

المواقع الإلكترونية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام

(موقع الراكوبة إنموذجاً)

(في الفترة من 2020 - 2021م)

أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية العلوم الإنسانية
جامعة بحري

د. المعز حمودة علي حمودة

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور المواقع الالكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام بين أفراد المجتمع السوداني و إتخذت من موقع الراكوبة الالكتروني نموذجا ، وتم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة. و مجتمع البحث في هذه الدراسة متصفح الموقع الالكتروني بولاية الخرطوم وتم إختيار عينة عشوائية منهم قوامها (31) فردا، وتم إستخدام عدد من الادوات البحثية في هذه الدراسة و هي: الإستبيان و الملاحظة العلمية. و قد توصلت الدراسة الى عددا من النتائج أهمها : أن موقع الراكوبة الالكتروني أسهم في تشكيل رأي عام عند متصفحيه من خلال تقديم معلومات و قضايا تفسر و تشرح ما يدور في المجتمع السوداني ، و وضحت الدراسة أن أكثر القضايا التي يكثر تناولها على موقع الراكوبة هي القضايا السياسية.

Abstract:

The study aimed at identifying the role of Sudanese internet websites in the formation of public opinion amongst individuals in society, with special reference to Alrakouba electronic website. The descriptive analytical approach was adopted in which a random sample of a web surfers' community, consisting of 31 subjects, were selected to collect data by means of a questionnaire and scientific observation. Many findings were reached; the most important of which are: Alrakouba as a website has contributed in shaping the public opinion of its browsers through the information offered and the discussions that explain the current topics in Sudanese society; mostly, the political issues.

المقدمة:

شهد العقد الأخير من القرن الماضي تطورات تكنولوجية متسارعة ومتعدد الاستخدامات من حيث المقدرات التقنية الفائقة السرعة الأمر الذي جعل اهل الاختصاص من العلماء والباحثين والمستفيدين في حالة بحث دائم ومتابعة هذه التطورات المتلاحقة ومدى تأثيرها على اتجاهات المستخدمين في كافة المجالات ثم معرفة ميولهم من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية وقدرتها على تشكيل آرائهم بصورة فاعلة من حيث المضامين التي تنشرها.

إذاً ما هو أكثر المواقع السودانية الإلكترونية تأثيراً على اتجاهات المتصفحين وتشكيل آرائهم بما يحمله من مضامين سياسية مختلفة.

ظهرت بفضل التكنولوجيا الحديثة العديد من إنشاء المواقع الإلكترونية السودانية التي شهدت إقبلاً من فئات المجتمع المختلفة على الصعيدين الداخلي والخارجي، ويتفاوت هذا الإقبال من موقع إلكتروني لآخر بما يتمتع به من مزايا مثل السرعة الفائقة النص والحرية في نشر المعلومات وتداولها بين المتصفحين السودانيين سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

وتجيء هذه الورقة لتقف بالدراسة والتحليل على المواقع الإلكترونية السودانية والخاصية التفاعلية التي أدت إلى المشاركة الفاعلة للسودانيين في تصفح الموقع الإلكتروني وطبيعة الموضوعات الأكثر تشكيلاً لآرائهم، ومن ثم الوقوف على أكثر المواقع الإلكترونية التي كان لها الأثر الكبير على تشكيل اتجاهات السودانيين وتكوين رأي عام. وهو ما تود هذه الورقة معرفته من خلال إجراءات الدراسة الميدانية لموقع الركوبة السوداني وهنا تتلخص مشكلة الورقة البحثية.

مشكلة الدراسة:

أدت التطورات التكنولوجية والثورة المعلوماتية التي بدأت في العقد الأخير من القرن العشرين إلى ظهور وانتشار المواقع الإلكترونية السودانية في الآونة الأخير وقد شهدت هذه المواقع إقبلاً كبيراً من فئات المجتمع السوداني كافة وذلك لما تتمتع به من مزايا مثل السرعة والحرية في تداول المعلومات ولكن كيف يتعامل المجتمع السوداني مع هذه المواقع وما دورها في تشكيل الرأي العام لأفراد المجتمع السوداني وما مدى تأثير هذه المواقع على أفراد المجتمع من خلال ما تعرضه من موضوعات سياسية واقتصادية وثقافية، وتحاول هذه الدراسة إيضاح الدور الرئيسي لخاصية التفاعلية في المواقع الإلكترونية في تشكيل الرأي العام وذلك من خلال تسليط الضوء وتوضيح العلاقة بين هذه المواقع دورها في شكل الرأي العام.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على دور المواقع الإلكترونية في تشكيل الرأي العام.
2. التعرف على طبيعة الموضوعات التي يكثر تناولها على المواقع الإلكترونية.

3. التعرف على إسهام المواقع الإلكترونية في تشكيل الرأي العام.
4. معرفة الصعوبات التي تواجه متصفح المواقع الإلكترونية السودانية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما هو دور المواقع الإلكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام؟
2. ما هي أهم القضايا والموضوعات التي يكثر تناولها على موقع الراكوبة الإلكتروني؟
3. أي مدى أسهم موقع الراكوبة الإلكتروني في تشكيل رأي عام عند متصفحيه؟
4. ما مدى مصداقية موقع الراكوبة الإلكتروني وموضوعيته عند طرحه للقضايا والموضوعات؟
5. ما هي العقبات التي تواجه موقع الراكوبة الإلكتروني؟

منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي استناداً على منهج دراسة الحالة.

مجتمع الدراسة:

في هذه الدراسة يشمل المواقع الإلكترونية السودانية وعينة الدراسة موقع الراكوبة، وأيضاً يشمل متصفح المواقع الإلكترونية، وتم اختيار عينة عشوائية منهم.

حدود الدراسة:

أولاً: الإطار الزمني:

في الفترة من 2020م إلى 2021م.

ثانياً: الإطار المكاني:

تشكلت ولاية الخرطوم إطاراً مكانياً للبحث وذلك لكونها تمثل مكان ثقل لمعظم المستخدمين للمواقع الإلكترونية بما فيها موقع الراكوبة، إضافة إلى ذلك أن ولاية الخرطوم تمثل استقراراً في الشبكة الإلكترونية دون غيرها من الولايات الأخرى.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في جمع المعلومات على الأدوات التالية:

1. الملاحظة العلمية .

2. الاستبيان.

المحور الثاني: الرأي العام والعوامل المؤثرة في تكوينه:

مفهوم الرأي العام:

على الرغم من اتفاق علماء السياسة والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس الاجتماعي والاتصال على أهمية الرأي العام، إلا أنهم اختلفوا حول تعريفه ونستعرض فيما يلي مجموعة من التعاريف للرأي العام على النحو التالي:

يعرف «دوب» الرأي العام بأنه: «مجموعة من اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم»⁽¹⁾. وعرف البيج الرأي العام على أنه: الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل نقاش في جماعة ما. وأيضاً عرفه بأنه: هو تعبير أعضاء الجماهير عن الموضوعات المختلفة عليهم فيما بينهم.

كما عرفه بأنه: هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة وتعبّر عن رأي الأغلبية⁽²⁾. ويعرف أحد الباحثين المهتمين بالرأي العام بأنه: الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار ما⁽³⁾. وعرف مختار التهامي الرأي العام بأنه: الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحترم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأساسية مساً مباشراً⁽⁴⁾. وعرف سمير حسين الرأي العام بأنه: الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصته آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب، أو الاعتقاد السائد أو جماع الآراء أو الانفاق الجامعي لدي غالبية فئات الشعوب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو إقليمي أو دولي. ويثور حولها الجدل، وأن هذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به⁽⁵⁾.

أنواع الرأي العام:

توجد أنواع متعددة للرأي العام طبقاً للعديد من المعايير التي تستخدم في تقسيم الرأي العام، وتعرض فيما يلي أهم التقسيمات التي ذهب إليها هؤلاء الباحثين.

1/ الرأي العام الباطن:

هو رأي عام غير ظاهر أو كامن ويتخذ موقف الإحجام عن الظهور ويتصف بالسلبية ويحدث ذلك عادة في الدول التسلطية التي تحرم شعوبها من الحقوق والحريات وخاصة حرية الرأي وحرية الفكر وحرية التعبير ويظل الرأي العام كامناً وغير ظاهر حتى تتاح له فرصة للظهور، سواء بالثورة أو بتغيير نظام الحكم وقيام الحكام الجدد وتطبيق الديمقراطية ومنح الشعب حقوقه وحرياته.

2/ الرأي العام الظاهر أو الصريح:

هو علي عكس الرأي العام الباطن، حيث ان هذا النوع من الرأي العام الظاهر أو الصريح يعبر عن الناس بصراحة سواء في أقوالهم أو أفعالهم أو مؤتمراتهم أو في التصريح لوسائل الإعلام والمسؤولين عن استقصاء واستطلاع وقياس الرأي العام⁽⁶⁾.

3/ الرأي العام الدائم أو الثابت أو الجامع:

ويرتكز على قاعدة تاريخية وثقافية ودينية ويشترك فيه كل أفراد الجماعة ويمتاز بالاستقرار والثبات جيلاً بعد جيل، ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادراً. وأهم عناصره الدين أو العقيدة والعادات والتقاليد⁽⁷⁾.

4/ الرأي العام المؤقت:

ويقوم حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب وحيال مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بانتهاؤ المؤثر. وبعبارة أخرى أن الرأي العام المؤقت هو الرأي الذي تمثله الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة الأهداف المعنية وينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاؤ حياة تلك الأحزاب أو الهيئات، وبتحقيق هدف معين في وقت معين حيث يتألف من رأي عدد من الناس بالنسبة لموضوع معين وقد يتغير هذا العدد بالزيادة أو النقصان بالتطور الذي يصاحب الموضوع الذي يتكرر الرأي العام بصدده⁽⁸⁾.

5/ الرأي الفردي أو الشخصي:

هو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه طبعاً لدرجة شفافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب في أن يشارك به المجموعة ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً⁽⁹⁾.

6/ الرأي العام الإقليمي:

هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب والدول المتجاورة جغرافياً حول قضية في فترة معينة يحتدم فيها النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً مثل دول الخليج العربي أو أقطار المغرب العربي أو دول جنوب شرق آسيا وللرأي العام الإقليمي المقومات الآتية:
-المصالح المشتركة - الارتباط التاريخي - تقارب العادات والتقاليد وتقارب اللغة والثقافة⁽¹⁰⁾.

7/ الرأي العام العالي:

ويقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التي تعكس توافقاتها في الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة وهو سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر⁽¹¹⁾.

8/ الرأي العام اليومي:

هو الرأي الذي يتأثر بالحوادث اليومية ويتأثر بالأحداث السياسية الجارية وكذلك بالمناقشات البرلمانية ونشر وسائل الإعلام اليومية حول مواقف عابرة.

9/ الرأي العام القائد:

ويمثل هذا النوع من الرأي العام نخبة المجتمع ومن قادة ومفكرين وعلماء وسياسين وأدباء وفنانين وكتاب وصحفيين وهم إذا ما توزعوا بعدد السكان أو أفراد المجتمع فأنهم يشكلون نسبة ضئيلة وبالتالي فإن رأيهم يقود المجتمع نحو رأي عام كونهم يعتبرون قياديين يقودون المجتمع.

01/ الرأي العام المثقف:

ويمثل هذا النوع من الرأي المثقفون في المجتمع وهو رأي يؤثر في السخرين الفريق هم أقل درجة في الثقافة والتعلم، إلا أنه من الجدير بالذكر هنا أن نقول أن هذا النوع من الرأي

العام يتأثر بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها جمهور المثقفين أو جمهور هذا النوع من الرأي العام⁽¹²⁾.

11 / الرأي العام المتساق أو المنقاد:

ويمثل رأي السواد الأعظم من الشعب خاصة في الدول النامية حيث تنتشر الأمية، فيتأثر ملايين المواطنين بما يسمعون أو يشاهدون في أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية، كما أنهم يعتقدون دون بذل أي جهد فكري ما تبثه أجهزة الإعلام في دولهم وبالتالي هم يتقبلون الشائعات ويكونون غالباً عرضةً لحملات الهمس والدعاية⁽¹³⁾.

العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:

اهتمت العديد من الدراسات بدون عدد من العوامل التي تؤثر بالرأي العام وتساعد على تعبئته وخلقه، وتتأثر به أيضاً، ومنها مثلاً البيئة الاجتماعية التي تحيط بالفرد، وذلك في ضوء حقيقة ان الرأي العام يتشكل بواسطة التقاليد ومؤسسات التنشئة الاجتماعية ومعايير الجماعات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، فضلاً عن الأحزاب السياسية، والقوى (الضاغطة) والسلطة السياسية والتعليم والعلاقات الشخصية التي تنمو بين الأفراد وأخيراً وسائل الاتصال المختلفة (صحافة، إذاعة، تلفزيون) التي تعد من أبرز العوامل التي تشارك في تشكيل الرأي العام⁽¹⁴⁾.

ويشير الدكتور خالد أبو سمرة في كتابه «سيكولوجية الرأي العام» إلى عوامل تكوين الرأي العام ونأخذ منها:

- الجمهور الذي يتكون منه المجتمع بفئاته وطبقاته ومستوياته المختلفة.
- التراث الثقافي الذي يلعب دوراً هاماً في تكييف الأفراد والجماعات والتأثير فيهم.
- المعتقدات حيث تسهم في صنع الرأي العام.
- القيم والعادات والتقاليد التي تحكم رأي الأفراد والجماعات داخل المجتمع.
- الميول وهي ترتبط بالمشاعر.
- المعرفة وهي التي تمثل حصيلة أداء الفرد أو الجماعات من المعارف والخبرات.
- الاسرة وهي الخلية الأولى التي يتعلم منها الفرد.
- الدين.
- القادة في المجتمع وهم أحد أهم العناصر المكونة للرأي العام في مجالات مختلفة.
- الثقافة الاجتماعية وتتألف من المعارف والفنون والادب السائد في المجتمع⁽¹⁵⁾.

لا شك أن الحديث عن الرأي العام ودوره في المشاركة السياسية وتحقيق التنمية الشاملة لم يعد حديثاً عابراً، بل أصبح ضرورياً وأساسياً عند تناول كافة جوانب القضايا التي تهم المجتمع ومن واجب قادة الرأي والفكر في الجامعات وأجهزة الإعلام والثقافة تعميق مفهوم الرأي العام لدى الأجيال الجديدة من الشباب وترسيخ مبادئ الديمقراطية والحرية في نفوس هذه الأجيال التي تمثل المستقبل. وهذا المحور ركزت على توضيح مفهوم

الرأي العام وأنواعه وكان لابد من الإشارة إلى العوامل التي لها تأثير في تكوين الرأي العام وذكر عدداً منها.

خصائص الرأي العام:

يجري بصفة الباحثين أن هناك أربعة خصائص مميزة يجب أن يصفها الباحث في اعتباره عند تقييم الرأي العام ودراسته وهي:

1. مدى انتشار الرأي العام بين الجمهور الذي يقاس رأية حول قضية أو موضوع سواء كان هذا الجمهور عاماً أو نوعياً أو خاصاً.
2. استمرار الرأي العام حول قضية معينة ومدى هذا الاستمرار.
3. شدة الرأي العام وقوته بين الجمهور إزاء القضية أو المشكلة أو الموقف.
4. معقولية الرأي العام، ومدى ارتكازه على أسس منطقية مقبولة.

المحور الثالث: المواقع الإلكترونية مفهومها وأنواعها:

مواقع الويب هي مجموعة صفحات ويب مرتبطة ببعضها البعض ومخزنها على نفس الخادم. ويمكن زيادة مواقع الويب عبر الإنترنت بفضل خدمة الويب ومن خلال برنامج حاسوبي يدعي متصفح الويب. ويمكن عرض المواقع بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية الواب (WAP). مواقع الويب موجودة فيما يسمى بمزودات الويب⁽¹⁶⁾. ويعرف الموقع الإلكتروني على أنه مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب، وهو أيضاً مساحات إلكترونية يتم شرائها من قبل الشركات المتخصصة في المال، وهو يعد وسيلة مملوكة للجهة التي تتولى الانفاق عليه وبذلك يصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليه⁽¹⁷⁾.

كما يعرف على أنه ملف يوجد في قرص الكمبيوتر الصلب موصل بالإنترنت له عنوانه المتفرد (Website) وعندما يطبع أحدهم العنوان على مستعرضه تقوم شبكة الإنترنت بتوصيله إلى هذا الملف وهو مجموعة من الوثائق التي تمثل محتوياته وكل موقع له صفحة بدء يتم إرسالها أولاً ويقراها المستعرض عندما يتم طلب الموقع.

أما الصفحة فهي من بعض النواحي مثل أي صفحة أي صفحة مطبوعة مكونة من المعلومات المنظمة في سياق خطي من الأعلى إلى الأسفل وأكبر فرق بينهما وبين الصفحة العادية هو أنه لا حدود لصفحة الشبكة، بجانب ان لها القدرة القوية على الاتصال مباشرة بأي عدد من الصفحات، كما يوجد العديد من المواقع مثل الأخبارية والاجتماعية وأخرى للبحوث والدراسات الأكاديمية⁽¹⁸⁾. وهناك مواقع إعلامية تجمع كل الأشكال الإعلامية بنفس القوة مثل فوكس نيوز Foxnews ولا هو صحيفة ولا هو وكالات أنباء، ولا هو قناة تلفزيونية ولكنه هجين من تطبيقات اتصالية مختلفة يطلق عليها في النهاية المواقع الإخبارية، التي تستفيد من مزايا النشر على شبكة الإنترنت⁽¹⁹⁾.

أنواع المواقع الإلكترونية:

تنقسم المواقع الإلكترونية إلى عدد من الأنواع وذلك كما يلي:

1/ مواقع تجارية، تتميز هذه المواقع بالتالي:

- أ. دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- ب. الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- ج. لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء أخبارية أو معلوماتية ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والخدمات التي تقدمها الشركة.
- د. لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة بمهمة التحديث.

2/ مواقع تفاعلية:

تركز هذه المواقع على عملية التفاعلي مع الزوار من خلال:

- أ. المنتديات.
 - ب. غرفة الدردشة.
 - ج. الحوادث الصوتية التفاعلية.
 - د. المجموعات البريدية.
- ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها ولكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع.

3/ مواقع تعريفية:

تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعالية المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الجبرية والعلمية والفكرية والثقافية وغالباً ما تكتفي هذه المواقع والإعلامية أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية أنشطتها، وقد تقدم أيضاً بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين إلا أنها تسهم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.

4/ مواقع هواة:

غالباً ما يقوم شخص أو عدة اشخاص من الهواة غير المتفرغين والفريق يرغبون فقط في التعبير عن رؤيتهم أو التعريف بأنفسهم أو عرض إنتاجهم الفكري الأولي أو العلمي⁽²⁰⁾.
موقع إعلامية متكاملة:

- تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية سواء كانت صحفية أو إذاعية أو قضائية، مثل مواقع الصحف الورقية والمحطات القضائية. وتتسم هذه المواقع بعدد من الموصفات:
- أ. الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتعامل معها وتدعم دورها الإعلامي سواء كان دوراً إذاعياً أو صحفياً.
 - ب. إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها.
 - ج. لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة بما يتلائم مع الإنترنت⁽²¹⁾.

5/ مواقع صحيفة:

تعد هذه المواقع صحيفة إلكترونية بحتة، لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية، ولم تنشأ كمكلمة لمؤسسة إعلامية، ولكنها تأسس لتقوم بدور صحفي منذ البداية وتتميز هذه المواقع بأنها:

- أ. تعتمد علي هياكل إدارية منتظمة.
- ب. تعتمد علي محترفين في المجال الصحفي.
- ج. تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحيفة.

المحور الرابع: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات:

أولاً: مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. يتكون مجتمع الدراسة من (مواطني ولاية الخرطوم و تحديدا متصفح المواقع الالكترونية) حيث قام الباحث بتوزيع عدد (31) استبانة على المستهدفين.

ثانياً: وصف الاستبانة:

إحتوت الاستبانة على البيانات المتعلقة بالدراسة يحتوى هذا على عدد محاور الإستبيان يتكون من عدد 6 محاور طُلب من أفراد الدراسة أن يحددوا إستجاباتهم عن ما تصفه كل عبارة

ثالثاً: ثبات وصدق أداة الدراسة:

الثبات والصدق الإحصائي:

وقام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبانة عن طريق معادلة ألفا-كرونباخ

وكانت النتيجة كما في الجدول الآتي:

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة على الإستبيان لعدد (5) محاور.

المحور	عدد العبارات	الثبات	الصدق
الإستبانة	21	0.834	0.913

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن معاملي الثبات والصدق لإجابات أفراد الدراسة على العبارات المتعلقة بفرضية الدراسة تدل على أن استبانة الدراسة تتصف بالثبات (0.834) والصدق (0.913) العالين بما يحقق أغراض الدراسة، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً

رابعاً: الاساليب الاحصائية المستخدمة

لتحقيق أهداف الدراسة و للتحقق من فرضياتها، تم إستخدام الاساليب الاحصائية الاتية:

- التوزيع التكراري للاجابات.
- الوسيط لمعرفة إتجاه المبحوثين.
- اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات.
- معامل الفاكرونباخ.

للحصول على نتائج دقيقة قدر الامكان، تم استخدام البرنامج الاحصائي SPSS و الذي يشير إختصاراً الى الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences

إن كل ما سبق ذكره و حسب متطلبات التحليل الاحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية الى متغيرات كمية، و بعد ذلك سيتم استخدام اختبار مربع كاي لمعرفة دلالة الفروق في اجابات أفراد الدراسة على عبارات فرضية الدراسة.

خامساً: إختبار صحة فرضية الدراسة:

للإجابة على تساؤلات الدراسة و التحقق من فرضيتها سيتم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبيان والتي تبين أراء أفراد الدراسة، حيث تم إعطاء الدرجة (5) كوزن لكل إجابة «وافق بشدة»، والدرجة (4) كوزن لكل إجابة «وافق»، والدرجة (3) كوزن لكل إجابة « محايد » والدرجة (2) كوزن لكل إجابة « لا اوافق »، والدرجة (1) كوزن إجابة « لا اوافق بشدة». ولمعرفة إتجاه الإستجابة فإنه يتم حساب الوسيط.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

المحور الأول: (دور المواقع الإلكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام يتمثل في)
الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية

الاولي :

الجدول (1)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	تشكيل رأي في أحداث العالم وقضاياها	14 % 45.2	12 % 38.7	3 % 9.7	1 % 3.2
2	تشكيل رأي في قضايا وأحداث العالم العربي	6 % 19.4	16 % 51.6	7 % 22.6	1 % 3.2
3	تشكيل رأي في قضايا وأحداث السودان	18 % 58.1	11 % 35.5	1 % 3.2	0 % 0.0

النتائج اعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاوافق، لاأوافق بشدة) للنتائج اعلاه تم إستخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الاول، الجدول (1) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:(دور المواقع الإلكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام يتمثل في)

الجدول (2)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	الوسيط	التفسير
1	تشكيل رأي في أحداث العالم وقضاياها	25.6	0.000	4	أوافق
2	تشكيل رأي في قضايا وأحداث العالم العربي	24.3	0.000	4	أوافق
3	تشكيل رأي في قضايا وأحداث السودان	26.7	0.000	4	أوافق بشدة

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالاتي:

- تشكيل رأي في أحداث العالم وقضاياها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الاولى (25.6) وبقيمة احتمالية (0.000) وهى أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن

ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

- تشكيل رأي في قضايا وأحداث العالم العربي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (24.3) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

- تشكيل رأي في قضايا وأحداث السودان حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (26.7) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.

المحور الثاني: (أهم القضايا التي يكثر تناولها علي مواقع الركوبة والتي ساهمت في تكوين رأيك والتأثير عليه كانت هي) :

الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الثانية:
الجدول (3)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
1	القضايا السياسية	13 % 41.9	13 % 41.9	1 % 3.2	3 % 9.7	1 % 3.2
2	القضايا الثقافية	5 % 16.1	11 % 35.5	10 % 32.3	3 % 9.7	2 % 6.5
3	القضايا الدينية	3 % 9.7	13 % 41.9	6 % 19.4	6 % 19.4	3 % 9.7
4	القضايا المتنوعة	6 % 19.4	13 % 41.9	7 % 22.6	2 % 6.5	3 % 9.7

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، وإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاوافق، لاأوافق بشدة) للنتائج

أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الثاني، الجدول (4) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (أهم القضايا التي يكثر تناولها علي مواقع الراكوبة والتي ساهمت في تكوين رأيك والتأثير عليها كانت هي)

الجدول (4)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	الوسيط	التفسير
1	القضايا السياسية	25.3	0.000	4	أوافق
2	القضايا الثقافية	10.8	0.029	4	أوافق
3	القضايا الدينية	10.8	0.029	4	أوافق
4	القضايا المتنوعة	12.1	0.017	4	أوافق

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- القضايا السياسية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الاولي (25.3) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- القضايا الثقافية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (10.8) وبقيمة احتمالية (0.029) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- القضايا الدينية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (10.8) وبقيمة احتمالية (0.029) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- القضايا المتنوعة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (12.1) وبقيمة احتمالية (0.017) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

المحور الثالث: (أسهم موقع الركوبة الإلكتروني في تشكيل رأي عام عند متصفحية من خلال ما يطرحه من قضايا وأحداث عبر) :

الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الثالثة
الجدول (5)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تقديم معلومات وقضايا تفسرو تشرح ما يدور في المجتمع السوداني بصورة أسهمت في تكوين رأيك حول الكير من القضايا في السودان	13 % 41.9	15 % 48.4	1 % 3.2	1 % 3.2	1 % 3.2

النتائج اعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاوافق، لاأوافق بشدة) للنتائج اعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الثالث، الجدول (6) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:(أسهم موقع الركوبة الإلكتروني في تشكيل رأي عام عند متصفحية من خلال ما يطرحه من قضايا وأحداث عبر)
الجدول (6)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	الوسيط	التفسير
1	تقديم معلومات وقضايا تفسرو تشرح ما يدور في المجتمع السوداني بصورة أسهمت في تكوين رأيك حول الكير من القضايا في السودان	33.0	0.000	4	أوافق

- تقديم معلومات وقضايا تفسرو تشرح ما يدور في المجتمع السوداني بصورة أسهمت في تكوين رأيك حول الكير من القضايا في السودان حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الاولي (33) وبقية احتمالية (0.000) وهى أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

المحور الرابع: (ما مدي مصداقية المواقع الإلكترونية وموضوعيتها عند طرحها للقضايا):
الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الرابعة:
الجدول (7)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تعكس المواقع الإلكترونية السودانية ما يدور في المجتمع السوداني بشكل صادق وموضوعي	10 % 32.3	8 % 25.8	5 % 16.1	5 % 16.1	3 % 9.7
2	لا توجد مصداقية وموضوعية في هذه المواقع	3 % 9.7	6 % 19.4	11 % 35.5	7 % 22.6	4 12.9 %
3	المصداقية والموضوعية في هذه المواقع ضعيفة	6 % 19.4	11 % 35.5	9 % 29.0	3 % 9.7	2 % 6.5

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع الباحثين متفقون على ذلك، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاوافق، لاوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الرابع، الجدول (8) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (ما مدي مصداقية المواقع الإلكترونية وموضوعيتها عند طرحها للقضايا)
الجدول (8)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	الوسيط	التفسير
1	تعكس المواقع الإلكترونية السودانية ما يدور في المجتمع السوداني بشكل صادق وموضوعي	4.9	0.291	-	غير معنوي
2	لا توجد مصداقية وموضوعية في هذه المواقع	6.3	0.181	-	غير معنوي
3	المصداقية والموضوعية في هذه المواقع ضعيفة	9.5	0.050	-	غير معنوي

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- تعكس المواقع الإلكترونية السودانية ما يدور في المجتمع السوداني بشكل صادق وموضوعي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (4.9) وبقيمة احتمالية (0.291) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.
- لا توجد مصداقية وموضوعية في هذه المواقع حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (6.3) وبقيمة احتمالية (0.181) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.
- المصداقية والموضوعية في هذه المواقع ضعيفة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (9.5) وبقيمة احتمالية (0.050) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

المحور الخامس: (العقبات التي تواجه مواقع الركوبة الإلكترونية كانت هي)

الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الخامسة:
الجدول (9)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	ضعف شبكة الإنترنت وأحياناً عدم توفرها	12 % 38.7	11 % 35.5	4 % 12.9	3 % 9.7	1 % 3.2
2	أن يتطلب تصفح بعض هذا الموقع قدرات تقنية عالية	5 % 16.1	9 % 29.0	4 % 12.9	12 % 38.7	1 % 3.2
3	إرتباط النشر علي هذا الموقع بجهاز الكمبيوتر وملحقاته	4 % 12.9	5 % 16.1	8 % 25.8	11 % 35.5	3 % 9.7

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
4	عدم وجود تشريعات تحكم عمل المواقع الإلكترونية السودانية ومنها موقع الراكوبة	7 % 22.6	18 % 58.1	6 % 19.4	0 % 0.0	0 % 0.0

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاوافق، لاأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الخامس، الجدول (10) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (العقبات التي تواجه مواقع الراكوبة الإلكترونية كانت هي) الجدول (10)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	الوسيط	التفسير
1	ضعف شبكة الإنترنت وأحياناً عدم توفرها	15.9	0.003	4	أوافق
2	أن يتطلب تصفح بعض هذا الموقع قدرات تقنية عالية	12.1	0.017	4	أوافق
3	إرتباط النشر على هذا الموقع بجهاز الكمبيوتر وملحقاته	6.9	0.141	-	غير معنوي
4	عدم وجود تشريعات تحكم عمل المواقع الإلكترونية السودانية ومنها موقع الراكوبة	8.6	0.014	4	أوافق

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- ضعف شبكة الإنترنت وأحياناً عدم توفرها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (15.9) وبقيمة احتمالية (0.003) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- أن يتطلب تصفح بعض هذا الموقع قدرات تقنية عالية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية

- (12.1) وبقيمة احتمالية (0.017) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين. إرتباط النشر علي هذا الموقع بجهاز الكمبيوتر وملحقاته حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (6.9) وبقيمة احتمالية (0.141) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.
- عدم وجود تشريعات تحكم عمل المواقع الإلكترونية السودانية ومنها موقع الركوبة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (8.6) وبقيمة احتمالية (0.014) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- مستوي الفاعلية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (10.8) وبقيمة احتمالية (0.029) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- دوره في تشكيل الرأي العام في القضايا المختلفة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الخامسة (4.6) وبقيمة احتمالية (0.326) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.
- المصادقية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة السادسة (6.3) وبقيمة احتمالية (0.181) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

النتائج :

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج وهي :

1. توصلت الدراسة الى أن المواقع الإلكترونية السودانية تساعد أفراد المجتمع السوداني في معرفة ما يدور من قضايا وأحداث السودان وتفسير وشرح هذه الأحداث.
2. وضحت الدراسة أن أهم القضايا التي يكثر تناولها علي موقع الركوبة هي القضايا السياسية.

3. بينت الدراسة أن موقع الراكوبة الإلكترونية أسهم في تشكيل رأي عام عند متصفحية من خلال تقديم معلومات وقضايا تفسروتنشرح ما يدور في المجتمع السوداني.
4. كشفت الدراسة أن المواقع الإلكترونية السودانية تعكس ما يدور في المجتمع السوداني بشكل صادق وموضوعي.
5. كشفت الدراسة العقبات التي تواجه موقع الراكوبة الإلكترونية كانت عدم وجود تشريعات تحكم عمل المواقع الإلكترونية السودانية ومنها موقع الراكوبة.

التوصيات:

بناء على النتائج يوصى الباحث بالاتي :

1. على موقع الراكوبة إشراك المتصفحين بطرح آرائهم ووجهات نظرهم في مختلف الموضوعات حتى يكون الرأي العام في أكثر من اتجاه ولتعم الفائدة.
2. يجب ان يطرح موقع الراكوبة القضايا والأحداث التي لها علاقة مباشرة بالسودان لمعرفة آرائهم واتجاهاتهم حولها ومن ثم تشكيل رأي عام.
3. أن يتسم موقع الراكوبة عند تناول القضايا والأحداث السودانية بجانب الصدق والموضوع بالدقة والحياد والتوازن حتى لا يكون الرأي العام ضعيفاً في مكوناته.
4. على الجهات ذات الصلة بالتشريع فيما يتعلق بقضايا النشر الإلكتروني سن قوانين تعمل على حماية الدولة في تناول القضايا التي على حماية الدولة في تناول القضايا التي تشكل الرأي العام وتجعلها لمتصفح رقيباً على وطنه أن تنطلق منها المواقع الإلكترونية بصورة أكثر تفاعلاً لطرح القضايا والمشكلات التي تكون محل رأي عام.

المصادر والمراجع:

- (1) عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000م.
- (2) أحمد شاهين، الإعلام والرأي العام، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010م.
- (3) محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، بيروت، مكتبة لبنان، 1973م.
- (4) شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2015م.
- (5) خالد أبو سمره، محمد عبد حسين، سيكولوجية الرأي العام، ط1، دار الراجعية للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
- (6) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1998م.
- (7) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق، القاهرة، 2001م.
- (8) كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013م.
- (9) سمير محمد حسين، الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1997م.
- (10) الموسوعة الحرة ويكيبيديا www.wikipedia.org.
- (11) <http://kenanonline.com/user/mtstopic>.
- (12) عبد الرحمن محمد إبراهيم، مواقع النشر الإلكتروني ودورها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام الصحافة والنشر، 2012م.
- (13) النشر الإلكتروني ودوره في تطوير الصحافة السودانية، دراسة الخصائص العامة للمواقع الإلكترونية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012م.
- (14) هاشم جعفر، الصحافة الإلكترونية في مصر، الواقع والتحديات، القاهرة مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 1 إبريل يونيو 2003م.
- (15) حامد مسلم حامد، المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، قسم الدراسات النظرية، شعبة الإعلام، 2+2.

المصادر والمراجع:

- (1) عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000ك ص 9 .
- (2) أحمد شاهين، الإعلام والرأي العام، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، والتوزيع، القاهرة، 2010م، ص 13.
- (3) محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، بيروت، مكتبة لبنان، 1973م، ص 124.
- (4) شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2015م، ص 90 .
- (5) شاهيناز طلعت، الرأي العام، مرجع سابق، ص 89 .
- (6) خالد أبو سمره، محمد عبد حسين، سيكولوجية الرأي العام، ط1، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص .
- (7) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1998م، ص 31 .
- (8) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق، القاهرة، 2001م، ص 14 - 15.
- (9) المرجع نفسه، ص 14.
- (10) كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013م، ص 3 .
- (11) سمير محمد حسين، الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1997م، ص 37 .
- (12) خالد أبو سمره، محمد عبد حسين، سيكولوجية الرأي العام، مرجع سابق، ص 73 .
- (13) عبد الله زلطة، الرأي العام والإعلام، مرجع سابق، ص 20.
- (14) كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، مرجع سابق، ص 16.
- (15) خالد أبو سمرة، سيكولوجية الرأي العام، مرجع سابق، ص 38 - 39.
- (16) الموسوعة الحرة ويكيبيديا www.wikipedia.org
- (17) <http://kenanonline.com/user/mtstopic> .
- (18) عبد الرحمن محمد إبراهيم، مواقع النشر الإلكتروني ودورها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام الصحافة والنشر، 2012م، ص 68 - 69.
- (19) النشر الإلكتروني ودوره في تطوير الصحافة السودانية، دراسة الخصائص العامة للمواقع الإلكترونية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012م، ص 99.

- (20) هاشم جعفر، الصحافة الإلكترونية في مصر، الواقع والتحديات، القاهرة مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 1 إبريل يونيو 2003م، ص 238.
- (21) حامد مسلم حامد، المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، قسم الدراسات النظرية، شعبة الإعلام، 2+2، ص 131 .