبر المدونات: بهدف التعرف على مدى تحديث المعلومات المنشورة عبر المدونات جرى طرح السؤال عن ذلك، وظهرت نتائج البحث إن (٥٢) مبحوثاً من أفراد عينة البحث اشاروا الى ان المعلومات المقدمة عبر المدونات (دائماً) يتم تحديثها وبشكل مستمر اذ جاءت المرتبة الاولى بنسبة (٥٢%)، اما (أحياناً) ما يتم تحديثها بعدد (٣١) مفردة بنسبة (٣١%) في المرتبة الثانية، و(نادراً) بالمرتبة الثالثة بتأكيد (١٢) مفردة بنسبة (١٢%)، وفي المرتبة الرابعة (ابداً) بواقع (٥) مبحوثين ما شكل نسبة بلغت (٥%). (الجدول ١٥).

جدول (١٥) المبحوثين بحسب رأيهم بتحديث معلومات المدونات

النسبة المئوية	التكرار	مدى تحديث المعلومات
٥٢%	٥٢	دائماً
٣١%	٣١	أحياناً
١٢%	١٢	نادراً
٥%	٥	أبداً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٥- مدى اعتماد أساتذة جامعة النهرين على المدونات الإخبارية الرقمية في اكتساب المعلومات: بهدف التعرف على مستوى اعتماد المبحوثين على المدونات في اكتساب المعلومات، جرى طرح مجموعة من الفقرات لقياس ذلك، وأظهرت نتائج البحث أن فقرة «تزودني بمعلومات مستمدة من البحوث العلمية المنشورة» احتلت المرتبة الأولى، إذ أشار (٧١) مبحوثاً من أفراد عينة البحث إلى (اتفق) ونسبة بلغت

(٧١%)، فيما جاء بالمرتبة الثانية وبالنسبة ذاتها (٧١%) فقرة «تساعد في الكشف عن المشكلات المحيطة»، وهو ما يعكس مستوى مرتفعاً من الثقة بوظيفة المدونات المعرفية والتحليلية. أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لفقرة «تمتاز المعلومات المنشورة بالحدثة والتحديث المستمر»، إذ بلغ عدد الذين اتفقوا معها (٦٧) مجوئاً وبنسبة بلغت (٦٧%)، تلتها فقرة «تسهم في التعرف على الآخرين والتواصل معهم» في المرتبة الرابعة بتكرار بلغ (٦٤) وبنسبة (64%) في المقابل، أظهرت النتائج انخفاض مستوى الاتفاق في بعض الفقرات، إذ جاءت فقرة «تسهم في توعيتي بالمستجدات المعلوماتية» بنسبة اتفاق بلغت (٣٩%)، مع تقاربها بنسبة المعارضة التي بلغت (٤١%)، فيما سجلت فقرة «لا أعتد عليها لعدم خضوع بعضها للمعايير العلمية» أعلى نسبة معارضة بلغت (٥٩%) وبعدها (٥٩) مجوئاً، ما يشير إلى وجود تحفظات تتعلق بالمعايير العلمية لبعض المدونات. كما جاءت فقرة «لا أعتد عليها كثيراً للحصول على المعلومات» بنسبة اتفاق بلغت (٤٢%) وبعدها (٤٢) مجوئاً، وهو ما يدل على أن شريحة من المجوئين ما تزال تنتظر إلى المدونات بوصفها مصدراً مكملاً لا بديلاً كاملاً عن المصادر الأكاديمية التقليدية. انظر الجدول رقم (١٦):

جدول (١٦) المجوئين بحسب اعتمادهم على المعلومات

الاتفاق		محايد		اعراض		المجموع		الاعتماد على المدونات في اكتساب المعلومات
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
٧١	٧١%	٢٢	٢٢%	٧	٧%	١٠٠	١٠٠%	تزودني بمعلومات مستمدة من البحوث العلمية المنشورة
٦٧	٦٧%	٥	٥%	٢٨	٢٨%	١٠٠	١٠٠%	تمتاز المعلومات المنشورة بالحدثة والتحديث المستمر
٢٣	٢٣%	١٨	١٨%	٥٩	٥٩%	١٠٠	١٠٠%	لا أعتد عليها لعدم خضوع بعضها للمعايير العلمية
٥١	٥١%	١٣	١٣%	٣٦	٣٦%	١٠٠	١٠٠%	تساعدني في تكوين آراء واتجاهات علمية
٣٩	٣٩%	٢٠	٢٠%	٤١	٤١%	١٠٠	١٠٠%	تسهم في توعيتي بالمستجدات المعلوماتية
٥٤	٥٤%	١١	١١%	٣٥	٣٥%	١٠٠	١٠٠%	تعوض النقص الحاصل لدي في

المعلومات							
٤٢	%٤٢	٣٥	%٣٥	٢٣	%٢٣	١٠٠	%١٠٠
لا أعتمد عليها كثيراً للحصول على المعلومات							
٦٤	%٦٤	٧	%٧	٢٩	%٢٩	١٠٠	%١٠٠
تسهم في التعرف على الآخرين والتواصل معهم							
٧١	%٧١	٢٠	%٢٠	٩	%٩	١٠٠	%١٠٠
تساعد في الكشف عن المشكلات المحيطة							

❖ أهم النتائج:

- ١- إن (٥١%) من أفراد عينة البحث يقومون باستخدام المدونات بشكل غير منظم (أحياناً)، فيما بلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون المدونات (دائماً) (١٩%).
- ٢- أوضحت النتائج أن ٤٥% من المبحوثين يفضلون المدونات إذ جاء البديل (أفضلها بشكل كبير) بالمرتبة الأولى من حيث التفضيل.
- ٣- أظهرت النتائج تنوع اهتمامات المبحوثين، إذ جاءت المعلومات العلمية الأكاديمية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة (٣٨%)، وحلت المعلومات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢%).
- ٤- أظهرت النتائج أن الهدف الأساس من استخدام المدونات جاء (للحصول على المعلومات) وتم اختيار هذا البديل بنسبة (٥٨%) من العينة، فيما بلغ مستخدمو المدونات (لمعرفة الاحداث الجارية) (١٩%).
- ٥- أظهرت النتائج أن دوافع استخدام الجمهور للمدونات جاءت لبعدها المعلوماتي والمعرفي المرتبط بطبيعة المحتوى الإخباري الرقمي والذي أشار إليه (٩٣) مبحوثاً
- ٦- أن ٤٨ مبحوثاً من عينة البحث يقومون بشكل غير منظم (أحياناً) بالتعليق على الموضوعات عبر المدونات وبنسبة مئوية بلغت (٤٨%)، فيما بلغ عدد المبحوثين الذين يقومون بالتعليق على الموضوعات المنشورة عبر المدونات (دائماً) ٢٣ مبحوثاً وبنسبة (٢٣%).
- ٧- أظهرت النتائج أن قراءة الأخبار والتحليلات الإخبارية جاءت بالمرتبة الأولى، بنسبة (٤٢%)، بما يعكس اعتماداً معلوماتياً مباشراً على المحتوى الإخباري. وجاء في المرتبة الثانية متابعة الأخبار المرتبطة بالشأن العلمي والأكاديمي، بنسبة (٢٨%).

٨- أظهرت النتائج أن (٦٣) مجوئاً من أفراد عينة البحث أشاروا الى أنهم يعتمدون على المدونات للحصول على المعلومات (اعتمد عليها دائماً)؛ إذ احتلت المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٦٣%).

❖ المراجع:

1. Brucce, D. (2005). Blogs: The new information Revolution. *The information management Journal*, p. 41.
2. Wall, M. (2005). Blogs of War': Weblogs as News. *Journalism*, 6(2), pp. 140-119.
٣. جمال الزرن. (٢٠٢٢). البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن. مجلة الباحث الاعلامي، ٤ (١٧)، الصفحات ٢٠-٣٨.
٤. حسني محمد نصر. (٢٠٠٧). المدونات الالكترونية ودورها في دعم مجتمع المعلومات في العالم العربي. كلية الاداب/ جامعة السلطان قابوس، ١، صفحة ٦٣.
٥. زكي حسين الوردي. (٢٠٠٧). صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت. مجلة الباحث الاعلامي، ١ (٣)، الصفحات ١١-١٨.
٦. سلطام مسفر مبارك الصاعدي. (٢٠١١). الشبكات الاجتماعية. المملكة العربية السعودية.
٧. سلمى مساعدي. (٢٠١٩). المدونات الإلكترونية العربية والفضاء العمومي الافتراضي: دراسة تحليلية للمدونات النسائية في ضوء مقاربة هابرماس. مجلة المعيار، ٢٣ (٤٨)، الصفحات ٤١٤-٣٥٩.
٨. شريهان توفيق وشيرين كدواني. (٢٠٠٨). المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول للإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة، صفحة ٢.
٩. عصام منصور. (٢٠٠٩). المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات. مجلة دراسات المعلومات (٥)، الصفحات ٩٣-١١٦.
١٠. فاطمة الزهراء سعداوي. (٢٠٢١). المدونات الالكترونية ودورها في التحصيل العلمي: دراسة تحليلية على عينة من طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة. المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب (٥)، الصفحات ٥٦-٣٣.
١١. فريد صالح فياض. (٢٠١٢). الانترنت وصحافة المدونات الالكترونية. ٤ (١٨)، الصفحات ١١٣-١٣١.
١٢. مايسة صالح كنيدي. (ديسمبر، ٢٠١٨). دور المدونات في تفعيل المعارض الرقمية. المجلة الدولية للتعليم بالانترنت، ١٧ (١)، الصفحات ٢١-١.
١٣. محمد عبد الحميد. (٢٠٠٩). المدونات الإعلام البديل.
١٤. محمد عبد الحميد. (٢٠١٥). المدونات الإعلام البديل. مصر: المجلة المصرية للدراسات المتخصصة.
١٥. محمد منير حجاب. (٢٠١٠). مدخل إلى الصحافة. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
١٦. مروه ينكصار. (٢٠١٨). دور المدونات الفاعل في تشكيل الرأي العام. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، ٤ (٨٨)، الصفحات ٨٦٥-٨٤٩.
١٧. نصر الدين لعياضي. (٢٠١٢). الفضاء التدويني العربي واستراتيجيات بناء الذات وسردها. مجلة الباحث الاعلامي، ٤ (١٨)، الصفحات ٧٣-٩٣.

References

1. Bruce, D. (2005). Blogs: The new information Revolution. The information management Journal, p. 41.
2. Wall, M. (2005). Blogs of War': Weblogs as News. Journalism, 6(2), pp. 140-119.
3. **Jamal Al-Zarn.** (2022). The New Communication Environment or Ecomedia through Citizen Journalism. Journal of Media Researcher, 4(17), pp. 20-38.
4. **Hosni Mohamed Nasr.** (2007). Electronic Blogs and Their Role in Supporting the Information Society in the Arab World. College of Arts, Sultan Qaboos University, 1, p. 63.
5. **Zaki Hussein Al-Wardi.** (2007). Online Blogging Journalism. Journal of Media Researcher, 1(3), pp. 11-18.
6. **Sultam Misfer Mubarak Al-Saadi.** (2011). Social Networks. Saudi Arabia.
7. **Salma Msaadi.** (2019). Arab Electronic Blogs and the Virtual Public Sphere: An Analytical Study of Women's Blogs in Light of Habermas' Approach. Al-Mi'yar Journal, 23(48), pp. 359-414.
8. **Sherihan Tawfiq & Sherine Kadwani.** (2008). Political Blogs and Freedom of Expression as a Right of Citizenship. Paper presented at the First Scientific Conference: Media and the Cultural Construction of Citizenship Rights, p. 2.
9. **Issam Mansour.** (2009). Electronic Blogs as a New Source of Information. Information Studies Journal, (5), pp. 93-116.
10. **Fatima Al-Zahraa Saadawi.** (2021). Electronic Blogs and Their Role in Academic Achievement: An Analytical Study on a Sample of Students at Kasdi Merbah University, Ouargla. Arab Organization for Education, Science and Arts, (5), pp. 33-56.
11. **Farid Saleh Fayad.** (2012). The Internet and Blogging Journalism. 4(18), pp. 113-131.
12. **Maisa Saleh Knaid.** (December, 2018). The Role of Blogs in Activating Digital Exhibitions. International Journal of Online Education, 17(1), pp. 1-21.
13. **Mohamed Abdel Hamid.** (2009). Blogs as Alternative Media.
14. **Mohamed Abdel Hamid.** (2015). Blogs as Alternative Media. Egypt: Egyptian Journal of Specialized Studies.
15. **Mohamed Mounir Hijab.** (2010). Introduction to Journalism. Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.
16. **Marwa Yanksar.** (2018). The Active Role of Blogs in Shaping Public Opinion. Journal of Arts and Humanities, 4(88), pp. 849-865.
17. **Nasr Al-Din Laayadi.** (2012). The Arab Blogging Space and Strategies of Self-Construction and Narration. Journal of Media Researcher, 4(18), pp. 73-93.