

مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

تصدر عن كلية الإعلام
جامعة الزيتونة

مجلة بحوث الاتصال

كلية الإعلام بجامعة الزيتونة

ترهونة/ ليبيا

مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة تصدر نصف سنوية عن كلية الإعلام بجامعة الزيتونة

المشرف العام

د. إبراهيم سالم اشتيوي

رئيس هيئة التحرير

أ.د. محمد علي الأصفر

أعضاء هيئة التحرير

د. صلاح الدين رمضان عثمان

د. عبدالمولى ضو الصغير

تنسيق وتنفيذ

أ.ازدهار عطية البريار

الهيئة الاستشارية

أ.د. عابدين الدردير الشريف

أ.د. مسعود حسين التائب

أ.د. مفتاح محمد بلعيد اجعيه

أ.د. حسن عبد الله يحيى

أ.د. محمد شرف الدين الفيتوري

أ.د. علي عبد السلام الربيعي

أ.د. عمران الهاشمي المجدوب

أ.د. إبراهيم محمد عبدالله

مجلة بحوث الاتصال

رقم الإيداع القانوني: 2017/164 م .. دار الكتب الوطنية - بنغازي

الترقيم الدولي الموحد: ISSN 2707-871X

معامل أرسيف Arcif للمجلة لسنة 2024م (0.1364)

© حقوق الطبع والنشر محفوظة لكلية الإعلام /جامعة الزيتونة، ويسمح باستعمال ما يرد في هذه المجلة شرط الإشارة إلى مصدره.

© المعلومات والآراء الواردة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعبر عن وجهة نظر المجلة.

© إن تقديم البحوث المنشورة أو تأخيرها في ترتيب الصفحات لا يعني المفاضلة، إنما متطلبات التنسيق الفني هي التي تتحكم في هذا الترتيب.

يتم تسليم البحوث إلى مكتب المجلة في كلية الإعلام ، أو ترسل على عنوان المجلة:

comsemag@gmail.com

للاستفسار الاتصال بالأرقام التالية: 0926612168 /0916760614

الموقع الإلكتروني للمجلة

<https://www.azu.edu.ly>

رابط الصفحة الإلكترونية للمجلة على الفيس بوك:

* قواعد وشروط النشر :

أولاً: قواعد النشر:

تصدر مجلة "بحوث الاتصال " وفق الضوابط التالية:

1. قوانين الإصدار والنشر في الدولة الليبية.
2. رؤية ورسالة وأهداف جامعة الزيتونة.
3. أن يكون البحث في مجال الاتصال والإعلام.
- 4 - لا تنشر المجلة سوى البحوث الأصلية التي لم يسبق نشرها ويتم إعلام الباحث بقرار المجلة بقبول النشر خلال مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ استلام البحث.
- 5 - أن تكون لغة البحث لغة سليمة وفصيحة، وأن يتصف البحث أو الدراسة بالموضوعية والمنهجية العلمية.
- 7 - لا تُنشر إلاّ الأبحاث التي نجحت في التحكيم وإدارة المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث التي لم تُقبل، كما أنها غير ملزمة بتقديم مبررات لعدم قبولها.
- 8 - ترحب المجلة كذلك بنشر نتائج المؤتمرات والندوات العلمية في مجال الاتصال والإعلام.
9. تعبر الآراء و الأفكار الواردة بالبحوث و الدراسات و المقالات التي تنشرها المجلة عن آراء كتّابها فقط دون تحمل أدنى مسؤولية من هيئة وأسسة تحرير المجلة.
- 10 . يتحمل الباحث المسؤولية القانونية والأخلاقية والاجتماعية الكاملة في حالة ظهور استغلال أو اقتباس أو نقل من مواقع الانترنت وتقديم البحوث الجاهزة منها.
11. تحتفظ المجلة بحقوقها في نشر البحث وفق خطة هيئة التحرير.

*شروط النشر:

- 1 . الجدية في البحث والتوثيق في الهوامش وفق قواعد البحث العلمي .
- 2 . لا تزيد عدد صفحات البحث عن 25 صفحة وترسل الأوراق البحثية بالموصفات التالية:
 . أن يقدم البحث أو الدراسة من نسختين مطبوعة على ورق (A4) ونسخة على قرص مرن (CD) (أو ترسل عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة) بالأبعاد التالية: 17 سم × 24 سم، وأن تكون أبعاد هوامش الصفحة 2.5 سم من جميع الجوانب.
 . يستخدم الخط (Simplified Arabic) في متن النص إذا كانت الكتابة باللغة العربية، وبجسم (14 للمتن، 16 للعناوين) ويستخدم الخط (Times New Roman) في متن النص إذا كانت الكتابة باللغة الإنجليزية، مع ترك مسافة 1 سم بين الأسطر، كما يستخدم الخط (Times New Roman) وبجسم 12 للجداول، على أن تكون عناوين الجداول بخط (Simplified Arabic) وبجسم 12 .
- 3 . يجب أن يحتوي البحث على العناصر التالية: عنوان البحث، ملخص البحث، الكلمات الدلالية للبحث، مقدمة البحث، مشكلة البحث، أهمية البحث، أهداف البحث، الدراسات السابقة، تساؤلات أو فروض البحث، مجتمع الدراسة والعينة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، عرض النتائج وتحليلها، التوصيات، المصادر والمراجع، و(الملاحق إن وجدت).
- 4 . أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه لأي جهة أخرى للنشر حتى يصله رد المجلة، ولا يجوز نشر البحث أو أجزاء منه في مكان آخر بعد إقرار نشره في المجلة.

5 - أن يكتب على البحث أو الدراسة اسم الباحث ثلاثيا، وكذلك جهة عمله وعنوانه والبريد الإلكتروني، وفي حالة وجود أكثر من باحث أسهم في البحث فمن المناسب ذكر الأسماء مع عنوان المراسلة للتمكن من الاتصال بهم.

6 . للمجلة الحق في نشر هذه الأبحاث و الاستفادة منها في المجالات العلمية دون الرجوع لأصحابها بشرط الإشارة إلي أصحاب هذه الدراسات و البحوث حسب القواعد المتعارف عليها.

7 . الأعمال المقدمة للنشر لا ترد لأصحابها سواء نشرت أم لا، ولا يحق للمتقدم المطالبة بها.

8 . أن تكون البحوث والدراسات المقدمة للنشر غير مستله من رسالة أو أطروحة علمية للمتقدم بالدراسة أو البحث .

9 . تكتب البحوث والدراسات و المقالات باللغة العربية (ملخص باللغة الانجليزية) أو بالإنجليزية (ملخص باللغة العربية).

10 . يُشار إلى الهوامش في المتن بأرقام متسلسلة، ويتم توثيق الهوامش في نهاية البحث حسب تسلسلها في متن البحث ، وتكتب الهوامش على النحو التالي: اسم المؤلف ، الكتاب، الناشر، رقم الطبعة، مكان النشر، السنة، رقم الصفحة، (عند ذكر المرجع للمرة الأولى) مع الالتزام بالمنهجية المتبعة في البحث العلمي.

محتويات العدد

رقم الصفحة	اسم الكاتب	الموضوع
1	رئيس هيئة تحرير المجلة	كلمة العدد
دراسات وبحوث		
2	د. عبد المولى ضو الصغير	استخدام الفتيات لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية والاسرية. في ضوء "نظرية الاستخدام والاشباع"
32	أ. عبد السلام سالم مسعود البوسيقي	دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من مظاهر تطرف الفكر السياسي من وجهة نظر طلاب عدد من كليات الإعلام بليبيا
75	د. محمد رجب محمد علي	استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مناهج الإعلام وانعكاسه على جودة البرامج العلمية – دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية
112	د. نجية عبد الحميد صالح التركاوي	تكنولوجيا الصحافة الحديثة الماهية والأهمية
147	د. ميلود فرحات علي فرحات	معالجة المواقع الإخبارية الليبية لكارثة إعصار دانيال في مدينة درنة الليبية (دراسة تحليلية مقارنة)
186	د. هند علي بن غزى	مفهوم الاستطيقا (مجالها ومعاييرها)
203	أ. مجدي ميلاد اعويدات	"اتجاهات طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو واقع التدريب العملي" (دراسة ميدانية على عينة من أقسام وشُعَب الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية)
234	د. مهدي محمد حيدر صالح	التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية وعلاقته بالاستجابة السلوكية لدى الجمهور اليمني - دراسة مسحية
295	ط. د. محمد ناصر الطويل	الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية وعلاقته بإنتاج أشكال جديدة للنص الإخباري
343	أ. إزدهار عطية البربار. أ. أمينة معتوق إبراهيم	مظاهر الضغوط المهنية لدى عينة من العاملين في مجال الاعلام وتأثيراتها النفسية على الاعلاميين بمدينة طرابلس- دراسة ميدانية



كلمة العدد

بعد صدور أربعة عشر عدداً وعدد خاص بالبحوث المشاركة في المؤتمر العلمي الأول الذي نظّمته كلية الإعلام بجامعة الزيتونة يومي 21 / 22 نوفمبر 2023م، بعنوان تقنيات الاتصال الحديثة ودورها في تطوير التعليم العالي، ، يصدر اليوم العدد الخامس عشر للمجلة في عامها الثامن على التوالي دون توقف ، مما يؤكد على استمرارية المجلة ، والبحث عن سبل تطورها ونشرها للبحوث العلمية الرصينة ذات الأهمية العلمية في مجال الاتصال والإعلام.

لقد استقبلت المجلة في أعدادها الماضية وفي العدد الحالي بحوث من داخل ليبيا وخارجها ، حيث نشرت عدد من البحوث لباحثين من عدة جامعات عربية مما يؤكد ثقة الباحثين فيها من خلال نشر بحوثهم في المجلة.

وبهذه المناسبة نجدد الدعوة للباحثين في ليبيا وخارجها للمشاركة في نشر نتائجهم العلمي بالمجلة ، ونؤكد بأن استمرارية صدورها بانتظام تستمدّها من خلال بحوث الأساتذة التي تتشرف المجلة بنشرها في صفحاتها.

كما ترحب هيئة تحرير المجلة بأي ملاحظات أو انتقادات بناءة لغرض تطويرها وتقادي الأخطاء والنقاط السلبية لأن الكمال لله وحده ، ونسأل الله العليّ القدير أن يوفّقنا في خدمة العلم والمعرفة والسعي من أجل المساهمة في نشر النتاج العلمي في مجال الاتصال والإعلام.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

د. إبراهيم سالم اشتيوي

المشرف العام للمجلة

استخدام الفتيات لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية والأسرية. في ضوء "نظرية الاستخدام والاشباع" د. عبد المولى ضو الصغير .. جامعة الزيتونة/ ليبيا

الملخص:

تميزت وسائل التواصل الاجتماعي بأدوات التفاعل بين اطراف عملية الاتصال وقدرة التأثير على اتجاهات وسلوك الفتيات فيما يقدم من محتوى، حيث الاختلاف في مستوى الاستخدام والميول والاشباع، وفي ضوء ذلك سعت الدراسة الى معرفة دوافع استخدام الفتيات لوسائل التواصل الاجتماعي وأثره ذلك على طبيعة العلاقات الاجتماعية والاسرية، وذلك باستخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها (70) مفردة من طالبات المرحلة الثانوية والجامعية بمدينة تهرونة وطرابلس، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها: غالبية المبحوثات يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من سنتين، وجاء أثر الاستخدام على العلاقات الاجتماعية ايجابي حيث ساهمت في التواصل مع الأقارب عن بعد بشكل يومي، بينما جاءت الآثار على العلاقات الاسرية سلبية تمثلت في الشعور بالإحراج عند استقبال رسائل في وقت متأخر من الليل، وأن ذلك أسس شعور لأفراد الاسرة بالقلق، والشعور بالانعزال بين افراد الاسرة.

الكلمات الافتتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الفتيات، وأثرها على طبيعة العلاقات الاجتماعية

تقديم:

يتزايد الاستخدام لشبكة الانترنت بشكل لافت، ويتسارع تقديم المعلومات ذات المحتوى المتنوع عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ لإشباع كل الرغبات ليستولي على اهتمامات المستخدمين وأصبح ذو تأثير واقتناع كبير لدى المتلقين، وحيث ان لكل تقنيات الاتصال تأثيرات مرغوبة وأخرى غير مرغوبة تصبح في بعض الاحيان التأثيرات غير المرغوبة مدمرة لدرجة تهدد بإلغاء الفوائد التي تصبوا لها.

لقد حظيت تكنولوجيا الاتصال بانتشار كبير حتى أصبحت تغطي على ما يعرف في علم الاجتماع بالمكان الثالث الذي يلجأ إليه الفرد بعد البيت والمدرسة أو العمل وبالتالي أصبح المكان الثالث افتراضيا.⁽¹⁾ فمن خلال ذلك يمكن للمستخدم إجراء محادثات إضافة إلى استخدام الرسائل والمشاركة بالصور ومقطع الفيديو والكتابة عن الموضوعات محل اهتمام الرأي العام وإمكانيات المشاركة والتعليق وبهذه الميزات وغيرها يتزايد مستخدمي وسائل التواصل بشكل متسارع فقد بلغت حسابات الفيس بوك في العالم 2 مليار مستخدم وفي ليبيا بلغ عدد الحسابات لهذا الموقع 7 مليون مستخدم ويعتبر الفيسبوك الأكثر استخدام في ليبيا حيث أصبح الاستخدام جزءا أساسيا للبرنامج اليومي لليبيين بوجه عام.⁽²⁾

(¹) فلاح عامر الدهشي، حسن ينازي الصيفي، الإعلام والمجتمع، الدمام، 2015، ص36

(²) صحيفة الشاهد الليبية 13/11/2023 lywitness.com

مشكلة الدراسة:

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور كبير للمستخدمين من خلال ما توفره من مواد إعلامية وبما يشبع كافة الاحتياجات من علوم وأفلام ومسابقات وموسيقى وتكوين صداقات اجتماعية وغيرها، لكافة الشرائح العمرية ولاسيما المرحلة العمرية التي تمتد من 16:22 عاماً حيث يطلق على هذه المرحلة الزمنية بمرحلة المراهقة الوسطى وهي تمثل قلب مرحلة المراهقة وفيها تتضح كل المظاهر المميزة لمرحلة المراهقة بصفة عامة⁽¹⁾. إذ تعد هذه المرحلة الأكثر عرضة للتغير عبر وسائل التواصل الاجتماعي مما يجعل من الفتيات يتأثرن بالمحتوى الاعلامي المقدم سواء كانت ايجابي ام سلبي، وتتميز هذه المرحلة بحب الاطلاع والظهور والحادثة والميول الى ما هو جديد، ومن ثم فان هذه المرحلة اكثر عرضة للتغير سواء كان داخل الاسرة او المجتمع من خلال ما يقدم من مضامين. ومن ذلك تبلورت مشكلة الدراسة في الاجابة على السؤال التالي: "ما دوافع استخدام الفتيات لوسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طبيعة العلاقات الاجتماعية؟"

الاهمية:

تكمن اهمية الدراسة في انها محاولة لإثراء البحوث الاعلامية الاجتماعية واثرت ذلك على طبيعة العلاقات الاجتماعية، وازالة الغموض عن التأثير العاجل والآجل على سلوك المجتمع، بما يمكّن القائمين في مجال الإرشاد النفسي من تصميم برامج

(¹) حامد عبد السلام زهوان، علم نفس النمو والطفولة والمراهقة، ط 6، عالم الكتب، القاهرة، 2005 ص 382

إرشادية بهدف الاستخدام الآمن في مسارات إيجابية وإمكانية الحد من الاستخدام غير المفيد.

الأهداف:

1. معرفة الدوافع التي تجعل من المبحوثات يقلبن على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي،
2. رصد الآثار الناجمة عن الاستخدام على طبيعة السلوك الاجتماعي للمبحوثات.
3. انعكاس أثر الاستخدام على طبيعة العلاقات الأسرية والمجتمعية.

الدراسات السابقة:

1-دراسة: مبارك سعيد علي (2022)⁽¹⁾ بعنوان، ادمان الانترنت واثره على التحصيل الدراسي لدى طلاب التعليم الاساسي. هدفت الدراسة الى معرفة مستوى استخدام الانترنت لدى طلاب التعليم الاساسي وتحديد معايير ذلك باستخدام المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من اهمها: ارتفاع مستوى استخدام الطلاب للانترنت، ولا توجد هناك ضوابط من الاسرة في الاستخدام، هناك تأثير كبير نتيجة الاستخدام المفرط للانترنت على مستوى التحصيل الدراسي.

(¹) مبارك سعيد علي، ادمان الانترنت واثره على التحصيل الدراسي لدى طلاب التعليم الاساسي، المجلة الإفريقية

للدراستات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الاردن، 2022. الدخول 2024/1/11

<https://aaasjournals.com>

2-دراسة: رنا مشيب القحطاني، وآخرون، (2022)⁽¹⁾ بعنوان، استخدام طلبة الاعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، وسعت الدراسة الى التعرف على مدى استخدام طلبة الاعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، وذلك باستخدام المنهج المسحي على عينة عشوائية قوامها 295 مفردة وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى الاستخدام حسب متغير النوع والعمر، بينما توجد فروق ذات دلالة حسب متغير المستوى، وتوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى الاستخدام لدى عينة الدراسة والاشباعات المتحققة.

3-دراسة: أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، "2021"⁽²⁾ استخدام الانترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وفي ذلك تم استخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها 161 مفردة وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: مستوى الاستخدام عال جدا نتيجة لسهولة الاستخدام، حيث يتم مشاهدة المضامين التي تتماشى مع أعمارهم وثقافتهم ورغباتهم، وجاء مستوى التفاعل اليومي بين أسرهم والاقارب ضعيف مما ساهم في العزلة والاغتراب النفسي.

(1) رنا مشيب القحطاني وآخرون، استخدام طلبة الاعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 68: الجزء الاول، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، عمان الاردن، 2022

(2) أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، استخدام الانترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي قالمه، 2021.

4- دراسة: رشا عادل عبد العزيز إبراهيم "2019"⁽¹⁾ مدمني الإنترنت وتفاعلهم اجتماعا في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى طلاب المرحلة الثانوية، هدفت الدراسة الكشف عن تأثير كل من النوع والتخصص الدراسي في ادمان الانترنت والتفاعل الاجتماعي وذلك باستخدام المنهج الوصفي على عينة قوامها 200 مفردة، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: جاءت فترة الاستخدام عالية جدا، وتصدرت نسبة ادمان الاستخدام لتباين النوع والتخصص الدراسي بينما جاءت نسبة تباين التفاعل الاجتماعي في المرتبة الثانية يرجع ذلك لتباين النوع والتخصص الدراسي والتفاعل بينهما.

5- دراسة: منال محمد بن حمد الناصر "2019"⁽²⁾ دور وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والاسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الالكترونية، حيث سعت الدراسة الى معرفة الواقع الفعلي للاستخدام، وذلك باستخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها 315 مفردة، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: جاء واقع الاستخدام بدرجة كبيرة، وان الاستخدام لا يعيق عن العمل، وهناك تباين في مدى تأييد الاسرة في عمليات الاستخدام، وجاء الاثر كبير على الحياة الاجتماعية.

(¹) رشا عادل عبد العزيز إبراهيم، مدمني الإنترنت وتفاعلهم اجتماعا في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، المجلد الحادي عشر - العدد الأول ، كلية التربية، جامعة دمنهور 2019.

(²) منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والاسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الالكترونية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20 لسنة 2019

6- دراسة: نوف صالح الحفيف"2018"⁽¹⁾ ادمان الانترنت وعلاقته بالرضا عن الحياة لدي عينة من طلبة الثانوية بالرس، حيث سعت الدراسة الى التعرف على وتم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي على عينة عشوائية قوامها 100 مفردة وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين ادمان الانترنت والرضا عن الحياة بينما لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجة ادمان الانترنت وفقا لمتغير مستوى التحصيل العلمي ووفقاً لمتغير الدخل الاسري، بينما توجد فروق دالة بين درجة ادمان الانترنت ودرجة الاستقرار النفسي والتقدير الاجتماعي.

7- دراسة: عبد الرحمن بن عبد الله "2018"⁽²⁾ الابعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية، وفي ذلك استخدم منهج المسح الاجتماعي على عينة قوامها 302 مفردة وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: غالبية المبحوثين ينتمون لأسر متوسطة الدخل ومستوى تعليم والديهم الثانوي، وجاءت درجة الاستخدام كبيرة جداً، وان دوافع الاستخدام تناول قضاياهم المختلفة، وجاء دور المدرسة التربوي متواضع في توجيه الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.

(¹) نوف صالح الحفيف، ادمان الانترنت وعلاقته بالرضا عن الحياة لدي عينة من طلبة الثانوية بالرس، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، المجلد 2 العدد 19، يوليو 2018.

(²) عبد الرحمن بن عبد الله العمري، الابعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مجلة جامعه الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الانسانية، العدد 3، 2018.

8- دراسة: محمد النوبى"2018"⁽¹⁾ إدمان الإنترنت ودوافع استخدامه وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة الموهوبين المصريين والسعوديين، حيث سعت الدراسة من خلال المنهج الوصفي التحقق من اهداف الدراسة والتوصل الى عدة نتائج من اهمها: الاثار السلبية على الاسرة والمجتمع جاء تمثلت في الاستخدام السيئ للإنترنت الذي شمل المشاكل الصحية والنفسية والاجتماعية والهروب من الحياة الواقعية وادمان التواصل مع الجنس الاخر دون وعي بالمخاطر شكّل تدنى مستوى جودة العلاقات الاجتماعية للفرد بوجه عام.

9- دراسة: سليمه قاسي،"2018"⁽²⁾ التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستعمال الانترنت لدى التلاميذ المراهقين بمدينة قسنطينة. تم استخدام المنهج الوصفي وعينة عمدية قوامها 150 مفردة وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها: التعرض بشكل كبير للإنترنت جعلهم لا يشعرون بمرور الوقت وكان لذلك اسباب اضطرابات نفسية واهمال للواجبات الدراسية فضلا عن الشعور بالعزلة والابتعاد عن الاهل والاصدقاء، اضافة الانحراف وفساد الاخلاق واستباحة المحرمات.

10-دراسة:صابرين خشان كيطان،واخرون،"2017"⁽³⁾ تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفتيات. حيث سعت الدراسة التعرف الى الدوافع الاساسية لاستخدام

(¹) محمد النوبى، إدمان الإنترنت ودوافع استخدامه وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة الموهوبين المصريين والسعوديين، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، جمهورية مصر العربية، 2018

(²) سليمه قاسي، التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستعمال الانترنت لدى التلاميذ المراهقين بمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي الجزائر، المجلد 5 العدد2 ديسمبر 2018.

(³) صابرين خشان كيطان، واخرون، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفتيات، جمعية نساء بغداد، 2017

انظر : ت الدخول 2024/1/25

التواصل الاجتماعي والاثار السلبية والايجابية للاستخدام وذلك باستخدام منهج المسح الاجتماعي على عينة عشوائية قوامها 150 مفردة وتمثلت اهم نتائج الدراسة في: اعتمدت معظم عينة الدراسة على الاستخدام بأسماء وهمية دون على الالهل، وكان مستوى التأثير سلبي على التحصيل الدراسي.

11- دراسة: عزوز نش، "2016"⁽¹⁾ اثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، حيث تم استخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها 80 مفردة وتوصلت الى عدة نتائج من اهمها: جاء استخدام للأنترنت بمستوى عالي جدا، وتمثلت الخدمات المفضلة في الدردشة، وان الاستخدام ساهم في خلق سلوكيات جديدة لا تتوافق وقيم المجتمع.

12- الأزهر ضيف- ذيب محمد، "2016"⁽²⁾ تأثير الانترنت على مستوى التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الثانوية حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وبعينة عشوائية قوامها 45 مفردة وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: ساهم الاستخدام في تنمية المعلومات والتواصل مع المعلمين وانجاز البحوث الدراسية وتنمية المبادرات القيادية لدي الطلاب.

(¹) عزوز نش، اثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، 2016.

mandumah.com/Record/

(²) الأزهر ضيف . ذيب محمد، تأثير الانترنت على مستوى التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الثانوية، مجلة البحوث والاجتماعية، العدد 25، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.

13- محمد ابن عودة⁽¹⁾ "2014" تأثير التغيرات الاجتماعية على هروب الفتيات المراهقات من البيت في الجزائر، حيث تم استخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها 125 مفردة من الطالبات بالمرحلة الجامعات وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: يعد العنف الاسري وغياب الرقابة الاسرية وتأثيرات الرفاق من اهم الاسباب التي تؤدي الى مشكلة هروب الابناء، وجاءت فتاوى الزواج من داعش هو نوع من الجهاد، والتكفير عن الذنوب والتقرب من الله من اسباب الهروب.

14- حنان بنت شعشوع الشهري، "2014"⁽²⁾ أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، حيث هدفت الدراسة الى معرفة المبررات التي تدفع الطالب الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة العلاقات الاجتماعية الناشئة، حيث تم استخدام منهج المسح الاجتماعي على عينة قصدية قوامها 150 مفردة وجاءت اهم النتائج: من اهم دوافع الاستخدام سهولة التعبير عن الراي والاتجاهات اضافة الى البحث عن صداقات جديدة والتبادل الثقافي وضعف مستوى التفاعل الاسري.

الاستفادة من الدراسات السابقة: تمثلت الاستفادة في بلورة اهمية واهداف وفروض الدراسة، الوقوف على التوصيات العامة، والتعرف على أهمية الغرس الثقافي الوارد عبر ما تقدمه هذه التقنيات من محتويات اعلامية. وما تحدثه من تأثيرات اجتماعية على هذه المرحلة العمرية.

(¹) محمد ابن عودة، تأثير التغيرات الاجتماعية على هروب الفتيات المراهقات من البيت في الجزائر. مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 2014

(²) حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، 1434-

التساؤلات:

- 1- ما اهم الدوافع التي تجعل من المبحوثات يقبلنا على استخدام وسائل التواصل؟
- 2- ما درجة انعكاس ذلك على مستوى العلاقات الاسرية؟
- 3- ما اهم الموضوعات التي يمكن ان تتحقق من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما مدى استخدام المبحوثات وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الاجتماعية؟

الإطار النظري: تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاستخدامات والاشباع، التي تعتبر أن وسائل الاعلام ليست هي من يحدد للجمهور المضمون الذي يجب أن يتعرض له بل المتلقي هو من يقرر نوع الوسيلة والمضمون الذي يرغب في التعرض له، وتتأثر هذه القرارات عادة بالدوافع والقيم والعادات في اشباع احتياجاته المختلفة⁽¹⁾ ولاسيما الرغبات التي يتوقع الفرد أن يشبعها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة، وهي ضرورة للفرد يتحقق من خلالها التوازن الذاتي⁽²⁾ ومن ثم أضحت أسباب التعرض تتمثل في التعليم والترفيه والهروب من روتين الحياة اليومية فيما تقوم به وسائل الإعلام من وظائف عامة، وتمثلت أسس النظرية في: أن

(¹) عابدين الدريد الشريف، توظيف النظرية في البحث العلمي، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الاعلامية، طرابلس ليبيا، 2015، ص70

(²) منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،، عمان، ط 1، 2012، 169

الجمهور نشط يقبل على استخدام وسائل الإعلام بشكل موجه لتحقيق أهداف معينة، وأنه يمتلك تحديد العلاقة بين اشباع الحاجات ونوع المضمون.⁽¹⁾

فروض النظرية:

تمثلت فروض النظرية في: أن الجمهور مشارك فعال ومدرّك لاستخدام تقنيات الاتصال الافتراضي لتحقيق ما يصبوا اليه من اهداف، وان منصات التواصل المختلفة تتنافس لإشباع احتياجات المتلقين، وباعتبار المتلقي لديه القدرة على تحديد دوافع التعرض لتلبية احتياجاته فهو من يختار المحتوى الذي يشبع حاجاته، بما يتوافق مع الفروق الفردية لديه.⁽²⁾

1-توجد علاقة ذات دلالة بين متغير العمر وبين نوع دوافع الاستخدام لمواقع التواصل.

2- تؤثر دوافع الاستخدام على طبيعة العلاقات الاسرية تأثيرا سلبيا.

3.توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة آثار الاستخدام على العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير العمر.

الإجراءات المنهجية: نوع ومنهج الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسة الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة والتعرف على عناصرها وإيجاد العلاقة بين المتغيرات،⁽³⁾ وتم

(¹) محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط 3، القاهرة، 2010، ص275

(²) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص15

(³) بركات عبد العزيز، منهج البحث الإعلامي، القاهرة، دار الكتاب، 2013، ص 129.

توظيف المنهج الوصفي، من خلال أساليب وخطوات معينة تؤثر في دقة النتائج،⁽¹⁾ **مجتمع وعينة الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في طالبات المرحلة الثانوية والجامعية بمدينة ترهونة، باستخدام العينة العشوائية قوامها (70) مفردة، روعي فيها السمات الديموغرافية للمبحوثات بما يتناسب وفروض ومتغيرات الدراسة، وتم توظيف استمارة الاستبيان لجمع معلومات الدراسة، بأسلوب التوزيع المتساوي لتجانس مجتمع الدراسة. **خصائص العينة:** طبقت الدراسة على عينة من الطالبات تتراوح اعمارهم من 16 الى 22 عام، بمختلف المستويات والتخصصات العلمية.

مفاهيم الدراسة:

الاستخدام: ويشمل كافة انواع التنقل عبر المواقع والصفحات المختلفة على الشبكة العالمية وذلك من خلال احد برامج البحث او التصفح التي يمكن استخدامها للحصول على المعلومات والعناوين المختلفة.

وسائل التواصل: وتشمل كافة تطبيقات شبكة الانترنت.

الآثار الايجابية والسلبية للانترنت: وتعني التغير - الايجابي أو السلبي - الذي قد يُحدثه استخدام الانترنت على سلوك الفرد ومفاهيمه وافكاره الدينية والاخلاقية والاجتماعية.

العلاقات الاسرية: هي التفاعل المتبادل الذي يستمر لفترة طويلة من الزمن بين افراد الاسرة من خلال الاتصال المباشر وتبادل الحقوق والواجبات بين الاب والام من ناحية وبينهما وبين الابناء من ناحية وبين الابناء بعضهم ببعض من ناحية اخرى

(1) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2009، ص109.

أدوات جمع البيانات: تم اعتماد صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وذلك من خلال توجيه أسئلة محددة، حيث تم تطوير هذه الأداة بما يُمكن من التعرف على حقائق معينة تفيد في إثبات صحة التساؤلات وتجب على الأهداف الدراسة وتحقيق اختبار فروضها.⁽¹⁾

نتائج الدراسة:

الجدول رقم (1) يوضح متغير العمر لدى عينة الدراسة

العمر	ك	%
من 16 الى اقل من 18	39	0.56
من 18 الى اقل من 20	15	0.21
من 20 الى 22	16	0.23
مج	70	100%

يلاحظ من الجدول رقم (1) التوزيع النسبي للفئات العمرية بين الفتيات حيث تصدرت عينة الدراسة الفئة العمرية ما بين 16 الى اقل من 18 سنة بنسبة 56% من حجم عينة الدراسة بينما جاءت الفئة العمرية الثانية من حيث ارتفاع نسبة تمثيلها في العينة التي تراوحت اعمارها من 20 الى 22 بنسبة 23% بينما جاءت الفئة العمرية الثالثة من 18 الى اقل من 20 سنة بنسبة 21% وهذا مؤشر على مدى اهتمام الفتيات الاصغر سناً الى الاهتمام باستخدامات تقنيات الاتصال وهو ما يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة.

(1) شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، ط 2، الدار العربية للنشر

والتوزيع، القاهرة، 2012، ص112

الجدول رقم (2) يوضح عدد سنوات الخبرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الاتجاه العام	الدلالة	كا ²	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	بداية الاستخدام
غير دالة	0.406	4	4	1.428	2.95	0.21	15	اقل من سنة
						0.17	12	من سنة الى اقل من سنتين
						0.26	18	من سنتين الى اقل من ثلاث سنوات
						0.13	09	من ثلاث سنوات الى اقل من اربع سنوات
						0.23	16	من اربع سنوات فاكثر
						%100	70	مج

توضح نتائج الجدول رقم(2) ان هناك تراكم زمنى لخبرة الفتيات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمثل توزيع أفراد العينة وفق مدة استخدام الشبكات الاجتماعية، حيث جاءت أغلبية أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من سنتين بنسبة 62%، بينما جاءت الفئة التي استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي من سنة الى سنتين بنسبة 17% وأقل من سنة بنسبة 21%، وربما يفسر ذلك لشهرة هذه الوسائل وتطور خدماتها، بالإضافة إلى سهولة التسجيل و سهولة التواصل من خلالها بالأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم ، وربما يرجع قصر مدة باقي أفراد العينة استخدامهم لها لقلة الوعي بخدماتها والانشغال بأمور أخرى،ومن ذلك نستنتج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يكن وليد الساعة من قبل الفتيات لاسيما وأن هذه الوسائل خدماتها متداولة منذ فترة طويلة.وبذلك لا تختلف هذه الدراسة مع دراسة(رنا القحطاني2022) حيث لا توجد فروق ذات دلالة بين مستوى الاستخدام والعمر.

جدول (2 ب): يبين تحليل التباين الأحادي لدوافع استخدام وسائل التواصل لجميع فقرات الاستبانة وفقاً لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
بين المجموعات	74.474	2	37.237	0.462	0.632
داخل المجموعات	5398.169	67	80.570		
الكلي	5472.643	69			

يتضح من الجدول (2ب) لا توجد فروق دالة احصائياً بين درجات افراد العينة على جميع فقرات الاستبيان التي تتضمن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وقد بلغت قيمة ف: 0.462 وهى غير دالة احصائياً عند أي مستوى من مستويات الدلالة، وهذا يشير الى انه ليس للعمر أي تأثير على الاستخدام، فالفتيات جميعهن يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي بغض النظر عن العمر

الجدول رقم (3) يوضح توزيع المبحوثين درجة الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

درجة الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا2	الدلالة	الاتجاه العام
دائماً	25	36%	1.85	0.74	2	5	0,082	غير دالة
احياناً	30	43%						
نادراً	15	21%						
مج	70	100%						

تشير نتائج الجدول رقم (3) الى تصدر فئة درجة الاستخدام وسائل التواصل احياناً بنسبة 43% تليها بشكل دائماً بنسبة 36%، بينما انخفضت درجة الاستخدام بشكل نادراً بنسبة 21%، وبشكل عام نلاحظ ان الجميع يحرص على استخدام وسائل التواصل، ومن ثم فان هذه النتيجة تتجانس مع الكثير من الدراسات التي اشارت الى حرص الفتيات على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تحقق الكثير من الاشباع، وتفيد النتيجة التوافق مع دراسة (اميرة ستيتي ومروة بوهزيلة 2021) الى

مستوى الاستخدام عال جدا نتيجة لسهولة الاستخدام، ومشاهدة المضامين التي تتماشى مع أعمارهم ورغباتهم.

الجدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين حسب الاستخدام اليومي

الاتجاه العام	الدلالة	كا2	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الاستخدام في اليوم
غير دالة	0.566	3.88	5	1.77	3.67	0.14	10	أقل من ساعة
						0.17	12	أقل من ساعتين
						0.16	11	أقل من ثلاث ساعات
						0.17	12	أقل من أربع ساعات
						0.11	08	أقل من خمس ساعات
						0.24	17	أكثر من خمس ساعات
						%100	70	مج

تشير نتائج الجدول رقم (4) أن أغلبية الفتيات يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات في الجلسة الواحدة بنسبة 52%، تليها اللاتي يتصفحن وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 31% ثم اللاتي يتصفحن وسائل التواصل الاجتماعي أقل من ثلاث ساعات بنسبة 16%، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن التصفح أكثر من ساعتين يكون بالنسبة للفتيات اللاتي استخدمن وسائل التواصل أقل من سنة ومن سنة إلى سنتين يكون فضولهن أكبر للتعرف واكتشاف خدمات الشبكات الاجتماعية، بينما اللاتي يتصفحن أقل من ساعة يمكن أن يكون للمستخدمات أكثر من سنتين حيث أنهم تعودوا على خدماتها وأصبحت روتينية بالنسبة إليهم. ومنه نستنتج أن التواصل بالشبكات الاجتماعية يعتبر عالم فسيحا لا يمكن الخروج منه بطريقة سهلة فهو يستهوي ويجذب كل مستخدم لذا فإن مرور الوقت لا يعد في الحسبان ومنه قضاء ساعات طويلة.

الجدول رقم (5) يوضح توزيع المبحوثات حسب الوقت المفضل للاستخدام

فترة الاستخدام اليومية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا	الدلالة	الاتجاه العام
فترة الصباح	02	0.03	4.30	1.01	4	77.7	0.01	دالة
فترة الظهيرة	04	0.06						
فترة المساء	10	0.14						
فترة الليل	12	0.17						
في أي وقت	42	0.60						
مج	70	100%						

توضح نتائج الجدول رقم (5) تصدر نسبة الوقت المفضل للاتصال كانت في أي وقت بنسبة 60% تليها فترة الليل بنسبة 17% بينما جاءت فترة المساء بنسبة 14% بينما جاءت فترتي الظهيرة والصباح بنسب متقاربة لا تتجاوز 6%، وربما لا يوجد وقد مفضل لدى الفتيات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي يكون التواصل حسب الظروف الخاصة بهم، ولاسيما ان المبحوثات لديهن ظروف متعلقة بالدراسة، بينما تستخدم بعض المبحوثات وسائل التواصل خلال فترتي المساء والليل بنسب متقاربة وذلك لكونهم ينتهون من تنفيذ الواجبات الدراسية خلال هذه الفترة، إضافة الى توفر مساحة من الزمن ، بينما يقل تصفح وسائل التواصل خلال فترة الظهيرة والصباح للانشغال بالدراسة، وبذلك نستنتج أن وقت الاستخدام غير محدد بفترة إنما يكون حسب التفرغ له.

الجدول رقم (6) يوضح توزيع المبحوثين حسب الهوية المستخدمة

نوع هوية الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا	الدلالة	الاتجاه العام
الهوية الحقيقية	43	0.61	1.51	0.71	2	26.6	0.01	دالة
هوية مستعارة	18	0.26						
أكثر من حساب	09	0.13						
مج	70	100%						

تظهر النتائج للجدول رقم (6) ان نسبة 61% من الفتيات يستخدمن الهوية الحقيقية في عملية التصفح وسائل التواصل الاجتماعي وهذه النتيجة تضفي شيء من حرص الفتيات على صفحاتهن الخاصة حيث يستخدمنا الاسماء الحقيقية، بينما نسبة 39% من المبحوثات يستخدمنا هوية مستعارة او لديهن اكثر من حساب، وتشير هذه النتيجة الى بعد مهم يحمل دلالة مختلفة حيث تبين ان 26% يستخدمنا اسماء مستعارة، بينما 13% لديهن اكثر من حساب، مما يعنى أنهن قد يشاركن افراد الاسرة في بعض الحسابات ولا يشاركنهم في حسابات او صفحات أخرى، ربما للهروب من مشاركة افراد الاسرة في الحساب او على الصفحات الخاصة ومن ثم يستخدمن أسماء غير حقيقية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (صابرين خشان وآخرون 2017) حيث تستخدم معظم المبحوثات أسماء وهمية دون علم الاهل.

الجدول رقم (7) يوضح اعاقا الاستخدام عن الانشطة اليومية

الاتجاه العام	الدالة	كا2	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الاعاقا عن الواجبات
دالة	0.01	22.52	2	0.69	2.46	13%	09	نعم يعيق
						30%	21	الى حد ما
						57%	40	لا يعيق
						100%	70	مج

تشير بيانات الجدول رقم(7) ان نسبة الفتيات اللاتي يرن ان تصفح وسائل التواصل الاجتماعي لا تعيق عن أداء الواجبات والانشطة اليومية بلغت 57%، مقابل 30% من الفتيات اللاتي يرن انها تعيق الى حد ما، بينما 13% من اللاتي يرن ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعيق عن اداء الواجبات والانشطة اليومية، وقد يكون من مبررات الاعاقا ان ترتيب الاولويات وتنظيم الوقت يساعد في التوازن بين القيام بالواجبات والانشطة اليومية وبين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، وتتفق هذه

النتيجة مع دراسة (الازهر- ذيب 2016) ساهم الاستخدام في تنمية المعلومات والتواصل مع المعلمين وانجاز البحوث الدراسية وتنمية المبادرات.

الجدول رقم (8) يوضح مدى تأييد افراد الاسرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات

الاتجاه العام	الدالة	كا2	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى التأييد
دالة	0.01	46.85	4	0.98	3.38	0.04	03	كبير جدا
						0.08	06	كبير
						0.49	34	متوسط
						0.23	16	ضعيف
						0.16	11	ضعيف جدا
						%100	70	مج

يبين الجدول رقم (8) ان هناك تباينا بين افراد الاسرة في مستوى تأييد الفتيات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فنلاحظ مستوى التأييد من عدمه، وبالتحليل يمكن القول ان معظم الاسر لا تُمنح الثقة بشكل مطلق للفتاة ولا سيما في المرحلة العمرية (مرحلة المراهقة) والتي قد تستخدمها بعض الفتيات منهن بشكل سلبي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (منال الناصر 2019) هناك تباين في مدى تأييد الاسرة بين مؤيد و معارض لاستخدام تلك الوسائل في قضاء وقت طويل في الاستخدام، بدلا عن قضاء هذا الوقت مع الاسرة لاسيما وان المجتمع الليبي يحبذ الجلسات الاجتماعية بين افراد الاسرة.

الجدول رقم (9) يوضح مشاركة الاسرة للبنات على صفحاتهم الخاصة

المشاركة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا2	الدلالة	الاتجاه العام
مشاركين	41	59%	1.41	0.496	1	2.05	0.151	غير دالة
غير مشاركين	29	41%						
مج	70	100%						

تفيد نتائج الجدول رقم (9) أن نسبة مشاركة الاهل للفتيات عينة الدراسة في الصفحات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي بلغت %59 بينما بلغت %41، من عدم مشاركة

الاهل للبنات في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وبالإشارة الى نتائج الجدول رقم (6) تبين حرص كل من الطرفين على التواجد على صفحات الاخر بين كل من الاهل والبنات، إلا ان عدم مشاركة الاهل في صفحات البنات ونسبة 41% له بعد ويحمل دلالة اخفاء الاسم الحقيقي او اكثر من حساب مما يعنى ان الفتيات لديهن حسابات بأسماء مستعارة للهروب من المراقبة الاسرية والعكس كذلك في نسبة المشاركة الاسرية للبنات تضفي حرص الفتيات على اشتراك الاسرة على الصفحات لتجنب مواطن الشك ويدعم مستوى الثقة للفتاة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مبارك سعيد2022) لا توجد ضوابط من الاسرة في الاستخدام.

الجدول رقم (10) يوضح دوافع الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الفتيات

دوافع الاستخدام	موافق	الى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا2	الدلالة	الاتجاه العام
تزودنا بأساليب مختلفة للعمل والتفكير.	47	15	08	2.52	0.73	2	36.2	0.01	دالة
متابعة الاخبار بالصور بشكل فوري	42	23	05	2.52	0.63	2	29.34	0.01	دالة
التعرف على الكتب في كل العلوم.	37	15	18	2.27	0.84	2	12.2	0.01	دالة
تعدد خيارات المحتوى	45	16	09	2.51	0.71	2	31.22	0.01	دالة
للدراسة والتسلية والترفيه	42	22	06	2.51	0.65	2	27.88	0.01	دالة
التواصل مع الاهل والاصدقاء	62	04	04	2.82	0.50	2	96.11	0.01	دالة
للخروج من العزلة والهروب من المشاكل	22	25	23	1.98	0.80	2	0.2	0.905	غير دالة
اشعر بالحرية في التعبير عن نفسي	30	24	16	2.21	0.79	2	4.82	0.89	غير دالة
التعليق على بعض الاحداث	24	28	18	2.08	0.77	2	2.171	0.338	غير دالة
مشاهدة الفيديوهات ونشر الصور	32	23	15	2.24	0.78	2	6.2	0.05	دالة

توضح بيانات الجدول رقم (10) وجود بعض الاختلاف في اهتمامات الفتيات ودوافع الاستخدام، حيث تصدر الدوافع: التواصل مع الاهل والاصدقاء، بما يشير الى أهمية ودور وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الاهل والاصدقاء وهذا يتفق مع

الهدف الاساسي لها اصلاً. يليها دافع التزويد بأساليب جديدة للعمل والتفكير حيث تمد وسائل التواصل مختلف الشرائح بنشر المبتكرات الحديثة للتعامل معها وتنمية التفكير في المستجدات والتعامل مع كل ماهو جديد، بينما جاء دافع الهروب من المشاكل آخر دوافع الاستخدام قد يكون نتيجة لمشاكل اسرية او دراسية وما شابه ذلك، وبتحليل هذه النتائج يمكننا القول ان طبيعة اهتمامات الافراد تختلف وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والرغبات والاحتياجات في تعاملهم واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (10ب) يبين تحليل التباين الاحادي لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
بين المجموعات	41.305	2	20.652	0.407	0.098
داخل المجموعات	574.981	67	8.582		
الكلي	616.286	69			

يتضح من الجدول (10ب) انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجات الفتيات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً للفئات العمرية الثلاثة، حيث بلغت قيم ف: 2.407 وهي غير دالة احصائياً وهذا يعني ان الفئات العمرية المختلفة لديهن نفس الدوافع بغض النظر عن اعمار الفتيات.

الجدول رقم (11) يوضح اثر الاستخدام على طبيعة العلاقات الاجتماعية

الاتجاه العام	الدلالة	كا2	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	الى حد ما	موافق	الاثر على طبيعة العلاقات الاجتماعية
دالة	0.01	37.05	2	0.69	2.55	08	15	47	ساهمت في التواصل مع اقاربي عن بعد
غير دالة	0.15	3.8	2	0.78	1.81	29	25	16	يؤدي للعزلة والفشل في الحياة الاجتماعية

الاهمال وضعف العلاقات الاجتماعية	23	20	27	1.94	0.84	2	1.05	0.589	غير دالة
تجنب الحوار والصمت بشكل عام	25	21	24	2.01	0.84	2	0.371	0.831	غير دالة
اشعر بمواكبة الحادثة فيما هو جديد	43	17	10	2.47	0.73	2	25.91	0.01	دالة
ساهم في زيادة التواصل مع صديقاتي	41	17	12	2.41	0.77	2	20.6	0.01	دالة
اتواصل مع الاقارب بشكل يومي	18	19	33	1.78	0.83	2	6.02	0.05	دالة

يبين الجدول رقم (12) متوسطات تقديرات المبحوثات قد تراوحت بين (2.55)(1.78) وان الفقرة 1 التي نصت على "ساهمت في التواصل مع أقاربي عن بعد" قد احتلت المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (2.55) وهو يقابل التقدير موافق بدرجة كبيرة ويمكن القول ان هذا يتفق مع الهدف الاساسي لوسائل التواصل الاجتماعي، ولا يمكن الاستغناء عنه، وأكبر من أن يتم تجاهله، وأوسع من أن يتم التحكم فيه، فقد أتاح المجال الواسع أمام الأفراد للتعبير عن أنفسهم ومشاركة مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين، وتختلف هذه الدراسة مع دراسة(حلمي خضر 2005) في وجود خللة أحدثها الانترنت في التفاعل اليومي الذي اعتاد عليه الناس منذ فترة طويلة في حياتهم، ولم يعد التفاعل المعتاد مع الاهل والاقارب الاصدقاء والجيران ولا تلك الجلسات الحميمة وتبادل الحديث في الشؤون الخاصة والعامة كما كان عليه قبل ان يستخدموا الانترنت، وجاءت الفقرة الثانية " مواكبة الحادثة فيما هو جديد" بمتوسط حسابي (2.47) حيث ساهمت وسائل التواصل بتزويد الناس بكل ما هو جديد من تقنيات ومعارف ومهارات بل وسلوكيات جديدة أدت الى تغيرات في شكل الحياة اليومية كونها عالما مليئا بكل ما يحتاجه الفرد، وتمثلت الفقرة الاخيرة في "اتواصل مع الاقارب بشكل يومي" بمتوسط حسابي (1.78) حيث مثلت هذه الفقرة نسبة ضعيفة حسب رأي المبحوثات، ربما لطبيعة مكان الدراسة حيث أن الاهل والاقارب بوجه عام

يفضلون التواصل الشخصي لما يتميز به هذا النوع من الاتصال في دعم المحبة والالفة وتأكيد صلة الرحم والحوارات المرغوبة، وبالتحليل يمكننا القول أن وسائل التواصل لها أثر كبير على طبيعة العلاقات الاجتماعية حيث ساعدت في ربط العلاقات بين الاهل الاصدقاء وبشكل فعال ولا سيما من تفصلهم مسافات بعيدة حيث يتبادلون الحديث بكل يسر، وهذا الامر ضمن الدور المناط بوسائل التواصل ويؤكد أثرها في تقوية الروابط الاجتماعية حيث تبادل الاخبار والمعلومات وارسال الصور ومقاطع الفيديو.

جدول (11 ب) يبين تحليل التباين الاحادي لأثر استخدام مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية وفقاً لمتغير العمر.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدالة
بين المجموعات	18.232	2	9.116	1.370	0.261
داخل المجموعات	445.768	67	6.653		
الكلية	464.000	69			

يتضح من الجدول (11ب) انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجات الفتيات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على طبيعة العلاقات الاجتماعية وفقاً لمتغير العمر. حيث بلغت قيمة ف: 1.370 وهي غير دالة احصائياً وهذا يعنى ان الفئات العمرية المختلفة لديهم نفس الاثر على العلاقات الاجتماعية بغض النظر عن اعمارهن.

الجدول رقم (12) يوضح أثر الاستخدام على طبيعة العلاقات الاسرية

الاثار على طبيعة العلاقات الاسرية	موافق	الى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	كا	الدالة	الاتجاه العام
اللقاءات مع اسرتي بدأت تقل	18	19	33	1.78	0.83	2	6.02	0.05	دالة
اشعر بالانعزال بين افراد الاسرة	11	23	36	1.64	0.74	2	13.4	0.01	دالة
ساعدني في الهروب من المشاكل	09	29	32	1.67	0.69	2	13	0.01	دالة
ساهم في شعور افراد الاسرة	16	26	28	1.82	0.77	2	3.54	0.17	غير دالة

بالقلق									
اشعر بالارتباك عندما يطلب احد افراد الاسرة استخدام جهازي الخاص	16	19	35	1.72	0.81	2	8.94	0.01	دالة
اشعر بعدم رضاء داخلي من الابوين بسبب استخدام الانترنت	15	25	30	1.78	0.77	2	5	0.82	غير دالة
أشعر بإحراج عند استقبالي لرسائل في وقت متأخر من الليل.	27	14	29	1.97	0.90	2	5.6	0.05	دالة
يزداد القلق عند سوالي من قبل الاسرة بسبب وضع رمز حماية لجهازي	14	19	37	1.67	0.79	2	12.54	0.01	دالة
اشعر انه من حقي استخدام الانترنت للبحث والتسلية والترفيه	19	21	30	1.84	0.82	2	2.94	0.23	غير دالة
اشعر بافراد اسرتي ينظرون الي بنظرة الشك وخاصة عندما اكون منعزلة سواء اتصفح او لا اتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	21	15	34	1.81	0.87	2	8.08	0.05	دالة

تشير بيانات الجدول رقم (12) الى ان متوسطات تقديرات المبحوثات قد تراوحت بين (1.64 1.97) وان الفقرة التي نصت على "أشعر بإحراج عند استقبالي لرسائل في وقت متأخر من الليل" قد احتلت المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (1.97) وهو يقابل التقدير بدرجة كبيرة، بينما جاءت في المرتبة الثانية الفقرة "من حقي استخدام الانترنت للبحث والتسلية والترفيه" بمتوسط حسابي (1.84)، وتحصلت الفقرة "ساهم في شعور افراد الاسرة بالقلق" على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (1.82) بينما جاءت فقرة "اشعر بالانعزال بين افراد الاسرة" في اخر المراتب بمتوسط حسابي (1.64) وهو يقابل التقدير بدرجة صغيرة

وبتحليل نتائج الجدول يمكن القول ان الاستخدام غير المدرك لوسائل الاتصال يهدد العلاقات الاسرية ويؤدي الى العزلة والهروب من الواقع واستبدال الحياة الاجتماعية الواقعية بالافتراضية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، 2021) في ان التفاعل مع شبكة المعلومات يسعى الى إضعاف مستوى التفاعل اليومي بين

أسرهم والاقارب، مما ساهم في العزلة والاعتزاب النفسي، مما يؤسس لوجود تأثير سلبي ينعكس على وحدة الاسرة وتماسكها وقد يؤدي الى التحرر من طاعة الوالدين وافراد الاسرة بوجه عام.

ويمكن تفسير ذلك بسبب طبيعة المرحلة العمرية لعينة الدراسة، حيث ان غالبية الفتيات يدرسن بالمرحلة الثانوية والجامعية، حيث تنامي ظاهرة التفاخر بامتلاك التقنيات الحديثة ونوعياتها ومواصفاتها مما يؤثر على حدوث ظاهرة التتمر بين الفتيات، وأن طبيعة الاستخدام الواعي لوسائل التواصل الاجتماعي لم تتضج بعد وأن المعرفة بنوعية المحتوى وتوقيت الاستخدام واختيار الرفاق غير واعية وضعف متابعة افراد الاسرة وربما تدنى المستوى التعليمي للوالدين، تلك المؤشرات حتماً يكون لها آثار سلبية كبيرة على طبيعة العلاقات الاسرية والاجتماعية بوجه عام .

جدول (12 ب) يبين تحليل التباين الاحادي لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الاسرية وفقاً لمتغير العمر.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
بين المجموعات	5.079	2	2.540	0.112	0.894
داخل المجموعات	1520.292	67	22.691		
الكلي	1525.371	69			

يتضح من الجدول (12ب) انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجات الفتيات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على طبيعة العلاقات الاسرية وفقاً لمتغير العمر. حيث بلغت قيمة ف: 0.112 وهي غير دالة احصائياً وهذا يعنى ان الفئات العمرية المختلفة لديهم نفس مستوى التأثير على العلاقات الاسرية.

النتائج العامة للدراسة:

- 1- أغلبية المبحوثات يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من سنتين .
- 2- جاءت درجة الاستخدام أكثر من خمس ساعات في اليوم وتفضل المبحوثات الاستخدام فترة الليل.
- 3- غالبية المبحوثات يستعملن الهوية الحقيقية، ولا يعيق ذلك واجبات البيت.
- 4- ضعف مستوى تأييد أفراد الأسرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- 5- تصدر الدوافع: التواصل مع الالهل والاصدقاء، والتزويد بأساليب جديدة للعمل والتفكير، وأحياناً يكون اللجوء للأنترنت باعتباره يمثل البيت الثالث بدافع الهروب من المشاكل والترفيه على الذات.
- 6- أثر الاستخدام على العلاقات الاجتماعية ايجابي حيث ساهمت في التواصل مع الأقارب عن بعد.
- 7- بينما جاءت الاثار سلبية على العلاقات الاسرية سلبية تمثلت في أن معظم المبحوثات يشعرن بإحراج عند استقبال لرسائل في وقت متأخر من الليل، وأن الاستخدام أسس شعور لأفراد الاسرة بالقلق على البنات ،مما كان له الاثر بالشعور بالانعزال بين افراد الاسرة.

التوصيات:

- 1- تناول قضايا الاثار السلبية والايجابية للاستخدام المُرشد والابتعاد عن المحتويات غير المقبولة التي تؤثر على الحياة الاجتماعية
- 2- تقديم برامج ومقترحات تربوية تكفل التعامل الامثل للفتيات لوسائل وتقنيات الاتصال

3- اعداد وتنفيذ برامج توعية لطلاب المرحلة الثانوية والجامعية عن الاستخدام الامثل لوسائل الانترنت

وتوجيههم دينيا بهدف تبني اتجاهات واتخاذ سلوك واعٍ ومدرِك نحو عند استخدام وسائل الاتصال.

قائمة الهوامش:

- 1- فلاح عامر الدهشي، حسن ينازي الصيفي، الإعلام والمجتمع، الدمام، 2015، ص36.
صحيفة الشاهد الليبية 2023/11/13 lywitness.com-2
- 3- حامد عبد السلام زهوان، علم نفس النمو والطفولة والمراهقة، ط 6، عالم الكتب، القاهرة، 2005 ص 382.
- 4- مبارك سعيد علي، ادمان الانترنت واثره على التحصيل الدراسي لدي طلاب التعليم الاساسي، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الاردن ،2022. الدخول <https://aaasjournals.com> 2024/1/11
- 5- رنا مشبب القحطاني واخرون، استخدام طلبة الاعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 68: الجزء الاول، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، عمان الاردن،2022.
- 6- أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، استخدام الانترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي قالمة ،2021.
- 7- رشا عادل عبد العزيز إبراهيم، مدمني الإنترنت وتفاعلهم اجتماعياً في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية ،المجلد 11، العدد الأول ، كلية التربية، جامعة دمنهور 2019.

- 8- منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والاسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الالكترونية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20 لسنة 2019.
- 9- نوف صالح الحفيف، ادمان الانترنت وعلاقته بالرضا عن الحياة لدى عينة من طلبة الثانوية بالرس، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، المجلد 2 العدد 19، يوليو 2018.
- 10- عبد الرحمن بن عبد الله العمري، الابعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مجلة جامعه الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الانسانية، العدد 3، 2018.
- 11- محمد النوبي، إدمان الإنترنت ودوافع استخدامه وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة الموهوبين المصريين والسعوديين، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، جمهورية مصر العربية، 2018.
- 12- سليمه قاسي، التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستعمال الانترنت لدى التلاميذ المراهقين بمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي الجزائر، المجلد 5 العدد 2 ديسمبر 2018.
- 13- صابرين خشان كيطان، وآخرون، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفتيات، جمعية نساء بغداد، 2017: تاريخ الدخول 2024/1/25 انظر الرابط: Za_vase_pretrazivanje.com/Record/
- 14- عزوز نش، اثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، 2016.
- 15- الأزهر ضيف . ذيب محمد، تأثير الانترنت على مستوى التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الثانوية، مجلة البحوث والاجتماعية، العدد 25، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي. انظر: <file:///C:/Users/mandumah.com/Record/>
- 16- محمد ابن عودة، تأثير التغيرات الاجتماعية على هروب الفتيات المراهقات من البيت في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. 2014.

- 17-حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية،رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز،1434-2014.
- 18- عابدين الدريد الشريف، توظيف النظرية في البحث العلمي، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الاعلامية، طرابلس ليبيا، 2015،ص70.
- 19- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،،عمان، ط 1، 2012 ، 169.
- 20- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط 3، القاهرة، 2010 ، ص 275.
- 21-محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة،1997،ص15.
- 22-بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، دار الكتاب ، 2013، ص 129.
- 23- شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة،2009،ص109.
- 24-شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، ط 2، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة،2012،ص112.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من مظاهر تطرف الفكر السياسي من وجهة نظر طلاب عدد من كليات الإعلام بليبيا

أ. عبدالسلام سالم مسعود البوسيفي .. جامعة صبراتة/ليبيا

الملخص:

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا بارزا في حياتنا من حيث تلقي المعلومات والتواصل ومتابعة الأخبار والأحداث والمجريات اليومية ساعة بساعة حتى صار العالم أشبه بقرية صغيرة، كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في عالم السياسة حيث تلعب دورا رئيسيا في جذب أصوات الناخبين ووسيلة أيضا لإقصاء المنافسين الآخرين وتوجيه المؤسسات علاوة على الأفراد نحو توجه سياسي معين، لذلك نجد ان الكثير من الباحثين والمهتمين بالجانب السياسي وبجانب الاتصال والتواصل بحثوا في هذا الجانب ومن ضمن تلك الدراسات هذه الدراسة التي تهدف إلى دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على الناخب ودورها في تعزيز الوعي السياسي، والحد من ظاهرة التطرف السياسي، حيث استخدمت هذه الدراسة لذلك المنهج الوصفي التحليلي، بعينة بلغت (200) طالب وطالبة في عدد من كليات الإعلام، كذلك استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، كما استخدمت عددا من الأساليب الإحصائية منها المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، ومعامل الثبات الفاكرونباخ، ومعامل الارتباط بيرسون، ومعامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، واختبار (ت)، وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن توافق كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي أشارت في مضمونها إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي السياسي للفرد والحد من التطرف السياسي

إذا ما تم استخدامها بشكل جيد بعيدا عن التجاذبات السياسية وسيطرة القوى السياسية وإذا ما تم تطويعها لزيادة وعي الأفراد السياسي بعيدا عن المصالح الشخصية الضيقة، كما أسفرت نتائج هذه الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغيري الجنس، والمؤسسات التعليمية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي-تطرف الفكر السياسي-- ليبيا.

Abstract:

Social media plays a prominent role in our lives in terms of receiving information, communicating, and following news, events, and daily events hour by hour, until the world has become like a small village. Social media sites also play an important role in the world of politics, where they play a major role in attracting voters' votes and also a means of excluding other competitors. And directing institutions, as well as individuals, towards a specific political orientation. Therefore, we find that many researchers and those interested in the political aspect and in addition to communication and communication have researched this aspect, and among those studies is this study, which aims to study the impact of social media and its role in influencing voters and its role in enhancing political awareness. And reducing the phenomenon of political extremism, as this study used the descriptive analytical method, with a sample of (200) male and female students in a number of media colleges. The questionnaire was also used as a tool for collecting data and information. It also used a number of statistical methods, including the arithmetic mean and the standard deviation. The relative weight, the Cronbach reliability coefficient, the Pearson correlation coefficient, the reliability coefficient using the split-half

method, and the t-test. The results of this study resulted in a high agreement among the study sample members on the questionnaire items, which indicated in their content the importance of social networking sites in raising the level of the individual's political awareness. And reducing the phenomenon of political extremism if it is used well, away from political tensions and the control of political forces, and if it is adapted to increase individuals' political awareness away from narrow personal interests. The results of this study also resulted in the absence of statistically significant differences in the level of responses of the study sample members. Which is attributed to gender variables and educational institutions.

المقدمة:

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا جوهريا في تغير القيم وإعادة تشكيلها خاصة مع تسارع وتيرة الحياة، ويظهر التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كتطور طبيعي لتكنولوجيا الاتصالات إتاحة الفرصة أمام كل شرائح المجتمع لنقل أفكارهم والتعبير عن آرائهم من خلال الأجهزة الذكية أو الكمبيوتر لمناقشة مختلف القضايا الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، والسياسية وبذلك باتت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بقوة في خلق وتغيير الرأي العام وترسيخ وتوجيه قيم النظام الاجتماعي وأدت بالفرد إلى تغيير نمط طرق تفكيره ومعيشته وسلوكه في العادات، والتقاليد أو الحوار. (عبد العاطي، 2021) وكما لو سائل التواصل الاجتماعي بالغ الأثر على الفرد وعلى المجتمع على العديد من الأصعدة والمستويات وخاصة على الجانب الأكاديمي، والاجتماعي فلو سائل التواصل الاجتماعي تأثيرا سلبيا إذا ما تم توظيفها بشكل سلبي وخصوصاً في ظل هذه التناقضات الموجودة في عالمنا الآن وصراع المصالح وهيمنة بعض القوى على مقدرات الشعوب وثرواتهم، حيث باتت لوسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي دورا بارزا في بث النزاعات والفتن خدمة

لمصالحهم وخصوصا في ظل التعصب الموجود للأفكار والآراء وعدم تقبل لوجهات النظر الأخرى، حيث بات الاختلاف مرفوضا وبات التطرف والتعصب للأفكار أو الجنس أو الدولة سمة عصرنا الحالي وباتت لوسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي الدور الأكبر في تغذيتها وخدمتها وخاصة على الجانب السياسي، حيث انتشر في العقود الأخيرة التعصب السياسي لنظام وفكر سياسي معين واقصاء كل مخالف لذاك النظام أو ذاك الحزب السياسي.

حيث يعد التطرف ظاهرة عالمية وتاريخية، حيث أن جميع الديانات، والرسالات السماوية، والفلسفات، والنظريات الاجتماعية تدين التطرف وتعهده من أعقد المشكلات والعقبات التي تواجه تقدم البشرية لما تخلفه من نتائج كارثية على المستوى الإنساني والحضاري والتي نتج عنها صدامات وصراعات دموية لم تنته أثارها حتى الآن، مما تسبب بالتعاسة للبشرية، وكان على رأسها التطرف، والتعصب، والعنف، والعدوان.(الحيدري، 2015) وأضاف سراج الدين (2015) أن التطرف هو موقف سياسي يرفض معتنقه أي فرصة للحوار، كما يرفضون أي تلميح حول وجود قصور أو خطأ في فهمهم ويذهبون في جدلهم إلى أبعد مدى ممكن، وكل مدرسة من مدارس الفكر السياسي لديها متطرفوها ولكن المتطرفين من جميع الأطياف في نهاية الأمر يرفضون أي تسوية أو حل وسط مع الآخرين الذين لا يشاركونهم آراءهم.(سراج الدين، 2015) ويريشوامرة (2014) أن هناك ثلاثة مكونات أساسية تشكل السلوك التعصبي والتي تؤدي إلى التطرف، حيث تبدأ بالمكون المعرفي وتشكل المدركات والمعتقدات الخاطئة التي كونها الفرد عن الآخرين، ثم المكون الانفعالي أو الوجداني والذي يشتمل على مشاعر الفرد وانفعالاته تجاه الآخرين المختلفين عنه، وأخيراً المكون السلوكي أو النزعوي حيث يقوم هذا الشخص بتحويل أفكاره وانفعالاته إلى سلوك عدواني أو عدائي تجاه الآخرين ويسبب اختلافهم معه، وهنا يترجم السلوك التطرفي، أو الشخصية السريكوباتية المضادة للمجتمع. (شوامرة، 2014)

حيث يعد التطرف الفكري من الظواهر النفسية والاجتماعية التي اتخذت أبعادًا سياسية، ودينية، ومجتمعية والتي لها بطبيعة الحال عواقب ونتائج سلبية على كافة المجالات وذلك لظهور مجموعة من السلوكيات الغير مقبولة، كما يعد مفهوم التطرف من المفاهيم التي يصعب تحديدها حيث إنه يختلف من مجتمع إلى آخر تبعًا للقيم السائدة فيه إضافة إلى انتماء ظاهرة التطرف للعديد من العلوم الإنسانية من علم النفس وعلم الاجتماع مما أدى إلى اختلاف الاتجاهات ووضع المعايير المحددة له دينيا، وسياسيًا، وأخلاقيًا، واجتماعيًا. (المدادحة، 2015) ويعرف الطيار (2017) التطرف الفكري بأنه عبارة عن موقف متشدد وقطعية لما هو مألوف من المواقف الاجتماعية الموجودة في البيئة التي يعيش فيها وذلك بالانسحاب والعزلة والرفض التام للتعامل مع الواقع أو بصورة أخرى الدفاع عن القيم والمعتقدات بكافة الوسائل. كما عرفه سالم (2018) بأنه رفض للحل الوسط واحتكار للحقيقة وقمع الرأي الآخر، وعدم إمكانية التفاوض، والرفض للتسامح، والاعتقاد التام بأفكاره المطلقة وقداستها، إضافة إلى عدم النضج، وفقد المرونة الموضوعية مع مواقف البيئة المختلفة، إذ يعتبر التطرف من مؤشرات سوء التوافق النفسي، ويرى الحربي (2011) أن المتطرف لديه القدرة على تشويش الحقائق وطمس المفاهيم والأدلة والبراهين، والاستخدام للعبارات المبهمة غير الواضحة، وخلق الأكاذيب، والتحريض عن طريق الخفاء، والميل للصراع والخلاف الفكري والسلوكي.(الحربي، 2011) حيث شغلت منذ القدم ظاهرة التطرف الفكري الكثير من الباحثين والمهتمين وذلك لخطورته على الفرد والمجتمع وعلى أمن الدول واستقرارها السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي حيث أنه يهدف إلى قمع المفاهيم القائمة وفرض مفاهيم جديدة باستخدام الكبت والسعي إلى إنكار الحرية الفكرية واستيعاب كل ما هو جديد وسوداوية الفكر. (بشارة، 2015) وللتطرف الفكري عدد من الأشكال فالتطرف الأيديولوجي يشير إلى المبالغة في التمسك بمجموعة أفكار سياسية، واقتصادية، فالشخص المتطرف يعتقد

أنه يمتلك الصواب المطلق والرفض للجدل الذي يؤدي للانفصال عن النسيج الاجتماعي. (الفرجاني وآخرون، 2019) ويرى سالم (2018) أن عدم المتابعة من المؤسسات المسؤولة عن انتشار هذه الظاهرة سبب رئيس للتطرف الفكري، إضافة إلى الجهل، وتوقف الفكر عن الإنتاج، والإحباط الذي يواجه الشباب من الظروف المعيشية الضاغطة، وضعف الانتماء الوطني. (سالم، 2018) ويعتبر التطرف الفكري من المشكلات المعقدة التي تتطلب التحليل العميق لإدراك أبعادها وملابساتها، فقد أكدت دراسة (المعاينة وآخرون، 2020) أهمية إجراء المزيد من الأبحاث العلمية حول العوامل التي تؤدي للتطرف الفكري وتوثيق الإحصاءات ليسهل الحصول عليها من قبل الباحثين، إضافة إلى توعية الأسر والمجتمع بدور المؤسسات التربوية والأمنية في الوقاية من التطرف الفكري، وحسب وجهة نظر علماء النفس فإن التطرف الفكري عبارة عن عملية معرفية تمنع من تقبل اختلاف الرأي والخروج عن الاعتدال عما هو متعارف عليه في المجتمع. (الطيّار، 2017) لذلك عكف الكثير من الباحثين والمهتمين بالجانب السياسي بدراسته ودراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على انتشاره لما في ذلك من أهمية كبيرة في التعرف على أسبابه للتعرف أكثر على كيفية الحد منه.

مشكلة الدراسة:

شهد العالم على مدى العقود الماضية تطورات سريعة ومطرّدة في مجال التكنولوجيا الرقمية حتى أصبحت مظهراً من مظاهر حياة الفرد اليومية، وارتبطت التكنولوجيا في جميع مناحي الحياة العلمية والعملية فقد دخلت في مجال التعليم، والتسويق، والتواصل الاجتماعي بين الناس مما جعل العالم أشبه بشاشة صغيرة يمكن التوصل إلى المعلومات والتواصل مع الآخرين من خلالها دون الحاجة إلى بذل الجهد في ذلك، فانتشرت عديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك (Facebook) سناب شات (Snapchat) انستغرام (Instagram) تويتر (Twitter)،

واتساب(WhatsApp)، لينكد ان (LinkedIn) وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً هاماً في تعزيز البناء الفكري للشباب وفي ترسيخ منظومة الوعي لديهم، كما تعمل على صناعة المواطنة التي يرتبط تأثيرها بتشكيل الهوية الوطنية للشباب من خلال أبعادها الترويحية، والفكرية، والثقافية، والتعليمية، والتشريعية، والتحفيزية. (عبد المنعم، 2016)، وقد استقطبت هذه المواقع عدداً كبيراً من الناس على اختلاف فئاتهم العمرية وكان طلبة الجامعات أكثر الفئات استخداماً لهذه المواقع مما جعل حياتهم الشخصية مفتوحة للجميع. (طوالة، 2017) وقد شكلت مواقع التواصل الاجتماعي في بداياتها مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ثم ما لبثت أن ازدادت مع الوقت لتتحول من أداة افتراضية نصية مكتوبة إلى مرئية مسموعة تؤثر في الأفراد وفي أنماط سلوكهم (السيد، 2016) كما باتت تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً جوهرياً ومهماً في نشر الأفكار والتوجهات السياسية لحزب أو لكيان معين لاستقطاب عدد كبير من المؤيدين ولخلق بيئة داعمة له للفوز في الاستحقاقات السياسية ، كما لا يتوقف دور مواقع التواصل الاجتماعي على هذا الدور بل تتخطاه لتلعب دوراً بارزاً في تشويه الخصوم في نظر ناخبهم، والترويج لتوجهات سياسية معينة لتقصي ما عداها، وفي الآونة الأخيرة استخدمت هذه المواقع لخدمة بعض الأحزاب والكيانات السياسية للحفاظ على موقعها والحفاظ على مكاسبها السياسية، والمادية، لذلك أولى العديد من الباحثين والمهتمين بهذا الجانب بدراسته ودراسة دور هذه المواقع في نشر تلك السياسات الاقصائية، واستناداً لما سبق ذكره واستناداً لملاحظات الباحث ولما استقر في نفسه من معلومات وملاحظات أيدت كلها أهمية هذه الدراسة قام الباحث بإجراء هذه الدراسة لتسليط الضوء بشكل أكبر على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إرساء دعائم النظام والحزب السياسي الواحد واقصاء كل ما عداه.

أهمية الدراسة:

وتتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- 1- انبثقت أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناولته والمَعْنَى بالبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحد من مظاهر التطرف الفكر السياسي.
- 2- المساعدة في تحديد بعض الأسباب التي تساهم في زيادة حدة التطرف السياسي ومحاولة إيجاد الحلول للقضاء عليها.
- 3- توجيه أنظار الباحثين للبحث في هذا الجانب والبحث في الأسباب المؤدية له.
- 4- تقديم بعض التوصيات والمقترحات التي من خلالها ربما نستطيع تجاوز هذه المشاكل في المستقبل.
- 5- تفتح هذه الدراسة أفقاً جديدة أمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات للنهوض بثقافة الفرد وزيادة وعيه وزرع بداخله روح المحبة والتسامح وتقبل الآخر.
- 6- إن ظاهرة التطرف والعنف السياسي أصبحت من الظواهر التي تهدد أمن واستقرار المجتمع ومن الضروري بحث هذه الظاهرة ومعالجتها لأن استقرار المجتمع وتقدمه يتوقف على التوافق السياسي.
- 7- تعد ظاهرة التطرف السياسي حالة من الجمود والانغلاق وتعطيل القدرات الذهنية عن الإبداع والابتكار كما تهدد أمن مجتمعنا واستقراره ووجوده وتطوره ودراسة هذه الظاهرة يعد من أهم الخطوات التي من شأنها القضاء على كل ما من شأنه الحد من تقدم المجتمع.
- 8- تقدم الدراسة بعض المقترحات المفيدة في معالجة ظاهرة التطرف السياسي.

أهداف الدراسة:

تكمن أهداف هذه الدراسة في تحديد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ودورها في الحد من مظاهر التطرف السياسي.

تساؤلات الدراسة:

والتي تتمثل في التساؤلات الآتية:

- 1- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من مظاهر التطرف الفكري السياسي؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور / إناث)؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية؟

مصطلحات الدراسة:

والتي تتمثل في المصطلحات الآتية:

التطرف: في مدلوله العام يعبر عن الخروج عن القواعد الفكرية والقيم السلوكية التي يرتضيها المجتمع والتي تمثل الأداء، والأفكار، والمعتقدات، وطرق السلوك الفردي والجماعي السائدة فيه، ويمثل التطرف في جوهره حركة في اتجاه القاعدة الاجتماعية أو القانونية أو الأخلاقية ولكنها حركة يتجاوز مداها الحدود التي وصلت إليها القاعدة وارتضاها المجتمع. (عبد الموجود، 2007 ، ص:232)

مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع على الانترنت توفر لمرتاديها المجال للنقاش وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال الملفات الشخصية، والصور، والدرشة وتمثل الشبكات الاجتماعية مجموعة من هويات اجتماعية ينشئها الأفراد أو المنظمات لإنشاء روابط للتفاعل الاجتماعي من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة. (الدبيسي، 2013).

حدود الدراسة :

والتي تتمثل في :

1. **الحد الموضوعي:**-والذي يتمثل في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحد من مظاهر التطرف السياسي.
2. **الحد الزمني:**- حيث أجريت هذه الدراسة في العام 2024م.
3. **الحد البشري:**-والذي يتمثل في عدد من الطلبة بكلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس، وعدد من طلبة قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.
4. **الحد المكاني:** حيث أجريت هذه الدراسة على عدد من الطلبة بكلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس، وعدد من طلبة قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

الإطار النظري:

مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت نشأت مواقع التواصل الاجتماعي عندما عملت بعض الشركات بمحاولة بناءها بالاعتماد على تكنولوجيا الويب، وعلى الرغم من أن هنالك العديد من الوسائل التي وفرت لمستخدميها بعض ميزات مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن تلك المزايا لم تكن كافية ليطلق عليها اسم موقع تواصل اجتماعي. (مقدادي، 2012) واستمر هذا الأمر حتى عام (1997) حين ظهر أول موقع تواصل اجتماعي فعال ومشابه لطبيعة مواقع التواصل التي تستخدم حالياً، حيث سمح الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات شخصية، بالإضافة إلى إمكانية إضافة الأصدقاء، وإنشاء قوائم الاتصالات، وإرسال الرسائل إلى المستخدمين الآخرين، وبعد العقد الأول من القرن الحادي والعشرين أعلن عن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث شهدت تلك الفترة ظهور معظم مواقع التواصل الاجتماعي، كما شهدت بداية القرن الحادي والعشرين تحديداً عام (2003)

ظهور موقع تواصل اجتماعي جديد الذي منح مستخدميه إمكانية مشاركة المحتوى، والصور، ومقاطع الفيديو، كما شهد أيضاً إطلاق موقع تواصل اجتماعي آخر سيطر على أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي طوال الفترة الممتدة من (2005-2008) وهو موقع (Myspace) الذي وفر لمستخدميه إمكانية لعب الألعاب الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين، إلا أن شعبية هذا الموقع انخفضت بالتزامن مع ظهور موقع (Facebook) (الدليمي، 2019) ويطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني الويب التي تتيح التواصل فيما بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات الاهتمام أو شبكات الانتماء كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتبعونها للعرض. (جزار، 2014) وتعدد أشكال التواصل في العالم الرقمي بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع، والمعلومات، والبيئة الرقمية تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، وهذه الأشكال أو التقنيات ما تزال تتطور يوماً بعد يوم ويوجد منها العديد من الأشكال مثل المدونات التي يستخدمها شخص أو أكثر كلوح أو كدفتر أو كصحيفة على الإنترنت يسجل فيها ما يرغب من اهتمامات، وذكريات، ومواقف، وآراء، وصور، ورسومات، وفيديوهات ويوجد كذلك ما يعرف بالمنتديات الاجتماعية التي تجمع عدداً من الأشخاص والجماعات ذوي الاهتمامات المشتركة، مثل منتدى الرياضيين، أو منتدى الأدباء وغير ذلك من الاهتمامات التي تتوزع بين السياسة، والاجتماع، والأدب، والعلوم، والرياضة، والفنون، والترفيه وغيرها الكثير. (علي، 2010).

وعرف (Aksoy،2018) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها بيئة اجتمعت فيها مجموعة من الأشخاص لمشاركة البيانات، والعلاقات، والمحتوى باستخدام قنوات

الاتصال عبر الإنترنت حيث تظهر تطبيقات الوسائط الاجتماعية كمنديات، ومدونات صغيرة، وشبكات اجتماعية، كما عرفها خليفة (2016) بأنها مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر مستخدميها من خلال عملية الاتصال، ومن تلك المواقع :

1. واتس اب(WhatsApp): يعد من المواقع المجانية التي أنشئت عام (2009) حيث يتم تحميله على الهاتف النقال، ويُعد من التطبيقات الأكثر شهرة والأسرع انتشارا إذ يساعد المستخدمين من التواصل فيما بينهم من خلال تبادل الوسائط المتعددة على اختلاف أنواعها (صوت، صورة، فيديو، ونصوص) (أبوزيد، 2019)

2. تويتر(Twitter): ظهر موقع تويتر عام (2006) كمشروع بحث، وجاء اسمه من كلمة تغريدة ورمزه العصفورة ويساعد هذا الموقع على التواصل بين الناس عن طريق ارسال النصوص التي لا تتجاوز عن (140) حرف، وكان له أدوار سياسية كبيرة في المجتمع من خلال انتشار الأخبار السريع وسهولة استخدامه.(Bellin, 2012)

3. الانستغرام (Instagram): هو شبكة اجتماعية تم اطلاقها عام (2010) يتيح هذا الموقع للمستخدمين النقاط الصور وإضافة بعض الفلاتر إليها وتحميلها على الموقع ليتم مشاهدتها من قبل المستخدمين له. (عبد الله، 2018)

4. سناب شات(Snapchat): يعد من مواقع التواصل الاجتماعي المجانية الذي أصدر عام (2011) ويقوم هذا الموقع على التواصل بين الناس والدرشة القائمة على مشاركة اللحظات والأحداث اليومية فيما بينهم. (الحازمي، 2021)

5. **يوتيوب (YouTube):** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة في عرض ومشاهدة وتحميل ومشاركة الفيديوهات على الانترنت، كما ويُعد ثاني أكبر موقع بحث في العالم (Coates، 2020).
6. **لينكد إن (LinkedIn):** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الموجه نحو الأعمال والمهنيين، تأسس في عام (2002) وهو عبارة عن شبكة من الأفراد الذين يبحثون عن عمل والتواصل مع أرباب العمل، و"لينكد إن " معروف كوسيلة تسوق لعمل أو وظيفة لأن أرباب العمل يتفاعلون مع المهتمين بخدماتهم عن طريق الإجابة عن أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها، وبإمكان أصحاب الأعمال الإعلان عن وظيفة ما من خلال " لينكد إن " والوصول إلى أكبر عدد من الباحثين. (الدليمي، 2019).
7. **سكايب (Skype):** هو برنامج تجاري يساعد مستخدميه على الاتصال هاتفياً بشكل مجاني من خلال الانترنت (شقرة، 2014)
8. **فايبر (Viber):** هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعددة المنصات، في البداية تم إطلاق التطبيق ليعمل على جهاز آيفون في (2010) وفيما بعد عمل على جميع الأجهزة، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا حيث يتيح للمستخدمين إجراء الاتصالات وإرسال الرسائل النصية، والصور، والفيديو بشكل مجاني شرط استخدام الشخص هذا البرنامج، ويعمل على الشبكات الخلوية والشبكات اللاسلكية (واي فاي) على حد سواء، ويوفر التطبيق العديد من اللغات من بينها اللغة العربية. (نصار، 2016)
9. **أوتلوك (Outlook):** هو نظام تطبيق لإدارة المعلومات أو البيانات الشخصية من مايكروسوفت، وهو جزء من مجموعة مايكروسوفت أوفيس، بالرغم أنه بريد إلكتروني إلا أنه يتضمن أيضا عدة وظائف مثل إدارة المهام والتقويم

وإدارة جهات الاتصال، وتسجيل دفتر اليومية، وتدوين الملاحظات، وتصفح الانترنت.(Bellin, 2012)

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في حياتنا سواء أكانت العملية، أو الاجتماعية، أو حتى التعليمية، فعادة ما يتم استخدامها للتواصل مع الأصدقاء والأهل أو لتعقب الأحداث الجارية على كل المستويات، وربما الأهم من ذلك للترفيه عن أنفسنا، ولعل كل هذا وذلك هو السبب في أن ملايين من الأفراد يستخدمون مواقع التواصل في جميع أنحاء العالم، لذا يمكننا القول إنها تهدف إلى تحقيق الرفاهية للبشرية وجعل الحياة أكثر سهولة ويسر.(علي، 2010) ويمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في تطوير عملية التعليم والتعلم وذلك من خلال عدد من الأمور منها: الاستفادة من البرامج التعليمية التي يتم مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التواصل مع الأشخاص المتخصصين بموضوع معين ومتابعتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما ويمكن البحث عن موضوع معين ضمن هذه المواقع وإكساب الطلبة القدرة على بناء المصداقية الاجتماعية.(العور، 2019) وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم ما توصلت له التكنولوجيا وأكثرها شيوعاً حول العالم وقد حظيت بأهمية كبيرة في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فقد باتت مهمة جداً في القطاعات التعليمية والتربوية لخدمة العملية التعليمية وتوسيع آفاق الطلبة والمعلمين، حيث يتم من خلالها تداول المعلومات فهي بمثابة مستودع رقمي هائل يتم تحديثه بشكل مستمر، كما أنها أصبحت تناسب جميع الأعمار والاهتمامات والمؤسسات التربوية.(عبد المنعم، 2016)

ويمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت شائعة وذات تأثير في السلوك والمعرفة وتبني المواقف من مواقع التواصل الاجتماعي التي لا تفارق

المستخدم، فهي وسيلة تمتاز بالتفاعلية والتحديث بشكل مستمر وتتناول موضوعات ومسائل مختلفة ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook) الذي يعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي في هذا الوقت فهو يعد من مظاهر العولمة إذ أنه يساعد في تواصل الناس وإبداء رأيهم بعيداً عن حاجز المكان والزمان، وكانت بداياته كفكرة بسيطة لطالب جامعي يدعى (Mark Zuckerberg) وكان الهدف منه تعزيز التواصل بين الطلبة وإبقاء التواصل فيما بينهم حتى بعد التخرج من جامعة هارفرد وبعدها أصبح استخدامه عالمياً. (نومار، 2012)

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

وأشار هتيمي (2015) أن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

1. التلقائية: حيث يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين دون مواعيد مسبقة أو تخطيط أو قواعد لتنظيم التواصل.
2. قلة التكلفة: التواصل من خلال الانترنت يكون مجاني ولا يحتاج إلى دفع مبالغ مالية لاستخدامه مما يساعد على التواصل بشكل أكبر من خلاله.
3. إذابة الفواصل الطبقيّة: توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للتواصل مع العلماء وطلبة العلم مما يساعد على زيادة فرص التعلم والتواصل الاجتماعي فيما بينهم.

ويضيف كلاً من الزازان (2014) والدليمي (2019) خصائص أخرى لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت فيما يلي:

1. تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدم حيث يتم رفع المحتوى الذي يريده المستخدم لهذه المواقع.

2. تحقق مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل بين مستخدميها بحيث توفر تفاعلاً كبيراً بينهم من خلال عدة طرق مثل ممارسة الألعاب، وغرف الدردشة وغيرها من طرق التفاعل الإلكترونية.

3. تعزز مواقع التواصل الاجتماعي القواسم المشتركة بحيث تحتوي على العديد من المجموعات الافتراضية التي تجمع أفرادها قواسم واهتمامات مشتركة.

4. تركز مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات بين مستخدميها بحيث يزداد نجاح المواقع الاجتماعية كلما زاد عدد مستخدميها والعلاقات التي تتم فيما بينهم.

5. تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغات وثقافات العالم من خلال التواصل مع أشخاص في مختلف الدول.

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

أما عن ميزات مواقع التواصل الاجتماعي يرى إسماعيل (2019) أنها تتمثل في النقاط الآتية:

1. التكامل من مشاركة المصادر والموارد العلمية: أي يتم النشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتها مع الآخرين.

2. التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة أي يبقى الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء من خلال الالتحام الإلكتروني بين المشاركين.

3. إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي أي التخلص من القيود المفروضة مثل الاختلافات الاجتماعية، والموقع الجغرافي، واللغة، والثقافة، وقيود المكان والزمان.

4. توفير مخزون معرفي للمجتمع من خلال تخزين المعارف والمعلومات حول أشكال المعرفة المختلفة.

5. التوفير والاقتصاد أي اقتصاد في المال، الجهد، والوقت في جمع المعلومات.

6. تمكن الأفراد من اكتشاف اهتماماتهم والبحث عن حلول للمشكلات مع الآخرين.

7. العالمية حيث تلغي الحواجز المكانية والجغرافية والغاء الحدود الدولية.

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات لخصها السرحان وآخرون (2016) في النقاط التالية:

1. فتح المجال للتعبير عن الآراء الشخصية.
2. التحفيز على التفكير الإبداعي.
3. سهولة التواصل مع العلماء والمتقنين وفتح باب الحوار بينهم.
4. تزيد من مفهوم المشاركة والدعم من الآخرين.
5. سهولة الوصول للمعلومة والتعلم.

ومن أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي أيضا يرى(الزازان، 2014):

تعلم لغات أجنبية جديدة وذلك من خلال التواصل والمحادثة مع أفراد بمختلف بقاع العالم مما يزيد من الحصول على فرص عمل أفضل.

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

ورغم كل ذلك إلا أن لمواقع التواصل الاجتماعي بعض السلبيات لخصها (هتيمي، 2015) و(Collin، 2011) في النقاط الآتية:

1. الإدمان: وهو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فوق الحد الطبيعي حتى يصل لدى البعض عدم استطاعته التوقف لمدة ساعة كاملة بدون تصفح

هذه المواقع، ويؤثر ادمان مواقع التواصل الاجتماعي على التركيز بشكل عام وتشتت التفكير.

2. **العزلة الاجتماعية ووهم التواصل الافتراضي:** وهو التواصل مع العالم الاجتماعي أكثر من التواصل الفعلي مع العالم المحيط.

3. **مراقبة أحوال الآخرين والنظر إلى مظاهر الترف** والذي يتسبب في الإحباط واليأس لدى بعض مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي ومتتبعي المشاهير وأخبارهم وذلك بسبب اظهار الجانب الإيجابي فقط من حياتهم دون التطرق إلى السلبيات فيها.

4. **إضاعة الوقت:** يمكن لمرتادي مواقع التواصل الاجتماعي فقدان الإحساس بالوقت وضياعه.

5. **عرض المواقع الإباحية** والتي تعتبر من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

التطرف:

معنى التطرف في اللغة: التطرف كلمة مشتقة من الطرف بمعنى الناحية من الشيء، وتطرف أي أتى الطرف أوحده الاعتدال. (الفيروز، 1960، ص:321) والتطرف اصطلاحاً يشير إلى الابتعاد بشدة عما هو منطقي أو معقول أو مقبول كالتطرف في الرأي. (Webster, 1984.p:316) ومن الناحية القانونية يعني الخروج أو الانحراف عن الخط السوي للمجتمع أو النصوص القانونية التي تحكم سلوك الأفراد في المجتمع. (حمزة، 2012) والتطرف قد يكون اتجاهاً فكرياً داخل الأسرة يؤدي إلى سلوكيات يكتسبها الأبناء وتستخدم فيه كل الوسائل العنيفة مما يترتب عنها نتائج سلبية يرفضها أي مجتمع. (المعجل، 2016، ص: 17) والتطرف بهذا المعنى هو الانحياز إلى طرفي الأمر فيشمل الغلو ولكن أخص منه في الزيادة والمجاوزة وليس فقط بمجرد البعد عن الوسط إلى الأطراف، أو بمعنى آخر كل غلو

هو تطرف وليس كل تطرف غلوًا. (العتيبي، 2016، ص: 11) كما أنه ثورة على الواقع يقوم بها الشخص الذي يعاني نقصاً في إشباع حاجاته النفسية وعدم قدرته على تحقيق ذاته في جماعته الأصلية، وعدم وجود مغزى أو قيمة لحياته، مما يدفعه إلى الانتماء إلى جماعة متطرفة كي يحقق ذاته. (أبو دابة، 2012، ص: 29) ذلك أن التطرف قناعات عقلية لجماعة أو فرد بامتلاك الصواب دون غيرهم باستخدام أساليب متنوعة كالتهديد، والعنف لفرض الإذعان وقبول الشروط والإملاءات لاتخاذ المواقف التي تتماشى مع عقيدتهم. (آغا، 2010، ص: 783)

التطرف السياسي:

هو موقف سياسي لا يقبل أنصاره أي فرصة للحوار ولا يقبلون أي تلميح حول وجود أخطاء في فهمهم ويذهبون في رأيهم إلى أبعد مدى ممكن إذ يميلون إلى المبالغة لدرجة الغلو والتشدد في التمسك فكرياً أو سلوكياً بجملة من الأفكار السياسية أو الاقتصادية ويشعرون بأنهم يمتلكون الحقيقة وإن حزبهم صاحب الفكر المخلص والصحيح. (الرواشدة، 2015)

أسباب التطرف:

أشار النجار وآخرون (2014) إلى أهم الأسباب التي تؤدي إلى التطرف وتتمثل في:

1. أسباب اجتماعية متمثلة في الانفتاح غير المسؤول وغير الواعي وغياب القيم وعدم استثمار طاقات الشباب ووجود العشوائيات السكنية.
2. غياب العدالة الاجتماعية وتدني المستوى الاقتصادي للدولة والفرد، وعدم المصادقية لكثير من الحكومات والنظم السياسية الحاكمة مع شعوبها.
3. غياب دور الأسرة والمدرسة وضعف الرقابة على وسائل الإعلام.

4. الفراغ السياسي ويقصد به تدنى مستوى المشاركة السياسية وخاصة للشباب ولا يعنى بالمشاركة مجرد الإدلاء بالأصوات في الانتخابات أو الانضمام إلى عضوية الأحزاب السياسية ولكن يعنى بها المشاركة في اتخاذ القرارات التي تمس حياة المواطن بما في ذلك الحياة اليومية سواء داخل الأسرة أو المدرسة أو الحي السكنى أو العمل أو عن طريق العضوية الفاعلة والنشطة في التنظيمات الشعبية والرسمية، فالشباب اليوم يفقد الفرصة الكاملة للممارسة السياسية بمعناها الواسع التي تنمي لديه القدرة على إبداء الرأي والحوار حول مسائل عامة أو اجتماعية والتعود على تقبل الرأي الآخر بعد تحليله، فالإعلام السياسي الرسمي ذو اتجاه واحد وما عداه موصوم بالمعارضة وهكذا يكون دور الشباب دور المشاهد أو المتفرج وليس دور المشارك. (توفيق، 1992، ص: 75)

الدراسات السابقة:

ونظرا لندرة الدراسات التي توافق مضمون وأهداف دراسة الباحث الا أن الباحث حاول جمع بعض الدراسات التي قد تكون لها صلة ولو من بعيد بدراسة الباحث والتي تتمثل في الدراسات الاتية:

دراسة السعيد (2005):

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المؤسسات التربوية في الوقاية من الفكر المتطرف، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة للدراسة، بعينة بلغت (300) طالبا من الجامعات السعودية، وأسفرت نتائج هذه الدراسة إلى أن ظاهرة التطرف ظاهرة عالمية وهي قديمة وحديثة وغير محصورة في ديانة أو جنس أو لون، وإنما هي مشكلة عامة بعيدة كل البعد عن الإسلام دين الوسطية والاعتدال والقيم السامية والسلوك الحسن والأخلاق الحميدة، كما أسفرت نتائج هذه الدراسة عن أن الأسباب التي أدت إلى ظهور التطرف منها ما هو اقتصادي،

واجتماعي، وأسري وبعضها نتيجة وجود الظلم والاستبداد، وعدم فهم النصوص الشرعية، كما أكدت الدراسة على ضرورة تبني المؤسسات التربوية كالمدرسة، والأسرة، ودور العبادة أساليب ووسائل جديدة للوقاية من التطرف الفكري لدى الناشئة.

دراسة فياض (2008):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ظاهرة التطرف الفكري ومظاهرها لدى طلبة الجامعة الأردنية وعلاقتها بالعوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والأكاديمية، واستخدمت الدراسة لذلك المنهج الوصفي المسحي، بعينة بلغت (1069) طالباً وطالبة، وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة، وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن أن درجة توافر مظاهر التطرف الفكري لدى الجامعة الأردنية بدرجة متوسطة، وقد حصلت الفقرة استخدام مصطلحات متطرفة كتفكير الآخرين على أدنى متوسط حسابي وبدرجة تقدير قليلة، ومن نتائج الدراسة أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات طلبة الجامعة الأردنية حول مظاهر التطرف الفكري حسب متغيرات الجنس، والكلية، والمستوى الدراسي، في حين أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حسب متغير السنة الدراسية، ولصالح السنة الدراسية الرابعة، ومن نتائج الدراسة أيضاً أن العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والأكاديمية السائدة في البلاد لها دور كبير في ظاهرة التطرف الفكري وجاءت العوامل الأكاديمية في المرتبة الأولى، جاءت بعدها العوامل الاقتصادية، وجاءت العوامل الاجتماعية في المرتبة الأخيرة، وأسفرت نتائج هذه الدراسة أيضاً عن وجود علاقة ارتباطية سلبية بين مظاهر التطرف الفكري لدى طلبة الجامعة الأردنية وبين العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والأكاديمية.

دراسة المرعب (2009):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى تقصي ظاهرة التطرف الفكري والتربوي عند طلبة كلية التربية في مدينة حائل وعلاقته ببعض المتغيرات الآتية: المستوى الدراسي، والمعدل السنوي، والراتب الشهري للطلاب للعام الدراسي (1429/1430هـ) واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، بعينة بلغت (418) طالباً، وقد أسفرت نتائج هذه الدراسة عن أن المتوسط العام لدرجات التطرف بأشكاله المختلفة بلغ درجات متفاوتة، وكانت أعلى درجات التطرف في المجال السياسي، وفي المرتبة الثانية المجال الديني، يليه المجال الاقتصادي، ثم المجال التربوي والإعلامي، وكانت أقل درجات التطرف في المجال الأسري، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجات التطرف تعزي للمستوى الدراسي، وكذلك إلى معدل الطالب السنوي، وأكدت نتائج هذه الدراسة على أن تؤدي المؤسسات التربوية دورها في الحد من ظاهرة التطرف الفكري.

دراسة (Warner، 2010): حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التطرف السياسي عبر وسائل الإعلام الإلكترونية على المواقف العامة للشباب وتحويلهم إلى مجموعات متطرفة لكل منها أيديولوجية مختلفة، بعينة بلغت (297) شاباً تراوحت أعمارهم بين 18-30 عاماً من الذين يتعرضون للصحافة الإلكترونية بشكل كبير، وطلب من المشاركين الاستجابة إلى استبانة عبر الإنترنت حول سياسة أمريكا تجاه إيران، وأظهرت نتائج الدراسة أن التعرض لنفس المحتوى الإعلامي بشكل مستمر ولجهة واحدة يؤثر في الاتجاهات ويغيرها، إذ أن التعرض للمحتوى وسائل الإعلام يمينية يعزز المواقف اليمينية، والتعرض للمحتوى وسائل الإعلام اليسارية يعزز المواقف اليسارية والتعرض للمحتوى وسائل الإعلام الوسطية يعزز المواقف المعتدلة، كما أكدت الدراسة على ضرورة تبني الإعلام التربوي لدوره في الوقاية من التطرف.

دراسة الحربي (2011):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب السعودي نحو ظاهرة التطرف الفكري، واستخدمت الدراسة لذلك المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، بعينة بلغت (442) طالباً تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية من جامعة القصيم، وأظهرت نتائج الدراسة أن اتجاه الشباب الجامعي السعودي سلبي من التطرف الفكري، حيث أن الغالبية منهم يدرك حقيقته، ويرفض مظاهره وأشكاله المختلفة، وخاصة التطرف الديني، والاجتماعي الذي اعتبروه أكثر انتشاراً في المجتمع السعودي، ولا توجد فروق حول ذلك تعزى لمتغيرات نوع الكلية، ومكان الإقامة، والدخل الشهري، وحجم الأسرة، والمعدل التراكمي، وأظهرت نتائج الدراسة أن الأسباب الدينية جاءت في المرتبة الأولى، وبالمرتبة الثانية جاءت الأسباب الاجتماعية، وفي المرتبة الثالثة جاءت الأسباب التي تتعلق بالسياسة مثل الرغبة في مساحة أكبر للتعبير، ووجود بعض الأسباب الأخرى كالأسباب الأكاديمية كالقصور في الدور التربوي، وأخرى اقتصادية مثل بطالة الشباب ومعاناتهم، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً عن عدم وجود فروق تعزى لأثر متغير مكان إقامة الأسرة والمعدل التراكمي للطلاب في أسباب التطرف الفكري في المجتمع.

دراسة (Obaid, 2011):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى تعريف مفهوم الأمن الثقافي باعتباره من عناصر الأمن الفكري وأهميته كأحد الأبعاد الأساسية في بناء الدولة وتطورها، بالإضافة إلى بيان الأثر الذي يتركه الأمن الثقافي في تعزيز مفاهيم الثقافة والقيم ومحاربة التطرف الفكري بين طلبة المدارس العراقية، كما استخدمت الدراسة لذلك المنهج الوصفي التحليلي، وأسفرت نتائج هذه الدراسة على ضرورة العمل على تبني مفهوم الأمن

الفكري ودمجه في المناهج المدرسية من خلال تعزيز مفاهيم الأسس الفكرية، والثقافة، والقيم، والأخلاق، وفتح المجال للحوار المبني على احترام آراء الجميع.

دراسة (Hales،2012):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية بصورة عامة المتصلة بالشبكة العنكبوتية في نشر الأفكار المتطرفة على مستوى العالم بعد مضي عشر سنوات من أحداث (11) سبتمبر، واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون، وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن أهمية المواقع الإلكترونية في دعم الأهداف المتطرفة اليمينية وبشكل أكثر تحديداً، تسهيل تبادل المعلومات، وجمع الأموال، واستغلال الشبكات الاجتماعية، والصحافة الإلكترونية، والدعاية لترويج الأفكار المتطرفة وتنفيذها، ويشمل غالباً الترويج للأفكار والتوجهات المتطرفة.

دراسة أبو دوبة (2012):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الاتجاه نحو التطرف وعلاقته بالحاجات النفسية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، والاستبانة كأداة للدراسة، بعينة بلغت (617) طالبا وطالبة من الكليات الأدبية والكليات العلمية في جامعة الأزهر بغزة، وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التطرف والحاجات النفسية، مما يشير إلى ضرورة إشباع الحاجات النفسية لدى الفرد من أجل تحقيق الشعور بالرضا عن ذاته وعن مجتمعه، إذ أن عدم إشباع الحاجة إلى الإنجاز، وتحقيق الذات يعد من أهم الأسباب المؤدية لتكوين اتجاهات متطرفة لدى طلاب الجامعة، فالإنسان الذي يشعر بالإحباط والضيق يتسم بالتطرف.

دراسة (Todd Helmus& Peter، (2014):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة مسلمي أمريكا في محاربة التطرف على الإنترنت، واستخدمت هذه الدراسة منهج تحليل المضمون، إذ تم رصد

مشاركات الذين تطوعوا للاشتراك في الدراسة من مسلمي أمريكا، واستخدمت المقابلات أيضاً، وأسفرت نتائج هذه الدراسة على أن مسلمي أمريكا يستخدمون الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية بشكل متزايد لمحاربة التطرف، وبمقابلة بعض قادة مسلمي أمريكا الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي، تبين إمكانية توسيع الجهود وتعزيز النشاط لمكافحة التطرف، ومن معوقات تبني مسلمي أمريكا لاستراتيجية مكافحة التطرف هو تعاطفهم مع الحركات الجهادية، وعدم وجود رابطة لهم خاصة بهذا الجانب، وعدم توافر الدعم المادي، ومفاهيم أمريكا حول تعريف التطرف والإرهاب.

دراسة (Davydov 2015):

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب التطرف لدى الشباب وطرق الوقاية منه بالاعتماد على المؤسسات التربوية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج المسحي، والاستبانة كأداة للدراسة، وتم اختيار عينة من الخبراء في التربية ومكافحة التطرف بلغت (70) خبيراً، وأظهرت نتائج الدراسة أن الجانب الاقتصادي من أهم أسباب التطرف والمتمثل في انخفاض مستوى دخل الأسرة، إلى جانب البطالة، ومنها أيضاً النمط المتساهل في تنشئة الأطفال لدى الأسرة، وتأثير الأحزاب والجهات السياسية، ووسائل الإعلام، والتأثر بالثقافات الأخرى، وإمكانية الحصول على المال من التطرف، القصور في أدوار المؤسسات التربوية، انخفاض ثقافة التسامح في المجتمع، وتدفق أعداد كبيرة من المهاجرين، وتمثلت أدوار المؤسسات التربوية المأمولة في الوقاية من التطرف بمعالجة أسباب التطرف التي أظهرتها نتائج الدراسة بتعزيز الجانب الثقافي، والتعليمي والاعتماد على وسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي والديني، وتحسين النواحي الاقتصادية بمعالجة البطالة في المقام الأول.

التعليق على الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية:

اختلفت كل الدراسات السابقة في أهدافها ونتائجها اختلافا كبيرا وبطبيعة الحال اختلفت كل هذه الدراسات مع أهداف ونتائج دراسة الباحث، إلا أن كل هذه الدراسات قد بينت ان التطرف والغلو بجميع أشكاله مرفوض وذا تأثير سلبي على الفرد والمجتمع.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من الممكن إجمال ما استفاد منه الباحث من الدراسات السابقة في النقاط التالية:

1- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في أخذ معلومات ذات قيمة علمية، وتعتبر سندا علمياً يمكن للباحث أن يقيس عليها معلوماته.

2- كما من خلال هذه الدراسات أصبح لدى الباحث القدرة على معرفة كيفية تناول الباحثين الآخرين لهذا الموضوع، وبالتالي تمكن الباحث من الوصول للثغرات التي لم يتحدثوا عنها ويقوم هو بالحديث عنها كسابقة علمية وإضافة معلومات جديدة.

3- كما استفاد الباحث من هذه الدراسات في معرفة الهيكلية العامة للبحث والتعرف عن قرب على كيفية كتابة البحث بالترتيب وبعناصره الكاملة، وماهية كل عنصر من هذه العناصر.

4- كما قام الباحث بالارتكاز على الدراسات السابقة في تحديد نقطة البداية والانطلاق لدراسته، فوقف عند الأمور التي توقفت عليها تلك الدراسات ثم أكمل وأضاف إليها وعليها معلومات جديدة.

5- كذلك وجود دراسات سابقة عديدة يؤكد على مدى أهمية الموضوع الذي تناوله الباحث في دراسته الحالية، وبالتالي إقناع القارئ بهذه الأهمية وزيادة جذب القراء، ومن خلال الاستطلاع والتغذية الفكرية التي أخذها الباحث من هذه الدراسات امكنه

تحديد عناصر دراسته أو بالأحرى تحديد الفرضيات والمتغيرات التي ستسير عليها دراسته.

6- كما كانت الدراسات السابقة من مصادر المعلومات الأساسية للباحث، فمن خلال هذه الدراسات قام الباحث باقتباس الكثير من المعلومات، وكذلك قام الباحث بإجراء العديد من العمليات المعرفية مثل المناقشات، والتحليلات، والمقارنات من خلال هذه الدراسات.

7- كما لا تعود الدراسات السابقة بالفائدة على الباحث وعلى الدراسة فقط، بل تعود بالفائدة على القارئ أيضاً ولربما هذا الجانب لم يلتفت إليه الكثير، ولكن المتفكر فيه يجد أن هذه الاستفادة يلمسها القارئ بشكل جدي سواء لاحظ القارئ ذلك أم لم يلاحظ، فمنها أن القارئ من خلال وجود معلومات مقتبسة من هذه الدراسات يجد تنوعاً في الطرح، ويجد أمامه قالب نقاشي وحواري بين الباحثين حيث تمثل كل دراسة وجهة نظر كاتبها، وهذا يجعل القارئ يندمج مع ما يقرأه ويتابع القراءة ويستفيد من المعلومات بشكل واسع، وكذلك فإن القارئ عندما يجد التحليلات، والنقاشات، والمقارنات يكون بذلك قد لمس تنوع في طريقة عرض المعلومات، ويمكن للقارئ من خلال هذه الدراسات أن يفهم توجه كاتب الباحث ويتوقع النتائج التي سيصل إليها الباحث من خلال تناوله للدراسات السابقة، كما أن تمعن القارئ في المعلومات المقتبسة من الدراسات السابقة يجعل لديه القدرة على تمييز الكثير من جوانب القوة والضعف في الدراسة التي يقرأها، وهذه الدراسات بشكل عام يمكن اعتبارها مادة تقدم العديد من الجوانب الخاصة بموضوع الدراسة للقارئ، وكذلك يمكن القول بأن هذه الدراسات يستفيد منها القارئ في كونها ذات طرح تاريخي في كثير من الأحيان فيتعرف القارئ على طبيعة تناول الموضوع على مر تواريخ مختلفة.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب للدراسات التي تهدف إلى وصف ظاهرة كما هي في الواقع .

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

عينة الدراسة: وتتمثل عينة الدراسة في:

1. العينة الاستطلاعية:

حيث أجريت الدراسة على عينة استطلاعية بعدد (50) طالب وطالبة في عدد من كليات الإعلام بليبيا.

العينة الاستطلاعية	العدد	النسبة المئوية
ذكور	25	50%
إناث	25	50%
العدد الإجمالي	50	100%

الجدول رقم (1) يبين عينة الدراسة الاستطلاعية

2. **العينة الفعلية:** حيث تكونت عينة الدراسة الحالية من (200) طالب وطالبة في كلية الإعلام والاتصال جامعة، وقسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

الجدول رقم (2) يبين عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير الجنس

العينة الفعلية	العدد	النسبة المئوية
ذكور	100	50%
إناث	100	50%
العدد الإجمالي	200	100%

الجدول رقم (3) يبين عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير المؤسسات التعليمية

المؤسسات التعليمية	العدد	النسبة المئوية
قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا	100	50%
كلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس	100	50%
العدد الإجمالي	200	100%

أداة الدراسة: وتشمل الاستبانة (إعداد الباحث) حيث تشمل هذه الاستبانة على عدد 20 فقرة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

1-**الصدق الظاهري:-** حيث تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من ذوى الاختصاص والخبرة لإبداء الرأي في فقراته بعدد (5) محكمين، ثم أخذ آرائهم بعين الاعتبار.

2-صدق الاتساق الداخلي:- حيث تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (50) من طلبة كلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس، وعدد من طلبة قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا، وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون في حساب مدى ارتباط كل عبارة بأداة الدراسة، فكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (4) يوضح معاملات الارتباط لفقرات الاستبانة

رقم العبارات	معامل الارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية	رقم العبارات	معامل الارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية
1	0.847	0.01	11	0.895	0.01
2	0.846	0.01	12	0.787	0.01
3	0.794	0.01	13	0.765	0.01
4	0.822	0.01	14	0.788	0.01
5	0.745	0.01	15	0.872	0.01
6	0.857	0.01	16	0.855	0.01
7	0.793	0.01	17	0.822	0.01
8	0.836	0.01	18	0.756	0.01
9	0.746	0.01	19	0.777	0.01
10	0.796	0.01	20	0.833	0.01
معامل الارتباط الكلي			0.811		

من خلال الجدول السابق يتضح أن الاستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الصدق الداخلي.

ثبات الاستبانة:

وتم التأكد من ثبات الاستبانة باستخدام كلاً من:-

1- **معامل الفاكرونباخ:** - تم استخدام معامل الثبات (الفاكرونباخ) لحساب ثبات الاستبانة وذلك باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS للبيانات التي تم الحصول عليها من العينة الاستطلاعية كما هو موضح بالجدول التالي :-

عدد العبارات	معامل الثبات الفاكرونباخ	الدالة الإحصائية
20 عبارة	0.869	دال إحصائيا

جدول رقم (5) يوضح حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل الثبات الفاكرونباخ

من خلال نتائج الجدول السابق نستطيع القول أن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

2- **بطريقة التجزئة النصفية:** - حيث تمت تجزئة عبارات الاستبانة إلى نصفين العبارات الفردية في مقابل العبارات الزوجية، وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون في حساب مدى الارتباط بين النصفين، وجرى تعديل الطول بمعامل سبيرمان وبراون وبمعامل حساب جتمان فكانت النتائج كالتالي:

عدد العبارات	معامل الارتباط بيرسون	معامل الثبات جتمان	معامل سبيرمان وبراون
20 عبارة	0.811	0.872	0.874

جدول رقم (6) يوضح حساب ثبات الاستبانة باستخدام طريقة التجزئة النصفية

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

نتائج الدراسة :

نتائج السؤال الأول:

والذي ينص على: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من مظاهر تطرف الفكر السياسي؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية، والمتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد العينة، كذلك الانحرافات المعيارية والانحراف المعياري العام، والأوزان النسبية، لكل فقرة من فقرات الاستبانة فكانت النتائج كالآتي:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
0.71	1.70	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نشر التطرف السياسي.
0.49	1.63	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجهات السياسية لترسيخ اتجاهات سياسية معينة.
0.48	1.61	تزيد وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من فرض سياسة الحزب الواحد.
0.43	1.77	تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لإقصاء الخصوم السياسيين.
0.53	1.48	تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على توجهات الفرد السياسية.
0.41	1.81	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على توجيه سلوكيات الفرد سلبا أو إيجابا.
0.14	1.91	تعد مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنشر التوجهات السياسية.
0.51	1.40	تعمل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي على زيادة الوعي السياسي.
0.47	1.69	تشكل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة لبث وزرع الصراعات السياسية.
0.50	1.59	تعمل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في توجيه رغبات الفرد وميوله واتجاهاته السياسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
0.43	1.77	تساهم وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في الرفع من ثقافة الفرد السياسية.
0.47	1.61	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي ضرورية لمواكبة الأحداث من حولنا.
0.50	1.51	تعتبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي نافذة على العالم المحيط بنا.
0.51	1.40	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي عامل جذب للأفكار والعقول.
0.44	1.75	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لترويج التوجهات السياسية المغرضة.
0.48	1.63	تحد الرقابة على وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من زيادة انتشار النزعة الاقصائية السياسية.
0.52	1.46	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي لدى الفرد.
0.50	1.59	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على بث الفتن.
0.50	1.55	يكن دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوجيه وتوعية أفراد المجتمع والرفع من ثقافته.
0.46	1.71	لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على الشباب وميوله السياسية.
0.47	1.62	المتوسط الحسابي العام

الجدول رقم (7) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
7	كبيرة جدا	%85	1
9	كبيرة	%81.5	2
11	كبيرة	%80.5	3
3	كبيرة جدا	%88.5	4
17	متوسطة	%74	5

العبارة	الوزن النسبي	درجة التوافق	الرتبة
6	90.5%	كبيرة جدا	2
7	95.5%	كبيرة جدا	1
8	70%	متوسطة	19
9	84.5%	كبيرة جدا	8
10	79%	كبيرة	14
11	88.5%	كبيرة جدا	4
12	80%	كبيرة	12
13	75.5%	كبيرة	16
14	70%	متوسطة	20
15	87.5%	كبيرة جدا	5
16	81%	كبيرة	10
17	73%	متوسطة	18
18	79.5%	كبيرة	13
19	77.5%	كبيرة	15
20	85.5%	كبيرة جدا	6
المتوسط الحسابي العام	81.35%	كبيرة	

الجدول رقم (8) يبين الأوزان النسبية ودرجات التوافق لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة

من خلال الجداول السابقة نلاحظ توافق كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة والتي تبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحد من مظاهر تطرف الفكر السياسي، بمتوسط حسابي عام (1.62) وبانحراف معياري عام (0.47) وبوزن نسبي عام بلغ (81.35%) حيث جاءت استجابات أفراد العينة الأكثر ارتفاعاً على فقرات هذه الاستبانة كالآتي:-

العبارة السابعة: (تعد مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنشر التوجهات السياسية.) حيث جاءت استجابات أفراد العينة على هذه الفقرة بالموافقة بمتوسط

حسابي (1.91) وبانحراف معياري (0.14) وبوزن نسبي (95.5%) حيث جاءت استجابات أفراد العينة على هذه الفقرة بنسبة كبيرة جداً، حيث تأتي هذه العبارة في المرتبة (الأولى) من حيث درجة التوافق.

العبارة السادسة: (تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على توجيه سلوكيات الفرد سلبيًا أو إيجابيًا) حيث جاءت استجابات أفراد العينة على هذه الفقرة بالموافقة بمتوسط حسابي (1.81) وبانحراف معياري (0.41) وبوزن نسبي (90.5%) حيث جاءت درجات الموافقة على هذه الفقرة بنسبة كبيرة جداً، حيث تأتي هذه العبارة في المرتبة (الثانية) من حيث درجة التوافق.

العبارة الرابعة: (تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لإقصاء الخصوم السياسيين.) حيث جاءت استجابات أفراد العينة على هذه الفقرة بالموافقة بمتوسط حسابي (1.77) وبانحراف معياري (0.43) وبوزن نسبي (88.5%) حيث جاءت درجات موافقة أفراد العينة بنسبة كبيرة جداً، حيث تأتي هذه العبارة في المرتبة (الثالثة) من حيث درجة التوافق.

نتائج السؤال الثاني:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور /إناث)؟وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيمة (ت) ودرجة الحرية، ومستوى المعنوية، لاستجابات أفراد عينة الدراسة فكانت النتائج كالآتي :

عدد فقرات الاستبانة	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
30 فقرة	ذكور	100	24.2	2.5	0.94	53	0.34
	إناث	100	23.2	2.8			

الجدول رقم (9) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد الفروق في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور / إناث).

نتائج السؤال الثالث:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية ؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيمة (ت) ودرجة الحرية، ومستوى المعنوية، لاستجابات أفراد عينة الدراسة فكانت النتائج كالآتي :

المؤسسات التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية	100	22.2	2.2	0.92	48	0.32
كلية الإعلام والاتصال طرابلس	100	21.3	2.5			

الجدول رقم (10) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد الفروق في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية.

ونظرا لاختلاف أهداف الدراسات السابقة وأهداف دراسة الباحث نجد عدم توافق في نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة.

الاستنتاجات :

بعد الرحلة التي خضناها في هذه الدراسة والطواف في فصولها نستنتج أن:

* تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في حياتنا من حيث تلقي المعلومات والتواصل ومتابعة الأخبار والأحداث والمجريات اليومية ساعة بساعة حتى صار العالم أشبه بقرية صغيرة، كما لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في الحياة السياسية حيث أضحت أداة تستخدمها الأحزاب والأنظمة للترويج لسياساتها ولمحاربة خصومها وإقصاءهم، كما ساعدت هذه المواقع في توجيه ميول ورغبات الأفراد السياسية، مما لا يدع مجالا للشك بأن هذه المواقع باتت سلاح يستخدمه الفرقاء السياسيين إما لفرض سياسة معينة أو إقصاء حزب معين، كما تلعب دورا مؤثرا في الحد من مظاهر تطرف الفكر السياسي إذا ما تم استخدامه بشكل سليم بعيدا عن التجاذبات السياسية وسيطرة القوى السياسية وإذا ما تم تطويره لزيادة وعي الأفراد السياسي بعيدا عن المصالح الشخصية الضيقة.

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور/ إناث).

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية.

التوصيات:

بعد الرحلة التي خضناها في هذه الدراسة والطواف في فصولها يوصي الباحث بالتالي:

- توعية الشباب بشكل خاص وأفراد المجتمع بشكل عام بأهمية وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها بما لا يضر بمستخدميها وبما لا يضر بمصلحة المجتمع ككل.
- زرع روح المحبة والتسامح وتقبل الآخر بين أفراد المجتمع.
- سن القوانين والتشريعات والنظم واللوائح التي من شأنها حماية الفرد والمجتمع من التجاوزات التي قد ترتكب من خلال هذه الوسائل.

- على أولياء الأمور متابعة أبنائهم وتصرفاتهم ومتابعة المواقع الإلكترونية والاجتماعية التي يستخدمونها وتوجيههم للاتجاه الصحيح.
- الاهتمام بالتنشئة السليمة المبنية على أسس وتعاليم ديننا الحنيف.
- نشر الوعي السياسي بين جميع أفراد المجتمع وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم السياسية.
- العمل على القضاء على الحزب والتوجه السياسي الواحد.

المقترحات:

يقترح الباحث:

1. إجراء العديد من الدراسات التي تبحث في موضوع الدراسة بشكل أكثر دقة وأكثر تعمقا.
2. على المسؤولين على وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي اخذ نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة والتي ستليها بعين الاعتبار ووضعها في إطار البحث.
3. تكوين عدد من اللجان العلمية والمتخصصة في كل مجال على حدة لوضع كافة الحلول الممكنة لمعالجة كل تلك المشكلات المنبثقة عن الاستخدام السيء لهذه الوسائل ولمواقع التواصل الاجتماعي والحد منها والقضاء عليها.

المصادر والمراجع:

أولا : المراجع العربية :

- 1- احمد أغا. (2010) رؤية تربوية للخروج من أزمة التطرف الفكري في المجتمع الفلسطيني بمحافظة غزة، مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، 12 (12)-779-829.

- 2- إسماعيل سراج الدين (2015) التحدي رؤية ثقافية لمجابهة التطرف والعنف، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر.
- 3- إبراهيم الحيدري (2015) سيسيولوجيا الإرهاب، بغداد: دار الساقى العراق.
- 4- أماني محمد الفرجاني، وحسين سالم الشرعة. (2019) القدرة التنبئية للحاجات النفسية في الميل للتطرف الفكري، الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، (27) 605-631.
- 5- إيهاب خليفة. (2016) حروب مواقع التواصل الاجتماعي، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.
- 6- أفنان محمد عبدالله، حليلة الحبيب. (2018) اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 2 (9) 1-39.
- 7- انور شحادة نصار. (2016) واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعات غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، فلسطين، 6(1)، 161-185.
- 8- أبو الحسن عبد الموجود. (2007) ديناميات الانحراف والجريمة (التفسيرات القضائية الممارسة العامة)، المركز الجامع، أسوان فرع قناء جمهورية مصر.
- 9-بشارة عزمي (2015) في ما يسمى التطرف، مجلة سياسات عربية، 18 -5، (14).
- 10- تيسير بن حسين على السعيد. (2005) دور المؤسسات التربوية في الوقاية من الفكر المتطرف، مجلة البحوث الأمنية، 30 (4)، ص 15-62.
- 11- حمزة المعاينة، ومخلد الزعبي. (2020) الإرهاب والتطرف الفكري المفهوم، الدافع، سبل المواجهة، المجلة العربية للنشر العلمي، 3-32، ع (1).
- 12-حمادة رشدي عبد العاطي. (2021)المواطنة الرقمية في السياق التربوي، الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.
- 13-حسين محمود هتيمي. (2015) العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر.
- 14-حسنين توفيق. (1992) ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، القاهرة.

- 15-خالد المقدادي.(2012) ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 16-رضوان عبدالمنعم. (2016) المنصات التعليمية والمقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، الاردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.
- 17-زهير رواشدة (2015) التطرف الأيديولوجي من وجهة نظر الشباب الأردني دراسة سوسيولوجية للمظاهر والعوامل، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، جامعة نايف للعلوم الأمنية، ج 31، ع:63، ص: 81-122.
- 18-سالم أحمد مبارك (2018) الانحراف والتطرف الفكري، موقع الإعلام الأمني، <https://khutabaa.com/article>
- 19-سلمى عزت اسماعيل، فيفي أحمد توفيق، ايمان عبد الرحمن محمد.(2019)الانعكاسات التعليمية والأخلاقية للهواتف الذكية وأثرها على طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي الثقافة والتنمية، 19 (136) 39-78.
- 20-سارة عبد العزيز الزازان.(2014) العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.
- 21-علي سليم منصور الحربي.(2011) اتجاهات الشباب السعودي نحو ظاهرةالتطرف الفكري، دراسة اجتماعية على عينة من طلبة جامعة القصيم، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، عمان.
- 22- عبد المجيد عمر النجار، سلمان بن فهد عودة، عثمان أبو زيد عثمان، وبوعواد، أحمد ابو عواد، حليلة بكروشة. (2014) ظاهرة التطرف والعنف من مواجهة الآثار إلى معالجة الأسباب، الدوحة إدارة البحوث والدراسات الإسلامية، قطر.
- 23-عواطف بنت محمد عوض العتيبي.(2016) التطرف في الاستجابة وعلاقته بالسيكوباتية لدى عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، قسم علم نفس، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
- 24-علي محمد النوبي. (2010) ادمان الانترنت في عصر العولمة، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.

- 25-عثمان الدليمي. (2019) مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. الأردن، دارغيداء للنشر والتوزيع.
- 26- عبد الكريم علي الدبيسي، وزهير ياسين الطاهات. (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40(1).66-81.
- 27- على خليل شقرة. (2014) الاعلام الجديد، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 28- فانتن المداحه. (2015) علاقة الضغوط النفسية بالتحصيل والتطرف الفكري وتقدير الذات لدى طلبة جامعة مؤتة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، كلية العلوم الاجتماعية، الكرك.
- 29- فهد بن علي الطيار. (2017) دور المدرسة الثانوية في تعزيز الوعي الأمني للوقاية من التطرف الفكري، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، (36)، 153-208.
- 30- لمياء شعبان أبو زيد. (2019) فاعلية برنامج مقترح في إدارة المنزل واقتصاديات الاسرة قائم على تطبيق الواتس اب لتنمية الوعي الاقتصادي وبعض مهارات إدارة الوقت لدى طلاب جامعة القصيم، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، (35)4، 304-344.
- 31- منصور العور. (2019) الجودة ومستقبل التعليم العالي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 32- مرام حامد الحازمي.(2021) مستوى الوعي بقيم المواطنة الرقمية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في المدينة المنورة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (1015) 71-123.
- 33- محمد أبو دوابة. (2012) الاتجاه نحو التطرف وعلاقته بالحاجات النفسية لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأزهر، غزة.
- 34- محمد حمزة. (2012) مكافحة الإرهاب والتطرف وأسلوب المراجعة الفكرية، منشورات وزارة الداخلية المصرية، مصر.
- 35- محمد عبد البديع السيد. (2016) دور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (12) 99-162.
- 36- مريم نريماننومار. (2012) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج، الجزائر.

37-مجدي الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. (1960) القاموس المحيط، القاهرة: دار النهضة مصر.

38- منيرة بنت محمد صالح المرعب. (2009) ظاهرة التطرف الفكري والتربوي عند طلاب كليات التربية للبنين في مدينة حائل المظاهر والحلول المقترحات (دراسة ميدانية)، مجلة القراءة والمعرفة، (189) 25-36.

39- نادر شوامرة. (2014) علم النفس الاجتماعي، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
40- هائل السرحان، عهد مشاقبة، محمد سلامة، محمد درادكة. (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت 2015-2016، مجلة المنارة للبحوث والدراسات (422) 193-260.

41- هادي طوالبه. (2017) المواطنة الرقمية في كتب التربية الوطنية والمدنية (دراسة تحليلية)، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 13 (2) 291-308.

42- هالة حسن الجزار. (2014) دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية تصور مقترح، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 56(3)، 385-418.

43- وفاء عبد العزيز سلمان معجل. (2016) دور الأسرة في الحد من التطرف الفكري والعنف لدى الأبناء وعلاقته بالسلم المجتمعي (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.

44- يحيى بن فياض. (2008) ظاهرة التطرف الفكري ومظاهرها لدى طلبة الجامعة الأردنية وعلاقتها بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والأكاديمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية.

ثانيا : المراجع الأجنبية :

1-Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. European Journal of Educational Research, 7(4), 861-865. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.861>

2-Bellin, J. (2012). Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions Review. 160 (2), 331،

3-Collin, P., Rahilly, K., Richardson., I (2011). The benefit of social networking services, a third cooperative research Centre for young people. Technology and well-being, pp 1-29

4-Coates, A., Hardman, C., Halford, J., Christiansen, P. and Boyland, E., 2020. "It's Just Addictive People That Make Addictive Videos": Children's Understanding of and Attitudes towards Influencer Marketing of Food and Beverages by YouTube Video Bloggers. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(2) p:449

5-Davydov, D. (2015). The Causes of Youth Extremism and Ways to Prevent It in the Educational Environment, Russian Social Science Review, 56(5), pp. 51-64

6-Halea, W. (2012). The Dissemination of Banal Geopolitics: Webs of Extremism and Insecurity. Criminal Justice Studies 25(4), p343-356

7-Obaid A (2011), The intellectual security and life dimension, OnlineArticle. 5/8/2015, <http://www.indianexpress.com>.

8-Todd C, Helmus, E, Peter C. (2014). Promoting Online Voices for Countering Violent Extremism, RAND Corporation research report series.,

9-Webster. (1984). Webster's New Dictionary of Synonym, Merriam Webster, Inc. Publisher, USA.

10-Warner, B. (2010), Segmenting the Electorate: The Effects of Exposure to Political Extremism Online. Communication Studies, 61(4), pp. 430-444.

استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مناهج الإعلام وانعكاسه على جودة البرامج العلمية - دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية

د. محمد رجب محمد علي.. جامعة بنغازي/ ليبيا

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تطبيقات التعليم الالكتروني ومدى اعتماد أساتذة الإعلام بجميع أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية عليها في العملية التعليمية، ودرجة انعكاسها على جودة البرامج العلمية، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي، كما تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من جميع أساتذة الإعلام باستخدام الاستبيان الالكتروني قوامها (126) مفردة، ممن يستخدمون هذه التطبيقات في تدريس مقرراتهم العلمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أساتذة الإعلام يستخدمون هذه التطبيقات في العملية التعليمية بنسبة مئوية (63.5%) ، وان أكثر هذه التطبيقات استخداماً الواتس آب بنسبة (80%) ثم الماسنجر و التليجرام بنسبة (65%)، كما يعد الهاتف المحمول أكثر الوسائل استخداماً بنسبة (88.1%)، وان درجة انعكاس هذه التطبيقات على جودة البرامج العلمية بالنسبة للمقررات الدراسية التي يقوم بتدريسها أساتذة الإعلام تكمن في سهولة استلام أوراق الإجابة من الطلبة ومناقشتهم فيها بنسبة (81%)، وتشجيع الطلبة على الحوار والنقاش بنسبة (78%)، كما أظهرت نتائج الدراسة أن مؤسسات التعليم العالي الليبي تشجع أساتذة الإعلام على استخدام هذه التطبيقات في العملية التعليمية بشكل دائم وبنسبة (56%).

الكلمات المفتاحية: تطبيقات التعليم الالكتروني - مناهج الإعلام - جودة البرامج العلمية.

Abstract:

This study aims to shed light on electronic -learning applications and the extent to which media professors in all media departments and colleges in Libyan universities rely on them in the educational process, and the degree of their reflection on the quality of scientific programs, as this study is one of the descriptive studies that relied on the survey method, and a random sample was chosen. A simple survey of all media professors using an electronic questionnaire consisting of (126) items, who use these applications in teaching their scientific courses. The study reached a set of results, the most important of which are: that media professors use these applications in the educational process at a percentage of (63.5%), and that most of these The most commonly used applications are WhatsApp (80%), then Messenger and Telegram (65%). The mobile phone is the most widely used means (88.1%). The degree to which these applications reflect on the quality of scientific programs for the courses taught by media professors lies in the ease of receiving answer sheets from students and discussing them about it with a rate of (81%), and encouraging students to engage in dialogue and discussion at a rate of (78%). The results of the study also showed that Libyan higher education institutions encourage media professors to use these applications in the educational process permanently, at a rate of (56%).

Keywords: Electronic-Learning Applications - Media Curricula - Quality of Scientific programs.

مقدمة :

يتميز العصر الحالي بالكثير من التطورات العلمية والمعرفية التي كان لها انعكاساً ايجابياً على كل المؤسسات من جهة والمجالات العلمية والمعرفية والتقنية المختلفة من جهة أخرى ، حيث ساهم هذا التطور التكنولوجي في إحداث طفرة كبيرة في أساليب التعليم والاتصال والتعلم ، مما جعل المؤسسات التعليمية تستفيد من هذا التطور خاصة في فترة الأزمات وتوقف الدراسة والابتعاد الوقائي ، حيث كان لاستخدام تطبيقات التعليم الالكتروني دوراً كبيراً وفعالاً في استمرار العملية التعليمية عبر المنصات المختلفة

والتطبيقات المتنوعة مثل التليجرام ، والوات ساب ، وغرف الدردشة ... الخ ، لما تتميز به من خصائص جعلت المؤسسات العلمية تعتمد عليها في تقديم المقررات والبرامج التعليمية ومتابعة التحصيل العلمي للطلاب مما يوفر الجهد والوقت ، بالإضافة لمرونة اختيار الوقت المناسب للدراسة والمناقشة وتبادل الآراء والتكليف بالواجبات و إجراء الاختبارات ، هذا التطور خلق بيئة علمية تفاعلية باستخدام الحاسوب و أجهزة الهاتف المحمول ، وهذا ما يميز التعليم الالكتروني عن التعليم عن بعد ، لأن المشاركة في العملية التعليمية معتمدة على المتابعة والتواصل المباشر عكس التعليم عن بعد الذي يتم فيه تقديم المعلومات دون المشاركة والتفاعل والنقاش وإبداء الرأي الذي يتميز به التعليم الالكتروني الذي جعل الباحث يهتم به ويسلط الضوء عليه حتى يتم الاستفادة منه وتوظيفه أكثر في العملية التعليمية مستقبلاً ،وعندما نتحدث عن استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ، فإن ذلك ينبع من الدور الذي باتت تقوم به هذه التطبيقات في نقل المعلومات وخلق حالة من التفاعل العام ، كما يؤكد الكثير أن التطورات التكنولوجية الحديثة تعد فرصة يجب الاستفادة منها في جميع المجالات ، لأنها جعلت الجمهور المستهدف قناة إعلامية قائمة بذاتها حيث غير اتجاه التواصل من اتجاه واحد إلى اتصال في اتجاهين، وهذا يعد تطوراً في مجال التعليم الالكتروني ؛ لأنه يتميز بأدوات مؤثرة وجمهور ذكي وتفاعلي ، لذا يجب الاستفادة من هذا التطور للمساهمة في تقدم وتطور التعليم بجميع مراحل ومجالاته أسوة بالدول المتقدمة التي استفادت من هذا التطور وتبنته في نظامها التعليمي وعملياتها التعليمية المختلفة .

أولاً / الإطار المنهجي :

مشكلة البحث :

المشكلة العلمية أو الموقف المشكل problematic situation يمكن تعريفها بأنها (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف

على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم⁽¹⁾، حيث تكمن مشكلة الدراسة التي نحن بصددتها في تطور وتعدد وسائل الاتصال والتطبيقات الاتصالية المختلفة التي باتت تستخدم في جميع المجالات خاصة في مؤسسات التعليم العالي ، والتي كان لها دوراً كبيراً في تقديم المقررات الدراسية لجميع الطلاب ، لما تتمتع به هذه التطبيقات من خصائص تميزها عن غيرها من الوسائل التقليدية مثل المرونة وسهولة التواصل بين أطراف العملية التعليمية ، مما أتاح للأساتذة إمكانية تقديم موادهم العلمية دون أي تقيد بالزمان والمكان ، كما سهل على الطلاب الحصول على المعلومات بكل سهولة ويسر وبكل سرعة ، كل هذه المزايا التي تتمتع بها تطبيقات التعليم الالكتروني جعلنا نحدد مشكلة الدراسة في السؤال التالي :

ما درجة اعتماد أساتذة الإعلام على تطبيقات التعليم الالكتروني ؟ وما درجة انعكاسها على جودة البرامج التعليمية ؟

أسباب اختيار الموضوع :

يعد موضوع استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في مجال الإعلام من الموضوعات ذات الاهتمام من قبل الباحث نظراً لاعتماده على هذه الوسائل في تدريس بعض المقررات الدراسية الإعلامية ، بالإضافة إلى بعض الأسباب الأخرى المتمثلة في :

- انتشار استخدام هذه الوسائل في اغلب المجالات العلمية والتطبيقات العملية من قبل الأساتذة .
- اهتمام الطلاب بهذه التطبيقات نظراً لسهولة استخدامها سواء في العملية التعليمية أو التواصل مع الأصدقاء والزلاء من الطلاب أو مع أعضاء هيئة التدريس .

- تعد هذه التطبيقات من الوسائل المهمة في تنوع أساليب التعليم والمرونة في تقديم المعلومات ، بالإضافة لتعزيزها مشاركة الطلاب وتفاعلهم معها .

أهمية البحث - تكمن أهمية الدراسة فيما يأتي :

- تسليط الضوء على تطبيقات التعليم الالكتروني ودورها في العملية التعليمية .
- أهمية استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني وأثرها على جودة التعليم .
- التوصل إلى نتائج يمكنها المساهمة في زيادة تبني تطبيقات التعليم الالكتروني في المؤسسات التعليمية مما يساهم في تكوين بيئة علمية رقمية متطورة .
- تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية ذات العلاقة بموضوع الاتصال وتطبيقاته الحديثة في عملية التعليم، وإضافة علمية إلى المكتبة الإعلامية .
- أهداف البحث - يسعى البحث لتحقيق مجموعة من الأهداف هي :

- إبراز درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في أقسام و كليات الإعلام بالجامعات الليبية لتطبيقات التعليم الالكتروني عند تدريس مقرراتهم العلمية.
- معرفة أكثر تطبيقات التعليم الالكتروني استخداماً في العملية التعليمية.
- معرفة مدى تشجيع المؤسسات العلمية (أقسام - كليات) الإعلام على استخدام تطبيقات التعلم الالكتروني في العملية التعليمية.
- التعرف على درجة انعكاس استخدام هذه التطبيقات على جودة البرامج العلمية.
- رصد أكثر الصعوبات التي تواجه أعضاء هيئة التدريس عند استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية.
- تقديم مقترحات يمكنها المساهمة في زيادة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية إلى جانب الوسائل التقليدية .
- الخروج بتوصيات يمكن الاستفادة منها مستقبلاً لزيادة الاعتماد على تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية.

تساؤلات البحث :

- ما درجة اعتماد أعضاء هيئة التدريس في أقسام وكليات الإعلام على تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات الإعلامية ؟
 - ما أكثر تطبيقات التعليم الالكتروني استخداماً من قبل أعضاء هيئة التدريس؟
 - ما مدى انعكاس استخدام هذه التطبيقات على جودة البرامج العلمية ؟
 - هل يمكن الاعتماد على تطبيقات التعليم الالكتروني في تطوير نظام التعليم بالمؤسسات التعليمية ؟
 - هل المؤسسة الجامعية تشجع على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ؟
 - ما الصعوبات التي تواجه أعضاء هيئة التدريس عند استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ؟
 - ما المقترحات التي يمكنها المساهمة في زيادة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية إلى جانب الوسائل التقليدية ؟
 - ما التوصيات التي يمكن الاستفادة منها مستقبلاً لزيادة الاعتماد على تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ؟
- الدراسات السابقة :

1-دراسة : محمد حسن السوسي - عيسى سليمان الفارسي (2023) (2)

2- بعنوان:(استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي في العملية التعليمية - دراسة ميدانية)

استهدفت الدراسة معرفة دوافع استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي في العملية التعليمية ، وحجم الاستفادة وأكثر التطبيقات استخداماً من وجهة نظر طلاب جامعة بنغازي ، كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي ، حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية قوامها (278) مفردة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن طلاب كلية الإعلام

يمتلكون مهارات متوسطة في استخدام التطبيقات الرقمية في العملية التعليمية ، وأن الفيس بوك و التليجرام في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام ، وان الزوم Zoom جاء في المرتبة الأخيرة ، ومن أهم دوافع استخدام الطلاب لتطبيقات الإعلام الرقمي اكتساب المعرفة ، وثقافة التعلم الذاتي وزيادة الحصيلة المعرفية ، و أن استخدام هذه التطبيقات يحسن تجربة التعلم ويساهم في تحقيق نتائج جديّة في الدراسة ، كما أن قلة توفير خدمة الانترنت و الأجهزة الذكية من الصعوبات الرئيسة التي تواجههم في استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي .

3-دراسة :عادل جمعة الفرجاني - نجاة محمد المهباط (2022) ⁽³⁾

بغنوان:(واقع التعليم الالكتروني ومعيقات استخدامه في كلية الآداب بجامعة الزيتونة)

استهدفت الدراسة معرفة واقع التعليم الالكتروني ومعيقات استخدامه في كلية الآداب بجامعة الزيتونة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب جامعة الزيتونة بلغت (53) مفردة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن واقع التعليم الالكتروني في كلية الآداب تمثل في ضعف البنية التحتية المتمثلة في المعامل والأجهزة، وعدم توفر شبكة الانترنت، وقلة أعضاء هيئة التدريس المتدربين على استخدام التعليم الالكتروني ، ونظرة الطلاب الدونية للتعليم الذاتي فضلاً عن قلة عدد الموظفين المتخصصين في هذا المجال.

4-دراسة : فرحات محمد خليل وآخرون (2022)⁽⁴⁾

بعنوان : (استخدام تطبيقات ومنصات التعليم الالكتروني - التعليم عن بعد في مؤسسات التعليم العالي خلال جائحة كورونا - دراسة تطبيقية)

استهدفت الدراسة التعرف على أكثر تطبيقات التعليم الالكتروني استخداماً والآلية التي تم اعتمادها من قبل كلية الإعلام جامعة بنغازي في المحاضرات وايجابيات استخدام هذه التطبيقات، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي ، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات بأسلوب الحصر الشامل من جميع أعضاء هيئة التدريس التابعين لكلية الإعلام والذين بلغ عددهم (75) مفردة، بالإضافة إلى اختيار عينة عشوائية طبقية من طلاب الكلية والذين بلغ عددهم (230) مفردة ،وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن التليجرام يعد أكثر تطبيقات التعليم الالكتروني استخداماً بنسبة 55%، ثم تطبيق الزوم بنسبة 23%، ثم الواتس آب بنسبة 22%، وان هذه التطبيقات وفرت الجهد والوقت والمرونة ، وساهمت في التعامل مع التكنولوجيا ، كما أوضحت النتائج عدم ملائمة التعليم الالكتروني لكل التخصصات بسبب تردي البنية التحتية للاتصالات والافتقار للكوادر المؤهلة لتصميم وإنتاج المواد التعليمية .

5-دراسة : عبدالله محمد اطبيقة (2022)⁽⁵⁾

بعنوان : (توظيف التطبيقات الرقمية في المقررات الدراسية لأقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية - دراسة مستقبلية من 2022 - 2032) .

استهدفت الدراسة معرفة أهم التطبيقات الرقمية استخداماً من قبل أساتذة الإعلام في المجال التدريسي ، بالإضافة لرؤية الأساتذة المتوقعة لتوظيف هذه التطبيقات في المقررات الدراسية ، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي ، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من العينة العارضة التي بلغ قوامها (125) مفردة ، من أعضاء هيئة التدريس بأقسام وكليات

الإعلام بالجامعات الليبية ،وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن أقسام وكليات الإعلام تعتمد على التطبيقات الرقمية بدرجة ضعيفة جداً ، وبنسبة بلغت 48.8% ، وإن درجة الاستفادة المتوقعة في حال تم الاعتماد على هذه التطبيقات الرقمية في المقررات الدراسية بدرجة كبيرة ، كما ستحل التطبيقات الرقمية مكان المقررات النظرية الحالية بدرجة متوسطة بنسبة 48.8% .

6-دراسة : إبراهيم الناني الصادق (2021)⁽⁶⁾

بغنوان : (انعكاسات التعليم الالكتروني وتقنياته على جودة التعليم الجامعي - دراسة ميدانية)

استهدفت الدراسة معرفة ايجابيات وسلبيات التعليم الالكتروني من وجهة نظر طلبة كلية الآداب جامعة طرابلس وانعكاسات التقنية الالكترونية على جودة العملية التعليمية، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية قوامها (120) مفردة ، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة لا يجدون أي صعوبة في التعامل مع الحاسوب وبرامجه المبدئية ، وإن اغلبهم يمتلكون أجهزة انترنت ، مما ساعد على قبول فكرة التعليم الالكتروني ، كما أن التعليم الالكتروني يساعد الطلاب على المناقشة سواء مع بعضهم البعض أو مع الأساتذة حول الفصل الدراسي مع عدم تقييدهم بوقت أو مكان محدد ، بالإضافة إلى منح الطلبة فرصة كافية لإظهار قدراتهم وإمكاناتهم الذاتية .

7-دراسة : عقيل محمد عقيل - اشرف أبو الإسعاد خشخوشة (2019)⁽⁷⁾

بغنوان : (استخدام نظام التعليم الالكتروني لرفع مستوى الأداء في مؤسسات التعليم العالي بليبيا)

استهدفت الدراسة تسليط الضوء على تفعيل نظام التعليم الالكتروني لما يحققه من مزايا في مجال التعليم الجامعي وضمان الجودة والارتقاء بمستوى التأهل والكفاءة ،

حيث اعتمد الباحث على المنهج المقارن للاتجاهات العالمية في تطبيق التعليم الالكتروني وجوانب الاستفادة منه في مؤسسات التعليم العالي .

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى اتفاق الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة من حيث التعامل مع أنواع مختلفة من تطبيقات التعليم الالكتروني سواء المتزامن أو غير المتزامن . و أن التعليم الالكتروني يحقق الاستيعاب والتفاعل الأكاديمي لطلاب الجامعات ، كما أظهرت الدراسة بعض أوجه القصور في التعليم الالكتروني وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية ، التي تتطلب الاستفادة من بعض الجوانب الايجابية في التطبيقات الدولية مثل الولايات المتحدة ، دول الاتحاد الأوروبي وسنغافورة وماليزيا .

8-دراسة : سهاد عادل القيسي (2015)⁽⁸⁾

بعنوان : (توظيف التعليم الالكتروني في جامعة بغداد - دراسة تطبيقية استكشافية)

استهدفت الدراسة الكشف عن مدى استفادة المتعلم في التعليم الالكتروني في تعليمه الجامعي و إيضاح حجم الاستفادة، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عمدية من طلاب المرحلة الثانية والثالثة في قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام ، جامعة بغداد للعام الدراسي 2011- 2012 ، 2012- 2013 ، والذين بلغ عددهم (208) طالباً، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى اعتماد الكثير من الدراسات والبحوث وطرائق التدريس على إمكانيات الوسائل الاتصالية الالكترونية ، نظراً لما تحققه هذه الوسائل من درجة عالية من الإدراك والانسجام النفسي، بالإضافة إلى تحقيق درجة عالية من التفاعل من قبل الطلبة مع مضمون التدريس لمادة العلاقات العامة ، كما تحققت درجة من الاستجابة إلى تقنيات التعليم الالكتروني أي استجابة الطلبة لمختلف المتغيرات في النقلة التكنولوجية المستخدمة.

الإطار النظري للدراسة :

نظرية الاستخدامات والإشباعات :

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام⁽⁹⁾ ، حيث تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، أي بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، حيث كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل الإعلام⁽¹⁰⁾.

فأساس الإشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري قد يتعلق بالمضمون الخاص بالرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية⁽¹¹⁾.

كما أن منظور الاستخدامات والإشباعات يحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- تفسير اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك من خلال الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث بسبب هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري⁽¹²⁾.

فروض النظرية: يلخص كاتز وزملاؤه الفروض الأساسية للنظرية فيما يلي⁽¹³⁾:

- جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ويتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الإعلام بأهداف محددة لديه.
- يختار الجمهور وسائل الإعلام التي يتوقع منها إشباع رغباته وحاجاته ودوافعه.

- الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها الجمهور.
- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع (14) :
 - افتراض الجمهور النشط.
 - الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام "الإدراك الانتقائي".
 - دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يراها كاتز الإشباع التي يبحث عنها.
 - التعرض لوسائل الإعلام.
 - وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور.
- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الرقمي:

نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي تستخدم كثيراً في العديد من البحوث خاصة التي تدرس استخدام الانترنت، ولكن عند تطبيق هذه النظرية في دراسات وبحوث الإعلام الجديد خاصة والاتصال الرقمي عموماً هناك عدد من النقاط وفقاً للدكتور محمد عبد الحميد وهي (15) :

 - إن جمهور شبكة الانترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بسبب تأثير التفاعلية التي تتميز بها تطبيقات التعليم الالكتروني.
 - يتمثل استخدام شبكة الانترنت في اتجاهين هما الاتصال بالغير والتجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات والتي تصدرها الحاجات المعرفية بالإضافة للتسلية والترفيه أو الحاجة للإعلان والتسويق.
 - يجب الوضع في الاعتبار المعايير المختلفة للاستخدام وخصائص العادات ومستوياتها نظراً إلى أن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدام الإنترنت.

- كما يجب علينا أن نفرق في قياس شدة الاستخدام بين الاستغراق في المحتوى والاستغراق في التجول، والأخرى الدافعة إلى الدخول لمواقع الشبكة واستخدامها.
- يجب أن نضع في الاعتبار عند اختيار هذه النظرية عزل العوامل المؤثرة في استخدام الشبكة ومواقعها.

تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة :

- تعتمد هذه الدراسة في تفسيرها للنتائج على مدخل الاستخدامات والإشباع الذي ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام والاتصال أنه جمهور نشط في استخدامه لتلك الوسائل، وعليه فإن الدراسة تنظر إلى أساتذة الإعلام والطلاب على أنهم جمهور نشط في تعرضهم لتطبيقات التعليم الالكتروني، حيث إنهم يستخدمون هذه التطبيقات بوعي ونشاط ؛ لأنها تشبع حاجاتهم وتحقق توقعاتهم وتلبي رغباتهم لتحقيق الأهداف التي يرغبون في الوصول إليها.
- استناد الباحث من بحوث الاستخدامات والإشباع في تحديد فئة بعينها من فئات الجمهور وهم أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية المستهدفة بالدراسة وذلك لاعتماد هذه الفئة على تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مقرراتهم الدراسية .
- يعد توظيف مدخل الاستخدامات والإشباع كإطار نظري لهذه الدراسة يحقق عدة أهداف منها:
- شرح وتوضيح أسباب استخدام أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية لتطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية .
- التعرف على كيفية استخدام هذه التطبيقات وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط والفعال، أي الذي يستطيع اختيار الوسيلة المناسبة التي تشبع حاجاته المتنوعة والمتباينة.

المفاهيم المستخدمة في الدراسة :

■ التعليم الإلكتروني :

هو عبارة عن تعليم تفاعلي يعتمد على استخدام الوسائط الإلكترونية لتحقيق الأهداف التعليمية وتوصيل المحتوى الإلكتروني إلى الطلاب دون اعتبار للحواجز الزمانية والمكانية⁽¹⁶⁾.

■ العملية التعليمية إجرائياً :

هو عبارة عن نظام تعليمي تفاعلي ومرن يتم من خلاله نقل المواد العلمية من المعلم إلى المتعلم عبر الوسائل الاتصالية الحديثة والمتنوعة .

■ الجودة :

هي عملية مستمرة لتطبيق مجموعة من المعايير و المواصفات التعليمية ، وتعني الدقة والإتقان عبر الالتزام بتطبيق المعايير القياسية في الأداء⁽¹⁷⁾.

■ دراسة ميدانية :

" فيها يقوم الباحث بتصنيف وتبويب وتحليل البيانات وتفسيرها وفق نسق معين يتيح للسمات والخصائص الرئيسة للدراسة أن تبرز بصورة واضحة ، ومن أهمها المتغيرات وطريقة تداخلها وارتباطها وتوافقها مع بعضها البعض⁽¹⁸⁾.

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها، ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها من خلال الحصول على معلومات واضحة ودقيقة عنها ، وتتمثل الظاهرة موضوع الدراسة في محاولة إبراز مدى استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الإلكتروني في تدريس مناهج الإعلام ومدى انعكاسها على جودة البرامج العلمية.

منهج البحث :

سوف يعتمد الباحث على منهج المسح ، أي مسح أساليب الممارسة لكل أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية ، والذي يعد من أبرز المناهج التي تستخدم في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسات الوصفية ، كما يعد أسلوباً منهجياً يقوم على تقديم الوصف الدقيق لحالة معينة ⁽¹⁹⁾ ، وكان الهدف من استخدام منهج المسح هو دراسة ظاهرة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني لمعرفة تأثيراتها وانعكاساتها على العملية التعليمية من خلال مسح أساليب الممارسة لأساتذة الإعلام.

مجتمع البحث :

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع أساتذة الإعلام الذين يستخدمون تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ، والتابعين لأقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية .

عينة البحث :

في سياق تحقيق أهداف الدراسة وصولاً للنتائج المرجوة ، قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة من جميع أساتذة الإعلام التابعين لكل أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية ، ممن يستخدمون تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مقرراتهم الدراسية ، حيث تم اختيار هذا النوع من العينات نظراً لمنحها فرصة الظهور المتساوية لكل مفردة من مفردات المجتمع ⁽²⁰⁾ ، والذين بلغ عددهم الإجمالي (126) مفردة، على النحو التالي: جامعة طبرق (6) مفردة، جامعة درنة (7) مفردة، فرع القبة (4) مفردة، جامعة عمر المختار (8) مفردة ، قسم الإعلام المرج (8) مفردة ، كلية الإعلام بنغازي (29) مفردة، جامعة اجدابيا (9) مفردة، جامعة خليج السدرة (5) مفردة، جامعة سرت (8) مفردة، الأكاديمية طرابلس (4) مفردة ، الأكاديمية جنزور (1) مفردة، الجامعة الاسمرية (7) مفردة، جامعة مصراته (9) مفردة، جامعة الزيتونة

ترهونه (4) مفردة، جامعة الخمس (2) مفردة، جامعة طرابلس (9) مفردة، جامعة زليتن (4) مفردة، جامعة الزاوية (2) .

أدوات جمع البيانات : تعد أدوات جمع البيانات من الخطوات المنهجية التي يستخدمها الباحث في دراسته ، حيث يقوم بتجميع البيانات والمعلومات اللازمة لدرسته بعدد من الأساليب العلمية التي تتباين في أهميتها حسب درجة الاستفادة منها في حل المشكلة ⁽²¹⁾، وفي هذه الدراسة أعتمد الباحث على البحث والتحصيص في التراث العلمي، فضلاً عن الاستبيان الالكتروني للوصول إلى اكبر عدد ممكن من أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية .

إجراءات الصدق والثبات:

معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين

المتغيرات	معامل الثبات المعتمد عليه	معامل الصدق الإحصائي
صحيفة استقصاء المبحوثين	معامل (ألفا . كرونباخ)	0.901
	معادلة سبيرمان براون	0.83

يوضح الجدول السابق أن قيم معامل الصدق الإحصائي لصحيفة الاستقصاء مرتفعة ومقبولة وتفي بأغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة: بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم إدخالها بعد ترميزها على الحاسب الآلي لمعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS.V.17.0) .

ثانياً / الإطار المعرفي للدراسة :

التعليم الالكتروني:

يعد التعليم الالكتروني من الظواهر الحديثة التي ظهرت مع بداية التسعينات من القرن الماضي كنمط تعليمي، والذي تطور متزامناً مع التقدم التكنولوجي خاصة في مجال تقنيات الاتصال و الإعلام، كما يعتبر من أنواع التعليم الذي يعتمد على الوسائط الالكترونية عبر الانترنت، والذي يعزز التفاعل والمشاركة بين جميع أطراف العملية التعليمية، بهدف جعل العملية التعليمية أكثر مرونة، مما يساهم في تعزيز المهارات والكفاءات بم يتلاءم مع التطور التكنولوجي الحالي .

أهمية التعليم الالكتروني (22):

- تحقيق التفاعلية في العملية التعليمية بين المتعلمين وبين محتوى المواد التعليمية.
- تعليم غير مقيد بأي مكان او زمان .
- مساعدة المتعلم على التعلم والاعتماد على الذات أي في إطار التعليم الذاتي .
- إشباع حاجات وخصائص المتعلم .
- سهولة تبادل وجهات النظر بين مختلف المتعلمين وبين المتعلمين والأساتذة .
- كسر الحواجز النفسية بين المتعلم والمعلم .
- تحقيق المرونة سواء فيما يتعلق بالحضور أو في ترسيخ الفهم والتقييم .

أهداف التعليم الالكتروني (23):

- إمكانية تحويل طريقة التدريس وملائمة مختلف أساليب التعليم وفق ما يناسب الطالب .
- يتيح التعليم الالكتروني للطلاب الذين يعانون من نقص التركيز والاستيعاب الاستفادة من المادة التعليمية لأنها تكون مرتبة ومنسقة ومحددة العناصر .
- تستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتقديم محتوى المادة التعليمية .
- توفير بيئة تعليمية مرنة واعتماد أساليب تدريسية حديثة .

- دعم التفاعل بين أطراف العملية التعليمية من خلال تبادل الخبرات والآراء والمناقشات الهادفة .
- يحقق مبدأ تكافؤ الفرص التعليمية لجميع الطلاب والمتعلمين .
- **خصائص تطبيقات التعليم الالكتروني والتي كانت سبباً في انتشارها منها :**
 - التفاعلية والتشاركية : أي يستطيع كل عضو التفاعل من خلاله ⁽²⁴⁾.
 - سهولة الاستخدام : يستطيع الجميع استخدامه بسهولة .
 - المرونة : إمكانية تطبيقات التعليم الالكتروني عن طريق الهواتف أو أجهزة الحاسوب
 - سهولة الحصول على المعرفة .
 - المساهمة في إتاحة الفرصة لكل من لديه الرغبة في تطوير معرفته وزيادة تأهيله ⁽²⁵⁾.
 - يساعد في تطوير العملية التعليمية .
 - متابعة ما يحدث من تطور في وسائل التعليم غير التقليدية .
 - توفير مصادر تعليمية متنوعة .
- **كما يمكن إبراز مميزات التعليم الالكتروني فيما يلي ⁽²⁶⁾:**
 - يعتمد على أكثر من وسيلة في نقل المعلومات للمتعلمين ، وهذا ما يميزه عن التعليم التقليدي الذي يعتمد على مصدر واحد .
 - يعد أسلوب جديد يختلف عن طرق التعليم التقليدي .
 - المرونة في استقبال المتعلم للمواد التعليمية في أي مكان وزمان .
 - قدرته على إيصال التعليم للجميع .
 - يعد التعليم عن بعد اقل تكلفة من نظام التعليم التقليدي .
- **إيجابيات استخدام تكنولوجيا التعليم ⁽²⁷⁾:**
 - خلق تواصل فعال بين المتعلمين .
 - مساعدة المتعلمين على ممارسة التعلم بشكل أفضل .

- يظهر استخدام التكنولوجيا في الفصل الدراسي فوائد كبيرة لكل من المعلم والمتعلم من حيث الوصول الى المعرفة والمعلومات بشكل واسع .
- تتيح إمكانية التعلم الذاتي ومساعدة المتعلمين على أداء واجباتهم .
- توفير طريقة مثيرة للتعلم تعمل على جذب انتباه المتعلمين .
- خلق بيئة تعليمية تتمحور حول المتعلم وتطور مهارات التفكير النقدي لديه والقدرة على حل المشكلات .

معوقات أمام التعليم الالكتروني⁽²⁸⁾:

على الرغم من أهمية التعليم الالكتروني ودوره الفعال إلا أن هناك بعض المعوقات التي تواجهه مثل :

- المعوقات المادية مثل عدم انتشار أجهزة الحاسب الآلي ومحدودية تغطية الانترنت وارتفاع سعرها .

- المعوقات البشرية : هناك عدداً من الأساتذة الذين لا يجدون فن التعليم الالكتروني.

- المعوقات النظامية : عدم قناعة الكثير من أصحاب القرار بهذا النوع من التعليم .

ثالثاً / نتائج الدراسة الميدانية :

أولاً / تحليل نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم (1) يوضح السمات الشخصية لعينة الدراسة من حيث النوع

النوع	ك	%
ذكور	83	66
إناث	43	34
المجموع	126	100

يشير الجدول السابق رقم (1) إلى السمات الشخصية لأعضاء هيئة التدريس التابعين لأقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية من حيث النوع ، والذين بلغ عددهم (126) مفردة، منهم (83) من الذكور بنسبة (66%) و(43) من الإناث بنسبة (34%)، وهذه النسبة تعكس ارتفاع عدد الذكور من أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية الذين يستخدمون تطبيقات التعليم الالكتروني، كما يتفق الإجمالي تقريبا مع دراسة (عبدالله أطبيعة، 2022).

جدول رقم (2) يبين السمات الشخصية لأساتذة الإعلام بالجامعات الليبية من حيث العمر

الفئة العمرية	ك	%
25- أقل من 35	17	13.5
35- أقل من 45	47	37.3
45- أقل من 55	54	42.9
55- فما فوق	8	6.3
المجموع	126	100

يوضح الجدول السابق رقم (2) السمات الشخصية لأساتذة الإعلام من حيث المستويات العمرية ، حيث إن الفئة العمرية من 45- أقل من 55 بلغ عددهم (54) وبنسبة (42.9%)، ثم الفئة العمرية من 35- أقل من 45 بلغ عددهم (47) وبنسبة (37.3%) ، ثم الفئة العمرية 25- أقل من 35 بلغ عددهم (17) وبنسبة (13.5 %)، وأخيراً الفئة العمرية 55- فما فوق فقد بلغ عددهم (8) وبنسبة (6.3%) .

جدول رقم (3) يوضح التخصص العلمي لأساتذة الإعلام بالجامعات الليبية

التخصص العلمي	ك	%
العلاقات العامة	50	39.7
الإذاعة	42	33.3
الصحافة	31	24.6
المسرح والسينما	3	2.4
المجموع	126	100

يتبين من الجدول السابق رقم (3) أن التخصص العلمي العلاقات العامة جاء أولاً بعدد (50) مفردة وبنسبة مئوية (39.7%) ، ثم ثانياً التخصص العلمي الإذاعة وعددهم (42) مفردة وبنسبة مئوية (33.3%) ، أما ثالثاً فقد جاء تخصص الصحافة وعددهم (31) مفردة بنسبة مئوية (24.6%) ، وأخيراً تخصص المسرح والسينما بعدد (3) ونسبة مئوية (2.4%) ، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (سهاد القيسي ، 2015) .

جدول رقم (4) يوضح الدرجة العلمية لعينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الليبية

الدرجة العلمية	ك	%
مساعد محاضر	22	17
محاضر	46	37
أستاذ مساعد	29	23
أستاذ مشارك	18	14
أستاذ	11	9
المجموع	126	100

يوضح الجدول السابق رقم (4) الدرجات العلمية لأعضاء هيئة التدريس الذين يستخدمون تطبيقات التعليم الإلكتروني في تدريس مناهج الإعلام ، حيث جاءت أولاً درجة المحاضر وعددهم (46) مفردة بنسبة مئوية (37%)، وثانياً الدرجة العلمية أستاذ مساعد وعددهم (29) مفردة بنسبة مئوية (23%) ، ثم ثالثاً الدرجة العلمية مساعد محاضر وعددهم

(22) مفردة بنسبة مئوية (17%)، أما رابعاً فقد جاءت الدرجة العلمية الأستاذ المشارك وعددهم (18) مفردة بنسبة مئوية (14%)، وأخيراً الدرجة العلمية الأستاذ وعددهم (11) مفردة بنسبة مئوية (9%) .

جدول رقم (5) يبين درجة استخدام أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية لتطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مناهج الإعلام

درجة الاستخدام	ك	%
تستخدم بشكل دائم	34	27
تستخدم إلى حد ما	80	63.5
تستخدم نادراً	12	9.5
المجموع	126	100

يبين الجدول السابق رقم (5) درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الليبية لتطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مناهج الإعلام، حيث جاء أولاً أنها تستخدم إلى حد ما بنسبة مئوية (63.5%)، ثم ثانياً تستخدم بشكل دائم بنسبة مئوية (27%) ، وأخيراً تستخدم نادراً بنسبة مئوية (9.5%)، وبذلك يتضح أن جميع أعضاء هيئة التدريس يستخدمون تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مناهج الإعلام ولكن بدرجة متوسطة، وقد يكون ذلك حسب نوع المقرر وحسب الظروف العامة، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (أطبيعة، 2022).

جدول رقم (6) يوضح مستوى اعتماد أساتذة الإعلام على تطبيقات

التعليم الالكتروني في العملية التعليمية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرًا	أحيانًا	دائمًا	تطبيقات التعليم الالكتروني
			ك	ك	ك	
دائمًا	0.6	2.72	10	15	101	الواتس اب
دائمًا	0.76	2.48	21	19	82	المانسجر
دائمًا	0.79	2.47	24	19	83	التليجرام
دائمًا	0.8	2.42	25	23	78	Google
دائمًا	0.79	2.4	24	28	74	اليوتيوب
أحيانًا	0.84	2.13	37	36	53	Google Meeting
أحيانًا	0.85	2.2	35	31	60	الزوم ZOOM
أحيانًا	0.79	1.87	49	45	32	Teams
أحيانًا	0.73	1.77	51	53	22	Video Conference
نادرًا	0.62	1.37	90	26	10	Chatting Rooms

يشير الجدول السابق رقم (6) إلى مستوى اعتماد أساتذة الإعلام على تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية، حيث جاء أولاً الواتس اب بمتوسط حسابي (2.72) وانحراف معياري (0.6) واتجاه عام دائماً ، وقد يرجع ذلك لسهولة استخدامه في نقل المعلومات والتواصل مع الطلاب، ثم جاء ثانياً المانسجر بمتوسط حسابي (2.48) وانحراف معياري (0.76) واتجاه عام دائماً، أما ثالثاً فقد جاء التليجرام بمتوسط حسابي (2.47) وانحراف معياري (0.79) واتجاه عام دائماً، وجاء رابعاً الجوجل بمتوسط حسابي (2.42) وانحراف معياري (0.8) واتجاه عام دائماً، ثم جاء خامساً اليوتيوب بمتوسط حسابي (2.4) وانحراف معياري (0.79) واتجاه عام دائماً، أما سادساً فقد جاء Google Meeting بمتوسط حسابي (2.13) وانحراف معياري (0.84) واتجاه عام أحياناً، ثم جاء سابعاً الزوم بمتوسط حسابي (2.2) وانحراف معياري (0.85) واتجاه عام أحياناً، أما ثامناً فقد جاء Teams بمتوسط حسابي (1.87) وانحراف معياري (0.79) واتجاه عام أحياناً ، ثم جاء تاسعاً Video

Conference بمتوسط حسابي (1.77) وانحراف معياري (0.73) واتجاه عام أحياناً، وجاء أخيراً Chatting Rooms بمتوسط حسابي (1.37) وانحراف معياري (0.62) واتجاه عام نادراً، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (فرحات خليل وآخرون، 2022).

جدول رقم (7) بين معدل استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات الدراسية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	إلى حد ما	موافق	معدل استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني
			ك	ك	ك	
موافق	0.61	2.58	8	37	81	في بعض المحاضرات
موافق	0.69	2.54	14	30	82	في حال تعذر حضور المحاضرة
موافق	0.62	2.44	9	52	65	في الأعمال التي أكلف بها الطلبة
إلى حد ما	0.57	1.99	21	85	20	في كل المحاضرات

يبين الجدول السابق رقم (7) معدل استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات الدراسية، حيث جاء أولاً استخداماً في بعض المحاضرات بمتوسط حسابي (2.58) وانحراف معياري (0.61) واتجاه عام موافق ، و ثانياً في حال تعذر حضور المحاضرة بمتوسط حسابي (2.54) وانحراف معياري (0.69) واتجاه عام موافق، وجاء ثالثاً في الأعمال التي أكلف بها الطلبة بمتوسط حسابي (2.44) وانحراف معياري (0.62) واتجاه عام موافق ، وأخيراً استخداماً في كل المحاضرات بمتوسط حسابي (1.99) وانحراف معياري (0.57) واتجاه عام إلى حد ما، وبذلك نستنتج أن أساتذة الإعلام يعتمدون على تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات الدراسية التي تتطلب هذا النوع من التعليم أو حسب الظروف العامة.

جدول رقم (8) يوضح وسيلة استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الالكتروني

الوسيلة	ك	%
الهاتف المحمول	111	88.1
الكمبيوتر الشخصي	110	87.3
الأجهزة اللوحية	58	46
أخرى تذكر	3	2.4

يوضح الجدول السابق رقم (8) الوسيلة المفضلة لأساتذة الإعلام للدخول على تطبيقات التعليم الالكتروني، حيث كان الهاتف الجوال أكثر الوسائل استخداماً وتفضيلاً بنسبة 88.1%، وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدامه وإمكانياته المتعددة في متابعة المحاضرات وإمكانية التفاعل مع الأساتذة من أي مكان، يليه الكمبيوتر الشخصي بنسبة 87.3%، ثم الأجهزة اللوحية بنسبة 46%، وأخيراً وسائل أخرى بنسبة 2.4%، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (سليمان رابح - محمد علي، 2021)⁽²⁹⁾

جدول رقم (9) يبين أسباب استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الالكتروني

في تدريس المقررات الدراسية

أسباب الاستخدام	موافق ك	إلى حد ما ك	غير موافق ك	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
التواصل مع الطلبة بكل سهولة	117	8	1	2.92	0.3	موافق
تقديم الكثير من المعلومات	106	17	3	2.82	0.44	موافق
توفير الوقت والجهد عن المحاضرات التقليدية	106	15	5	2.8	0.49	موافق
تحقيق سهولة الاستخدام	104	20	2	2.81	0.43	موافق
تطوير مهارات البحث عند الطلاب	103	18	5	2.78	0.5	موافق
مشاركة الطلاب في الحوار والنقاش	103	15	8	2.75	0.56	موافق
تحفيز الطلاب على المشاركة والتفاعل أثناء المحاضرة	103	15	8	2.75	0.56	موافق
زيادة التعلم والاستفادة العلمية	102	21	3	2.79	0.46	موافق
المرونة في إعطاء المحاضرات	100	22	4	2.76	0.49	موافق

فرصة لإظهار قدرات الطلبة ومهاراتهم	100	20	6	2.75	0.53	موافق
أخرى تذكر	16	51	59	1.66	0.69	غير موافق

تشير بيانات الجدول السابق رقم (9) إلى أسباب استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الإلكتروني في تدريس المقررات الدراسية مرتبة حسب أهميتها، حيث جاء في الترتيب الأول لهذه الأسباب سهولة التواصل مع الطلبة بمتوسط حسابي (2.92) وانحراف معياري (0.3) واتجاه عام موافق، وثانياً تقديم الكثير من المعلومات بمتوسط حسابي (2.82) وانحراف معياري (0.44) واتجاه عام موافق، ثم ثالثاً توفير الوقت والجهد عن المحاضرات التقليدية بمتوسط حسابي (2.8) وانحراف معياري (0.49) واتجاه عام موافق، أما رابعاً فقد جاء تحقيق سهولة الاستخدام بمتوسط حسابي (2.81) وانحراف معياري (0.43) واتجاه عام موافق ، وخامساً تطوير مهارات البحث عند الطلاب بمتوسط حسابي (2.78) وانحراف معياري (0.5) واتجاه عام موافق، وسادساً مشاركة الطلاب في الحوار والنقاش بمتوسط حسابي (2.75) وانحراف معياري (0.56) واتجاه عام موافق، أما سابعاً جاء تحفيز الطلاب على المشاركة والتفاعل إنشاء المحاضرات بمتوسط حسابي (2.75) وانحراف معياري (0.56) واتجاه عام موافق ، وثامناً زيادة التعلم والاستفادة العلمية بمتوسط حسابي (2.79) وانحراف معياري (0.46) واتجاه عام موافق ، وتاسعاً المرونة في إعطاء المحاضرات بمتوسط حسابي (2.76) وانحراف معياري (0.49) واتجاه عام موافق ، أما عاشراً فقد جاء فرصة لإظهار قدرات الطلبة ومهاراتهم العلمية بمتوسط حسابي (2.75) وانحراف معياري (0.53) واتجاه عام موافق، وأخيراً أسباب أخرى بمتوسط حسابي (1.66) وانحراف معياري (0.69) واتجاه عام غير موافق، هذه النتيجة تتفق مع دراسة (إبراهيم الصادق، 2021).

جدول رقم (10)

يوضح درجة انعكاس تطبيقات التعليم الالكتروني على جودة البرامج العلمية بالنسبة للمقررات الدراسية التي يقوم بتدريسها أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق ك	إلى حد ما ك	موافق ك	درجة انعكاس تطبيقات التعليم على جودة البرامج العلمية
موافق	0.51	2.77	5	19	102	سهلت استلام أوراق العمل من الطلبة ومناقشتهم
موافق	0.52	2.74	5	23	98	تشجع الطلاب على الحوار والنقاش
موافق	0.53	2.71	5	26	95	تتيح مجال لطرح الأسئلة والاستفسارات
موافق	0.54	2.71	5	27	94	تمكننا من إعطاء المقرر الدراسي حسب الخطة العامة
موافق	0.52	2.71	4	29	93	تحقيق المرونة في تبادل الآراء ووجهات النظر
موافق	0.51	2.71	3	31	92	تسهل لنا تدريس المقرر الدراسي
موافق	0.54	2.7	5	28	93	زادت من قدرتنا على تحسين التحصيل للطلاب
موافق	0.54	2.69	5	29	92	قللت من الزمن المستغرق في تدريس المقررات الدراسية مقارنة بالمحاضرات التقليدية
موافق	0.53	2.68	4	32	90	ممارسة العملية التعليمية حسب متطلبات الجودة
موافق	0.56	2.67	6	30	90	سمحت لنا بتنوع استخدام المراجع العلمية الإعلامية
موافق	0.57	2.66	6	31	89	جعلتنا نركز على المدخلات التي يستفيد منها الطلاب في سوق العمل
موافق	0.59	2.6	7	36	83	ساعدتنا في تقييم الطلاب
محايد	0.72	2.32	19	48	59	نعتمد على التطبيقات لأنها نهج القسم أو الكلية
غير موافق	0.64	1.57	64	52	10	أخرى تذكر

يوضح الجدول السابق رقم (10) درجة انعكاس تطبيقات التعليم الالكتروني على جودة البرامج العلمية بالنسبة للمقررات الدراسية التي يقوم بتدريسها أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية مرتبة حسب الأهمية ، حيث جاء أولاً سهلت استلام أوراق العمل من الطلبة ومناقشتهم بمتوسط حسابي (2.77) وانحراف معياري (0.51) واتجاه عام

موافق، و ثانياً تشجيع الطلاب على الحوار والنقاش بمتوسط حسابي (2.74) وانحراف معياري (0.52) واتجاه عام موافق ، أما ثالثاً جاء إتاحة المجال لطرح الأسئلة والاستفسارات بمتوسط حسابي (2.71) وانحراف معياري (0.53) واتجاه عام موافق ، ورابعاً إعطاء المقرر الدراسي حسب الخطة العامة بمتوسط حسابي (2.71) وانحراف معياري (0.54) واتجاه عام موافق، أما خامساً فقد جاء تحقيق المرونة في تبادل الآراء ووجهات النظر بمتوسط حسابي (2.71) وانحراف معياري (0.52) واتجاه عام موافق ، وسادساً تسهيل تدريس المقررات الدراسية بمتوسط حسابي (2.71) وانحراف معياري (0.51) واتجاه عام موافق، وسابعاً زادت من القدرة على تحسين التحصيل الدراسي بمتوسط حسابي (2.7) وانحراف معياري (0.54) واتجاه عام موافق، أما ثامناً فقد جاء أنها قللت من الزمن المستغرق في تدريس المقرر الدراسي مقارنة بالمجالات التقليدية بمتوسط حسابي (2.69) وانحراف معياري (0.54) واتجاه عام موافق، وتاسعاً ممارسة العملية التعليمية حسب متطلبات الجودة بمتوسط حسابي (2.68) وانحراف معياري (0.53) واتجاه عام موافق، أما عاشراً سمحت بتنوع استخدام المراجع العلمية بمتوسط حسابي (2.67) وانحراف معياري (0.56) واتجاه عام موافق، والحادي عشر التركيز على المدخلات التي يستفيد منها الطلاب في سوق العمل بمتوسط حسابي (2.66) وانحراف معياري (0.57) واتجاه عام موافق، أما الثاني عشر فقد جاء المساعدة في تقييم الطلاب بمتوسط حسابي (2.6) وانحراف معياري (0.59) واتجاه عام موافق، اما الثالث عشر الاعتماد على التطبيقات يعد نهج الكلية او القسم بمتوسط حسابي (2.32) وانحراف معياري (0.72) واتجاه عام محايد ، وأخيراً أخرى تذكر بمتوسط حسابي (1.57) وانحراف معياري (0.64) واتجاه عام غير موافق، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (سليمان رابح - محمد علي، 2021).

جدول رقم (11) بين مستوى تشجيع المؤسسات التعليمية الليبية لأساتذة الإعلام

على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً	أحياناً	دائماً	مستوى تشجيع المؤسسة التعليمية لاستخدام تطبيقات التعليم الالكتروني
			ك	ك	ك	
دائماً	0.73	2.37	19	41	66	تشجع المؤسسة على تنظيم المجموعات العلمية عبر تطبيقات التعليم الالكتروني
دائماً	0.79	2.36	25	31	70	تؤيد المؤسسة على متابعة المحاضرات العلمية عبر هذه التطبيقات
أحياناً	0.75	2.33	22	41	63	تشجع المؤسسة على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني
أحياناً	0.87	2.23	36	25	65	توفر المؤسسة كل الإمكانيات لاستخدام تطبيقات التعليم الالكتروني
أحياناً	0.67	1.67	56	56	14	أخرى تذكر

يبين الجدول السابق رقم (11) مستوى تشجيع المؤسسات التعليمية الليبية لأساتذة الإعلام على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني ، حيث جاء أولاً تشجيع المؤسسات التعليمية للأساتذة على تنظيم المجموعات العلمية عبر تطبيقات التعليم الالكتروني بمتوسط حسابي (2.37) وانحراف معياري (0.73) واتجاه عام (دائماً)، حيث توضح هذه النسبة أن المؤسسات التعليمية الليبية تشجع أساتذة الإعلام بشكل دائم على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني وتنظيم المجموعات العلمية من خلالها ، وجاء ثانياً تأييد المؤسسات التعليمية على متابعة المحاضرات العلمية عبر هذه التطبيقات بمتوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.79) واتجاه عام (دائماً) ، ثم جاء ثالثاً تشجيع المؤسسات التعليمية على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني بمتوسط حسابي (2.33) وانحراف معياري (0.75) واتجاه عام (أحياناً) ، ورابعاً توفر المؤسسات التعليمية كل الإمكانيات لاستخدام تطبيقات التعليم الالكتروني بمتوسط حسابي (2.23) وانحراف معياري (0.87) واتجاه عام (أحياناً) ، وأخيراً

أخرى تذكر بمتوسط حسابي (1.67) وانحراف معياري (0.67) واتجاه عام (أحياناً)، هذه النتيجة تتفق مع دراسة (عادل جمعة – نجاة المهبط ، 2022) .

جدول رقم (12) يبين العقبات التي تواجه أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية عند استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني

ت	العقبات التي تواجه الشباب	ك	%
1	ضعف شبكة الانترنت	120	95.2
2	تحتاج إلى أجهزة متطورة	96	76.2
3	قلة الخبرة في استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني	84	66.7
4	صعوبة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني	82	65.1
5	أخرى تذكر	10	7.9

بين الجدول السابق رقم (12) العقبات التي تواجه أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية عند استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني، حيث جاء أولاً ضعف شبكة الانترنت أكثر العقبات التي تواجههم عند استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني بنسبة (95.2%)، و ثانياً احتياجهم إلى أجهزة متطورة بنسبة (76.2 %)، أما ثالثاً فقد جاء قلة خبرتهم في استخدام هذه التطبيقات بنسبة (66.7 %)، ثم رابعاً صعوبة استخدامهم تطبيقات التعليم الالكتروني بنسبة (65.1%)، وأخيراً العقبات الأخرى فقد كانت بنسبة (7.9%)، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عادل جمعة الفرجاني ، 2022) .

جدول رقم (13) يوضح مقترحات أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية لزيادة استخدام تطبيقات التعليم

الالكتروني في العملية التعليمية

ت	مقترحات أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية	ك	%
1	توفير انترنت مجاني وبسرعة عالية	126	100
2	توفير الأجهزة الذكية والإمكانيات التقنية والبرامج التعليمية المجانية	91	72
3	تشجيع المؤسسة وتوفير الإمكانيات المتطورة	88	70
4	تنظيم الدورات وورش العمل عن التعليم الالكتروني	67	53
5	تحسين البنية التحتية لكل مؤسسات التعليم العالي	51	40

يشير الجدول السابق رقم (13) إلى مقترحات أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية لزيادة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية، حيث جاء أولاً وبنسبة مئوية (100%) توفير الانترنت المجاني وبسرعة عالية، ثم جاء ثانياً توفير الأجهزة الذكية والإمكانيات التقنية والبرامج التعليمية المجانية بنسبة مئوية (72%)، أما ثالثاً فقد جاء أهمية تشجيع المؤسسة التعليمية لاستخدام تطبيقات التعليم الالكتروني بنسبة مئوية (70%)، ورابعاً أهمية تنظيم الدورات التدريبية وورش العمل لزيادة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني بنسبة مئوية (53%)، وأخيراً تحسين البنية التحتية لكل مؤسسات التعليم العالي الليبي بنسبة مئوية (40%) ، هذه النتيجة تتفق مع دراسة (محمد السوسي - عيسى الفارسي ، 2023) .

كما توصل هذا البحث للعديد من النتائج أبرزها :

- أظهرت نتائج الدراسة أن عدد أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية من فئة الذكور الذين يستخدمون تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس مقرراتهم العلمية اكبر من عدد فئة الإناث بنسبة (66%) .

- بينت نتائج الدراسة أن أساتذة الإعلام من الفئة العمرية 45- أقل من 55 تعد أكثر الفئات استخداماً لتطبيقات التعليم الإلكتروني في تدريس مقرراتهم العلمية بنسبة (42.9%)، ثم الفئة العمرية من 35- أقل 45 بنسبة (37.3%).
- توصلت نتائج الدراسة أن التخصص العلمي (العلاقات العامة) يعد أكثر التخصصات العلمية اعتماداً على تطبيقات التعليم الإلكتروني في العملية التعليمية بنسبة (39.7%) ، ثم تخصص الإذاعة بنسبة (33.3%) .
- أوضحت نتائج الدراسة أن الدرجة العلمية (محاضر) أكثر فئة من أساتذة الإعلام استخداماً لتطبيقات التعليم الإلكتروني في العملية التعليمية بنسبة (37%) ، ثم درجة أستاذ مساعد بنسبة (23%) .
- أظهرت نتائج الدراسة أن أساتذة الإعلام يستخدمون تطبيقات التعليم الإلكتروني في العملية التعليمية (إلى حد ما) بنسبة (63.5%) ، أما من يستخدمونها بشكل دائم كانت نسبتهم (27%) .
- توصلت نتائج الدراسة أن أساتذة الإعلام يعتمدون في تدريس مقرراتهم الدراسية (بشكل دائم) على الوات ساب بنسبة (80%)، ثم الماسنجر بنسبة (65%) ، ثم التليجرام بنسبة (65%) ، و الجوجل بنسبة (62%) ، واخيراً اليوتيوب بنسبة (59%) .
- بينت نتائج الدراسة أن معدل استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الإلكتروني في تدريس مقرراتهم العلمية ، في بعض المحاضرات التي تتطلب طبيعتها التعليم الإلكتروني بنسبة (64%) ، أما في حال تعذر حضور المحاضرة فكانت بنسبة (65%) ، وفي الأعمال التي يكلف بها الطلبة بنسبة (52%) .
- يعد الهاتف المحمول أكثر الوسائل استخداماً من قبل أساتذة الإعلام بنسبة (88.1%) ، ثم الكمبيوتر الشخصي بنسبة (87.3%) .

- أشارت نتائج الدراسة أن من أسباب استخدام أساتذة الإعلام لتطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات العلمية ، التواصل مع الطلبة بكل سهولة بنسبة (93%) ، ثم تقديم الكثير من المعلومات بنسبة (84%) ، وتوفير الوقت والجهد بنسبة (84%) ، وسهولة استخدام هذه التطبيقات بنسبة (83%) ، ثم تطوير مهارات البحث عند الطلاب بنسبة (82%) ، وأخيراً مشاركة الطلاب في الحوار والنقاش والتفاعل إنشاء المحاضرة بنسبة (82%) ، وهذه النتيجة تتفق مع فروض مدخل الاستخدامات و الاشباكات .

- أوضحت نتائج الدراسة درجة انعكاس تطبيقات التعليم الالكتروني على جودة البرامج العلمية بالنسبة للمقررات الدراسية التي يقوم بتدريسها أساتذة الإعلام ، سهولة استلام أوراق العمل من الطلبة ومناقشتهم فيها بنسبة (81%) ، وتشجيع الطلبة على الحوار والنقاش بنسبة (78%) ، ثم تعد مجالاً مناسباً لطرح الأسئلة والاستفسارات بنسبة (75%) ، وإمكانية إعطاء المقرر الدراسي حسب الخطة العامة بنسبة (75%) ، وتحقيق المرونة في تبادل الآراء ووجهات النظر بنسبة (74%) ، وممارسة العملية التعليمية حسب متطلبات الجودة بنسبة (71%) .

- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تشجيع مؤسسات التعليم العالي الليبي لأساتذة الإعلام على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية ، تكمن في تأييد متابعة المحاضرات العلمية عبر هذه التطبيقات بشكل دائم وبنسبة (56%) ، ثم تنظيم المجموعات العلمية عبر هذه التطبيقات بشكل دائم وبنسبة (52%) ، أما عن توفير الإمكانيات لاستخدام هذه التطبيقات كانت أحياناً وبنسبة (52%) .

- بينت نتائج الدراسة أن أكثر العقبات التي تواجه أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية عند استخدامهم لتطبيقات التعليم الالكتروني ، ضعف شبكة الانترنت بنسبة (95.2%) ،

ثم عدم توفر الأجهزة المتطورة بنسبة (76.2%) ، بالإضافة إلى قلة الخبرة في استخدام هذه التطبيقات بنسبة (66.7%).

- توصلت نتائج الدراسة إلى مقترح أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية لزيادة استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية من خلال ، توفير انترنت مجاني وبسرعة فائقة بنسبة (100%) ، ثم توفير الأجهزة الذكية والإمكانيات التقنية والبرامج التعليمية المجانية بنسبة (72%)، ثم تشجيع المؤسسة وتوفير الإمكانيات المتطورة بنسبة (70%) ، وتنظيم الدورات وورش العمل عن التعليم الالكتروني بنسبة (53%) ، وأخيراً تحسين البنية التحتية لكل مؤسسات التعليم العالي بنسبة (40%) .

توصيات البحث :

- زيادة الاعتماد على تطبيقات التعليم الالكتروني في تدريس المقررات العلمية نظراً لأهميتها ومساهمتها الجادة في زيادة التعليم .
- تشجيع مؤسسات التعليم العالي الليبي على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية وتوفير الإمكانيات والأجهزة المناسبة لذلك .
- تشجيع كليات وأقسام الإعلام على زيادة الاعتماد على تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية وحث الطلاب على استخدامها سواء مع الأساتذة أو مع زملائهم لزيادة الاستفادة العلمية .
- توفير الانترنت والأجهزة اللازمة لخدمة العملية التعليمية .
- توفير القاعات الدراسية المجهزة تقنياً .
- توفير دورات تدريبية متطورة على استخدام تطبيقات التعليم الالكتروني في العملية التعليمية .
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال لتطوير التعليم في مؤسسات التعليم العالي الليبي .

قائمة المراجع

1. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية ، ط 2، 2004 ف ، ص 70 .
2. محمد حسن السوسي- عيسى سليمان الفارسي ، استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي في العملية التعليمية - دراسة ميدانية على طلاب كلية الإعلام جامعة بنغازي ، المجلة الليبية العالمية ، كلية التربية المرج ، العدد 70 ، ديسمبر 2023م.
3. عادل جمعة الفرجاني - نجات محمد المهبط ، واقع التعليم الالكتروني ومعيقات استخدامه في كلية الآداب بجامعة الزيتونة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ، المؤتمر الأول لقسم اللغة الانجليزية ، كلية الآداب جامعة طرابلس 2022م، ص 8-30 .
4. فرحات محمد خليل وآخرون ، استخدام تطبيقات ومنصات التعليم الالكتروني - التعليم عن بعد في مؤسسات التعليم العالي خلال جائحة كورونا ، دراسة تطبيقية على كلية الإعلام بجامعة بنغازي ، المجلة الليبية لبحوث الإعلام ، العدد 2 ، 2022 .
5. عبدالله محمد اطيبة ، توظيف التطبيقات الرقمية في المقررات الدراسية لأقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية - دراسة مستقبلية من 2022-2032، مجلة الإعلام والفنون ، السنة الثالثة ، العدد 11 ، ديسمبر 2022 ، ص 186-225.
6. إبراهيم الناني الصادق ، انعكاسات التعليم الالكتروني وتقنياته على جودة التعليم الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة طرابلس ، مجلة الأستاذ ، تصدر عن نقابة أعضاء هيئة التدريس جامعة طرابلس ، خريف 2021، العدد 21 ، ص 132-157 .
7. عقيل محمد عقيل - اشرف أبو الإسعاد خشخوشة ، استخدام نظام التعليم الالكتروني لرفع مستوى الأداء في مؤسسات التعليم العالي بليبيا ، مجلة كلية الآداب ، العدد خاص 2 ، المجلد 1 ، المؤتمر الدولي الثاني للتعليم في ليبيا ، مصراته ، مارس 2019 .
8. سهاد عادل القيسي ، توظيف التعليم الالكتروني في جامعة بغداد - دراسة تطبيقية استكشافية لنموذج تعليم الكتروني مقترح في كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، مركز التعليم المستمر في جامعة بغداد، بحث منشور، متاح على الرابط Portal.arid.my/ar-ly/Publications/Details/3161.
9. محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط1، 2004، ص 584.

10. حسن عماد مكاوي ، نظريات الإعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط2 ، 2012، ص156.
11. فريال مهنا ، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية ، دار الفكر المعاصر ، بيروت، ط1، 2002، ص 155.
12. حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط5 ، 2006، ص 241 .
13. مرفت الطرابيشي و عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، ب ط ، 2006، ص 260-261 .
14. حسني محمد نصر ، نظريات الإعلام ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، ط1، 2015، ص 263.
15. محمد عبد الحميد ، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، عالم الكتاب ، القاهرة ، ب ط ، 2007، ص 254 - 257 .
16. وليد سالم الحلفاوي ، التعليم الالكتروني تطبيقات مستحدثة ، دار الفكر العربي ، ط1، القاهرة ، 2011، ص 17 .
17. دليل ضمان الجودة واعتماد مؤسسات التعليم العالي الليبي ، المركز الوطني لضمان جودة واعتماد المؤسسات التعليمية والتدريب ، 2016، ص 10 .
18. السيد احمد مصطفى ، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ، جامعة بنغازي ، ط1 ، بنغازي ليبيا ، 1994، ص 324 .
19. سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، ط2، القاهرة مصر ، 2006م ، ص 147.
20. سكينه إبراهيم بن عامر ، دليل الباحث العلمي ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ط1 ، مصر ، 2019، ص 497.
21. سعد سليمان المشهداني ، مناهج البحث الإعلامي ، دار الكتاب الجامعي ، ط1 ، العين ، 2017 ، ص 42-43 .
22. خديجة بن طالب ، التعليم الالكتروني ومعايير الجودة ، مجلة منار الشرق للتربية وتكنولوجيا التعليم ، المغرب ، المجلد 1 ، العدد 2 ، 2022، ص 4-5 .

23. أحسنت غربي ، جودة التعليم الالكتروني " التعليم عن بعد نموذجاً " ، جامعة 20 أوت ، 1955سكيكدة ، الجزائر ، ابريل 2021، متاح على الرابط dspace.univ-guelma.dz.
24. مرسي مشري ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، كانون الثاني 2012، ص 157.
25. حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، ط1، عمان ، نبلاء ناشرون وموزعون 2015، ص 85.
26. محمد عطا مدني ، التعليم عن بعد : أهدافه وأسسّه وتطبيقاته العملية ، الأردن ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، 2007 ، ص 157 - 179.
27. رائد رمثان التميمي - فرح مؤيد الشيخ ، اتجاهات حديثة في التكنولوجيا والتعليم الالكتروني ، مؤسسة دار الصادق الثقافية ، ط1، 2021، ص 24 .
28. حيدر طالب مهدي العجيلي ، التعليم الالكتروني وأساليب نجاح تطبيقه ، مجلة جامعة بابل ، كلية التربية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث 2009 ، متاح على الرابط [repository,uobabylon.edu.iq](http://repository.uobabylon.edu.iq).
29. سليمان رايح الشرف - محمد رجب علي ، اعتماد الشباب الجامعي الليبي على تطبيقات الإعلام الرقمي في التعليم عن بعد ، دراسة ميدانية ، مجلة جامعة بنغازي العلمية ، العدد الأول ، للمجلد 34 لسنة 2021، ص 128.

تكنولوجيا الصحافة الحديثة الماهية والأهمية

د.نجية عبدالحميد صالح التركاوي.. جامعة درنة/ ليبيا

المقدمة:

يعيش العالم المعاصر ثورة تكنولوجية عميقة في ميدان المعلومات والاتصال، مما كان لها الاثر الكبير على شكل الاتصال ومحتواه وأساليبه ،حيث تأثرت صناعة الصحافة كأحد أشكال الاتصال بالتطور التكنولوجي بشكل ملحوظ ، والذي انعكس على كم ونوع المضمون وطبيعة الخدمة الصحفية والية إنتاج الصحيفة ومظهرها النهائي، حيث ينظر إلى الحاسبات على انها تكنولوجيا العصر الذي أحدث دخولها مجال العمل الصحفي عدة تحولات ارتبطت بالوسيلة ذاتها والعمليات المتعلقة بإنتاجها على المستويين التحريري والإخراجي، وتكاد تكون هذه التطورات تحدث في مجال تكنولوجيا الإنتاج الصحفي بمراحله المختلفة، حيث تحاول الباحثة توضيح ماهية تكنولوجيا الصحافة الحديثة إضافة إلى أهميتها، حيث تصنف هذه الدراسة تحت الدراسات النوعية، التي تسعى لبحث وتفسير المحتوى بطريقة علمية بحثه من خلال إجراء مقابلات مع عدد من ذات الاختصاص وتوضيح المحتوى وتفسيره وفق ضوابط علمية بحثه للحصول على نتائج علمية في ذات الاختصاص .

الملخص :

لما للصحافة الالكترونية الحديثة من أهمية تم توضيح الماهية والاهمية ومدى تأثير ظهور الصحافة الالكترونية الحديثة على العمل الصحفي في الانتاج والاخراج ... ومدى تأثيرها على الصحافة التقليدية (الورقية) . وتوضيح هذه الأهمية والأهداف وعرض المصطلحات الواردة . وهل تعتبر منافسا أم مكمل لبعضهم البعض ...

إضافة لذلك تم توضيح السلبيات والايجابيات وتمت مقابلات مع عدة صحفيين من ذوي الاختصاص أكاديميا ومهنيا وتم عرض بعض الدراسات السابقة والتعقيب عليها وعرض النتائج التي توصلت إليها الباحثة ومن ثم وضع توصيات من قبل الباحثة .

Abstract

Because of the importance of modern electronic journalism ,the nature and importance were clarified and the extent of the extent of the impact of the emergence of modern electronic journalism on journalistic work in production and production ... and the extent of its impact on traditional (paper) journalism, and this importance and goals were clarified and the terms mentioned were presented, and are they considered a competitor or a complement to each other...

In addition, the positives and negatives were clarified, interviews were conducted with several journalists with academic and professional specialization, some previous studies were presented and commented on, the results reached by the researcher were presented ,and then recommendations were made by the researcher .

مشكلة البحث :

تتضح مشكلة البحث بالنسبة للباحثة في محاولة إيضاح التطور في تكنولوجيا الحديثة ومدى أهميته للباحثين ومدى مساعدة تكنولوجيا الصحافة الحديثة وخاصة الالكترونية للإعلاميين بصفة عامة والصحفيين من حيث الانتاج والإخراج ... إلخ بشكل خاص.

إضافة لما سبق التعرف على مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي، وذلك من خلال التعرف على ماهية التكنولوجيا الحديثة المستخدمة داخل أقسام التحرير الصحفي داخل الصحيفة وخارج الصحيفة، وكذلك رصد تأثير التكنولوجيا على العمل الصحفي.

أهمية الدراسة :

- 1- إبراز أهمية تكنولوجيا الصحافة الحديثة بالنسبة للصحفيين .
- 2- التعرف على التطور التكنولوجي وتسهيل عملية الانتاج والاخراج والاعداد الصحفي .
- 3- اختصار الوقت والجهد للصحفيين .
- 4- الاختصار المادي والعملي في تقديم العمل الصحفي .
- 5- متابعة التطورات التكنولوجية الحديث في مجال الصحافة .

أهداف الدراسة :

- 1- محاولة إيضاح مساهمة التطور التكنولوجي للصحافة للجمهور .
- 2- الاعتماد والاقبال على التطور التكنولوجي في العمل الصحفي .
- 3- الاقبال على الصحافة الالكترونية واعتمادها على الصحفيين .
- 4- توضيح مدى أهمية تكنولوجيا الصحافة الحديثة للجمهور عامة .
- 5- الحث على النشر الصحفي الالكتروني وتوضيح مدى أهميته للناس.

تساؤلات الدراسة :

- 1- هل لوجود وتطور تكنولوجيا الصحافة اثر على العمل الصحفي ؟
- 2- هل وجود اقبال على الصحافة الالكترونية في ظل هذا التطور أثر سلبي على الصحافة الورقية ؟
- 3- هل يعتبر التطور التكنولوجي للصحافة منافس ام مكمل للصحف الورقية؟

تعريف المصطلحات الواردة في الدراسة :

تكنولوجيا :

هي تعريف لكلمة Technology التي تتركب من مقطعين ، الأول : Techno وهي مشتقة من الكلمة اليونانية Techno وتعني الحرفة أو الصنعة او الفن، والثاني Logy، وهي مأخوذة من الكلمة اليونانية Logos ، والتي تعني علم أو دراسة (قندلجي، 2003، 331).

الصحافة :

تعرف الصحافة على انها عملية جمع وتحرير الأخبار وتقديمها من خلال وسائل الإعلام المتعددة، أو هي الكتابة المصممة للنشر في الصحف والمجلات حسب قاموس ويبستر، أما الموسوعة البريطانية فإنها تعرف الصحافة بأنها عملية جمع وتحضير ونشر الأخبار والمواد التحريرية في وسيلة إعلامية. (المسوي، 2006، 94).

الحديث:تعريف ومعنى الحديثة في قاموس الكل، قاموس عربي-عربي-حدث حدثا واحداً: نقيض قدم وتضم داله إذا ذكر مع قدم .

الدراسات السابقة :

1.دراسة المخلافي سنة 2005

المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية ،وارتباط العمل الإعلامي الحديث بها، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وارتباط العمل الاعلامي الحديث بها، وقد توصل الباحث إلى العديد من النتائج منها أن هناك نقصا في إقامة دورات تدريبية في مؤسسة الاذاعة للصحافيين العاملين على استخدام التقنية الحديثة، الامر الذي جعل الاستفادة من الحاسوب في العمل الصحفي لا تتعدى نصف عدد العاملين، وكذلك التأثير الايجابي لدور تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية المنافسة الاعلامية لمؤسسة الاذاعة على المستوى المحلي والاقليمي وكذلك توصل الباحث إلى غياب مركز تقني وحديث للمؤسسة جعلها تفتقر إلى الامكانيات في الحصول على تقنية خزن المعلومات واسترجاعها بصورة دقيقة وسريعة.(المخلافي 2005).

2- بخيت سنة 1999

المؤسسات الاعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، هدفت هذه الدراسة على التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وارتباط العمل الاعلامي الحديث بها، وقد توصل الباحث إلى العديد من النتائج منها أن هناك نقصا في إقامة دورات تدريبية في مؤسسة الاذاعة للصحافيين العاملين على استخدام التقنية الحديثة، الامر الذي جعل الاستفادة من الحاسوب في العمل الصحفي لا تتعدى نصف عدد العاملين، وكذلك التأثير الايجابي لدور تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية المنافسة الاعلامية لمؤسسة الاذاعة على

المستوى المحلي والاقليمي وكذلك توصل الباحث إلى غياب مركز معلومات تقني وحديث للمؤسسة جعلها تفتقر إلى الامكانيات في الحصول على تقنية خزن المعلومات واسترجاعها بصورة دقيقة .(المخلافي 2005).

3-شيخاني 1999

أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطوير فنون الكتابة الصحفية، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، وعلى تطور الاداء الصحفي للقائم بالاتصال في جريدة الاهرام وتشرين، وتوصلت الباحثة في نتائجها إلى أن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في جريدة الاهرام عملت على التطور الكمي والكيفي في ادائه لوظائفه كافة ،وكذلك يزداد حجم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بين الفئات العمرية الشابة والفئات المتخصصة في علوم الاعلام وبين الفئات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (شيخاني 1999).

4- محمد 1990

تكنولوجيا الاتصال وتطوير الاعلام العربي المكتوب، هدفت هذه الدراسة إلى عرض تطور التقنيات المطبعية منذ ظهورها وأهم المراحل التي قطعتها بهدف توضيح العلاقة بين التقنيات المطبعية وإيصال المعلومات الإخبارية في وقت أقل وبتكاليف مناسبة، فمشكلة الصحافة المكتوبة اليوم تتوقف على السرعة الضرورية في إنجاز الصحيفة اليومية والخدمات المتنوعة، توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الطباعة الحديثة قد

خدمت الطباعة عامة، والصحافة خاصة، وبكلفة أقل وجودة عالية ، بالإضافة إلى زيادة حجم الانتاج المطبعي (محمد 1990).

Walter Nibauer -5

حول مستويات توظيف الحاسب الآلي في الصحف الصادرة بولاية أيوا الامريكية، اجريت على عينة من المديرين والقيادات الصحفية بالصحف الكبرى الصادرة في الولاية حول مستويات توظيف الحاسب الآلي في مختلف مجالات العمل الصحفي، وخلصت الدراسة أن إرادات المؤسسات الصحفية التي يعملون بها توظيف الحاسب الالي في ثلاثة مستويات هي: إدارة تدفق الأخبار، إدارة عمليات الإنتاج الصحفي، إدارة الموارد الاقتصادية للمؤسسة .

Lucinda Davenport-6

توظيف الحاسب الآلي بغرف الاخبار في صحف ولاية ميشجان الامريكية أجريت على 51 صحيفة تصدر في ولاية ميتشجان، ومن أهم نتائجها التي خلصت اليها الدراسة أن تزايد توظيف هذه الصحف لتكنولوجيا الحاسب الآلي في غرف الاخبار قد اسهم بشكل كبير في تطور الاداء المهني لهذه الصحف، حيث زاد حجم التغطية الاخبارية لمختلف الاحداث، وإصدار طبعات الالكترونية من الصحف المطبوعة .
التعقيب على الدراسات السابقة :

باستعراض الدراسات السابقة نلاحظ أنها ركزت على أثر تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء المؤسسات الإعلامية، وأثرها على تطور فنون الصحافة، كذلك أثرها على تطور الأداء الصحفي للقائم بالاتصال، وأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال في

ممارسة الصحف لمهامها التقليدية، والتعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وارتباط العمل الإعلامي الحديث بها .

اما الدراسة الحالية فهي تستعرض أهمية تأثير التطور التكنولوجي على الصحف الحديثة وماهي الايجابيات الصادرة عن هذا التطور والاستفادة من الوقت وسهولة تطبيق العمل الصحفي باقل جهد وافر وقت بالنسبة للإعلاميين بشكل عام والصحفيين بشكل خاص.

أداة جمع البيانات:

المقابلة وعرض بعض التساؤلات والحصول على إجابات عليها من نخبة من ذوي الاختصاص.

مجتمع البحث:

مقابلة عشوائية على عينة من أعضاء هيئة التدريس من الجامعات الليبية، والصحفيين بصفة عامة في مجال الصحافة. وعرض تساؤلات ومحاورات بطريقة علمية للحصول على الاجابات الكافية للبحث.

تكنولوجيا الاتصال ... المفهوم والوسائل :

شهد النصف الثاني من القرن العشرين ثورة الاتصال الخامسة حيث يمكن تمييز تطور الاتصال من خلال خمس ثورات اساسية، تتمثل في تطوير اللغة، والثورة الثانية الكتابة، واقرنت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد العالم الألماني غوتنبرغ عام 1495م، وبدأت بثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والهاتف والتصوير الضوئي والسينمائي، ثم ظهور الراديو والتلفزيون في النصف الاول

من القرن العشرين، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد اتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اكتشاف اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه .(الفصل، 2007، 52).

لقد ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة بإزالة الفوارق بين الادوات الاتصالية والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة حتى اواخر السبعينيات (العلاوين ، 1999 ، 133) .

ويعتبر مجال الاتصالات أكثر المجالات التي تركزت فيها الالكترونيات أثر ملحوظا(كينج ، 1992 ، 64) .

حيث أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي الغت الحدود الجغرافية، وقربت المسافات، وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات، من أي مكان وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمساحة، وقد تمثلت هذه المبتكرات في الأقمار الصناعية، والحاسبات الالكترونية وخطوط الميكروويف، والاليف الضوئية، والاتصالات الرقمية، والكوابل المحورية، والوسائط المتعددة، والاتصال المباشر، بقواعد وشبكات المعلومات مثل الانترنت والتليفونات المحمولة، والبريد الالكتروني وعقد المؤتمرات عن بعد، (مراد ، 2011 ، 435) .

وللتعرف عن كتب تلك الوسائل التكنولوجية فلا بد من استعراض بعض المفاهيم الخاصة بالتكنولوجيا.

مفهوم التطور التكنولوجي: لا ريب أن مصطلح التكنولوجيا قد ظهر في ظل الثورة الصناعية في القرن العشرين، ومع ذلك فقد اتضح من خلال الوقوف على مفهوم التكنولوجيا أن المضمون الذي يحمله مصطلح التكنولوجيا قدم الانسان، وما تكنولوجيا

القرن العشرين إلا مظهر متطورا لتكنولوجيا العصور الماضية (أبو شنب، 1997، 38).

بينما يرى هاني رزق وآخرون أن التطور التكنولوجي عبارة عن "مجموعة الاقتراحات أو الطرق التكنولوجية أو الخدمات أو النماذج الجديدة التي تستخدم في الإنتاج، ويترتب عليها تطور في كمية المنتج أو درجة جودته" (رزق وآخرون، 2000، 315) بينما يرى خالد القضاة أن التطور التكنولوجي هو عبارة عن استمرارية التقدم والنماء على أساس من توظيف كل المعارف في عملية التنمية الشاملة وابتكار وتطوير الوسائل اللازمة لتسخير تلك المعارف في عملية التنمية (القضاة ، 1997 ، 57) .

دور وسائل الاتصال الحديثة في وسائل الاعلام المقروءة :

شهدت تكنولوجيا الاتصال خلال العقدين الماضيين ولا تزال نموا متزايدا فاق على وضع تصور كامل يحكم إداء هذه التكنولوجيا حيث يعيش العالم مرحلة جديدة من مراحل تطوره التكنولوجي، وتتميز هذه المرحلة بسمه أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمثلها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة كالحاسوب الإلكتروني والأقمار الصناعية والشبكات الإلكترونية، وتتميز التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بتعاقبها السريع وتجدها وتطورها المستمر وشمولها بكافة جوانب الصناعة الاعلامية خاصة بعد اندماجها بتكنولوجيا المعلومات التي تغير العالم المعاصر، ولذلك تقتني المؤسسات الاعلامية المعدات التقنية الحديثة لتحقيق هدفين. الأول: يتعلق باستخدامها الامثل في إنتاج المواد الإعلامية.

الثاني: يتعلق بأمور تتصل بهيبة المؤسسة واحترامها او نفوذها. (علم الدين ، 1990 ، 17).

الصحافة الالكترونية:

لقد تغيرت الكثير من جوانب الحياة تبعا لتطورات وسائل الاتصال، بيد إن التقنيات الالكترونية الحديثة تكاد ترسم صورة مختلفة لعالم جديد من ابرز خصائصه وفرة المعلومات وكثافتها وتدفعها بسهولة وبسرعة فائقة، فضلا عن التنوع في استخدام تلك المعلومات والتحكم في مساراتها وتوجهاتها (راشد ، 1999، ص21).

ودائما ما لجأت إدارات الصحف لطرق ووسائل جديدة من أجل الاستفادة من تطورات التكنولوجيا لتحسين الطرق التي تحصل صفحاتهم بها على الأخبار والطرق التي تنتج بها هذه الصفحات وتقدم للقارئ ، وبالتالي فإنهم يستطيعون تخفيض نفقاتهم بشكل مستمر، ومع ذلك فإن المعلومات التي بدأت في الظهور بحلول منتصف القرن الماضي لم تخلق فقط الفرص لانتشار الصحف وأعمالها بشكل عام، ولكنها ايضا بشرت بحلول المجتمع المعلوماتي او الاعلامي الجديد (صبري، 2010 ، 21).

وبذلك جاءت الصحافة الالكترونية لتكون وسيلة اتصال جماهيرية أضيفت إلى سابقتها من الوسائل الاخرى وتأخذ دورا مهما في الحياة الاجتماعية معتمدة على التكنولوجيا الحديثة المتمثلة بالحاسوب الالكتروني والاقمار الصناعية والشبكة العنكبوتية (الانترنت) إن الانترنت كوسيلة اتصال حديثة ساعدت على خلق بيئة إعلامية ذات خصائص مختلفة تغيرت من خلالها الأدوار التقليدية للمرسل والمستقبل، وأدت إلى ضرورة صياغة الرسائل الاتصالية بما يتفق وهذه البيئة ذات الوسائط المتعددة (جابر، 2009، 294).

لقد رسخت الصحافة الالكترونية وجودها عبر هذا الزمن القصير نسبيا، وأصبح لها تقاليدها ومعاييرها الخاصة بها، والاكثر اهمية أنها استطاعت إن تستقطب جمهورا

واسعا على حساب جمهور الصحافة التقليدية، هذا ما تعكسه العديد من المؤشرات ومنها:

- 1- النمو الهائل في أعداد الصحف والمواقع الاخبارية ذات الصلة على شبكة الانترنت وكذلك اعداد زوار وجمهور هذا النوع من الصحافة .
- 2- أغلب وسائل الاعلام والصحف التقليدية انشأت لها مواقع على شبكة الانترنت، وراجت موادها وخدماتها لمستخدمي الانترنت وتفسح لهم مساحات واسعة لهذا الامر .
- 3- نزوع الصحف التقليدية (المطبوعة) إلى استعارة بعضا من خصائص وسمات الصحافة الالكترونية لغرض المواكبة والمنافسة، مثل النزعة نحو زيادة المادة البصرية أو ما يسمى بالصحافة البصرية ، وكذلك طريقة تصميم و إخراج الصحف التي باتت تشبه منظر صفحاتها الاولى مواقع الانترنت من حيث الترتيب والمحتوى وأسلوب العرض، إذا تستخدم بعض الصحف اسلوب التويه او إشارات لما تتضمنه الصفحات الداخلية من مواضيع توضع في مربعات على الصفحة الاولى .(بندر التيبي ، مجلة العالم الرقمي) .

مميزات الصحافة الالكترونية :

تتميز الصحافة الالكترونية عن الصحافة التقليدية بعدة مميزات جعلتها محط اهتمام الكثير من القراء وهي :

- 1- السرعة في تلقي الاخبار العاجلة وتضمين الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر .
- 2- سرعة وسهولة تداول البيانات على الانترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب انتظارها حتى صباح اليوم التالي.

3- حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب حيث يمكنهما إن يلتقيا في التو واللحظة معا.

4- أتاحت الصحافة الالكترونية إمكانية المشاركة المباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الالكترونية للقراء بحيث يمكن للمشاركة إن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة .

5- عدم حاجة الصحف الالكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين ،إنما يمكن إصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في انحاء العالم.

6- توفير الوقت والجهد والمال لمتابعتها.

7- توفر الصحافة الإلكترونية أرشيف وقاعدة معلومات للصحفي في كل وقت.

8- سرعة تحديث وتعديل وتجديد الخبر الالكتروني.

9- استطاعت الصحافة الالكترونية عن تتخطى الحدود المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة . (علة درويش، الصحافة الالكترونية، موقع الحوار المتمدن).

وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة :

تتعدد وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي، ويمكن تحديدها بالنقاط التالية:

1- إنتاج وجمع المادة الصحفية الالكترونية، ومن وسائلها الحاسوب الالكتروني وقواعد المعلومات والانترنت والتصوير الإلكتروني والتصوير الرقمي الالكتروني، والاقمار الصناعية، والماسحات الضوئية والاتصالات السلكية واللاسلكية والالياف البصرية .

2- معالجة المعلومات الصحفية رقمياً، ومن بينها الحاسوب الإلكتروني والنشر الإلكتروني، سواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل مثل هذه المعلومات.

3- تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، حيث تقوم بنوك المعلومات وشبكتها ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع.

3- عرض المواد الصحفية، ومن بينها أجهزة الحاسوب الإلكتروني والأجهزة الرقمية الشخصية.

4- نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس والأقمار الصناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية واللياف البصرية ... إلخ .

5- التحرير الإلكتروني، وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء.

6- توضيب وإخراج المادة الصحفية، حيث هناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصورة والمخططات.(بندر العتيبي، مجلة العالم الرقمي).

وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

نتيجة التطور في مجال التكنولوجيا الاتصال وظهور ما يسمى بالتكنولوجيا الجديدة، تراكمت المستحدثات في مجال الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الميكروويف، وغيرهم من التكنولوجيا التي سنتعرض إلى الجزئيات الاساسية فيها كما يلي:

1- تكنولوجيا الميكروويف :

برزت تكنولوجيا الميكروويف كوسيلة جديدة وفعالة لتحقيق الاتصال عن بعد ومن خصائص ترددات الميكروويف أنها تسافر في خطوط مستقيمة مما يتطلب وجود خط نظر بين نقطتي الارسال والاستقبال وتستخدم خطوط الميكروويف في إتاحة عدد كبير من قنوات الراديو، وتقوية الإشارة التلفزيونية لتصل إلى الأماكن المنعزلة، وتدعيم نظم التلفزيون الكابلي، وتحقيق الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية، وجمع الاخبار الكترونيا من الوحدات (مكايي ، 1997 ، 128).

2- تكنولوجيا التليكس :

هو نظام إذاعي يتم فيه نقل المعلومات باستخدام خطوط احتياطية على إشارة التلفزيون العادية لتظهر على شاشة التلفزيون المحلية ، وهذه الخدمة ذات اتجاه واحد ، توصف فنيا بأنها استقبال فقط للصفحة المأخوذة وتعتبر خدمات "سيفاكس" و"اوراكل " هي افضل تمثيل لها والتي بدأت في بريطانيا عام 1967 (عفيفي ، 1994 ، 15).

ويعتبر هذا النظام ادنى درجات التفاعلية حيث يتحكم المتلقي في نوعية المعلومات التفاعلية التي يريد الحصول عليها والتي يقوم الطرف المرسل بفهرستها بطريقة تتابعيه بحيث يقوم المتلقي باستدعاء صفحة الفهرس عند بدء التعامل مع الجهاز وذلك عن طريق إدارة التحكم عن بعد (القليني 2000 ، 2001 ، 167)، ويجب أن ينتظر المستخدم لعدة ثوان، وأحيانا لعدة دقائق قبل ان يتم نقل الصفحة التي يتم البحث عنها في جهاز استقباله، ولجعل هذا الوقت مقبولا فإن عدد الصفحات التي يتم عرضها يكون محدودا لا يتجاوز عدة مئات من الصفحات وغالبا ما يتم وصف الخدمة

المقدمة من خلال التليتكس باعتبارها مجلة الالكترونية ويتم استقاء هذه المجلة من الصحف اليومية والمجلات (مكاي، 1997، 210، 211).

3-تكنولوجيا الالياف الضوئية :

تستخدم الالياف الضوئية في الاتصالات الهاتفية من خلال مد كابلات هذه الالياف في خطوط تحت الارض، كما تستخدم في الاتصال بين نقطتين بحيث تنقل كميات ضخمة جدا من المحادثات الهاتفية، كذلك يمكن استخدام الالياف الضوئية كقنوات لنقل الاشارة عبر الاقمار الصناعية، وتتيح الالياف الضوئية حلول للكثير من المشكلات الناجمة عن استخدام الاتصال السلكي والكابلات المركزية والميكروويف ونظم الاتصال التي تشع بالهوائيات ، كما توفر الالياف الضوئية العزل الكهربائي من نقطة إلى اخرى فهي محصنة ضد تفريع البرق، وضد التدخل الكهرومغناطيسي والكهروستاتيكي، كما أنها غير معرضة للتشويش، وتوفر قدرا عاليا من الامان عند استخدامها (مكاي، 1997، 138، 137).

4- تكنولوجيا الفيديو تكس :

يعد الفيديو تكس أحد منتجات التكنولوجيا في عقد الثمانينات، وهو عبارة عن وسيلة تفاعل لتسهيل استرجاع المعلومات، وتقدم هذه الوسيلة خدمات تسد حاجات ملحة للبشرية (مكاي، 1997، 204).

وفي هذا النظام يقوم المتلقي بالاتصال بمركز المعلومات للحصول على معلومات معينة في فرع من الفروع التي يرغب في معرفتها. وتتيح مراكز المعلومات بدورها معلومات معينة في مجالات مختلفة (التجارة -التعليمية-العلمية). وتؤدي تكنولوجيا الفيديو تكست إلى تحويل جهاز الاستقبال التلفزيوني إلى اله فعالة لنقل المعلومات من

خلال الربط بالحاسب الالكتروني عن طريق خطوط أو الكابل (القليني ، 2000 ، 2001 ، 165).

5-تكنولوجيا الاقمار الصناعية :

بدا استعمالها في منتصف الستينات ،والاقمار الصناعية عبارة عن محطات ارسال واستقبال تدور في مدار حول الارض على ارتفاع (36) الف كيلو متر في الفضاء ، ويدور القمر الصناعي دورة واحدة حول الارض كل اربع وعشرين ساعة (موسى، 1986 ، 41). ويشمل القمر الصناعي هوائيات Antennas ، كما يتضمن عدة أجهزة لاستقبال الرسائل من الارض وتكبير الاشارات المتضمنة في هذه الرسائل، ثم بثها إلى أي نقطة معينة على الارض .(البطل، بدون ، 227).

واصبح استخدام اقمار الصناعية في الاتصالات مرتكزا اساسيا لتكنولوجيا الاتصال المتطورة في العالم اليوم ،حيث كان الدافع الاساسي وراء ذلك الاستخدام هو التغلب على عائق المسافة، وتوفير الزمن الذي يعتبر عاملا حاسما في صناعة الاعلام.(خطاب، 2010 ، 51 ، 52)

6-تكنولوجيا البريد الالكتروني :

وهو مصطلح يطلق على إرسال رسائل نصية الالكترونية بين مجموعات في طريقة مناظرة لإرسال الرسائل والمفكرات قبل ظهور الانترنت (مراد ، 2011 ، 208). وهو شكل من أشكال الاتصال الالكتروني بين منافذ مربوطة بشبكة الحاسب وتتمثل في رسائل تترك في صناديق بريد المستفيدين لقراءتها على شاشة حاسبة، وتستهدف تسهيل تبادل على الفور ويمكن ان تكون المعلومات في شكل نصوص او صوت أو

رسوم، ويتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها (مكاوي، 1997، 225).

7-تكنولوجيا الهاتف :

يلعب الاتصال الهاتفي دورا مهما في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهناك كميات هائلة من المعلومات التي تنتقل عن طريق الهاتف سواء داخل الدولة أو خارجها ومن المتوقع أن يلعب الاتصال الهاتفي دورا أكثر أهمية في المستقبل من خلال الاتصال المباشر بقواعد البيانات (مكاوي، 1997، 235). وهو أداة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها إذا ما استطعنا الاستعانة به للاتصال بالهواتف الأخرى وهناك أيضا تليفون اللمس الصوتي الذي يمكن المستفيد من نقل المعلومات مباشرة للحاسب الآلي (بدر، 2003، 66، 67).

8-تكنولوجيا الكمبيوتر النقال والهاتف النقال:

هو نظام يتيح للإنسان أن ينقل معه وثائق ومصادره ومعلوماته واتصالاته فلم تعد قدرة الإنسان فيما تستطيع ذاكراته البشرية المحدودة أن تحمله ولا عقله المقيد ولا نقول المحدد، وهكذا أصبح الإنسان رفقا للكمبيوتر النقال والهاتف النقال والاول يحمل له ملفاته وبرامجه والثاني هو نافذته على العالم الخارجي . (علي 1994، 112).

9-التلي فوتو :

هو جهاز اوتوماتيكي لنقل الصور ضمن نظام متكامل يستخدم طريقة البث المباشر من خلال الاقمار الصناعية ويستقبل لفحص الصورة من حيث المضمون والجودة والتأثير البصري، وهو عبارة عن وحدة مسح محمولة يمكن اصطحابها إلى موقع الحدث (خطاب، 2010، 78).

10- تكنولوجيا تليفاكس :

وهذا النظام يعني وصل الآلات التصوير لبث الصورة الابيض والاسود ،أي الفاكس يعني بث المثلثات الرقمية للنسخ الورقية عبر الخطوط التليفونية وله مرادفات أخرى الفاكسميلي، والتلي فاكسميلي، وكلها تعني نقل صورة ورقية لوثيقة معينة من مصدرها الاصلي إلى جهة أخرى (بدر، 2003، 68).

11- تكنولوجيا الانترنت :

انترنت بالانجليزية Internet يتكون من البادئة net التي تعني شبكة أي الشبكة البينية، والاسم دلالة على بنية انترنت باعتبارها شبكة ما بين الشبكات بحد ذاته لا يحوي معلومات وإنما هو وسيلة لنقل المعلومات المخزنة في الملفات أو الوثائق في حاسوب آخر (مراد 2011، 208، 209، 211).

12- تكنولوجيا شبكات المعلومات :

هي مجموعة من الحاسبات قد يكون عددها قليل أو كثير فيمكن ان تتكون الشبكة من حاسبين اثنين فقط أو قد تمتد إلى أن تتضمن الملايين من الحاسبات مرتبطة مع بعضها البعض.(المسوسي، بدون ، 14).

13- تكنولوجيا الاتصالات عن بعد :

تعتمد تكنولوجيا عقد المؤتمرات عن بعد على الاتصال الالكتروني لإنجاز الاعمال عبر المسافات البعيدة، وقد ساعد على إتاحة هذه التكنولوجيا انخفاض كلفة تشغيل الاقمار الصناعية .(مكاوي ، 1997، 236).

14- تكنولوجيا الحاسب الالكتروني :

الحاسوب هو عبارة عن اله الكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات واختزالها ومعالجتها بحيث يمكن اجراء جميع العمليات البسيطة والمعقدة بسرعة، وبدقة، ويتم الحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة اليه، حيث تحول البيانات إلى لغة يتعامل معها جهاز الحاسوب .(البكري ، 2003، 89).

وقد تم اجراء مقابلات مع مجموعة من الصحفيين واعضاء هيئة تدريس من ذوي الاختصاص ، وتم طرح عدة أسئلة في المقابلة وتتمثل في التالي :

- س1. ما مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي ؟
 - س2. هل هناك فرق بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية ؟
 - س3. ماهي سلبيات وايجابيات الصحافة الحديثة (الالكترونية) ؟
 - س4. هل ظهور التكنولوجيا الصحافة يعتبر مكمل ام منافس للصحافة الورقية ؟
 - س5. هل هناك اقبال على الصحافة الالكترونية بالنسبة للعمل الصحفي ؟
- الدكتور عبدالكريم الشوبكي ، عضو هيئة تدريس بجامعة درنة قسم الاعلام شعبة صحافة، السبت، 30-11-2023، كلية الآداب القبة، الساعة 10:51 صباحا.

السؤال الاول لقد أثر التطور التكنولوجي بشكل كبير على فن التحرير والانتاج الصحفي فبفضل التكنولوجيا، اصبحت عمليات التحرير والانتاج اكثر سرعة وكفاءة، حيث يمكن للصحفيين الوصول إلى المعلومات بسرعة من خلال الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وتحرير المقالات والتقارير بسهولة باستخدام البرامج والادوات الرقمية، كما أن التكنولوجيا قد فتحت أبوابا جديدة لوسائل التواصل المتعددة مثل الصوت والصورة والفيديو، مما يسمح للصحفيين بتوصيل المعلومات بشكل أكثر تفاعلية وجاذبية .

والسؤال الثاني نعم هناك فرق بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية، والصحافة التقليدية تشير إلى الوسائل التقليدية مثل الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو، التي تعتمد على وسائل الاعلام التقليدية في نشر المحتوى، أما الصحافة الالكترونية، فتعتمد على الوسائط الرقمية والانترنت في نشر المحتوى مثل المواقع الالكترونية والمدونات والتطبيقات الصحفية ووسائل التواصل الاجتماعي.

والسؤال الثالث من بين سلبيات الصحافة الحديثة (الالكترونية)، يمكن ذكر انتشار الاخبار المزيفة وصعوبة التحقيق من مصداقية المعلومات كما أن الكم الهائل من المعلومات المتاحة يمكن أن يؤدي إلى ضياع القراء في الاخبار وصعوبة التركيز على المحتوى الهام، بالإضافة إلى ذلك ، قد يكون هناك تأثير على الصحافة التقليدية وتراجع في عائداتها بسبب التحول نحو الصحافة الالكترونية .

اما بالنسبة للإيجابيات، فالصحافة الحديثة توفر وسائل تفاعلية ومشاركة للقراء، حيث يمكنهم التعليق على المقالات والمشاركة في المناقشات كما ان الصحافة الالكترونية تسمح بتوفير محتوى متعدد الوسائط بما في ذلك الصوت والصورة والفيديو، مما يعزز تجربة القراءة .

السؤال الرابع يمكن اعتبار ظهور التكنولوجيا الصحفية مكملًا ومنافسًا للصحافة الورقية، فبفضل التكنولوجيا، أصبحت الصحافة الالكترونية متاحة في أي وقت وفي أي مكان عبر الانترنت، مما يوفر للأشخاص وسيلة سهلة للوصول الى الاخبار والمعلومات ومع ذلك لايزال للصحافة الورقية قاعدة جماهيرية ولها قراءاتها المخلصة، ويعتبر الاختيار بين الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية قرارا شخصيا يعتمد على تفضيلات القراء والمتاحة لديهم .

السؤال الخامس نعم هناك اقبال متزايد على الصحافة الالكترونية بالنسبة للعمل الصحفي فمع تزايد استخدام الانترنت والتكنولوجيا الرقمية، أصبحت المنصات الالكترونية وسائل شائعة لنشر الاخبار والمحتوى الصحفي، الصحفيون يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الالكترونية للوصول إلى الجمهور وتوصيل المعلومات بسرعة وفعالية، ومع تطور التكنولوجيا يتاح للصحفيين العديد من الادوات والتطبيقات لتحرير ونشر المحتوى بشكل مبتكر ومتنوع .

الاستاذ عبد العظيم عبدالسلام احمد، عضو هيئة تدريس قسم الاعلام جامعة درنة،
الثلاثاء ، 26-12-2023 العاشرة صباحا ، كلية الآداب القبة .

مدى تأثير التطور التكنولوجي، على التحرير والانتاج الصحفي يطول الحديث في هذا الجانب ولا بأس من ذكر بعض التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة على العمل الصحفي في كونها أصبحت ملازمة للعمل الاعلامي بصفة عامة ، ابتداء من مرجع المعلومات من مصادرها، وتصنيفها وفرزها وتبويبها وتعديلها وكذلك إضافة الصور والرسومات والالوان ومعالجتها في ما يسمى بالإخراج الفني وخاصة في وجود (الانترنت) والحاسبات الالكترونية

وفي الجانب التحريري أصبح المحرر الصحفي التحرير والانتقاء للمعلومات والاختبار ليس ليس فيه اصالة التحرير الصحفي بالطريقة التقليدية بل عن طريق مجموعة من الحاسبات الالكترونية المتصلة ببعضها البعض وامكانية الزيادة والحذف والاختيار والانتقاء والمراجعة والتصحيح اللغوي، وغيرها التي كانت تستخدم في السابق إلى أن يمكنه القيام بها لنفسه دون تدخل الزملاء علاوة عن الاسس الصحفي وامكانية استخدامها ...

الفرق بين الصحافة التقليدية والالكترونية :-

- الوقت والاندية في تداول الاخبار والمعلومات .
- محدودية الصحف الصادرة الالكترونية .
- هناك فرق في استخدام الوسائل في كلا النوعيتين من الصحافة .
- التوزيع .
- التكلفة المادية .
- الانتاج .

السلبيات في الصحافة الالكترونية :

- 1- عدم وجود تشريعات قانونية تحكمها الا ما ندر.
 - 2- الرقابة على المحتوى وفقدانه.
 - 3- صحة ومصداقية الاخبار التي توردها الصحافة الإلكترونية.
- هل ظهور التكنولوجيا (الصحفية) يعتبر مكمل ام منافس للصحافة الورقية.
- تعتبر الصحافة رافدا هاما من روافد الصحافة سوء كانت ورقية او صحافة الالكترونية لما تقدمه من جهد ووقت وامكانيات في الاخراج والتنسيق والالوان والصور والتحرير ...إلخ .
- هل هناك اقبال على الصحافة الالكترونية بالنسبة للعمل الصحفي، نعم يوجد إقبال ولكن بنسب متفاوتة.
- الأستاذ فارس حسن قصار /عضو هيئة تدريس جامعة طبرق قسم الإعلام تخصص صحافة يوم . الاربعاء ، 27-12-2023. الساعة 10:48.
- السؤال الاول ما مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير والاخراج الصحفي؟
- يعيش العالم المعاصر ثورة تكنولوجية عميقة في ميدان المعلومات والاتصال، ولعل ابرز الاندماج الذي حدث بين ظاهرتين في تقجير المعلومات وثورة الاتصال الخامسة - تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي.
- اصبحت منصات سرد القصص الاعلامية مثل البودكاست ووسائل التواصل الاجتماعي وابرز هذه التأثيرات التكنولوجية على الاعلام .
- دمج الذكاء الاصطناعي في إعداد التقارير الاخبارية وتقديمها بشكل فعال .
- زيادة كفاءة الكتابة في المجالات التحريرية .
- مساعدة الصحفيين على التأكد من الخصائص في وقت قياسي .
- القدرة على جمع وتحليل مجموعات البيانات .
- تقديم تحليل متعمق للبيانات الواردة من عدة مصادر .
- قدرة الاعلاميين على التواصل مع جمهورهم بطريقة مباشرة .

- زيادة الانتاج وتقليل التكاليف .

أهمية التكنولوجيا على الصحافة :

التكنولوجيا توفر الكثير من الراحة وتعمل على تغيير سلوك الناس في عالم الانترنت بعدة طرق مختلفة، بما في ذلك الطريقة التي يكتبون بها المعلومات.

إيجابيات بالنسبة للصحافة الالكترونية :

-وفرت الصحافة الالكترونية لكل صاحب فكر وعقيدة أن يعبر عن أفكاره ومعتقداته وإعطاء الفرصة لصناعة الخبر من خلال التحدث عن قضايا مجتمعية وحياته اليومية - لسرعة في نقل الأخبار بالصور وقت حدوثها.

-عدم حاجة الصحف الالكترونية إلى مقر.

-أتاح الصحف الالكترونية إمكانية مشاركة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات.

-تحديث الأخبار والمعلومات والبيانات.

بالنسبة لظهور التكنولوجيا الصحافية يعتبر مكمل أو بديل أو منافس للصحافة الورقية؟

التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد الذي ولد بفضل التزاوج بين التكنولوجيا الاتصال والبت الجديد والتقليدي مع شبكات، وتعتبر الصحافة الالكترونية من وسائل الجديدة والأكثر انتشارا على شبكة الانترنت، وتعتبر الصحافة الالكترونية منافس ومكمل للصحافة الورقية .

سلبيات الصحافة الالكترونية :

-عدم خضوعها للرقابة.

-عدم القدرة على صدق المعلومات.

-كسر بعض المحرمات والقيم الاجتماعية ، وزيادة امكانية التزوير.

-عدم توفر الامكانيات التقنية في بعض الدول النامية.

-اثر سلبا على الحياة الاسرية الاجتماعية.

هل هناك اقبال على الصحافة الالكترونية بالنسبة للعمل الصحفي ؟

دخل التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والبيانات في الفترة الاخيرة، ليغير خريطة المنافسة في عالم الصحافة التي بدأت تتحول إلى متغيرين مختلفين هما: الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، واصبحت الصحافة الالكترونية مهمة جدا في الوقت الراهن بسبب العولمة والتطور العصري الحديث لآبد على الصحفي مواكبة العصر الحديث .

ايناس عمار القائد، عضو هيئة تدريس بكلية الاعلام شعبة صحافة والنشر جامعة بنغازي، فرع المرج ، 28-12-2023، الساعة 2:37 ، يوم الخميس .

نعم هناك فروق واضحة من حيث سرعة نشر الخبر والتكاليف المادية ومن حيث المساحة المحددة لنشر الخبر وامكانية تخزين النسخ الإلكترونية والرجوع إليها في أي وقت وكذلك امكانية الرجوع للأخبار المتعلقة بالموضوع ذاته، وامكانية التفاعل مع الخبر ومحرره ، وطرق عرض الخبر والبدايل المتوافرة امام القارئ.

ايجابيات الصحافة الإلكترونية ... سرعة نشر الخبر وسرعة تعديله أو إلغائه ... المساحة الواسعة التي تسمح للصحفي بكتابة اخباره دون تقيد بمساحة او عدد كلمات محددة وامكانية الرجوع للخبر في أي وقت بالإضافة لربط الاخبار والمقالات المتعلقة بالموضوع ذاته، امكانية تصفح الصحيفة الإلكترونية في أي وقت وبأي مكان فقط عن طريق جهاز الحاسوب أو هاتف نقال دون التقييد بتوقيت بث او نشر الخبر .. وظهور المواطن الصحفي التي جعلت القارئ العادي يشارك في صناعة الخبر من خلال نشر الاخبار المحيطة به.

اهم سلبياتها التي يمكن الاغفال عنها انها بيئة خصبة لانتشار الشائعات والاذخار المغلوطة، وعدم وجود قوانين او ميثاق تنظم العمل الصحفي الالكتروني وتجعل جميع الصحفيين العمل تحته .

من وجهة نظري يعتبر منافس .. في حال لم تطور او تستفيد الصحافة الورقية من خصائص وخدمات الشبكة وتطور من خدماتها بما يتماشى مع التطور التقني الحاصل حتى تستطيع الاستمرار في بقائها بجانب باقي الوسائل.

نعم يوجد اقبال خاصة ان جميع المؤسسات الاعلامية الصحفية تعتمد على تواجد نسخها الالكترونية على شبكة الانترنت ولكن العمل في الميدان الالكتروني يتطلب من الصحفي اكتساب مهارات العمل الصحفي من جانب إلى جانب مهارات تقنية من جانب اخر، كتحرير الملفات بشتى انواعها، كيفية النشر في المواقع، بالإضافة إلى مهارات أخرى عديدة وكذلك معرفة صياغة خبر ومحتوى يتماشيان مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي والاحاطة بالأمور التقنية، كإنشاء الصفحات والحسابات الرسمية في الشبكات الاجتماعية والرد والتواصل مع رسائل وتعليقات الزوار، ومعرفة خصوصية وميزة شبكة اجتماعية، ومدى قدرتها على اداء المهمة الاعلامية، فهناك شبكات اجتماعية يمكن وصفها بالعامية مثل (Twitter) (Facebook) (Google).

صالحة المسماري، عضو هيئة تدريس كلية الاعلام، شعبة صحافة، جامعة بنغازي،
فرع المرج، الساعة 15:9، السبت 2023-12-30.

ساهم التطور التكنولوجي بشكل عام في تحسين كفاءة وجود العمل الصحفي وتقديم وانتاج مادة اعلامية تتناسب مع متطلبات العصر كما انها وفرت الكثير من الجهد والوقت للصحفيين.

اعتقد ان الصحافة الورقية تسير في اتجاه واحد أي من المرسل إلى الجمهور، وهنا تختفي صفة التفاعلية التي تعتبر من أهم ومميزات العصر الحالي والتي تعد من أهم سمات الصحف الالكترونية. لعل من ابرز سلبيات الصحافة الالكترونية انها ساهمت في انتشار الشائعات ونشر المفاهيم والمعتقدات التي لها التأثير السلبي على الحياة المجتمعية، وبنظري من أهم ايجابياتها هي انها اتاحة للصحفي العمل في اكثر من مؤسسة صحافية في ذات الوقت وهذا منح الصحفي فرصة لزيادة الدخل المالي، كما أصبح بالإمكان نشر الخبر بالصوت والصورة معا من موقع الحدث وتفاعل الجمهور معه بشكل مباشر الامر الذي كسر حاجز المسافات بين الدول والجمهور بالإضافة لإمكانية التعديل والاضافة الفورية.

تعتبر الصحافة الالكترونية مكمل للصحافة التقليدية الورقية والدليل انه التطور التكنولوجي لم يلغي وجودها بل أن الصحافة الورقية أصبحت تسعى إلى ان يكون لها مواقع الالكترونية من أجل ان تتسع رقعتها الجغرافية وتتواصل مع جمهورها.

نعم ارى ان هناك اقبال كبير على الصحافة الالكترونية الحديثة ، وهذا دليل على مدى أهميتها بالنسبة للعمل الصحفي والصحفيين انفسهم .

ابتسام امراجع اغفير ، ماجستير صحافة ، ورئيس تحرير صحيفة الليبي اليوم الإلكترونية ، الاربعاء ، 3-1-2023 ، الساعة الخامسة مساء .

ما مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير والانتاج الصحفي ؟

للتطور التكنولوجي دور مهم في الارتقاء بفن التحرير الصحفي بأشكاله كافة من خبر وتقرير وحوار، لان متطلبات العمل الصحفي لم تعد تحتسب بالأيام بل بالساعات إن لم نقل بالثواني، وهذا أدى إلى السعي الدؤوب من اجل العمل على مواكبة فن التحرير لهذا التطور والتماهي معه، فبدأت نتيجة لذلك اشكال جديدة في صياغة فنون التحرير

كافة نراها نحن كقائمين بالاتصال ضرورة ملحة لتسهيل النشر وسرعته فالمنصات الرقمية تلتهم كل شيء في ثواني معدودة، وتغير مفهومنا حتى للخبر، الذي كان يعد الخروج عن المألوف وأنه ليس هناك أقدم من خبر الامس، واصبح الخبر كل شيء يصلح خبرا من قطعة فوق الشجرة، إلى أخبار الحروب والكوارث، وأنه ليس هناك أقدم من خبر ونشره منذ ساعة. وبالتالي التطور التكنولوجي ساهم بشكل كبير في غزارة الانتاج الصحفي قياسا على قاعدة النشر في أي وقت ونشر الموضوع وقت تحريره .

هل هناك فرق بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية ؟

لنكن على وفاق البداية أن الصحافة التقليدية هي الاساس والركيزة للانطلاق نحو عمل صحفي ذو احترافية عالية ولكن اود التركيز على نقطة معينة هنا أننا كعاملين في المجال الصحفي، ولم يعد يرد على بالننا مسألة الفروقات فقد تجاوزنا هذه المقارنة، بعد ان تعرفنا على ميزات الصحافة الالكترونية ، ولكن في المجمل بالتأكيد الصحافة الالكترونية تتفوق كثيرا على الصحافة التقليدية وهنا نقصد المصطلح الاشمل للصحافة، صحافة راديو، صحافة تلفزيون، صحافة ورقية، وذلك للميزات التي جعلتنا نطور من مهارتنا الاتصالية في التواصل مع الجمهور وإيصال الرسائل الاخبارية المختلفة له، من أهمها التفاعلية، وسهولة التعرض، استخدامات النص الفائق والعمق المعرفي، كذلك السرعة والنشر في الوقت الحقيقي لوقوع الحدث.

ماهي سلبيات وإيجابيات الصحافة الحديثة (الالكترونية) ؟

تتمثل سلبيات الصحافة الالكترونية، في معرض السعي لأجل الفوز بالسبق الصحفي تصبح مكانا للنشر الاخبار المضللة، والمغلوبة، والكاذبة، وذلك عندما لا تضع الصحافة الالكترونية في حساباتها ضرورة التحقق مما سيتم نشره خاصة أوقات الحروب والازمات والكوارث، لذلك ظهر مصطلح مدققي المعلومات، وأصبح جزء لا

يتجزأ من عمل أي منصة الكترونية رصينة، أما عن ميزاتها فهي كثيرة ولكن أهمها هي التفاعلية المتمثلة في التعليق والمشاركة والاعجاب والتي من خلالها نحصل على رجع الصدى بشكل سريع لتقييم ما تم نشره أو بثه، إضافة إلى أنها أتاحت للمنصات الاعلامية المختلفة ابتكار طرق كثيرة لنشر المحتوى الصحفي من أهمها (الكرس ميديا)، والتي تعني تكييف فنون التحرير الصحفي وصياغتها بشكل مناسب للنشر في منصات رقمية مختلفة .

هل ظهور تكنولوجيا الصحافة يعتبر مكمل أم منافس للصحافة الورقية ؟

لا هذا ولا ذاك، لابد لنا بعد هذا التطور الهائل في تقنيات الانترنت المختلفة ، وظهور تطبيقات ومنصات رقمية بين فنية واخرى ، أن نعترف بحقيقة قد لا يتقبلها تحديدا معاصري الصحافة الورقية، وهي أن عصرها أو نجمها أخذ في الأفول ، ليس لعب فيها ، ولكن هناك اجيال جديدة ولدت والتقنية في يدها، متمثلة في الايباد والتابلت والهواتف الذكية، فكيف لنا أن نقنع شاب بعمر 16 أو حتى 20 عاما ان يتصفح جريدة أسبوعية لتلقي الاخبار منها، وهو (بتميرة إصبع) ويستطيع أن يحصل على الخبر لحظة وقوعه عن طريق البث المباشر، لذلك لابد لنا أن نسلم بانه مستقبلا لا مكان للصحافة الورقية .

هل هناك إقبال على الصحافة الالكترونية بالنسبة للعمل الصحفي ؟

التوجه الان يمر سريعا وقويا نحو الصحافة الالكترونية التي فتحت الباب على مصرعيه للجميع للعمل فيها لذلك ظهر مصطلح صحافة المواطن، الذي اتاح للجميع أنهم بمجرد أنهم يمتلكون هواتف ذكية وشبكة إنترنت قوية، وينشئ له حساب على فيس بوك أو إحدى منصات التواصل الاجتماعي اخرى سيصبح صحفي دون أن يدري، وهذه الميزة استغلتها الصحف المهنية الحقيقية وبدأت تطبقها عبر منصاتها المختلفة

امال عبدالله بالحاج ، مدير مكتب العلاقات العامة بالهيئة العامة للصحافة ، المكان
مكتب العلاقات العامة بعمارة الاعلام ، الدور الأول ، الساعة العاشرة .

ما مدى تأثير التطور التكنولوجي على فن التحرير والانتاج الصحفي يعتبر التطور التكنولوجي للإخراج الصحفي نقله نوعيه في عالم الاتصال وحينما كان القارئ يذهب يشتري الصحف ليوم معين وفي وقت معين، اصبح بالتالي من السهل عليه اقتناءها وقراءتها بسهولة هي الان موجودة بين يديه ويجدها بسهولة هي الان في جواله المحمول يقرأها متى يشاء وفي الوقت الذي يجده مناسب، فالتطور التكنولوجي انه بشكل مباشر على شكل المحتوى والمضمون من ناحية اختيار المواضيع التي يفترض أن تكون في الصحيفة، لذلك هي الان مجال الاحتواء بها فالإنتاج الصحفي الالكتروني اصبح متاحا يستطيع الصحفي أن يحمله في نقاله في عبارة عن تطبيقات يمكن لها أن تقوم بإخراج صحيفة الالكترونية من الطباعة إلى انتاج الافلام القصيرة التي تحتوي على صور واصوات ومؤثرات حيث جعلت العمل الصحفي اليوم أكثر متعة من ذي قبل، لذلك تم العزوف على الصحيفة الورقية لم تحتوي الصحيفة الالكترونية اليوم من مزايا تزداد يوما بعد يوم.

هناك فرق بين الصحافة التقليدية والالكترونية:

الصحافة الالكترونية: هناك فرق كبير جدا بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية، فكل نوع له جمهوره وقراءه ومتابعيه، حيث اصبحت الصحافة الالكترونية تتميز بالمزايا الآتية :

- السرعة في عرض المواضيع .
- التسويق والاستشارة لما تحتويه من مزايا مختلفة في مواضيع والاخراج والصور .
- تناول المواضيع بطريقة مختصرة جدا .

اما الصحافة التقليدية فلها جمهورها القارئ الذي ينتظر على الصباح صدور هذه الصحيفة، فلا يمكن تصور وجود مجتمع بدون صحيفة خاصة به تهتم بالمجتمع وقضاياها، وبالتالي حيث أن لكل صحيفة جمهورها وقراءها.

وبالإضافة الى ان الصحافة التقليدية تهتم بقضايا ولها القدرة على التناول بشكل سهل يجعل القارئ الاندماج في المادة وتنشيط خياله وإيصال المعلومة بشكل جميل.

أما بالنسبة للسلبيات، أنها تغطي وبشكل كبير على الصحافة التقليدية من حيث أصبح لها جمهور كبير وواسع واصبحت تحتوي على مميزات وتجعلها جذابه مما هذا الكثير باقتناء الإلكترونيات وتتبعها بعكس التقليدية التي أصبح جمهورها يضمحل يوما بعد يوم، اما الشيء الاخر تعتبر الصحافة الالكترونية أي من الصحف في بعض الجماهير اقتناءها فهي تحتاج ميزانية معينة في الشخصية مثل النظر، ومدى جودة المحمول، توفر الاتصال.

يعتبر مكمل في أوقات معينة عندما لا تتحصل على الصحافة الورقية او تتبع موضوع ما حيث وبشكل سريع واني اتحصل على موضوع ونكمل قراءته، احيانا نبحث عن مواضيع نجدها اسهل في اقتناءها على الورقي الذي يحتاج لمجهود لشرائها.

وتعتبر منافسا قوي للورقية التي اصبحت في الوقت الحالي تتعرض لصعوبات في اصدارها وطباعتها مثال على ذلك صحيفة الحياة الليبية التي تعرضت للتقليص في الاعداد والحجم ايضا.

بالإضافة إلى مصادر بعض جهات الخاصة بطباعة الصحيفة من مدينة بنغازي ... لذلك من ناحية الصور والطباعة فإنها تعترض لعدد من المشاكل، لذلك اتجه الكثير إلى الاهتمام الحدود نحو الالكتروني بسبب سهولة وامكانية الاخراج السريع للمواد.

سيتم الآن ولوقت لاحق بأن الله تحويل الحياة الليبية إلى الالكترونية وذلك لعدة اسباب تراها إدارة التحرير مناسبة للتغلب على عدد من المشاكل المتعلقة في الاخراج ووجود المادة الورقية.

استخلاص النتائج:

ومن خلال ما تم سرده من اراء عن طريق المقابلة لذوي الاختصاص الصحفي اكاديمي او مهني نستخلص بعض النتائج ومنها:

- هناك تأثير فعال على الانتاج والتحرير الصحفي من خبر وتقرير وحوار.
- من الملاحظ دمج الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بصفة عامة.
- يوجد فرق بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية والتي تعتبر حرة في حرية التعبير على عكس الصحافة التقليدية (الورقية) ... كذلك من حيث المساحة المحددة للنشر.

-تتعدد السلبيات والمميزات من صحافة لأخرى ومنها.

السلبيات:

- 1-عدم خضوع الصحافة الالكترونية للرقابة.
- 2-عدم القدرة على صدق المعلومات.
- 3-انتشار الشائعات والمفاهيم المغلوطة.

الايجابيات :

- 1-السرعة في نقل المعلومات والايخبار بالصورة وقت حدوثها.
- 2-عد الحاجة للصحافة الالكترونية إلى مقر.
- 3-تحديث الاخبار والمعلومات.
- 4-امكانية تعديل او إلغاء الخبر.
- 5-التسويق والاستشارة في مختلف المواضيع والاخراج والصور.

-تعتبر الصحافة الإلكترونية مكملًا نوعًا ما، وذلك بالنسبة للاعتماد على التطور التكنولوجي في الانتاج والاخراج والحواشيب بالنسبة للنوعين من الصحافة.
-والبعض يراها منافسا في حالة عدم وجود تطور في الخدمات بالنسبة للصحافة الورقية .

-نعم يوجد اقبال كبير وملحوظ على الصحافة الحديثة (الإلكترونية) والتطور العصري الحديث ولا بد للصحفي مواكبة العصر في ظل التطور التكنولوجي.

التوصيات :

- 1-الاهتمام بكلا من انواع الصحافة ودمج التطور التكنولوجي للعمل الصحفي.
- 2-التأكيد على التجاوب مع الباحث ومساعدتهم بالمعلومات من ذات الاختصاص للحصول على افضل النتائج .
- 3-محاولة دمج المزايا لكلا من النوعين والابتعاد او التقليل من السلبيات في العمل الصحفي.

- 4-متابعة التطور التكنولوجي لما له من نتائج ايجابية في سرعة نقل الخبر.
- 5-الحث على التدريب الميداني للصحفيين بشكل دورات وندوات وورش عمل للحصول على كادر اعلامي صحفي مميز.

الخاتمة :

تم هذا البحث عن تكنولوجيا الصحافة الحديثة لتوضيح الماهية والاهمية، حيث تم طرح المشكلة في محاولة إيضاح التطور في تكنولوجيا الصحافة الحديثة ومدى اهميتها للباحثين ووضع الاهمية والاهداف من هذا البحث ووضع تساؤلات الدراسة وتعريف المصطلحات الواردة في البحث وعرض عدد من الدراسات السابقة عن الموضوع ومن ثم التعقيب عليها، وعرض وتوضيح اداة جمع البيانات ومجتمع البحث وعرض الاطار النظري واجراء مقابلات مع عينة من ذوي الاختصاص في المجال

الصحفي مهنيًا وإكاديميًا ، ثم بعد ذلك تم عرض النتائج من الباحثة ووضع توصيات بالخصوص.

قائمة المراجع

اولاً: الكتب .

- ابراهيم راشد ، التكنولوجيا والصحافة، في دولة الامارات العربية المتحدة، 1999
- الفيسل عبد الامير مويت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، عمان، دار الشرق ،2006.
- القضاة، خالد، التقنيات الحديثة وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية البيئية، ط1، القاهرة، دار العربي، 1997
- بدر أحمد انور، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات واساسيات استرجاع المعلومات، ط1، الاسكندرية، دار الثقافة العالمية ، 2003 .
- أبو شنب جمال، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ مرحلة الابتدائية حتى الان، بدون ط، مصر، دار المعرفة الجامعية ، 1997.-
- خطاب ، امل محمد ، مقدمة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الاداء الصحفي ، ط1، القاهرة، دار العالم العربي ، 2010.
- رزق هاني حبلي، الايمان والتقدم العلمي ، ط1، بيروت ، دار الفكر المعاصر ، دمشق ، 2000.
- سوزان القليني ، تكنولوجيا الاتصال ونظم المعلومات ، بدون ط، 2000-2001.
- شريف اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني ، ثورة الصحافة في القرن القادم ، ط1، دار العربي ، 1997 .
- عفيفي محمود محمود، التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات ، بدون ط، القاهرة ، دار عربي ، للنشر والتوزيع ، 1994.
- علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري ، بيروت ، بدون ط، القاهرة ، دار العربي ، 1990.

-قنديل عامر ابراهيم، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت ، ط1، عمان ، دار المسيرة، 2003، .

- محمد جاسم فلحي الموسوي ،اتجاهات اعلامية معاصرة .

- مراد كامل خورشيد ، الاتصال الجماهيري والاعلام التطور -الخصائص- النظريات ، ط1، عمان ، دار المسيرة 2011.

- مكاوي حسن عماد ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، ط1، القاهرة ، دار الفجر ، 1993.

ثانيا: الرسائل العلمية :

1- المخلافي سنة 2005 ، المؤسسات الاعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات دراسة ميدانية على المؤسسات الصحفية اليمنية .

2- بخيت سنة 1999، المؤسسات الاعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات ، دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية .

3- شيخان 1999، اثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطوير فنون الكتابة الصحفية .

4- محمد ، 1990، تكنولوجيا الاتصال وتطوير الاعلام العربي المكتوب .

5- Walter Nibauer مستويات توظيف الحاسب الالي في الصحف الصادرة بولاية ايوا الامريكية .

6- Lucinda Port توظيف الحاسب الالي بغرف الاخبار في صحف ولاية ميشجان الامريكية.

ثالثا: المجالات العلمية :

- امينة صبري ، مجلة الفن الاذاعي ، العدد، 198- ابريل ، 2010-21.

- الشيخ الجابر ، الصحافة الالكترونية العربية ، المعايير الفنية والتقنية 391 ابحاث المؤتمر الدولي ، جامعة البحرين، 2009.

-مجلة بندر العتيبي ، مجلة العالم الرقمي .

-عبلة درويش ، الصحافة الالكترونية ، موقع الحوار المتمدن .

معالجة المواقع الإخبارية الليبية لكارثة إعصار دانيال في مدينة درنة الليبية (دراسة تحليلية مقارنة)

د. ميلود فرحات علي فرحات.. جامعة سبها/ليبيا

الملخص

هدفت هذه الدراسة للتعرف على معالجة مواقع الإخبارية الليبية لكارثة الإعصار المتوسطي دانيال الذي ضرب مدينة درنة الليبية في العاشر من سبتمبر 2023، وكيفية إدارتها وتغطيتها لتلك الكارثة إعلامياً من خلال مدخل الموقف المشكل، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المقارنة التي اعتمدت على منهج المسح، وقد طبقت الدراسة التحليلية على ثلاث مواقع إخبارية إلكترونية ليبية، عينة الدراسة (موقع الوسط، وموقع ليبيا24، وموقع ليبيا اليوم)، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها، أظهرت نتائج الدراسة اتفاق المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة في التركيز على الموضوعات الناجمة عن كارثة إعصار دانيال فجأت الوفيات والمصابين والأضرار الناجمة على رأس هذه الموضوعات بنسبة 25.56%، كما بينت نتائج الدراسة أيضاً استخدام المواقع الإخبارية الليبية أساليب الإقناع الموضوعية التي تتسم بالطابع السردى الإخباري في التغطية الصحفية لكارثة إعصار دانيال بنسبة 56.44%، ثم الأساليب العاطفية بنسبة 43.65%، كما كشفت النتائج عن وجود مؤشراً من التوازن النسبي في تغطية ومعالجة الموضوعات المتعلقة بكارثة إعصار دانيال، وذلك وفقاً لمراحلها وأبعادها المختلفة، مع تقدم مرحلة وقوع الكارثة مركز الاهتمام والتحليل وبفارق نسبي بسيط عن مرحلة ما قبل كارثة الإعصار وما بعدها، وبرز ذلك من خلال تغطية الخسائر المادية والبشرية للكارثة، وخلصت الدراسة إلى اتفاق عينة الدراسة في تحديد أسباب وظروف تطورات الكارثة، بالتركيز

والاهتمام على إبراز أثارها البشرية والمادية ، كما عكست أيضا حالة من التوازن والتوافق والتجانس المنطقي باقتراح الحلول المناسبة لمعالجة الكارثة ونتائجها .

**Libyan news sites' treatment of the Hurricane Daniel disaster in the Libyan city of Derna
(a comparative analytical study)**

Dr. Miloud farahat Ali . Department of information – Faculty of
mead / Sebha University –Libya Email:
wali73us@gmail.com

Keywords: Treatment - Libyan news websites - Hurricane - Daniel disaster

Summary :

This study aimed to identify Libyan news sites' handling of the Mediterranean Hurricane Daniel disaster, Which struck the Libyan city of Derna on September 10, 2023, and how it managed and covered that disaster , In the media through the problem situation approach, this study belongs to the descriptive comparative research that It relied on the survey method, and the analytical study was applied to three Libyan electronic news sites, a sample ,The study (Al-Wasat website, Libya 24 website, and Libya today website), and the study reached a number of results Most importantly, the results of the study showed agreement between the Libyan news sites in the study sample in focusing on the topics The disaster caused by Hurricane Daniel surprised the deaths, injuries and damage on top of these Topics by 25.56%, and the results of the study also showed that Libyan news sites use methods Objective persuasions that characterize the news nature in press coverage of the Hurricane Daniel disaster in proportion 56.44% .Then emotional styles accounted

for 43.65%. The results also revealed an indicator of balance Relative coverage and treatment of topics related to the Hurricane Daniel disaster, according to its stages and dimensions With the progress of the stage of the disaster occurring, the center of attention and analysis is with a slight relative difference from the previous stage The hurricane disaster and its aftermath, this was highlighted by covering the material and human losses of the disaster, and it was concluded , The study reached agreement among the study sample in identifying the causes and developments of the disaster, and focusing and attention on highlighting its effects ,It also reflected a state of balance, harmony, and logical harmony by proposing appropriate solutions to address the disaster and its consequences .

المقدمة

تضاربت الآراء وتباينت المواقف بين الكثير من الباحثين والمفكرين حول أهمية الإعلام، ودوره في رسم صورة دقيقة في معالجة الكوارث الطبيعية التي تعتبر حدثاً مفاجئاً يهدد أمن وسلم واستقرار كل المجتمعات ، وتمثل الكوارث الطبيعية خاصة منها الأعاصير المتوسطة أحد تلك الأزمات الطبيعية المروعة التي عادة ما يصعب التنبؤ بها نظراً لتنامي سرعتها وقوة رياحها الهائلة وتغيير مساراتها بشكل مستمر ، فضلا عن أثارها وتكلفتها المدمرة سواء كانت تكلفة مادية أو تكلفة بشرية ⁽¹⁾، وتواجه ليبيا خاصة المناطق الشرقية منها لأول مرة إعصار استوائي متوسطي عنيف، مما أدى إلى سيول وفيضانات تعرضت له مدينة درنة الليبية، حول معظم أنحاء المدينة إلى أنقاض وجثث التي أودت بحياة ما يقل عن 20.000 ألفاً شخصاً، وتركت نحو 40.000 ألف شخص بلا مأوى ⁽²⁾، وتشير معظم الدراسات في الوقت الحاضر أن تعدد الأزمات في مجال الكوارث وإدارتها تساهم بشكل كبير في جذب انتباه الإعلام

بكل أنواعه ووسائله المختلفة لتغطيتها والتعمق في مجالها بالشرح والتحليل والتفسير ، ويتأتى ذلك من خلال رصد الحقائق والمعلومات الموثوقة بها وفقاً لما تتطلبه التغطية الصحفية العقلانية التي تعتبر مدخلاً مهماً للولوج في معالجة عمق الأزمة والغوص في جذورها وتحديد معالمها ، وتفكيك عناصرها التي تغذيها من أجل إعداد استراتيجية ناجعة لمواجهتها والتقليل من مخاطرها ، وإذا كانت وسائل الإعلام لا تحدد أجندة الالتزامات المختلفة، إلا أن لها دوراً مؤثراً في تحديد كيفية معالجة هذه الأزمات ، وهي لا تؤدي هذا الدور بمعزل عن باقي أدوات إدارة الأزمة، وإنما تؤديه من خلال إدراك واضح لعلاقات متداخلة وأدوار متكاملة في لحظة صعبة و حرجة، وبذلك تصطبغ الإعلامية بالهدف الإستراتيجي لتلك الأهداف⁽³⁾، حيث تتداخل رؤية هذه الأدوات مع الرؤية الإعلامية ليأتي متاغماً في وعي ساعيا نحو هدف محدد لأمجال فيه لصراع أو تناقض أو خروج عن السياق، وفقاً للأطر المكانية والزمانية التي توصف بأنها من أهم الوسائل المعالجة لها في تلك الظروف الغير طبيعية، ومن هنا تبرز أهمية وسائل الإعلام أثناء وبعد تلك الظروف الطارئة وتحديد الوسيلة المناسبة لمعالجة الأزمة، حيث تصبح جل المواقع الإعلامية الإخبارية ملاذ الجمهور الأول والاخير في متابعة تطورات هذه الكارثة والأوضاع فيها ، والتي غالباً ما يقع على مسؤوليتها أيضاً توعية الجمهور بتحديات الأزمة وإحاطتهم بالمشاهد والمخاطر الواقعية المحتملة ، وإرشادهم إلى طرق السلامة وسبل النجاة بما يساعدهم من تجاوز ظروف الكارثة وأثارها الخطيرة⁽⁴⁾، فضلاً عن الدور الانساني والتعاقد الاجتماعي، وتهيئة وتعبئة الرأي العام المحلي والعالمي بكل اطيافه للمساهمة في عمليات الدعم والانقاذ والإغاثة، لمعالجة أثارها بالسرعة والصورة الصحيحة المطلوبة. لذلك نتناول هذه الدراسة المعالجة الإعلامية لكارثة إعصار دانيال التي تعتبر بمثابة محاولة كشف واقع المشكلات البيئية في المواقع الإخبارية الليبية ، والتركيز

على أليات وطبيعة فنون ومراحل هذه المعالجة الإعلامية العلمية والتطبيقية لوصفها في دائرة اهتمامات الجمهور الليبي .

مشكلة الدراسة :

يعد الاهتمام بموضوعات التغيرات البيئية من قبل الإعلام حدثاً محلياً وعالمياً خاصة بعد اكتشاف أثاره ومخلفاته المدمرة على الفرد والمجتمع، مما لزم على وسائل الإعلام المختلفة تسليط الضوء على هذه القضية، حيث شهدت ليبيا في الآونة الأخيرة نتيجة تلك التغيرات المناخية سلسلة من الأحداث المختلفة والتي كان من أبرزها الكوارث الطبيعية التي تعد الأعاصير والفيضانات من بين الموضوعات التي تصدرت وسائل الإعلام المختلفة تغطيتها ومعالجتها ، بما يتناسب مع طبيعة عملها، من أجل تزويد الجمهور بكل التطورات والأخبار والمعلومات والحقائق المهمة حول هذه الأحداث، كما استأثرت كارثة إعصار دانيال المدمرة في شرق ليبيا اهتمام جل وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بمختلف أنواعها وأشكالها وذلك من خلال عرض مستجدات الأحداث المتعلقة بهذه الكارثة، وأثارها الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وبرز من بين تلك وسائل الإعلام التي اهتمت بتغطية كارثة فيضانات درنة الليبية المواقع الإخبارية ، ومن هنا تتمحور مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على معالجة المواقع الإخبارية الليبية لكارثة إعصار دانيال في مدينة درنة الليبية ؟

أهمية الدراسة: التي يمكن تحديدها في ضوء عدد من الاعتبارات:

- 1- أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام في التوعية بمخاطر الكوارث الطبيعية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
- 2- أهمية رصد دور وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والحديثة في تنمية وعي الجمهور بشأن مواجهة تهديدات التغيرات المناخية وتداعياتها المستقبلية.
- 3- تظهر أهمية هذه الدراسة أيضاً في معالجة وسائل الإعلام لقضايا الكوارث البيئية مثل السيول والفيضانات وانعكاساتها الاجتماعية والاقتصادية على الفرد والمجتمع

4- تتبع أهميه نهذه الدراسة من قلة الدراسات الإعلامية العربية والمحلية على وجه الخصوص التي تناولت معالجة قضايا كوارث الفيضانات من خلال مدخل الموقف المشكل .

5- تكتسب هذه الدراسة أهمية نابعة من أهمية المواقع الإخبارية الليبية كمصدر للمعلومات أثناء وبعد الكارثة، وذلك لما تتميز به من قدرتها التأثيرية على الجمهور بكل أطيافه.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة مختلفة من الأهداف هي:

1- التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية الليبية بكارثة إعصار دانيال (عينة الدراسة)

2- التعرف على أبرز الموضوعات المعالجة التي ركزت عليها المواقع الإخبارية الليبية (عينة الدراسة) في تناولها لتغطية إعصار دانيال .

3- التعرف على طبيعة المعالجة الصحفية من حيث المحتوى والشكل الصحفي لكارثة إعصار دانيال في المواقع الإخبارية الليبية (عينة الدراسة) .

4 - التعرف على مدى معالجة إدارة المواقع الإخبارية الليبية (عينة الدراسة) أسباب ونتائج والحلول المقترحة لكارثة إعصار دانيال بشكل متوازن .

5 - تحديد مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية (عينة الدراسة) في معالجتها لكارثة إعصار دانيال .

الدراسات السابقة :

بعد الإطلاع على التراث والمسح العلمي للدراسات السابقة الخاص بموضوع الدراسة، والذي أسفر عن وجود مجموعة من الدراسات العربية والاجنبية التي تناولت قضايا التغيرات المناخية ، والتي تتعلق بعض من أهدافها وأدواتها ونتائجها مع ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية والعلاقة القائمة فيما بينهما، بما يسهم بشكل أساسي في

التصميم المنهجي والبناء النظري للدراسة الحالية، وتعددت وتنوعت الاطر النظرية المستخدمة لهذه الدراسات، حيث انطلق معظمها بالتركيز على نظريات ومداخل نظرية محددة منها : نظرية تحليل الإطار الإعلامية ونظرية الغرس الثقافي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

ما استخدمت الدراسات السابقة جلها المنهج الوصفي والتحليلي، و تحليل المضمون والبعض الآخر تحليل الخطاب، والاستبيانات في الدراسات الميدانية كأدوات لجمع البيانات ، أما عن الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لإعصار كارثة " دانيال " فقد اعتمدت الدراسة الحالية بشكل كبير على دراسة ريهام مرزوق مع الأخذ بعين الاعتبار نتائج مقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسات:-

دراسة ريهام مرزوق إبراهيم (2024) ⁽⁵⁾ التي استهدفت التعرف على أساليب أطر معالجة المواقع العربية والاجنبية للكوارث الطبيعية بالتطبيق على فيضانات ليبيا نموذجاً ،باستخدام منهج المسح، حيث شملت عينة الدراسة التحليلية موقع سكاى نيوز ،و بى بى سى، وموقع العربية الإخباري، معتمدة على أداة تحليل المحتوى لأجل تحليل المواد الصحفية التي اعتمدت عليها تلك المواقع خلال تغطيتها الإخبارية لقضايا الفيضانات، وكانت أبرز نتائج الدراسة تأكيدها على الجانب الإيجابي الذى تبنته عينة الدراسة في تغطيتها للكارثة بشكل عام، بينما حلت الأضرار الناجمة عن الكارثة في الترتيب الأول التي تناولتها الفيديوهات في مواقع الفضائيات الإخبارية الأجنبية والعربية وذلك بنسبة 24.1%، تلتها حالات الوفيات والمصابين في المرتبة الثانية بنسبة 19%، ثم عملية الإنقاذ والمساعدة بنسبة 16.4%، وجاءت أطر النتائج و أطر الآثار في مقدمة التغطية الإعلامية لتلك الفيضانات في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والاجنبية بنسبة 25.2%، تلتها الاهتمامات الإنسانية ثم المساندة

والدعم بنسبة متفاوتة بلغت 5%، بينما حل إطار الاستجابة الحكومية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1%.

وهدف دراسة عبد العليم مصطفى عبد الحي (2022) ⁽⁶⁾، إلى التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية المصرية بحجم تغطية موضوعات التغيرات المناخية، ضمن دراسة وصفية تحليلية، معتمدة على نظرية الأطر الإعلامية، ومنهج المسح الإعلامي للمواد المنشورة على مواقع الصحف الإخبارية الشروق، المصري اليوم، واليوم السابع، باستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام المواقع الإخبارية الثلاثة بتغطية موضوعات التغيرات المناخية، حيث حل موقع اليوم السابع في المرتبة الأولى، ثم في المرتبة الثانية موقع المصري اليوم، وفي المرتبة الأخيرة موقع الشروق، كما بينت النتائج تقدم فن التقرير الصحفي من بين الفنون الصحفية في المواقع عينة الدراسة أثناء تغطيتها لموضوعات التغيرات المناخية .

وسعت دراسة محمود أحمد إبراهيم وآخرون (2021) ⁽⁷⁾، إلى معرفة الدور الذي لعبته مواقع كل من الصحف المصرية (الأهرام) والبريطانية (التايمز) في معالجتها لقضية الكوارث والتغيرات المناخية، من خلال توظيف نظرية الأطر الإعلامية واستخدام المنهج المسحي التحليلي وأسلوب الحصر الشامل لقضايا الكوارث في مواقع صحف العينة التي بلغت أثناء فترة الدراسة 117 موضوعاً، وتوصلت الدراسة إلى الاهتمام البسيط الذي أولته صحيفة التايمز البريطانية لقضية التغيرات البيئية، والتركيز على القضايا المناخية وتأثيراتها السلبية على الأرض، بينما انخفض معالجة صحيفة الأهرام المصرية لقضايا تغير المناخ وما يتبعه من كوارث طبيعية ، واهتمت بشكل عام بقضايا التلوث البيئي، وأظهرت النتائج أيضاً أن الصحفتين ركزت على الوسائط التوضيحية مثل الصور والرسومات كعوامل تفسيرية، واعتمدت في مصدر المعلومة على المندوب الصحفي، فضلاً عن أن صحيفة التايمز اعتمدت

على مندوبين محترفين في تغطية الأخبار البيئية والكوارث الطبيعية على عكس الأهرام المصرية .

بينما ناقشت دراسة **Mengtian& others (2023)** ⁽⁸⁾ تأثير التقارير الصحفية للفنون الإعلامية للكوارث الطبيعية على مدركات التهديدات والتحذيرات العامة للإعصار المتصاعد من خلال استجابة ، وردود أفعال الجمهور لها من قبل وبعد الكارثة، مستخدمة المنهج الوصفي بشقه الميداني من خلال دراسة عينة عمدية قوامها 380 مفردة ، من مستخدمي المواقع الصحفية بالاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يتم ترسيخ وإدراك المخاطر والتهديدات السلوكية لدى الجمهور المتأثر بالكارثة بعد التعرض للتغطية الصحفية للقضية الفعلية .

ورصدت دراسة دعاء عبد الحكيم (2020)⁽⁹⁾ مدى اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإعلامية في استقاء المعلومات حول الكوارث الطبيعية ودوافع هذا الاعتماد ، والتعرف على اتجاهات و ميول تلك النخبة العلمية نحو تغطية المواقع الصحفية الإخبارية للكوارث الطبيعية، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقه التحليلي والميداني مع تحليل مضمون أربعة برامج خلال فترة الدراسة من 2023/1/1 إلى 2023/12/1 وعلى عينة تتكون من 400 مفردة بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشاعات، وأظهرت نتائج الدراسة إلى التفاوت في درجات اعتماد المبحوثين على تغطية المواقع الإعلامية الإخبارية لكوارث الأعاصير والفيضانات، حيث اعتمد 48.6% بدرجة متوسطة، و 37.5% بدرجة منخفضة، بينما اعتمد 17 % بدرجة عالية ، وأوضحت الدراسة إلى أن أهم العناصر الأساسية فاعلية للمواقع الإخبارية أثناء تغطية الكوارث الطبيعية هي الموضوعية والدقة والتغطية المتوازنة في إدارة الكوارث .

في حين قيمت دراسة آمال الغزاوي (2021)⁽¹⁰⁾ معالجة وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية للكوارث الطبيعية ، بالتطبيق على فيضانات، البحر الأحمر عبر استخدام منهج المسح الإعلامي والاستعانة بنظرية الاطر الإعلامية في ذلك وتوظيف، أداة الاستبانة التي وزعت على 400 مفردة، من عدة محافظات خلال فترة التحليل فيما ما نشر في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية حول كارثة الفيضانات وما خلفها من أثار، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن معالجة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لكارثة الفيضانات كان يركز بالدرجة الأولى فقط على مرحلة ما بعد الكارثة ثم تلتها أثناء بروز وتنامى الكارثة، وأخيراً قبل وقوعها، وبينت الدراسة أيضاً ارتفاع نسبة معالجة الوسائل الإعلامية سواء كانت التقليدية أو الحديثة لقضايا متابعات وتطورات أثار تلك الكارثة عبر كل المراحل .

وبحثت دراسة Tomas Undurraga & Others (2018)⁽¹¹⁾ في محتوى القصة الإخبارية عن كوارث الأعاصير ومخالفاتها، والاطر الإعلامية المستخدمة في المعالجة، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، من خلال اختيار عينة عمدية من القصص الإخبارية المتعلقة بكارثة الأعاصير، حيث تم تحليل 230 مادة قصة إخبارية متعلقة بالكارثة، وأنماط التأطير التي تستخدمها الصحف المحلية في محتوى قصص الأخبار عن الأعاصير قبل أسبوع من حدوثها، و بينت الدراسة أن التغطية القصصية الإخبارية المنشورة حولت ظاهرة كارثة الأعاصير من ظاهرة اجتماعية طبيعية إلى تراجعاً مشحونة بالرموز المتعارضة مثل المقدرة- وعدم المقدرة والإيجابية والسلبية، كما بينت الدراسة أيضاً أن أطر الإجراءات الواجب اتخاذها لدرء الخطر كانت في سلم أولويات القصة الصحفية، تلتها في تغطية محتوى قصة الأضرار الناجمة والمتوقعة عن الإعصار، وخلصت الدراسة على التأكيد على الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام ووسائله المختلفة في تنبيه وإرشاد الجمهور إلى وجود مخاطر محتملة .

واتجهت دراسة Sabeha Mufti Irfan (2020) ⁽¹²⁾ إلى استكشاف خصائص التغطية الإعلامية .

لفيضانات كشمير حيث، اعتمدت على المنهج المقارن وذلك لتحديد أوجه الشبه والاختلاف بين كل جريدة وأخرى ، وأداة تحليل المضمون لما نشر عن حجم الكارثة في صحف الدراسة ومدى التوازن في إدارتها وتغطيتها لكل جوانبها خلال الفترة الزمنية المختلفة، والكشف عن المهام والوظيفة التي قامت بها صحف الدراسة أثناء مراحل تطور تلك الكارثة، وتحديد المصادر التي اعتمدت عليها الصحف الباكستانية في إدارتها لإجراءات مراحل تطور الكارثة، وقد أظهر التحليل مجموعة من النتائج كان أبرزها أن صحف العينة ركزت على أنشطة مجهودات الحكومة ومساعدة الفاعلين الناشطين في مجال الإنقاذ والدعم، وقللت من دورها في حالات الإغاثة والكوارث، مقابل بعض الصحف الأخرى التي كانت تغطيتها متابعة عمل المنظمات الغير حكومية من عدة جوانب متعددة، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود اتفاق بين صحف الدراسة عندما يتعلق الأمر بإدارة الصحيفة للكارثة، وذلك بسبب التباين في ترتيب أولويات الكارثة وأثارها والحلول المطروحة في معالجات الصحف لتلك الموضوعات ، طبقاً لسياسة وملكية تبعية كل صحيفة .

التعليق على الدراسات السابقة :

جاءت الدراسات السابقة متعددة ومتنوعة في إطارها النظري والمنهجي من حيث تحديد مشكلة الدراسة ومتغيراتها، والأهداف و الأهمية والأدوات المستخدمة في جمع المعلومات واختيار مجتمع وعينة الدراسة،⁽¹³⁾ إضافة إلى أنها تنوعت في عيناتها ونتائجها مما أفاد الباحث في رسم الشكل النهائي للدراسة ومجال حدودها وكذلك تساؤلاتها وأدواتها البحثية والاسترشاد بالإجراءات المنهجية لموضوع الدراسة مما يساعد في الوصول إلى ربط نتائج هذه الدراسة بالنتائج التي توصل إليها باحثون آخرون، حيث ترتبط المفاهيم النظرية للدراسات السابقة التي تم عرضها والتعليق

عليها بالدراسة الراهنة (تغطية المواقع الإخبارية الليبية لكارثة إعصار دانيال)، التي بلورت نتائجها البحثية رصيذا علمياً زاخراً الذي اعتمدت عليه هذه الدراسة، مع محاولة تكوين رؤية واضحة يمكن البناء عليها لأجل تقديم إضافة علمية جديدة ، والتي استفادت من خلال مطالعتها بشكل أساسي وكبير في مقارنة نتائج بنتائج الدراسة الحالية .

المقارنة بين الدراسة الراهنة والدراسات السابقة

1-توافقت الدراسة الراهنة مع جميع الدراسات السابقة في الاعتماد على البحوث الوصفية .

2- تشابهت مع جميع الدراسات السابقة في استخدام المناهج والأساليب (المسحية ، والمقارنة) .

3- اتفقت الدراسة الراهنة مع دراسة ريهام مرزوق (2023) ، و عبدالعليم مصطفى (2021) ، ودعاء عبد الحكيم (2020) في الاعتماد على منهج العلاقات المتبادلة .

4- اختلفت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في توظيفها لنظرية الأطر الإعلامية بينما استخدمت الدراسة الراهنة مدخل الموقف المشكل .

5- اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة عبد العليم مصطفى (2022) ومحمود أحمد (2021) في اختيار عينة من الصحف ، فيما اختلفت مع بعض الدراسات الأخرى مثل دراسة أمال الغزوى (2021) ، ودعاء عبد الحكيم (2020) ، التي أجرت دراسات على عينة من الجمهور .

6-توافقت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة على أداة جمع البيانات واستخدام استمارة تحليل المضمون ، بينما اختلفت مع دراسة mengtan ودراسة أمال الغزوى ودعاء عبد الحكيم في استخدام صحيفة الاستقصاء.

تساؤلات الدراسة :

تلخصت مشكلة الدراسة في الإجابة على مجموعة من التساؤلات ومتمثلة في:

- 1- ما مدى اهتمام المواقع الإخبارية الليبية بتغطية مراحل كارثة إعصار دانيال ؟
- 2- ما أبرز الموضوعات التي ركزت عليها المعالجة الصحفية لكارثة إعصار دانيال في المواقع الإخبارية الليبية ؟
- 3- ما اتجاه المعالجة الصحفية للموضوعات المستخدمة في المواقع الإخبارية الليبية في تغطيتها لكارثة إعصار دانيال ؟
- 4- ما مدى توازن المعالجة الإعلامية لكارثة إعصار دانيال في المواقع الإخبارية الليبية ؟
- 5- ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية في تغطيتها لكارثة إعصار دانيال ؟

تحديد المفاهيم الاجرائية الواردة في الدراسة :

- **التغطية الصحفية:** هي طريقة عرض الموضوعات الصحفية في المواقع الإخبارية الإعلامية الليبية - عينة الدراسة - حول موضوع كوارث الأعاصير والفيضانات (14)

- **المواقع الصحفية الإخبارية :** وهي مجموعة من المواقع الإخبارية الإلكترونية على شبكة الانترنت التابعة للمؤسسات إعلامية ليبية مستقلة تهتم بعرض محتوى إخباري من المواد الصحفية في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية وتقوم بتحديث موضوعاتها على مدار الساعة(15).

- **إعصار دانيال :** إعصار متوسطي استوائي من الدرجة الأولى ضرب مدينة درنة الليبية في العاشر من سبتمبر 2023 خلف فيضانات وسيول ودماراً واسعاً النطاق في البنية التحتية والبشرية والبيئية (16).

الإطار النظري للدراسة :

تستند هذه الدراسة الراهنة في إطارها النظري على السياقات الفكرية المختلفة والتي تساعد في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها وبالتالي يمكن الاستناد إليها في تفسير نتائجها من خلال توظيف مدخل الموقف المشكل .

مدخل الموقف المشكل The Problematic Situation Model

يستند هذا المدخل : إلى القول بأنه " أي موقف أو ظرف أو حدث يتعرض فيه المجتمع أو الفرد لقدر كبير من المحن مثل (الحرمان، حالات الصراع، وعدم اليقين والحاجة)، حيث ترتبط كل هذه المواقف والحالات والحاجات بشكل دائم بمواقف الكوارث والازمات⁽¹⁷⁾" حيث تعتمد الدراسة هذا النموذج مدخلاً أساسياً شارحاً ومفسراً ومحللاً لدراسة وإدارة تغطية وسائل الإعلام المختلفة لأزمة وكارثة إعصار دانيال من خلال عرض علمي تحليلي تقويمي للفنون الصحفية المتنوعة المستخدمة ومدى نجاحها في إدارة هذه الأزمة ، ويقدم المدخل رؤية موضوعية منظمة لعمل وسائل الإعلام وتقييم أدائها في أوقات الأزمات والكوارث من خلال عرض المشكلة القائمة المفاجئة وتقديم الحلول المتوازنة الناجعة لها بكل فاعلية ومصداقية، ويقترح الموقف المشكل عدة عناصر معرفية هي (الأسباب- النتائج - الحلول) لتحليل ودراسة عمل وسائل الإعلام في المواقف المتباينة، وعملية تكون الرأي العام لها أثناء الكوارث والأزمات وما يتبعها من نتائج وحلول مقترحة في ذلك، ويفترض النموذج جانب الترابط بين العناصر الثلاث السابقة مع إلقاء المسؤولية على وسائل الإعلام في تحقيق مبدأ التوازن المتبادل فيما بينهما وقت تغطيتها للأزمة ومراحل نموها وتطورها⁽¹⁸⁾، فالجمهور في موقف الكارثة يجب أن تكون لديهم دراية ومعرفة كاملة بأسباب تلك الازمة ونتائجها والحلول المطروحة لأنها، وبحسب ظروف وطبيعة الأزمة قد تختلف الجوانب الثلاثة حسب (الأفراد - والمشكلة - والموقف المشكل)، ويقع على عاتق وسائل الإعلام هنا ترتيب وتغطية تلك العناصر الثلاث دون إغفال

أي عنصر منهما بحيث لا تركز فقط على المشكلة وأسبابها وتهمل الحلول أو العكس تهتم بالأسباب وتركز على الحلول⁽¹⁹⁾ .

توظيف المدخل في موضوع الدراسة :

يعد مدخل الموقف المشكل من النماذج المهمة التي مكنت الباحث من الاستفادة من هذا النوع في هذه الدراسة كبناء نظري وفقاً لأطار الدراسة التحليلية مستفيدة من التراكم العلمي المعرفي الذي يعتمد على ثلاثة معايير بصفة عامة هي (الأسباب - والنتائج - والحلول) وتطبيق كل معيار من هذه المعايير على المواقع الإخبارية الليبية أثناء تغطيتها وتناولها لموضوعات كارثة إعصار دانيال والتعرف على نوع العلاقة القائمة بين المواقع الإخبارية من جهة، وإدارة الموقف المشكل أثناء نشوء الأزمة من جهة ثانية وما ترتب عليه من تداعيات.

الإطار المعرفي للدراسة :

الإعلام بوسائله المختلفة له دور فاعل في إدارة الأزمات والكوارث، وفي ظل التغيرات المناخية التي يشهدها العالم في وقتنا الحاضر، وما نتج عنه من تغيرات خطيرة أصابت الأرض ومن عليها من أزمات وكوارث طبيعية زاد معه القلق العالمي تجاه هذه القضية، وكان من أكثر أنواع تلك المتغيرات المناخية الطبيعية الفيضانات والأعاصير الموسمية والاستوائية الأكثر انتشاراً في العالم، والتي تسببت في حدوث تهديدات ومخاطر بيئية واسعة النطاق⁽²⁰⁾، مما أدى إلى خسائر وأضرار في الأرواح والممتلكات وتشريد الآلاف من الأفراد، كما طالت أيضاً البنى التحتية والصحية والتعليمية وفي كل مجالات الحياة في بعض دول العالم، وكان من بين تلك المخاطر إعصار دانيال المدمر الذي نتج عنه سقوط أمطار وفيضانات كبيرة ضربت مدينة درنة في الشرق الليبي صاحبها إعلان المدينة منطقة منكوبة جراء الأمطار الغزيرة التي حولت المدينة إلى أثر بعد عين، ما جعل منظمة الهلال الأحمر تطلق دعوات

استغاثة لكل دول العالم لإنقاذ ما يتم إنقاذه بعد حدوث كارثة الفيضانات التي طالت المدينة وسكانها .

أهمية وسائل الإعلام أثناء الكوارث:

تشير الدراسات أن للإعلام دور في التأثير على نفسية الأفراد وسلوكياتهم وتوجيهاتهم، وتظهر أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام أثناء الكارثة عند خلق انطباع معين لدى جمهور الأزمة والمستهدف من قبل القائمين على إدارة الكارثة من نقل أخبار ومعلومات محددة عن الأزمة، وترسيخ الصورة، وتكوين المعاني المتعلقة بالكارثة خاصة عندما تزداد حاجة الأفراد لسماع الأزمة وتطوراتها، وهنا تبرز الوظيفة الحقيقية لوسائل الإعلام في هذه المرحلة، حيث يقوم الإعلام من تشخيص ووضع الاستراتيجيات ورسم الخطط والبرامج والتنفيذ وتنشيط مختلف الجهات والكيانات المحلية⁽²¹⁾ من خلال آراء الجماهير وآراء أهل الصفوة والنخبة المجتمعية، واستخدامها كمواد خام للتركيز على وجهات نظر ترى جدارتها بالنشر، مما يساعد في تكوين رأى عام عن الأزمة الذي بدوره يساهم في كسب ود جمهور المجتمع المتأثر بالكارثة بالتحليل والتعليقات على الأحداث والاستعانة بالخبراء حول هذه الازمات⁽²²⁾ ، مما ينمي روح التعاون والمشاركة والتطوع والولاء بين أفراد المجتمع والقائمين على إدارة الأزمة ، وعلى هذا الاساس، فإن أهمية دور وسائل الإعلام تتجلى في التخفيف من وقع وطأة الأزمات من خلال إعلام الجمهور وتنويرهم بالوقائع والحقائق ونشر تعليمات إرشادية له، وذلك لدرء نشر معلومات مغلوطة ترسل رساله سلبية للجمهور الكارثة، مع حث الأفراد ومؤسسات المجتمع المدني على المشاركة الفعالة والجادة في عمليات تقديم العون والإغاثة والإنقاذ للمتضررين .

سمات التغطية الإعلامية للكوارث:

طبقاً لدورة حياة الكارثة وتطورها فإن وسائل الإعلام تتسم بعدد من الوظائف و السمات منها اعتمادها على المصادر الرسمية، أي بمعنى أن المعالجة الإعلامية

تكون من وجه نظر مركز القيادة، وعادة ما تكون هذه التغطية المتعلقة بالكوارث قصيرة الأمد، ولذلك يفضل متحدث رسمي مركزي تتعامل معه وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها، وأما لوظيفة الإعلام في مراحل الأزمة ومتابعة دورتها حتى يسهل السيطرة عليها والتعامل معها بكفاءة والحد من تداعياتها وأثارها تحدد بالمرحلة اللاحقة:

- **مرحلة ميلاد الكارثة:** ⁽²³⁾ ويطلق عليها مرحلة الإنذار المبكر أو التحذير ، وفيها تقوم وسائل الإعلام لمختلفة في توعية الأفراد بالإرشادات الواجب إتباعها لسلامتهم من الكارثة ، ووضعهم ضمن سياق آخر التطورات .

- **مرحلة نمو الكارثة:** وهي مرحلة حدوث سوء الفهم لدى متخذي القرار في مرحلة ميلادها وتطورها من خلال المحفزات الذاتية والخارجية التي استتبتها الأزمة، حيث يلعب الإعلام فيها دور المتابع الشامل لنمو الأزمة، ومطمئنة أفراد المجتمع من خلال عرض كل المعلومات الصادقة عن هذه التطورات .

- **مرحلة تلاشي الكارثة:** وتصل الكارثة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها، ويقوم الإعلام بالاستجابة الرسمية للأزمة من خلال تقليل التركيز عليها تدريجياً، مع وضع إجراءات وقائية ناجعة التي يمكن أن تعوض الخسائر التي أفرزتها سابقاً .

الإجراءات المنهجية للدراسة :

أولاً: نوعية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التحليلية التي تتيح من خلال إطارها الوصفي دراسة دور مواقع الإخبارية الليبية في إدارة كارثة إعصار دانيال، والإجابة على التساؤلات المطروحة التي تستهدف وصفاً، لأحداث والمواقف أو الظواهر وصفاً دقيقاً شاملاً من كافة جوانبها ومحاولة مناقشتها وتحليلها، من خلال مصادر المعلومات المتعددة والمتنوعة، ولفت الآراء إلى أبعادها المختلفة، بغرض الوصول إلى استنتاجات معينة إما لتصحيح هذا الواقع أو تعديله أو تطويره .

ثانياً : منهج الدراسة

يعتبر منهج المسح الإعلامي من أبرز وأهم المناهج المرتبطة بالدراسات الوصفية الإعلامية، كما يعتبر أسلوب المقارن من أهم وأبرز المناهج التي يجب الاعتماد عليها في بحوث الإعلام، ويستهدف هذا المنهج تفكيك الظاهرة بالتحليل والتفسير بعد حصوله على معلومات وبيانات وأوصاف تلك الظاهرة الإعلامية في شكلها الحالي، وذلك بغرض تكوين قاعدة أساسية من البيانات المطلوبة في مجال التخصص العام⁽²⁴⁾.

ثالثاً : عينة الدراسة

تم اختيار وإجراء الدراسة على ثلاثة مواقع إخبارية إلكترونية لليبية (عينة الدراسة) بطريقة أسلوب المسح الشامل، وقد تم اختيار هذه المواقع لحضورها ورصيدها المهني على الساحة الإعلامية المحلية، وحرصها على توثيق وأرشفة كل الأحداث من بدايتها إلى نهايتها، والأكثر تغطية لكارثة إعصار وتداعياته مع مراعاة اختلاف ملكة كل موقع، في الفترة من 20 / 9 / 2023 إلى 20 / 10 / 2023 وجاء اختيار هذه الفترة الزمنية تزامناً مع بداية أحداث كارثة إعصار دانيال، ومتابعة المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة تغطية تلك الفيضانات ونتائجها، وبناءً على ذلك تم اختيار المواقع الإخبارية الآتية :

- 1- موقع الوسط الإخباري: موقع إخباري ليبي مستقل، تأسس في فبراير 2014.
- 2- موقع ليبيا اليوم: موقع إخباري إلكتروني مستقل تأسس في 10 فبراير 2015.
- 3- موقع أخبار ليبيا24: موقع إخباري ليبي مستقل، تأسس في بنغازي 12 مايو 2016.

رابعاً : أدوات جمع البيانات

أداة تحليل المضمون: تم استخدام استمارة تحليل المضمون كونها تسعى للجمع المعلومات والبيانات الصحفية المنشورة عن كارثة فيضانات إعصار دانيال في

المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة-عينة الدراسة بما يفيد الدراسة من حيث الشكل والمضمون، ويحقق الإجابات عن أسئلة الدراسة .

خامساً : إجراءات اختبارات الصدق والثبات

أجرى الباحث اختبارات قبلية للأسئلة والمقاييس للتأكد من صلاحية الغرض الذي أعدت من أجله، واعتمد الباحث على صدق مقياس استمارة الاستقصاء بحيث تلائم مع مشكلة وأهداف الدراسة، وذلك بعرض الاستمارة على بعض الأساتذة المحكمين^(***) من المتخصصين في مجال الإعلام ومناهج البحوث لتأكد من مدى صلاحيتها وملائمتها وشموليتها للدراسة، حيث تم تعديل الاستمارة وفقاً لملاحظاتهم ومقترحاتهم، كما تم استخدام أسلوب الاختبار القبلي بتحليل مضمون ما نسبته 10 % من عينة الدراسة حيث ظهرت نتيجة توافق الرمزان 34 من أصل 40 وحدة من حجم العينة الأساسية، وبتطبيق معادلة هولستي تكون نسبة الاتفاق ومعاملات الارتباط أكثر من 85%. وبناءً عليه فإن أده القياس المستخدمة في الدراسة قابلة للتطبيق .

سادساً :أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS حيث تم ترميز البيانات وإدخالها على الحاس الآلي، ومعالجتها وتحليلها إحصائياً عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، منها التكرارات البسيطة والنسب المئوية، وغيرها من العمليات الإحصائية .

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية (الإجابة على تساؤلات الدراسة)
جدول رقم (1) يوضح مدى اهتمام المواقع الإخبارية الليبية بكارثة إعصار دانيال

المواقع الإخبارية				
عدد الموضوعات		عدد أيام التغطية		الموقع
%	ك	%	ك	
43.61%	58	47.5%	19	موقع بوابة الوسط
34.58%	46	32.5%	13	موقع ليبيا 24
21.81%	29	20%	8	موقع ليبيا اليوم
100%	133	100%	40	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر المواقع الإخبارية الليبية اهتماما بموضوعات كارثة إعصار دانيال ،وعدد أيام التغطية الصحفية التي تناولتها مواقع عينة الدراسة ، جاءت بتفوق موقع بوابة الوسط الإخباري وبفارق كبير في تغطيته لحادث الكارثة بنسبة بلغت 43.61%، تلاها موقع ليبيا 24 على نسبة بلغت 34.58% ، في حين حل موقع ليبيا اليوم الإخباري من ناحية عدد الموضوعات المتعلقة بكارثة إعصار دانيال في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 21.81 % ، ويعزو الباحث تفوق موقع بوابة الوسط الإخباري من ناحية حجم الموضوعات وعدد الأيام التي تناولها بالتغطية والمعالجة إلى أن هذا الموقع اعتمد بشكل أساسي على إعادة ما تم نشره في وسائل الإعلام المختلفة المحلية والعربية ، وتغطية الحدث منذ اليوم الأول لكارثة فيضانات مدينة درنة الليبية .

جدول رقم (2) يوضح أبرز الموضوعات التي ركزت عليه المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						الموضوع
		ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	حالات الوفيات والمصابين
%25.56	34	%27.58	8	%23.91	11	%25.86	15	

الأضرار	13	%22.41	13	%28.26	8	%27.58	34	%25.56
جهود الإنقاذ والمساعدة	11	%18.96	9	%19.57	4	%13.79	24	%18
الدعم والمساعدات الإنسانية	4	%6.90	3	%6.52	1	%3.44	8	%6
تفشي الأمراض وتلوث المياه	3	%5.20	1	%2.17	1	%3.44	5	%3.75
المبادرات الشعبية	4	%6.90	3	%6.52	4	%13.79	11	%8.38
الإعمار	3	%5.17	1	%2.18	0	0	4	%3
المسؤولية	2	%3.44	2	%4.34	1	%3.44	5	%3.75
تحذيرات حكومية	2	3.44%	1	%2.18	2	%6.89	5	%3.75
معالجة تداعيات الكارثة	1	%1.72	2	%4.35	0	0	3	%2.25
المجموع	58	%100	46	%100	29	%100	133	%100

تشير بيانات الجدول السابق أنه وفي نطاق الموضوعات التي ركزت عليها عينة الدراسة الثلاث فئة حالات الوفيات والمصابين وفئة الأضرار التي برزت وبنسبة عالية من ناحية التركيز والاهتمام، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية متساوية بلغت %25.56 من مجموع التكرارات ، تصدر موقع ليبيا اليوم وبشكل واضح عينة الدراسة من حيث كثافة التركيز على الموضوعات بنسبة %27.58، تلاها موقع بوابة الوسط في المركز الثاني بنسبة %25.86 بينما حل موقع ليبيا 24 في المركز الثالث بنسبة %23.91، وجاء في المرتبة الثانية فئة: جهود الإنقاذ والمساعدة بنسبة إجمالية بلغت %18، تصدر موقع ليبيا 24 عينة الدراسة من حيث تغطيتها لهذه الفئة بنسبة %19.57، تلاها موقع الوسط بنسبة %18.96، ثم موقع ليبيا اليوم بنسبة %13.79، وحصلت فئة المبادرات الشعبية على المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت %8.38، حيث جاء موقع ليبيا اليوم الإخباري في مقدمة عينة الدراسة الثلاثة بنسبة %13.79، تلاها موقعي بوابة الوسط وموقع 24

بنسبة متقاربة بلغت بلاغة 6% ، وتساوت عينة الدراسة الثلاث وعلى التوالي في المرتبة الرابعة في فئات تحذيرات الحكومة وتحديد المسؤولية بنسبة إجمالية بلغت 3.75% ، بينما حل في المرتبة الخامسة بنسبة ضعيفة فئة تفشي الأمراض وفئة معالجة تداعيات كارثة الإعصار التي بلغت نسبتها ما بين 2.25% و 2.25%، ولعل مجيء فئات الوفيات والأضرار الناجمة عن كارثة إعصار دانيال في مقدمة الموضوعات التي اهتمت وركزت عليها عينة الدراسة الثلاث يعد أمراً طبيعياً في حالات الكوارث الطبيعية وما تخلفها من إصابات ودمار وأضرار مما فرض على المواقع الإخبارية عينة الدراسة تسليط الضوء على تلك الحالات من حيث المصابين والمساعدة وحصر الأضرار والدعم وغيرها من الموضوعات ذات الصلة .

جدول رقم (3) يوضح اتجاه المعالجة الصحفية في المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						إتجاه معالجة
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%24.81	33	%13.80	4	%17.40	8	%36.20	21	إيجابي
%50.38	67	%58.62	17	%50	23	%46.55	27	سلبي
%24.81	33	%27.58	8	%32.60	15	%17.25	10	محايد
%100	133	%100	29	%100	46	%100	58	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق طغيان فئة الاتجاه السلبي على باقي الفئات الأخرى بنسبة إجمالية بلغت 50.38% من إجمالي الفئات التي طرحتها المواقع الإخبارية الثلاث ، فجاء موقع ليبيا اليوم في مقدمة المواقع التي تناولت هذا المؤشر بنسبة بلغت 58.62%، حيث أوضح الموقع عدد من الاتهامات التي تعكس الشك المتبادل بين الأطراف السياسية في هذه الأزمة، من خلال إتهام رئيس الحكومة وبعض الأطراف السياسية بأنهم المسؤولين عن أحداث كارثة درنة، تلاها موقع ليبيا 24 بنسبة 50%، ثم موقع بوابة الوسط بنسبة بلغت 46.55%، وفي

المرتبة الثانية جاء مؤشر فئة الإيجابي وفئة المحايد بنسبة إجمالية متساوية بلغت 24.81% ، ولعل تفوق فئة اتجاه التغطية السليبي يرجع لطبيعة تغطية كارثة الإعصار في عينة الدراسة ، وما خلفه من ضحايا وخراب ودمار واعتماد تلك المواقع على مجموعة من الخبراء والمحليين والباحثين الذين وجهوا انتقادات كبيرة للحكومة والسلطات الليبية المختلفة ، وأما حصول فئتي الإيجابي والمحايد على المرتبة الثانية فمرده أن هذا الاتجاه جاء ضمن الموضوعات المتعلقة بجهود الدعم والمساعدة من أجل التغلب على الكارثة .

جدول رقم (4) يوضح أساليب الإقناع التي استخدمتها المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						أساليب الإقناع
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%56.44	191	%54.63	59	%59.79	55	%55.40	77	أساليب موضوعية
%43.65	148	%45.37	49	%40.21	37	%44.60	62	أساليب عاطفية
%100	339	%100	108	%100	92	%100	139	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق طغيان الأساليب الموضوعية الإقناعية في معالجات المواقع الإخبارية عينة الدراسة على الأساليب العاطفية بنسبة إجمالية بلغت 56.44%، ثم الأساليب العاطفية بنسبة إجمالية بلغت 43.65%، ويفسر تصدر أساليب الإقناع الموضوعية إلى حرص عينة الدراسة على الاستشهاد بالحجج والأدلة والبراهين المنطقية عند تناولها لموضوعات كارثة إعصار دانيال ، حيث حل في المرتبة الأولى موقع بوابة ليبيا 24 بنسبة بلغت 59.79%، تلاها موقع بوابة الوسط في المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت 43.65%، وفي المرتبة الأخيرة حل موقع ليبيا اليوم بنسبة 54.63%، وفي المرتبة الثانية جاءت الأساليب العاطفية بنسبة إجمالية بلغت 43.65%، تصدر موقع ليبيا اليوم عينة الدراسة بنسبة

45.37%، ثم تساوت النسب في موقعي الوسط بنسبة 44.60%، وموقع ليبيا 24 بنسبة 40.21% .

جدول رقم (5) يوضح أساليب الإقناع الموضوعية التي استخدمتها المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						الأساليب الموضوعية
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%12.80	26	%13	7	%11.42	4	%13	15	معلومات
%30.4	61	%32	17	%31.42	11	%28.70	33	ارقام وبيانات
%21.67	44	%20.75	11	%17.15	6	%23.47	27	الإستعانة بالخبراء والمتخصصين
%14.30	29	%5.66	3	%14.30	5	%18.26	21	تصريحات
%17.73	36	%26.41	14	%25.71	9	%11.30	13	الاعتماد على التقارير والدراسات
%3.1	7	%1.88	1	0	0	%5.22	6	القررات والقوانين
%100	203	%100	53	%100	35	%100	115	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر فئة أرقام وبيانات وذلك بإعتبارهما من أكثر الأساليب الموضوعية الإقناعية التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية بنسبة إجمالية بلغت 30.4%، حيث حل موقع الوسط الإخباري في المقدمة بنسبة 28.70%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة 32%، ثم موقع ليبيا 24 بنسبة 31.42%، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الاستعانة بالخبراء والمتخصصين بنسبة إجمالية بلغت 21.67% حيث تصدر موقع الوسط الإخباري عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 23.47% ، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة 20.75%، ثم موقع ليبيا 24 في المرتبة الأخيرة بنسبة 17.15%، وفي المرتبة الثالثة حصلت فئة الاعتماد على التقارير والدراسات بنسبة إجمالية بلغت 17.73%، حيث كان موقع ليبيا اليوم

أكثر استهدافاً لها بنسبة مئوية بلغت 26.41%، ثم موقع ليبيا 24 بنسبة 26.41%، بينما حل موقع الوسط في المؤخرة بنسبة 11.30%، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة التصريحات بنسبة إجمالية بلغت 14.30%، حيث تقدم موقع الوسط عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 18.26% تلاها موقع ليبيا 24 بنسبة 14.30%، وفي المؤخرة موقع ليبيا اليوم بنسبة قليلة بلغت 5.66%، وحلت فئة المعلومات في المرتبة الخامسة بنسبة إجمالية بلغت 12.80% فجاء موقعي الوسط وليبيا اليوم في مقدمة عينة الدراسة بنسبة متساوية بلغت 13% بينما حل موقع ليبيا 24 في المؤخرة بنسبة مئوية بلغت 11.42%، أما فئة القرارات والقوانين فكانت تكراراتها بسيطة، حيث حصل موقع الوسط على نسبة مئوية بلغت 5.22%، وموقع ليبيا اليوم على نسبة 1.88%، بينما تجاهل موقع ليبيا 24 هذه الفئة، وتفسيراً لذلك ومن خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن الدراسة تظهر مدى ارتفاع نسبة فئة أرقام وبيانات وذلك يرجع الى طبيعة تغطية هذه الكارثة التي تتسم بأعداد الضحايا والمفقودين ونتائج الدمار والإنقاذ وحجم المساعدات التي تتطلب هذه الموضوعات من أرقام وبيانات وإحصائيات .

جدول رقم (9) يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						المصدر
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%16.4	26	%10.60	7	%7.70	2	%24.30	17	مراسل الموقع
%25.92	42	%19.70	13	%15.38	4	%35.71	25	مسئول حكومي
%1.85	3	% 4.54	3	0	0	0	0	كاتب صحفي
%14.81	24	%13.63	9	%7.70	2	%18.57	13	خبراء

أكاديمي	0	0	1	3.85%	5	7.60%	6	3.70%
غير محدد	0	0	7	26.92%	11	16.66%	18	11.11%
تقارير صحافية	5	7.14%	1	3.84%	3	4.54%	9	5.55%
مصادر خارجية	10	14.28%	4	15.38%	6	9.10%	20	12.34%
رجال الإنفاذ	0	0	5	19.23%	9	13.63%	14	8.32%
المجموع	70	100%	26	100%	66	100%	162	100%

نلاحظ من الجدول السابق تنوعاً في مصادر المعلومات ، حيث جاءت فئة مسؤول حكومي كمصدر إخباري في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت 25.92% من مجموع معالجات المواد الخبرية في عينة الدراسة ، فحل موقع الوسط في مقدمة المواقع الإخبارية التي اعتمد عليها الموقع كمصدر إخباري أول بنسبة 35.71%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة 19.70%، ثم موقع ليبيا 24 بنسبة 15.38%، ويمكن أن نعزو تصدر موقع الوسط مقدمة المصادر التي اعتمدت عينة الدراسة عليها، كونه موقع إخباري يومي يعتمد في الجانب الكبير منه على الأخبار التي يتحصل عليها الموقع من مصادره الخاصة أثناء وقوع الأزمات، وجاءت فئة مراسل الموقع في المرتبة الثانية بنسبة مئوية إجمالية بلغت 16.4%، وتصدر موقع الوسط عينة الدراسة في الاعتماد عليه بنسبة 24.30%، ثم موقع ليبيا اليوم بنسبة 10.6%، وأخيراً موقع ليبيا 24 بنسبة 7.70% ، ويرجع انخفاض اعتماد موقع ليبيا 24 على مراسل الموقع إلى كون موضوع الدراسة التي تناولته المواقع الإخبارية الثلاثة محلياً بامتياز، حيث تجد المواقع الإخبارية الليبية ضالتها في الاعتماد على مراسليها في الداخل كمصدر هام وأساسي في الحصول على المعلومات، وجاءت فئة الخبراء في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت 14.81%، تصدر موقع الوسط عينة الدراسة بنسبة 18.57%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة

13.63%، ثم موقع ليبيا 24 بنسبة 7.70%، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة المصادر الخارجية بنسبة إجمالية بلغت 12.34%، تقدم موقع ليبيا 24 في الاعتماد على هذه المصادر بنسبة بلغت 15.38%، تلاها موقع الوسط بنسبة 14.28%، بينما تخلف موقع ليبيا اليوم في الاعتماد على هذا المصدر بنسبة 9.10%، ولم تحدد المواقع الإخبارية الثلاث مصادر مادتها الإعلامية في فئة غير محدد الذي حل في المرتبة الخامسة بنسبة إجمالية بلغت 11.11% من مجموع تغطية المواد الخبرية، حيث احتفظ موقع ليبيا 24 بالنصيب الأكبر في توظيف هذا المصدر بنسبة 26.92%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة 16.66%، في حين أهمل موقع الوسط استخدام هذا المصدر شكلاً ومضموناً، ويرى الباحث أن غياب عنصر المصدر الإخباري من التغطية الصحفية مؤشر على انخفاض مستوى المصادقية للمعلومات والحقائق التي تطرحها المواقع الإخبارية، في حين جاء مصدر رجال الإنقاذ في المرتبة السادسة بنسبة إجمالية بلغت 8.32%، فتصدر موقع ليبيا 24 فقط عينة الدراسة الثلاث من حيث الاعتماد على هذا المصدر بنسبة 19.23%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة مئوية بلغت 13.63%، بينما لم يعتمد موقع الوسط على هذا المصدر مطلقاً، وحل في المرتبة الأخيرة كل من فئة التقارير الصحفية والكاتب الصحفي والأكاديمي بنسب مئوية قليلة ومتقاربة حيث استخدمت هذه الفئات المصادر في المواقع الإخبارية كمصدر إخباري بشكل بسيط وقليل، ويرى الباحث أن الاعتماد على مصدر واحد من قبل عينة الدراسة ربما يساهم و يقلل من تقديم تغطية إخبارية متنوعة، وخلفية معرفية متكاملة جيدة للقارئ تساعد في فهم كل موضوعات كارثة الإعصار .

جدول رقم (10) يوضح الفنون الصحفية التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						الفنون الصحفية
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
74.44	99	72.41	21	80,43	37	70.69	41	خبر
12.79	17	17.24	5	8.70	4	13.80	8	تقرير صحفي
9.77	13	6.90	2	10.87	5	10.34	6	قصة إخبارية
3.0	4	3.45	1	0	0	5.17	3	تحقيق
100	133	100	29	100	46	100	58	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق طغيان معالجة فئة الخبر على الفنون الخيرية المستخدمة في عينة الدراسة الثلاثة الذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت 74.44%، مما يوضح أن المواقع الإخبارية الليبية تعتمد على مواد الخبر أكثر منها على المواد الإخبارية الأخرى، حيث تصدر موقع ليبيا 24 عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 80,43%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة مئوية بلغت 72.41%، وبنسبة 70.69% في موقع الوسط الإخباري، بينما حلت فئة التقرير الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت 12.79% من مجموع المعالجات، تقدم فيها موقع ليبيا اليوم المواقع الثلاثة عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 17.24% ، تلاها موقع الوسط الإخباري بنسبة 13.80%، وفي المؤخرة موقع ليبيا 24 بنسبة بلغت 8.70%، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة القصة الخيرية بنسبة إجمالية بلغت 9.77%، حيث برز موقعي الوسط وليبيا 24 في مقدمة عينة الدراسة بنسبة متقاربة بلغت 10%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة مئوية بلغت 6.90%، وحلت في المرتبة الأخيرة فئة التحقيق الصحفي بنسبة إجمالية بسيطة بلغت 3.0%، تصدر فيها موقع الوسط عينة الدراسة

بنسبة 5.17%، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة بلغت 3.45%، بينما لم يستخدم موقع الوسط الإخباري هذه الفئة في معالجاته الصحفية .

جدول رقم (6) يوضح مستوى تغطية مراحل كارثة إعصار دانيال في المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						مراحل الكارثة
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%2.25	3	%3.44	1	0	0	%3.45	2	ما قبل الكارثة
%51.90	69	51.72	15	%54.35	25	%50	29	وقوع الكارثة
%33.83	45	%34.50	10	%34.78	16	%32.75	19	ما بعد الكارثة
%8.27	11	%6.90	2	%8.70	4	%8.62	5	معالجة الكارثة
%3.75	5	%3.44	1	%2.17	1	%5.18	3	معالجة آثار الكارثة
%100	133	%100	29	%100	46	%100	58	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع مواد التغطية الإعلامية لكارثة إعصار دانيال ، وذلك وفقاً لمراحل وأنواع الكارثة والمواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة، وتظهر نتائج الجداول الإحصائية مدى تنوع واتفاق المواقع الإخبارية الليبية الوسط ، وليبيا 24 ، وليبيا اليوم في فئة مرحلة وقوع كارثة الإعصار محور تركيز الدراسة ، ويتأتى ذلك طبقاً لطبيعة مرحلة الكارثة وتداعياتها التي تتميز بأنية الحدث ومستجداته الفورية وما ينتج عنه من سرعة في اتخاذ إجراءات عاجلة في هذا الموضوع ، وعليه فإن هذه المراحل تمثل قمة حبكة الحدث التي تتطلب أخبارها قدرًا من الموضوعية التي تمنحها قوة الحدث وتفاصيله الإخبارية، حيث شكلت مواد معالجة وقوع الكارثة المرتبة الأولى من تغطية هذه المرحلة بنسبة إجمالية بلغت 51.90%، حيث تصدر موقع ليبيا 24 عينة الدراسة في تناول هذه الفئة بنسبة مئوية 54.35% ، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة 51.72% ، ثم موقع الوسط بنسبة

50%، وبشكل مماثل من الاهتمام حل في المرتبة الثانية معالجة مرحلة ما بعد الكارثة بنسبة إجمالية بلغت 33.83%، تصدر موقع ليبيا 24 % عينة الدراسة بنسبة 34.78%، ثم موقع ليبيا اليوم بنسبة 34.50%، وموقع الوسط بنسبة 32.75 %، وجاءت فئة معالجة الكارثة في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت 8.27%، حيث تقدم موقع ليبيا 24 بنسبة 8.70% عن عينة الدراسة الثلاثة، تلاها موقع الوسط بنسبة 8.62%، وفي المؤخرة موقع ليبيا اليوم بنسبة 6.90%، وفي المرتبة الرابعة حصلت فئة معالجة آثار الكارثة على نسبة قليلة من الاهتمام مقارنة مع المراحل الأخرى بنسبة إجمالية بلغت 3.75%، تصدر خلالها موقع الوسط عينة الدراسة بنسبة مئوية 5.18%، ثم موقع ليبيا اليوم بنسبة 3.44%، وموقع ليبيا 24 بنسبة 2.17%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة معالجة ما قبل الكارثة بنسبة إجمالية ضعيفة بلغت 2.25%، حيث تساوت نسب المعالجة عبر موقعي كل من الوسط وليبيا اليوم بنسبة 3.44%، بينما تجاهلها موقع ليبيا 24 في تغطيته الإخبارية اليومية .

و يرى الباحث من خلال هذه النتيجة على وجود اتفاق نسبي بين المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة عينة الدراسة خاصة تغطية مرحلة ما بعد الكارثة، فتساوت نسبة تغطية المواقع الإخبارية الوسط وليبيا 24، ليبيا اليوم، مع ملاحظة إهمال واضح في تغطية مرحلة ما قبل الكارثة التي لها أهمية كبيرة وبالغة في أحداث الكارثة من ناحية اهتمام المواقع الإخبارية بها، إلا أنها جاءت في المرتبة الأخيرة من الاهتمام .

جدول رقم (7) يوضح تحديد المواقع الإخبارية الليبية أسباب كارثة إعصار دانيال

المجموع		المواقع الإخبارية						أسباب الكارثة
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%85.09	97	%91.37	53	%76	19	80.64 %	25	التغيرات المناخية
%0.8	1	0	0	0	0	% 3.22	1	عدم القدرة على إدارة الكارثة
%7.01	8	%3.45	2	%24	6	0	0	تقصير الحكومة
%2.63	3	%1.73	1	0	0	%6.45	2	تهالك البنية التحتية
%4.38	5	%3.45	2	0	0	%9.69	3	الاستهانة بالتنبؤات الطبيعية
%100	114	%100	58	%100	25	%100	31	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق طغيان فئة التغيرات المناخية على باقي الفئات الأخرى في تحديد معالجات المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة أسباب كارثة إعصار دانيال حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت 85.09% ، تصدر موقع ليبيا اليوم تحديد الأسباب باقي المواقع الإخبارية الأخرى بنسبة مئوية بلغت 91.37% ، ثم موقع الوسط بنسبة 80.64% ، وموقع ليبيا 24 بنسبة 76% ، بينما حل في المرتبة الثانية من تحديد الأسباب فئة تقصير الحكومة في أداء واجباتها قبل وبعد حدوث الكارثة بنسبة إجمالية بلغت 7.01% ، حيث تقدم موقع ليبيا 24 في تبني وتحديد هذا السبب بنسبة مئوية بلغت 24% ، تلاها موقع ليبيا اليوم بنسبة قليلة جدا بلغت 3.45% ، بينما تجاهل موقع الوسط تحديد تلك الأسباب ، ومن هنا يمكن القول أن أسباب كارثة إعصار دانيال كما حددتها المواقع

الإخبارية الليبية كما بينتها نتائج الجدول السابق على إتفاق جميع عينة الدراسة الثلاثة بشكل عام وواضح على نسب الكارثة ونتائجها إلى التغيرات المناخية المفاجئة التي أدت إلى تشكل إعصار دانيال.

جدول رقم (8) يوضح تحديد المواقع الإخبارية الليبية نتائج كارثة إعصار دانيال

المجموع		المواقع الإخبارية						أسباب الكارثة
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%14.3	16	%12.06	7	%16	4	16.12 %	5	بشرية
%7.01	8	%2.92	1	%12	3	12.90 %	4	مادية
12.24 %	14	%8.62	5	%12	3	19.35 %	6	غير ذلك
%5.26	6	%5.17	3	%4	1	%6.45	2	بيئية
%61.1	70	%70.68	41	%56	14	45.18 %	15	بشرية ومادية
100	114	100	58	100	25	100	31	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق عن وجود اتفاق نسبي بين المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة في إبراز نتائج كارثة دانيال على المستويين البشري والمادي معاً في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت 61.1%، حيث تفوق موقع ليبيا اليوم الإخباري وبشكل واضح في مواد تغطيته بنسبة 27.58%، وما نسبته 56% من تغطيته موقع ليبيا 24 وما نسبته 45% من تغطية موقع الوسط، كما أستمتر اتفاق المواقع الإخبارية الثلاثة عينة الدراسة على فئة الأضرار البشرية التي حلت في المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت

14.3%، فنقدم موقعي ليبيا 24 والوسط الإخباري عينة الدراسة بنسبة مئوية متساوية بلغت 16%، وهذا يكشف عن وجود توافق نسبي بين الموقعين من حيث حجم تغطية هذه الفئة خاصة فيما يتعلق بالإنقاذ وتقديم المساعدات الإنسانية ، بينما حل موقع ليبيا اليوم في المؤخرة بنسبة مئوية بلغت 12.6%، وفي المرتبة الثالثة برزت فئة غير محدد بنسبة إجمالية بلغت 12.2%، حيث تظهر نتائج الإحصائية ارتفاع نسبة هذه الفئة في موقع الوسط الإخباري بنسبة 19.35%، ثم موقع ليبيا 24 بنسبة 12%، ثم موقع ليبيا اليوم بنسبة 8.62%، وجاءت فئة البيئية في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية إجمالية متقاربة نسبياً بلغت 5.26%، وتظهر بيانات الجدول السابق اتفاق المواقع الإخبارية الثلاثة في تغطية مواد هذه الفئة بنسب متقاربة بلغت 6.45% ، في موقع الوسط، و بنسبة 5.17% ، في موقع ليبيا اليوم ، وبنسبة 4% في موقع ليبيا 24 .

جدول رقم (11) يوضح الحلول المقترحة للكارثة التي إعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية

المجموع		المواقع الإخبارية						الحلول المقترحة
		موقع ليبيا اليوم		موقع ليبيا 24		موقع الوسط		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%37.71	43	%25.87	15	%64	16	38.70 %	12	تبني معالجة الحكومة الطارئة
%3.50	4	%3.45	2	%4	1	%3.22	1	تكاتف الجهود المختلفة
%0.87	1	0	0	0	0	%3.22	1	التخطيط العلمي السليم
%29.82	34	%32.75	19	%20	5	32.26 %	10	حشد المجتمع الدولي في المساعدة
%28.1	32	%37.93	22	%12	3	22.60 %	7	دعوة المنظمات والجهات الشعبية في المساعدة
%100	114	%100	58	%100	25	%100	31	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق توزيع الحلول المقترحة لكارثة إعصار دانيال بحسب المواقع الإخبارية ، حيث تظهر نتائج البيانات الإحصائية اتفاق المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة على فئة دعوة الحكومة إلى تبني معالجة فورية وعاجلة للكارثة ونتائجها والتي حلت في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت ، 37.71% حيث جاءت هذه الفئة متقدمة بما نسبته 64% من تغطية موقع ليبيا 24 الإخباري، وما نسبته 38.70% من تغطية موقع الوسط الإخباري، وما نسبته 25.87% من تغطية موقع ليبيا اليوم. كما يلاحظ أيضا اتفاق المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة جميعاً في المرتبة الثانية على فئة حشد جهود المجتمع الدولي في تقديم المساعدة والإغاثة خاصة من دول الجوار والمنظمات الدولية بنسبة إجمالية بلغت 29.82%، حيث شكلت ما نسبته 32.75% من تغطية موقع ليبيا اليوم ، وما نسبته 32.26% من تغطية الوسط الإخباري، وما نسبته 20% من تغطية موقع ليبيا 24 ، وفي المرتبة الثالثة فقد أكدت المواقع الإخبارية الثلاثة على فئة دعوة المنظمات والجهات الشعبية في عمليات المساندة والإغاثة والمساعدة في معالجة أثار كارثة إعصار دانيال المدمرة بنسبة إجمالية بلغت 28.1%، حيث جاءت هذه الفئة متصدرة بما نسبته 37.93% من تغطية موقع ليبيا اليوم الإخباري، وما نسبته 22.60% من تغطية موقع الوسط الإخباري، وما نسبته 12% من تغطية موقع ليبيا 24، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئتي تكاثف الجهود المختلفة وفئة التخطيط العلمي السليم بنسب ضعيفة عبر المواقع الثلاثة بنسبة إجمالية بلغت 3.50% في الفئة الأولى وبنسبة إجمالية بلغت 0.87% في الفئة الثانية ، وعطفاً على ما سبق وفيما يتعلق باقتراح الحلول الناجعة لمعالجة كارثة إعصار دانيال تعكس نتائج البيانات الإحصائية السابقة حالة من التوازن والتجانس في معالجة المواقع الإخبارية الثلاث عينة الدراسة لهذه الكارثة .

النتائج العامة والتوصيات:

- من خلال نتائج هذه الدراسة تم الوصول إلى عدة نتائج من أهمها:
- تتصف المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة بتوازن عال سواء كان من حيث التغطية أو الموضوعات حيث تفوق موقع الوسط الإخباري سواءً من ناحية الموضوعات أو من ناحية عدد الأيام ، تلاها موقع ليبيا 24 ، ثم موقع ليبيا اليوم .
 - يلاحظ اتفاق المواقع لإخبارية الليبية عينة الدراسة في التركيز على الموضوعات الناجمة عن كارثة إعصار دانيال فجاءت الوفيات والمصابين والأضرار الناجمة على رأس هذه الموضوعات بنسبة 25.56%، تلاها جهود الانقاذ والمساعدة بنسبة 18% ، المبادرات الشعبية بنسبة 3.38% ، ثم الدعم وتقديم المساعدات الانسانية بنسبة 6% .
 - جاءت فئة سلبية في اتجاه معالجة موضوعات كارثة الإعصار على رأس اتجاه المعالجة الصحفية الواردة للمواقع الإخبارية بنسبة 50.38%، بينما توافقت النسبة بين المواقع الإخبارية في فئة إيجابي ومحايد بنسبة 24.81% .
 - جاءت أساليب الألقاع الموضوعية التي استخدمتها المواقع الإخبارية الليبية في مقدمة الأساليب المستخدمة في التغطية الصحفية لكارثة إعصار دانيال بنسبة 56.44% ، ثم الأساليب العاطفية بنسبة 43.65% .
 - أظهرت نتائج الدراسة أن الفنون الصحفية التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الليبية كانت تتسم بالطابع الإخباري خاصة أوقات الازمات والكوارث الطبيعة ، الذي يقوم على الإحاطة والسرد بعيداً عن الشرح والتفسير والتحليل الذي بدوره يساعد في تشكيل رأى عام تجاه الكوارث خاصة أحداث إعصار دانيال .
 - تظهر بيانات الدراسة نوع من التوازن المتكامل في توزيع موضوعات التغطية الإخبارية لكارثة إعصار دانيال ، وذلك وفقاً لمراحلها وأبعادها المختلفة ، حيث جاء الاهتمام بمرحلة وقوع الكارثة في مقدمة تغطية هذه الأحداث بنسبة 51.90% ،

تلاها مرحلة ما بعد وقوع الكارثة بنسبة 33.83%، وبفارق بسيط جاء تغطية المواقع الليبية عينة الدراسة لمرحلة معالجة الكارثة بنسبة 8.27%.

- يظهر تحليل الموقف المشكل من خلال نتائج هذه الدراسة عن نوع من التوازن النسبي في معالجة جوانب أسباب كارثة إعصار دانيال في المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة واتفاقها الكامل والواضح في تحديد أسباب كارثة إعصار دانيال في التغيرات المناخية بنسبة 85.09%، وعلى تقصير الحكومة في أداء واجباتها في مجابهة الكارثة بنسبة 7.01% .

- بينت نتائج الدراسة عن وجود اتفاق نسبي بين المواقع الإخبارية الليبية الثلاثة على أبرز نتائج كارثة إعصار دانيال على المستويين البشري والمادي معاً في المرتبة الأولى بنسبة 61.01%، والتركيز على الأضرار بشكل عام والبشرية بشكل خاص بنسبة 14.03%.

- أظهرت نتائج الدراسة حالة من التوازن والتوافق والتجانس التي اعتمدت عليها معالجة المواقع الإخبارية الليبية عينة الدراسة في اقتراح الحلول المناسبة والناجعة من حيث الترابط والاهتمام الوثيق في معالجة وتغطية مراحل الكارثة ومجابهة نتائجها ، حيث اتفقت عينة الدراسة على دعوة الحكومة ومؤسساتها الخدمية المختلفة إلى اتخاذ معالجات طارئة وعاجلة بنسبة 73.71%، وطلب مساعدة المجتمع الدولي بنسبة 29.82%، ودعوة المنظمات والجهات الشعبية للمساعدة بنسبة 28.01% .

التوصيات :

- يجب على المواقع الإخبارية الليبية المختلفة تكثيف الجهود وزيادة الاهتمام والمتابعة الدقيقة للكوارث وتتبع مراحلها وتطوراتها والجهود المبذولة لمجابهتها .

- ضرورة تكامل وتضافر كل الجهود الحكومية والمؤسسات الإعلامية ضمن إطار وهدف واحد وهو مجابهة كل الكوارث الطبيعية .

- حث وتوجيه كل الوسائل الإعلامية المختلفة بالقيام بدورها الوظيفي الذي وجدت من أجله في توعية الجمهور، وإرشاده في كيفية التعامل مع هذه الحوادث أثناء الكوارث والأزمات .
- زيادة مساحة الفنون الصحفية التفسيرية التحليلية المدعمة بالصوت والصورة والفيديو في المواقع الصحفية المختلفة .

الهوامش :

1- موقع الجزيرة نت ، عاصفة دانيال 2023/10/15 متاح على

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2023/9/15/%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D9%81%>

- 2- عبد المجيد عمار الساعدي ، الإعلام الليبي وأوجه القصور في التعامل مع كارثة إعصار درنة ، مجلة الإعلام والفنون ، السنة الرابعة ، العدد 14/13 يونيو 2023 ، ص 126.
- 3- السيد بهنسي ، الإعلام وإدارة الأزمات الدولية ، دار عالم الكتب ، القاهرة ، 2021 ، ص 83.
- 4- حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات ، الدار المصرية اللبنانية ، 2019 ، ص 37.
- 5- ريهام مرزوق إبراهيم ، أطر معالجة الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية ، بالتطبيق على فيضانات ليبيا ، العدد 41 ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال ، كلية الإعلام ، جامعة بني سويف المجلد 6 ، 2024 ، ص 401-483.
- 6- عبد العليم مصطفى عبد الحي ، أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 61 ، مجلد 3 ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، القاهرة ، ص 511-548.
- 7- محمود أحمد إبراهيم وآخرون ، المعالجة الخبرية للقضايا التغيرات المناخية ، مجلة العلوم البيئية، العدد 10 ، مجلد 2 ، جامعة عين شمس، القاهرة، 2021 ، ص 357-398.
- 8-Mengtian,(2023) :, Media Disinter Reporting Effectson Publication PublicRisk Perception and Responses to escalating Trnado.A.Warnings, an

official publication of Society for Risk , Vol.13, No.7. 3 January, [online at] <http://cscanda.net/index.php/hess/article/view/9427>.

- 9-دعاء عبد الحكيم ، اتجاهات النخبة العلمية المصرية نحو تغطية المواقع الإخبارية للكوارث الطبيعية ، مجلة الزهراء ، العدد 30 ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، 2020 ، ص 955-1058.
- 10- أمال الغزاوي حسن ، تقييم المعالجة الإعلامية للكوارث الطبيعية ، دراسة تطبيقية على كارثة سيول البحر الأحمر ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة ، العدد 12 ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2021 ، ص 1-41.

11-T.Undurraga,(2018) Supertank is aHero,the Government avillain: politicisation Chile 2017 Forest Fires in the Media Cultural Sociology,Vol.16,

[onlineat]<http://www.meser.org/journal/index.php/mjss/articale/view/9699/> .

- 12- M.Mufiti. Irfan,(2020) :, Media and Disaster Reporting Anlysis of Kashmir Floods International Handbook of Disaster Research ,Comparative Study , journal of Contemporary Research .Vol.2No.14 December) 2020.

- 13- محمد الفاتح حمدي، مناهج البحث في علوم الإعلام ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2019، ص 71.
- 14- مصطفى عبد الحي عبد العليم، أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة بني سويف ، العدد 151 ، 2023 ، ص 16.
- 15- عبد الله عمر خماش، معالجة مواقع الصحافة الإلكترونية لكارثة إعصار لبنان في اليمن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 44، 2020 ، ص 134.
- 16- ريهام مرزوق إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 403 .
- 17- ماجد محمد شندود، إدارة الأزمات والإعلام، دار الأوائل للنشر، دمشق، 2020، ص 317.
- 18- محسن الحضري، إدارة الأزمات ، دار النيل العربية ، القاهرة ، 2021 ، ص 107.
- 19- المرجع نفسه ، ص 113.

- 20- عباس رشدي العمارين، إدارة الأزمات في علم متغير، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة 2019، ص 63.
- 21- عمر على عادل، وسائل الإعلام في مواقف الأزمات، دار الكتب، القاهرة، 2018، ص 46
- 22- محمد شومان عيد، الإعلام والأزمات، دار الكتب، القاهرة، 2019، ص 105.
- 23- أشرف العيد أحمد، الإعلام المعاصر، إدارة الأزمات، دار القلم للنشر، القاهرة، 2019، ص 91.
- 24- شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، 2019، ص 161.
- (*) أسماء الاساتذة المحكمين الذين عرضت عليهم الاستمارة
- أ- د / نور محمد دفع الله، أستاذ الصحافة، بكلية الإعلام جامعة الخرطوم.
 - أ- د / معتوق علي المتتاني، أستاذ علم الاجتماع، بقسم علم الاجتماع، جامعة سبها.
 - أ- د / مسعود ميجنة إمام، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الآداب، جامعة سبها
 - د/أحمد عمر جبريل أرحومة، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، بقسم الإعلام، كلية الآداب جامعة سبها
 - د/خالد منصور الزايدى، أستاذ الاقتصاد والعلوم السياسية كلية العلوم السياسية، جامعة سبها

مفهوم الاستطيقا (مجالها ومعاييرها)

د. هند علي بن غزى.. جامعة الزيتونة / ليبيا

ملخص

بين ما هو وجداني محسوس نشعر به كمعيار للجمال الاستطريقي وبين ما هو عقلاني تحاول الاستطيقا او علم الجمال الإجابة عن مفاهيم تتعلق بها وذلك للخروج من الالتباس والخلط الذي طال مفاهيمها المتعلقة بالفن والجمال والذي بدوره انعكس على عملية الفهم الصحيح لطبيعة مفهوم الاستطيقا من حيث معناها الجمالي الحديث والمعاصر في الفن لا من حيث مفهومه الاشتقاقي فحسب. حيث حاولت هذه الدراسة طرح اشكاليه غايه في الأهمية توضح مجال ومعايير الاستطيقا وكيفية اللجوء في ادراكنا الاستطريقي(الجمالي) لما هو جميل على مستوى الجمال الفني.

مقدمة :

يفقد الفن صفته الاستطيقية (الجمالية) عند محاولة وضع معايير تعقلنه او تطابقه مع الصدق الواقعي كون المعيار الاستطريقي في الفن لا يتحقق قيمته الجمالية بمبدأ التطابق مع الحقيقة الواقعية بل بما ينسجم مع الحقيقة الفنية التي تعتمد على عنصر التخيل الحر و الذي لا يهتم بموضوعات تحاكي الصدق البعيد عن طبيعة الخيال . حيث أن الاستطيقا (الجمال الفني) مشروعيته الحقيقة الخاص به في مجالها ومعاييرها تأمن وظيفتها

كعلم عن غيره من العلوم تكمن هذه الخصوصية في حرية هذا المجال من أحكام تحاول عقله وصدق ما لا يمكن تعقله.

ولعل ما يجب معرفته ان الحقيقة الجمالية في مجالها الاستطقي (الفني) هي حقيقة في طبيعتها احتمالية لا تبلغ مستوى اليقين المطلق إلا أنها ليست بالمقابل على بطلان أو زيف⁽¹⁾. وهذه الاحتمالية تعود في طبيعتها إلى كل ما هو متخيل وليس واقعي في صدقه أو يخضع لمنطق العقل بل يرتبط بخصائص نوعيه من خلال الحس والوجدان.

- مشكلة البحث :- يمكن صياغة إشكالية البحث في السؤال الآتي:-

إلى من نلجأ في إحساسنا وحكمنا وتقديرنا الجمالي إلى لغة الاحساس والوجدان ام إلى منطق العقل إذا كان موضوع الجميل يكمن في حيادية الرضى بمعزل عن اي تصورات ؟

- أهداف الدراسة:-

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة مفهوم الاستطيقه وعلاقتها بالفن والجمال للحد من الخلط المتعارف عليه بين دلالتها وطبيعتها ومجالاتها ذلك الخلط الذي يقع به الكثير من الدارسين في مجال الفن والجمال حيث كان من أهداف الدراسة تأصيل مفاهيمها لمعرفة طبيعة هذا المجال من حيث المعنى الاستطقي.

أهمية الدراسة :-

تأتي اهمية الدراسة في كون الموضوع الجمالي في الفن اصبح مثار للجدل بين العقل والوجدان في تقييمنا وادراكنا الجمالي للشيء الجميل الذي انقسم بصده مفكري وفلاسفة الجمال الى من اكد على المصدر الحسي الوجداني والمخيلة والأخر على صدوره عن منطق العقل والفهم وظلت هذه الإشكالية من اهم الموضوعات الجمالية في الفن نظراً الى الالتباس في فهم طبيعة الاستطبيقه.

- منهج البحث:

اعتمد البحث في طبيعته على منهج الاستقراء من خلال اراء مفكري الفن والجمال كما اعتمد منهج التحليل محاولين الإجابة من خلال هذا المنهج عن اشكاليه موضوع الدراسة .

حيث تضمن البحث مبحثان اساسيان.

الاول منها تحديد مفاهيم الدراسة التي تعتبر هي المفتاح والطريق الى فهم اشكاليه الدراسة وذلك الالتباس في مفهوم الاستطبيقه والفن والجمال.

اما المبحث الثاني يتحدث عن طبيعة مفهوم الاستطبيقه من حيث معيارها ووظيفتها ومجالها من خلال تصورات المهمتين في المجال الجمالي

المبحث الأول: مفاهيم اساسيه

اولاً: مفهوم الاستطيقا. (Aisthesis)

يرجع هذا المفهوم الى اصله اليوناني المشتق من الاحساس حيث يتضمن الادراك الحسي والمظهر المحسوس لأدراكنا و الصورة المبدئية لإحساسنا. (2) غير ان لفظ (الاستطيقه) بمعنى الجمال الفني كعلم قائم بذاته يعود الى الفيلسوف الالمانى (اسكندر باومجارتن) حيث اصدر كتابه عن الاستطيقا او علم الجمال حيث اصبح علما يدرس معايير الجمال وحكم الذوق مهتم بالفن وتحليل طبيعته من الخيال الفني في مقابل المنطق العقلي للتفكير (3). وبذلك اصبحت الاستطيقا في استخدام المعاصر علما يتضمن الجمال والفن وكل دلالة تخص مجال الجمال الفني والطبيعي بعد ان كانت مقتصرا على معناها اللفظي المتعلق بالاحساس و الوجدان ليصبح المفهوم في العصر الحديث المعاصر فرع من فروع الفلسفة الباحث عن فلسفه الجمال في الفن.

اما مفهوم الاستطيقا كما عرفها سعيد توفيق في كتابه (معنى الجميل في الفن) هي ذلك الجمال المعطى للتعبير في عمل فني قد يكون غير جمالي غير ان ذلك لا يعني ان نجردها من صفه الجمال ومن دائرة البحث الاستطريقي الذي هو موضوع للجميل من نوع وطبيعة خاصه لا يمكننا وصفها او كشفها ((ذلك ان صفه الجمال التي ننسبها الي الاستطريقي ما هي الا تسميه له ولكنها لا تكشف عن طبيعته)) (4) .

غير ان (دينس هويسمان) في كتابه علم الجمال عرف الاستطيقه بمعناها الضيق (بأنها تلك المعرفة التي تطلب من اجل اللذة) التي تنجم من معرفه

نزيفة في ذاتها باعثة للسرور⁽⁵⁾ ذلك لان الجميل يعنى بالمتعة الجمالية الخالصة المختلفة عن غيرها من المتعة التي تفترض وجود غايات نفعيه من ورائها مقصودة بعكس المتعة الجمالية التي تدرك الجميل كتعبير عن مقصود لا قصد منها غير المتعة والشعور بالجميل.

ثم عرفت الاستطبيقه بأنها الوصول الى كمال الادراك الحسي وهذا الكمال هو الجمال الذي هو هدف الاستطبيقه حين تتحول من علم الخبرة الحسيه الى علم الفن اليوم ((⁽⁶⁾

ثانياً: مفهوم الجمال .

في البداية يمكننا القول ان مفهوم الجمال يختلف بمعنى (beautiful) كصفه تلاحظ في الاشياء وبين الجمال بمعناها الاستطريقي ذلك العلم المختص بدراسة الجمال والفن ومعايره.

اذن الجمال كعلم قيمى استطيقى له مقايسة ويدرس موضوعات عن الفن والطبيعة من خبره جمالية وتذوق فنى وحكم جمالى عن معناه العام ويعرف جميل صليب في المعجم الفلسفى المعنى العام للجميل على انه صفه تلاحظ في الاشياء وتبعث في النفس السرور والرضى⁽⁷⁾ غير ان المعنى الخاص للجمال هو ذلك (المعيار القيمى في الثالوث الفلسفى الشهير الحق الخير الجمال)⁽⁸⁾ حيث يعنى جمال بكل ما هو حسي قيمى مدرج بموضوعات الفن لا بمجرد كونه صفه نلاحظها في الاشياء الخارجية كما ان هناك من يعرف علم الجمال العملي او التجريبي بمعنيين الاول منها الجمال المعيارى

وهو العلم الذي يضع القواعد للفنان والمقاييس للناقد ان يصور ما يجب ان يكون عليه الفنان المبدع وما يكون عليه الناقد الفني في تذوقه للألوان الجمال وفهمه للأثار الفنية ⁽⁹⁾. اما علم الجمال الوصفي فهو العلم الذي كشف البواعث والظروف وتحليلها من احساس ومشاعر وجدانيه متمثلة في عده تجارب جمالية ⁽¹⁰⁾. ولعل في تعريف هيجل للجمال جانبا روحيا يتعلق بالحس الداخلي في مفهومه لفكره الجميل على انها (تجسيد الفكرة باحتوائها مضمونا روحيا) من خلال تعبير الروح وتمثيلها في صوره خارجيه معبره عن حقيقه باطنها ⁽¹¹⁾ . وبهذا يكون الجمال في دلالته يشير الى الجاذبية في الاشياء وقيمتها على الاختلاف مع المعنى الدلالي لمفهوم الاستطقي فهي تشير الى الشعور او الاحساس الجمالي لهذا الجمال سواء الموجود في الفن او في الطبيعة ذلك احساس الجمالي يدل على الشعور الاستطقي اتجاه الاشياء وعلى الرغم من تداخل المفهومين في ذات المجال الا انها مختلفين من حيث الدلالة.

ثالثاً: مفهوم الفن (Art)

يعرف الفن بمعناه العام على كل تعبير يطلق على ما يساوي الصناعة ⁽¹²⁾ كما يطلق على جملة الوسائل التي يستعملها الانسان لإثارة الشعور بالجمال ⁽¹³⁾. من خلال ما يحدث في النفس من بواعد يعبر عنها خارجيا بواسطة الخطوط والالوان والحركات او الالفاظ ⁽¹⁴⁾. ومن هذا التعريف للفن يمكننا ان نشير أن للفن كذلك دلالة مختلفة من حيث معناه عن مفهوم الجمال واللفظ

الاستطقي في كون الفن دلالة عن نتاج بشري لعمل فني او اعاده خلق من خلال مجهود لموضوع مادي معطي.

اما (دينيس هويسمان) يعرف الفن في كتابه علم الجمال انه عملية اعاده خلق وتحويل الواقع بواسطه صور من نوع خاص حيث الفن لا يكون فنا الا بقدر ما يصبح الفنان مبدعا لا مجرد اله حيث يحول الصورة الى اسلوبا بتحويله لها وكلما كان الفن (مطابقا تماما للواقع كلما قل نصيبه من الفن) (15).

ذلك ان معيار المطابقة لحقيقه الواقع خارج عن طبيعة الفن الذي يعتمد على التخيل والخيال في عاداته لا ينطبق مع الواقع فالفن يضيف للواقع ويحوله حسب مطابقته لمعايير الجمال الفني حتى وان كانت موضوعاته لا تمت للحقيقة بصله.

كما يعرفه (ايتان سوريو) (الفن نشاط ابداعي يحاول ابتكار اشياء وصناعتها) ولعل في الفن الحاضر مغامرة واكتشافات لا مجال لإنكارها تعبر على ان الفن صناعه وكل صناعه قد تصل لمستوى الفن مؤكدا على ان استخدام الفن في صناعتنا نظرا لأهمية العنصر الجمالي المرتبط بالفن على احدث الدراسات فيما يتعلق بتحفيز الجمال على رغبه الشراء (16). ولعل العنصر الجمالي اصبح من اهم العناصر المؤثرة فنيا في مختلف مجالات الحياه بصفه عامه.

المبحث الثاني: طبيعة الاستطيقا (معيارها مجالها)

تفقد الاستطيقا صفته الفنية حيث ينسب لها وظيفه خارجة عن طبيعتها ومجالها الخاص بها كفرض قواعد او فرضيات تنتمي الى التفكير العقلاني لمحاوله عقلته منشط يعتمد في طبيعته على كل ما هو حسي وجداني متخيل حيث تخاطب الاستطيقه الجانب الروحي من المشاعر الإنسانية. ولعل هذه الوظيفة التي اكد عليها مفكري علم الجمال التي تجعل من الفن يتفرد بنوع من الخصوصية الجمالية ما تجعله مختلفة في تجربته الاستطيقية عن غيره من العلوم التي تخضع الى منطق واحكام العقل والصدق.

ان الادراك الجمالي في الفن في طبيعته يركز على عمليتي التخيل والحدس متحرره من اي علاقات تربطها بموضوعات وغايات بعيدة عنه.

وتتضح الوظيفة الحقيقية في مجال الاستطيقه او علم الجمال من حيث الصدق الفني لا الواقعي في التمييز بين التجربة الجمالية في الفن وتجربه الحياه الواقعية اذا تهتم تجربتنا الواقعية بكافه موضوعات الحياه بجوانبها النفعية لتحقيق احتياجاتها بشكل مباشر بينما تترك التجربة الجمالية موضوعها يكشف عن ذاته وجوده الحر لاعتمادها على عنصر المخيلة فيصبح الذات والموضوع احارارا غايتهم المتعة الجمالية⁽¹⁷⁾. وفي مجال الجمالية يهتم الموضوع بتحقيق اللذة الجمالية فهي المقياس الذي يقاس به جمال الشيء بحيث يدرك كتعبير فني غايته المتعة الخالصة المختلفة تماما عن المتعة التي نجدها في مناشط اخرى تفترض وجود قصدي موضوعيه

تابعه لغايات محدده كما تبتعد الاستطبيقه عن وظيفتها الفنية جماليا حيث يلزم الفن بتطبيق المطابقة بينه وبين جمال الطبيعة من خلال تقليده ومحاكاته الحرفية له وفي كل تقليد وفرض نوع من الحقيقة الصادقة في الفن بعد عن اصالة الابداع القائم على الخيال الحر ، حيث ان الحقيقة الفنية التي يجب انعكاسها في الفن هي (حقيقه مرئيه ومنقحه بواسطه الانسان) (18). وهذا يعني ان حقيقه الصدق الفني يتميز بخصوصيته عن اي منظور واقعي مقلد للحقيقة بل يكشف عن الكينونة التي توجد عليها الاشياء في حد ذاتها متميز عن اي محاكاة تحاول نقل الواقع كما هو فهذا الامر ليس من وظيفه الفن اذا في الواقعية التامة انهاء لطبيعته الحرة جماليا.

ويؤكد المتخصصون في الجماليات الحديثة. ان معيار الفن يكمن في قوه الشعور الاستطقي الى اقصى حد ان (الاثار العظيمة تعيش بفضل جانبها الانفعالي) (19). فلغبطه والنشوة هي المعيار الحقيقي كما يراها (دينيس هويسمان) لجمالية الفن والتي بفقدانها نفتقد معنى الفن (20). اذا وضعنا في الاعتبار طبيعة المتعة الخالصة في الجميل هي غير المتعة التي نجدها في مجال الاخلاق او العلم.

ان الحافز الاستطقي المحض يوجد في كل فن لا يهدف الى غايات خارجه عن طبيعته غير ان هناك قوه خارجيه كثيره تؤثر فيه من خلال وظيفته الإيجابية في مساعده الانسان (على تقويه خبراته الوجدانية ساره او اليمه في انه مسكن وجداني يعمل على تهدئه الاحساسات البالغة) (21). وهذه الوظيفة نجدها عند ارسطو حين اعتبر للفن وظيفه تطهيريه لكل الانفعالات سواء

كانت مؤلمه او سعيدة ، فنحن وجدانياً يؤثر الفن بمشاعرنا و احاسيسنا وفق حالاتنا النفسية فنشعر بمتعته جمالية حزناً او فرحاً بمجرد سماعنا لقطعه موسيقية او مشاهده فيلم سينمائي او قراءه رواية ادبيه وهذه المتعة الجمالية هي الغاية الحقيقية والصادقة من الفن.

يطرح (دينيس هويسمان) دفاعاً عن المعيار الفني بواسطه الحكم القيمي الاستطقي سؤالاً لكل من يحاول عقلنة الفن الا وهو كيف يمكن للإحساس ان يكون موضوعاً لدراسة تصويريه ؟ بما ان الجمال موضوعاً للخيال والحدث في طبيعته لا يمكن ان يكون موضوعاً للعلم.

فالفنان يستمتع ويتذوق مخاطباً احساسه وعواطفه لا من خلال التفكير العقلاني حيث ان عمليات الفن من ابداع وتذوق فني واداء لا يمكن تفسيرها حسب تصويره بل هي امور نحياها نحسها ، غير ان في مقابل هذا التفسير من يؤكد عكسه بتأكيد دور التفكير في تأمل الواقع وفي احساسه استدلال حيث توجد فكره في باطن كل احساس ((وفكره الاحساس او هذه الصور الأسلوبية هي كالتصور التمثيلي تضع الذات الشاعرة على قدم المساواة مع الذات المفكرة))⁽²²⁾.

وقد اكد هيجل على دور الخيال في الفن بأنه يقدم اشكالاً خياليه عن الحياه والطبيعة كتعبير عن واقع اعمق معتمد على الصور الحسيه (المظهر) وفي اعتماده نوعاً من المعرفة وليس مجرد لهُو⁽²³⁾. ولعل فيه المقولتان اللتان يعبران عن الخاصية المشتركة الجمالية الفن المتمثل في المتعة الجمالية

تأكيد على معياره الخاص به دون غيره من الأنشطة في كون ((الجمال بوصفه غاية في ذاته ، والجمال الذي يبدع قانونه الخاص)) لذلك فإن تصور موضوع ما فيه شكله الخاص استطبيقاً هو امر (جميل) ذلك أنه من انتاج التخيل وهو تخيل جمالي مبدع كونه ينشئ الجمال في طبيعته الحرة التي تجعله مميز بتفرده بهذه الخصوصية اذ ان (في التخيل الجمالي تصنع حساسيه المبادئ الصحيحة بصورة كليـه لنظام موضوعي) (24) بعيداً عن سياده العقل القمعي بتطبيق معايير ومبادئ لا تمت الى الفن من الناحية الاستطبيقية بأي صلة اذا في دور الخيال تأمين حقيقي لذاتيـه الفن من اي محاوله لعقلنته .

وفي المعيار الاستطقي للفن يؤكد كروتشه على دور الخيال في الفاعلية الفنية حيث انه يسبق الفكر بل ان الخيال شرط ضروري للفكر بما ان الفن يحكمه الخيال وثروته الصور الذهنية لذلك فإن فاعليته تتحقق في تكوين الصور الذهنية بشكل اسبق من فاعليته المنطقية.

(فلا يكاد الانسان يقوى على التخيل حتى يصبح فنانا قبل ان يبلغ المقدرة المنطقية بزمان طويل) (25).

ولعل النسق في التجربة العلمية مرتبط بنسق مفاهيمي مسبق يهتم في موضوعاته بالزوايا النفعية على عكس ما نجده في شكل الموضوع الجمالي المحض الذي يعمل وفق قانونه الخاص تجلياً خالصاً يتفق فيه مع ما هو متخيل مع ((الدلالات الإدراكية للحساسية ، ادراك العالم من خلال الحواس

التي يعتمد في بنيتها على الزمان والمكان وهذا التوافق انسجاما بين الملكات العقلية وهو نتيجة للانسجام الحر للموضوع الجمالي ((⁽²⁶⁾ وفي تأكيد خصوصيه الاستطيقه عند كروتشه يقسم نوعي المعرفة الى وجدانيه والاخرى منطقيه حيث ارجع الفن الى المعرفة الوجدانية التي نحصل عليها من خلال الخيال اما المعرفة المنطقية نتحصل عليها بواسطة العقل ،لهذا كانت الصور هي الثروة الوحيدة للفن نظراً لقدرته على تكوينها بواسطة الخيال ذلك لان ((
الفن لا ييوب الاشياء ولا يحكم عليها بأنها حقيقيه او خياليه ولا يصفها او يعرفها بل يحس بها ويصورها ليس الا))⁽²⁷⁾. فالحقيقة الصادقة لا يمكننا استيعابها الا من خلال الفكر التأملي كما لا يمكن فرض وظيفه صادقه للفن تكشف عن حقيقه واقعيه فهي ليست من اختصاصه ذلك بسبب طبيعة جوهره الذي يعتمد على الحدث الاعلى لا على التصورات العقلانية والسبب في هذا ان الادراك الجمالي يحصل نتاج الاثر الواقع على الحواس من الموضوعات الخارجية اذا اتقنا مسبقاً على التجربة الجمالية في الفن بأنها تجربه حسيه وجدانيه يقوم بها الشعور والحس الداخلي مقياس ادراكنا لما هو جميل وممتع.

ويقودنا هذا التصور الجمالي الى تساؤل غايه في الأهمية وهو هل الادراك الجمالي في الفن لا يخضع ضرورة لمنطق العقل ؟

ولعل في الإجابة عن هذا السؤال اختلاف كبير بين متخصص الجمال والفن وبين من يجد للفهم والعقل دور في الفاعلية الفنية في كون الفهم عند البعض من المفكرين ضروري كذلك للتقييم الجمال والاحساس به فعلى سبيل المثال

قد لا يمتعنا سماع اغنيه من خلال لغة لا اعرفها ليس لأنها تخلي من الجمال الفني وانما لكوني لا افهم معاني تلك اللغة حيث يكون الفهم عنصر مهم في تقييمي الجمال في حال فهمت اللغة وبهذا يكون الامر جماليا ممتع من الناحية الفنية ولم اعد اشعر بذلك الغرابة وانما احساسي هنا ارتبط مع فهمي لمعاني كلمات اللغة.

التعقيب :

ولعل فيما قدمته النظرية النقدية اجابه مقنعه رغم ايماننا بخصوصيه الفن من الناحية الجمالية عن اي معايير خارجه عن طبيعتها الاستطبيقية الخالصة في ادراك الجمال من خلال الحس والتخيل غير ان تهميش دور العقل في الفهم وليس الاحساس بالجمال يقودنا الى ايضاح الوسطية التي قدمها **كانط** على الرغم من قناعاته.

بأن الحكم الجمالي كليته في الموضوعات والاشياء امر صوري وقبلي يحدث خارج الفكر والفهم.

غيره انه اعتبر مفهوم الاستطبيقه الوسيط الذي تلتنقي فيه الحواس بملكه الفهم في كتابه لقد ملكه الحكم . ويتحقق هذا التوافق بين الحساسية والعقل من خلال ما تسعى اليه الفلسفة في المجال الجمالي وذلك ((بتعزيز الحساسية الجمالية لأنها تعارض طغيان العقل))⁽²⁸⁾. ذلك العقل التصوري القمعي من خلال ابراز الوظيفة المركزية للجمال استنادا الى طابعها الحسي دون تشويها بالنظر اليها من خلال مبادئ الواقع اذا تم الاعتراف بحقيقه ان معايير الواقع

مختلفة عنها في الاستطبيقه حتى لو بدت الحقيقة هذه غير واقعيه الاعتراف بها بتحقيق الاصل الحسي واللذة المعبرة عن ذاتها في الشكل الجمالي المحض (29).

فالفن يتطلع الى حساسيه تتمتع بالحرية تحرر الحواس بإعادة توافقيها مع العقل في محاوله هيجليه تؤكد ان الفن ((يمتلك اعاده حريته بكل ما هو طبيعي وحسي بحيث يعبر عن كل حركات الروح)) (30). وهذه الحرية بدورها تأمين حقيقي للفاعلية الفنية جماليا ودور الحس والتخيل بها كعنصران اساسيان ضد هيمنه العقل واحكام المنطق والغايات النفعية التي تفرض قصديه موضوعيه حسب غايتها لا تتوافق مع القصديّة الجمالية والتي يكون بها الشيء الجميل مدرك كنوع من التعبير عن مقصود الغايات تحقق الجمال في ذاته للغايات حقيقيه للفن من الناحية الاستطيقه.

الخاتمة:

تبين لنا من خلال هذا البحث العديد من النتائج التي يمكن عرضها على النحو الآتي:

1- ان احتمالية الحقيقة الجمالية تبعد الفن عن بلوغ مستوى اليقين في الحقيقة الواقعية على الرغم من هذا لا يجزم زيف الحقيقة في الفن بشكل مطلق ولكن لا نطلب الفن بضرورة تحقيقها فهو غير مطالب بها جمالياً في العصر الحديث في المجال الاستطيسي للفن.

2- أن اللحظة الجمالية هي تلك اللحظة الماتعة بصورة كلية دون أي تصور يفرض من العقل كون ان الحكم الذوقي للجمال الفني برئ في ذاته من حيث غايته النفعية او أي تصورات علمية وأخلاقية غير تلك الغاية الجمالية الباعثة للرضى والسرور .

3- ان الجميل في الفن بمعناه الاستطيسي هو موضوع رضى حيادي بمعزل عن أي شيء اذ أن للجمال الاستطيسي أو ما يعرف حديثاً بعلم الجمال معايير الخاصة في

التقييم الجمالي للفن حيث تخضع هذه المعايير إلى احكام الحس والوجدان والتخيل الحر بعيداً عن سيادة العقل القمعية وفرضها أحكام منطقية صادقة للواقع تختلف عن طبيعة الحكم الجمالي الذي قد يكون لموضوعاته الغير الصادقة قيمة جمالية من خلال التعبير الفني الجميل فالفن ما يميزه ليس محاكاة بشكل حرفي للواقع والا لا يكون فناً بل إضافة الفنان من روحه وخياله جمالاً يهدف من وراءه المتعة الجمالية الخالصة والتي تخلو من أي غرضية سواء تحقق الجمال كفاية في ذاته.

4- ان الحس الجمالي الحديث يقف معارضاً لخاصية التهديب كوظيفة للفن ذلك ان الجمال الفني يعبر عن ما هو كائن أي يكشف عن الجميل بصورة فنية معبرة أما ما ينبغي أن يكون عليه الشيء كعلم الاخلاق فهذه ليس وظيفة الجمال الفني وهذا لا يعني إننا ننكر أن يكون للأستطيقا في الفن رسالة خاصة ضمنية أخلاقية بيد أنها ليست شرط ضروري كمعيار جمالي للفن من الناحية الاستطيقية.

5- بين ما هو وجداني حسي يخاطب لغة الحس والمشاعر وبين ما هو عقلاني تظهر جذور المعارضة من الفلسفة الحديثة في رفضها عقلنة مجال لا يخضع للعقلنة بطبيعته المتفردة الخاضعة لأحكام الحس وكل ما هو متخيل بعيداً عن احكام منطق العقل فالفن يتطلع إلى حساسية من خلال تحرير الحواس ليعبر عن كل حركات الروح.

الهوامش:

- 1- نوكس، النظريات الجمالية (كانط، هجل، شونيهار)ترجمة محمد شفيق شيا، دار دحسون ، ط 1، بيروت، 1985م ، ص54
- 2- رمضان سبطاويسي، دراسات في علم الجمال المعاصر، دائرة الثقافة والاعلام، ط 1 ، الشارقة، 2011، ص121.
- 3-عبدالفتاح الديدي ، علم الجمال ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط 1 ، القاهرة ، 1981 ، ص39.

- 4-سعيد توفيق ، معنى الجميل في الفن ، مداخل الي موضوع علم الجمال ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، القاهرة ، 2015 ، ص80-81.
- 5-دنيس هويسمان ، علم الجمال (الاستطيقا) ترجمة ، أميرة حلمي مطر ، دار الاحياء الكتب العربية ، طب ، ب ت ، ص129 - 130.
- 6-رمضان سبطاويسي، علم الجمال لدى مدرسة فرانكفورت ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ط1 ، بيروت ، 1998 ، ص32.
- 7- جميل صليبا ، المعجم الفلسفي ، دار الكتاب اللبناني ، ط1 ، بيروت 1971 ، ص407.
- 8- خليل أحمد ، معجم المصطلحات الفلسفية ، دار الفكر اللبناني ط1 ، بيروت ، 1995 ص56 .
- 9- عبد الفتاح الديدي ، فلسفة الجمال ، الهيئة المصرية للكتاب ، طب ، القاهرة ، 1985 ، ص126
- 10- عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، شركة مكتبة الحلبي ، طب ، القاهرة 1950 ، ص126.
- 11- هيجل ، فكرة الجمال ، ترجمة جورج طرابيش ، دار الطليعة ، ط2 ، بيروت ، 1981 ، ص303.
- 12- مجدي وهبة كامل ، معجم المصطلحات العربية ، مكتبة لبنان ، طب ، بيروت ، 1979 ، ص155.
- 13- جميل صليبا ، المعجم الفلسفي ، مرجع سابق ، ص165.
- 14- المرجع السابق ، ص155
- 15- دنيس هويسمان ، علم الجمال (الاستطيقا) ، مرجع سابق ، ص74
- 16- إيتان سوريو ، الجمالية عبر العصور ، ترجمة : ميشال عاصي ، منشورات عويدات ، ط2 ، بيروت ، 1982 ، ص297.
- 17- المرجع السابق ، ص312
- 18- أميرة حلمي مطر ، مقدمة في علم الجمال ، دار الثقافة ، طب ، القاهرة ، 1976 ، ص76 - 77.
- 19- دنيس هويسمان ، علم الجمال (الاستطيقا) ، مرجع سابق ، ص72

- 20- ليو تولستوى ، ما هو الفن ، ترجمة ، محمد عبدو النجار ، دار الحصاد ، ط1 ، دمشق ، 1991 ، ص63.
- 21- دنيس هويسمان ، علم الجمال (الاستطيقا) ، مرجع سابق ، ص79
- 22- المرجع السابق ، ص132 - 133.
- 23- غنليز ارنييت ، ما بعد الحداثة والعقل والدين ، ترجمة : معين الامام ، دار المدى ، ط ب ، دمشق ص 122.
- 24- رمضان سبطاويسي ، علم الجمال مدرسة فرانكفورت ، مرجع سابق ، ص 28 - 30.
- 25- ول ديورانت ، قصة الفلسفة ، دار المعارف ، ط 6 ، بيروت ، 1988 ، ص 580-581.
- 26- رمضان سبطاويسي ، علم الجمال مدرسة فرانكفورت ، مرجع سابق ، ص30.
- 27- ول ديورانت ، قصة الفلسفة ، مرجع سابق ، ص 580.
- 28- رمضان سبطاويسي ، علم الجمال ، مرجع سابق ، ص31.
- 29- المرجع السابق ، ص33.
- 30- المرجع السابق ، ص32.

"اتجاهات طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية

نحو واقع التدريب العملي"

(دراسة ميدانية على عينة من أقسام وشُعَب الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية)

أ.مجيدي ميلاد اعويذات.. جامعة سرت/ليبيا

الملخص

تناولت الدراسة موضوع اتجاهات طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو واقع التدريب العملي، ولتحقيق أهداف الدراسة استُخدم المنهج الوصفي على عينة عشوائية، حيث تم تصميم أداة جمع البيانات "الاستبانة" موجهة لطلبة الجامعات الليبية موضوع الدراسة، وبلغ أجمالي عدد العينة (105) مفردة من طلبة الجامعات الليبية المتمثلة في الذكور والإناث في تخصص الإذاعة والتلفزيون التي وزعت على حسب التوزيع الجغرافي: وهي (جامعة بنغازي - جامعة طرابلس - جامعة مصراته - جامعة الزيتونة - جامعة سبها - جامعة سرت). وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: ان نسبة كبيرة من مجتمع الدراسة راضي عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي، ثم اشارات نتائج الدراسة بالأهداف التي تحققها محاضرات التدريب العملي حيث جاءت النسبة مرتفعة بأنها ترتقي بالجانب العملي، ثم يليها تعطيني احساس بالعمل الإذاعي وايضا تزيد من معارفي في شتى المجالات، وفي المرتبة الاخيرة جاءت تكسبني مهارات العمل ضمن فريق واحد و تصقل مهارات الكتابة الإذاعية كما توصلت إلى وجود صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي، وأيضاً تشير النتائج الى انه لا يوجد عدد كافي من الفنيين بالجامعات الليبية داخل الاستديوهات لأداء التدريب العملي بالشكل المطلوب.

Abstract

The research aims to study the attitudes of radio and television students in Libyan universities towards the reality of practical training. Where researcher used the descriptive approach on a random sample to achieve the research objectives. For this reason, the “questionnaire” was designed to target this sample. Where the total number of sample was (105) from Libyan university students, male and female actors specializing in radio and television, who were distributed according to geographical distribution: (University of Benghazi - University of Tripoli - University of Misrata - Al-Zaytouna University). - Sebha University - Sirte University). In addition, the results found that a large percentage of the study population was satisfied with the topics of the scientific training lectures, the results of the study also indicate the goals achieved by the practical training lectures, as the percentage was high that they improve the practical aspect, as it gives me a sense of my profession and also increases my knowledge in various fields. . Finally, the result was that I gained the necessary skills to work within a team and develop my skills in writing for radio. Also concluded that it is difficult for students of radio and visual arts programs to work in practical training indicate that there are not a sufficient number of technicians in Libyan universities in the studios to do out the practical training.

المقدمة:

من المعروف أن التدريب يعتمد في الأساس على منطق توافر الأعداد والنوعيات المطلوبة من الكفاءات البشرية لممارسة أعمال ونشاطات معينة حيث يتطلب مستوى

عالي من المهارات والخبرة والقدرة على الأداء، وترجع جذور التدريب إلى مطلع الحضارة البشرية حينما كان التعليم صعب المنال الحريفيين والفلاحين وكانت المهارة الحرفية تنقل إليهم من خلال التوجيه وبشكل مباشر. وعليه فإن التدريب له أهمية في جميع المجالات ومجال الإعلام بصفة خاصة، حيث تتزايد قيمة أهمية التدريب في إطار الحاجة الماسة إلى توفير كوادر إعلامية مدربة ومؤهلة، لتكون قادرة من خلاله على مواجهة متطلبات التطور الإعلامي وسد النقص في الموارد البشرية، حيث تعد الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية من الفنون الحديثة، لذلك مازالت تخضع لعمليات التطوير، الأمر الذي يفرض على هذه الفنون ضرورة مواكبة كل ما هو جديد والتدريب عليه عبر التدريبات الإذاعية المختلفة بالتدريب المستمر سواء كان في المؤسسات الإذاعية من إذاعة وتلفزيون أو في المؤسسات الأكاديمية.

مشكلة الدراسة:

تعد مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من الوسائل الإعلامية المهمة في تزويد الجمهور بالمعلومات، وتعتمد بدورها على الخبرات العلمية والعملية والكوادر المدربة التي تتضمن خريجي الإعلام بصفة عامة وخريجي الإذاعة والتلفزيون بصفة خاصة، حيث أنه كلما ارتفع مستوى جودة التعليم العلمي والعملية الذي يحصل عليه الطلاب كان ذلك بمثابة درع الأمان لهم عند إقحامهم في الحياة العملية بعد تخرجهم. بالإضافة إلى أن التدريب العملي على وجه الخصوص يتيح الفرصة على إعادة الثقة المفقودة لدى أصحاب المؤسسات الإعلامية في مستوى الخريجين بالجامعات الليبية، حيث تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو واقع التدريب العملي.

أهمية الدراسة:

- 1- قلة أو ندرة الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وخاصة طلبية الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية.
- 2- تظهر أهمية البحث من الحاجات المتزايدة إلى الكوادر الإذاعية المؤهلة لإدارة المؤسسات الإعلامية التي يزداد اعدادها كل يوم.
- 3- السعي إلى رفع كفاءة وتطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية بشكل عام ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص.
- 4- إلقاء الضوء على أهمية التدريب العملي التي تزود المتعلم بالخبرات والكفاءات.

أهداف الدراسة

- 1- التعرف على اتجاهات طلبية الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو محاضرات التدريب العملي.
- 2- التعرف على المعوقات التي يواجهها طلبية الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو واقع التدريب العملي.
- 3- التعرف على دور برامج التدريب الإذاعي في تطوير المهارات اللازمة لتأسيس كوادر مؤهلة.
- 4- معرفة درجة استفادة طلبية الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية من برامج التدريب العملي والميداني التي تقدم لهم.
- 5- التوصل إلى معرفة المتطلبات التدريبية اللازمة لإعداد كوادر مؤهلة.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي اتجاهات طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو محاضرات التدريب العملي؟
 - 2- هل تجد عينة الدراسة صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي؟
 - 3- هل تفضل عينة الدراسة التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة إلى جانب التدريب العملي؟
 - 4- ماهي الدورات التي يحتاجها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية؟
 - 5- ما هي المعوقات التي يواجهها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية نحو واقع التدريب العملي؟
- الدراسات السابقة

1- (دراسة عبد الله محمد، 2020) واقع التدريب الميداني في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية.⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة استفادة طلبة كليات الإعلام والاتصال من برنامج التدريب الميداني الذي تقدمه مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني. ومعرفة أهم الأقسام التي تدرب فيها الطلبة، وكذلك معرفة ما إذا كان هناك توافق بين المادة النظرية والمادة العملية من خلال التدريب الميداني المقدم للطلبة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن معظم الطلبة الملتحقين في البرنامج التدريبي في التلفزيون الأردني هم من الطلبة الذين على وشك التخرج، كما تبين من الدراسة أن 74% من أفراد العينة الدراسية عبروا عن رضاهم الكامل عن البرنامج التدريبي الذي تقدمه مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وتوصلت أيضاً أن نسبته 95% من عينة الدراسة يرغبون في التدريب في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون. كما أن ما نسبته

90% من أفراد العينة يرون أن التدريب في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون يوصلهم إلى سوق العمل في المجالات الإعلامية التي تم التدريب فيها.

2- (دراسة عبد الله احمد مصطفى، 2020) واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بالكلية ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها⁽²⁾ تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بالكلية والمعاهد الحكومية والأزهرية والخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة بها، والعمل على تحديد الأولويات التي يحتاجها التأهيل والتدريب في مجال التأهيل والتدريب العملي، وتكونت عينة الدراسة من 200 مفردة من الطلبة، و50 مفردة من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة من كل معهد أو كلية. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن جودة التأهيل والتدريب العملي في تخصص العلاقات العامة والإعلان في كليات الإعلام الحكومية والأزهرية والخاصة مُرضٍ إلى حدٍ ما من وجهة نظر هيئة التدريس والهيئة المعاونة، وغير مرضٍ إلى حدٍ ما من وجهة نظر الطلبة، وأن بيئة التأهيل والتدريب غير مناسبة داخل أو الكليات والمعاهد أو خارجها، كما أن هذه الدورات التدريبية لا تنظم وفق مخطط مدروس، ولا يُصنف الطلبة قبل التدريب وفق حاجاتهم التدريبية الفعلية، ولا يُحدد محتوى التدريب وفق هذه الحاجات، كما لا يُقوم الطلبة قبل التدريب أو بعده، كما لا يجري التواصل مع الخريجين الذين تلقوا التدريب، ولا التعرف على أثر التدريب عليهم في المؤسسات التي يعملون بها، كما أن مؤسسات العمل لا تقبل خريجي أقسام العلاقات العامة بسهولة.

3- (دراسة أماني عبد الرؤوف، 2020) بعنوان الرؤية المستقبلية للتدريب العملي لطالبات قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية والعربية. جامعة الأزهر⁽³⁾. تهدف الدراسة الى معرفة طبيعة الواقع الفعلي لمادة التدريبات العملية في قسم الإذاعة والتلفزيون لتحديد دور القائمين على العملية التعليمية وفقا للاحتياجات الفعلية

عن طريق تقييم الوضع الحالي وتطوير الدراسة الأكاديمية بالقسم بما يتلائم مع متطلبات سوق العمل، والكشف عن المشكلات التي تعوق التدريب العملي بالقسم، واقتراح الحلول المناسبة في شكل خطة مستقبلية. حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح وهي من نوع الدراسات الوصفية التي تسعى إلى توصيف فعاليات التدريب الإذاعي والتلفزيوني. وتكونت عينة الدراسة على 77 استبياناً من مجموع 82 استبياناً، بنسبة 93 % من المجتمع الأصلي وتوصلت الدراسة إلى أن الطالبات اللاتي يدركن أهمية التدريب والاحتياجات التدريبية هن اللاتي لديهن درجات من الرضا مرتفعة للنظام الحالي بالتدريب. كما اثبتت الدراسة إدراك الدارسين بأهمية الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام. كما تشير النتائج إلى أهمية التدريب الميداني ومطالبة الطالبات له بشكل واضح بل وبإصرار أنهن يرين أن التدريب في المؤسسات الإعلامية الخاصة هي الأداة الحقيقية لبلورة مواهبهن الإعلامية والطريق للدخول لسوق العمل.

4-(دراسة دعاء البنا، 2019) اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل. ⁽⁴⁾ هدفت الدراسة إلى معرفة دور المؤسسات التدريب في مجال الإعلام في تأهيلهم لسوق العمل، تقييم المؤسسات التدريبية باختلاف أنواعها وأنماط ملكيتها، والمدرين الذين تستعين بهم المؤسسات التدريبية في مجال التدريب العملي وملائمة احتياجاته ومتطلباته. وتم اختيار عينة يبلغ عددها 200 طالب من قسم الإذاعة والتلفزيون بالأسلوب العشوائي الانتقائي موزعة بالتساوي بين كل من الكليتين. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أكدت نسبة 39.5% أن هذه المؤسسات تسهم بدرجة كبيرة في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، كما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أساليب تعرف عينة الدراسة على المؤسسات والدورات التدريبية في مجال الإعلام بنسبة 67%، كما توصلت الدراسة إلى أن مؤسسات التدريب الخاصة أكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم

لسوق العمل الإعلامي من مؤسسات التدريب الحكومية بنسبة 66% و34% على التوالي.

5- (دراسة فاطمة الزهراء أبو الفتوح 2019)، إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة: دراسة حالة على جامعة 6 أكتوبر⁽⁵⁾. تسعى الدراسة إلى رصد اتجاهات خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر عن واقع إعدادهم وتأهيلهم. من حيث التعرف على جوانب القوة، والضعف في نظام الدراسة بالقسم من خلال المقارنة بين آراء خريجي كل من دفعة النظام الفصلي للعام الجامعي 2016/2015، ودفعة نظام الساعات المعتمدة للعام الجامعي 2019/2018؛ بهدف تطوير منظومة التعليم العلمي والعملية. مما يعمل على إعادة الثقة في مستوى خريجي الإعلام بالجامعات الخاصة وفي قدرته على المنافسة في سوق العمل الإعلامي. حيث تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها 43 طالبًا بما يعادل 25% من إجمالي عدد خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون، وهي العينة المتاحة في كلٍ من الدفعتين عينة الدراسة. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة من يعمل في التخصص في دفعة 2019/2018 حيث بلغت 54.5% وهي أعلى من دفعة 2016/2015 التي بلغت 38.09%. كما توصلت إلى ارتفاع نسبة الرضا عما تم دراسته باللائحة الفصلية دفعة 2016 بنسبة بلغت 57.15% مقارنة بدفعة 2019 التي بلغت 45.4%. وترجع الأسباب إلى ضعف الدخل وصعوبة العيش.

6- (دراسة نسيم الطويسى، 2015)، جودة التدريب الإعلامي في الأردن.⁽⁶⁾ تهدف الدراسة للتعرف عن واقع التدريب الإعلامي في الأردن، وتقييم جودة التعليم والتدريب في مجالات الإعلام من وجهة نظر الإعلاميين؛ حيث تم مسح شامل لعينة الدراسة من طلبة كليات الإعلام الذين تصادف وقت تدريبهم في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون مع وقت إجراء هذه الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من

النتائج أهمها: إن معدلات الانخراط في التدريب الإعلامي جيدة، وفي المعدل يوجد 74% من مجتمع الدراسة تلقوا تدريباً، أما الانخراط المستدام المتمثل في الذين اشتركوا خلال السنة الأخيرة فكانت نسبتهم 55.3% كما إن تمويل التدريب الإعلامي في الأردن يعتمد بدرجة أساسية على مصدرين هما تمويل المؤسسات الإعلامية ما نسبته 43.8%، وتمويل المؤسسات والبرامج الدولية بنسبة 39.8%. كما توصلت الدراسة إلى وجود أدراك كبير من قبل الإعلاميين بأثر التدريب الإعلامي على أداء الإعلاميين المهني حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابات العينة على هذه الفقرة 3.80. **التعقيب على الدراسات السابقة:**

- **من حيث أوجه التشابه والاختلاف:** لقد تشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة من حيث الموضوع في دراسته لواقع التدريب العملي، في حين اختلف البحث الحالي في الهدف العام مع كل الدراسات السابقة.

- **من حيث الأداة المستخدمة:** يتفق البحث الحالي مع دراسة كلاً من: دراسة (عبد الله محمد، 2020) ودراسة الطويس (2020)، في الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:** أستعين بها في تحديد الإطار العام للبحث الحالي مع الوقوف على الجوانب الجديدة بالاهتمام بالإذاعة والتلفزيون. بالإضافة إلى التعرف على المنهج البحثي الذي استخدم في كل دراسة من الدراسات السابقة بما يفيد البحث الحالي، ومعرفة كيفية معالجة البيانات التي تم جمعها، مما ساعد الباحث على اختيار أنسب الوسائل الإحصائية لمعالجة بيانات البحث، واستفيد منها أيضاً في تحديد كيفية تصميم أداة البحث (الاستبانة)، والاستفادة من ذلك في تصميم أداة البحث.

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الاحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وتهدف البحوث في هذا المنهج الى وصف واقع المشكلات والظاهرة في ظل معايير محددة، مع تقديم توصيات او اقتراحات من شأنها تعديل الواقع للوصول الى ما يجب ان تكون عليه هذه الظواهر (7).

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الاعلام شعبة الاذاعة والتلفزيون في الجامعات الليبية، وذلك لأنها فئة مفعمة بالطاقة وامكانية التعلم واكتساب المهارات الجديدة.

عينة الدراسة: استخدمت عينة عشوائية قوامها (105) عينة مفردة من طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية ممن الذكور والإناث، موزعين على بعض هذه الجامعات وهي (جامعة بنغازي - جامعة طرابلس -جامعة مصراته - جامعة الزيتونة - جامعة سبها-جامعة سرت). حيث وزعت وفقاً لتمثيلها الفعلي في مجتمع الدراسة.

أدوات الدراسة وإجراءات إعدادها:

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات لأنها أحد الاساليب التي تستخدم لجمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الاسئلة المحددة او المعدة مقدماً بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم. حيث مرت الاستمارة بالمراحل العلمية الآتية:

1-تصميم الاستمارة:

وذلك من خلال ربطها بالأهداف والتساؤلات والمتغيرات كأداة لجمع البيانات.

2-إعداد الاستمارة: وتم عن طريق اعداد مجموعة من الاسئلة المتنوعة المفتوحة والمغلقة، ومتعددة الاجابات، واختيار أكثر من بديل، بما يتفق مع أهداف وتساؤلات الدراسة.

3-اختبار الصدق والثبات: قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من اساتذة الإعلام، لوضع ملاحظاتهم على الاستمارة:

حدود الدراسة:

1-الحدود المكانية:

تقتصر الدراسة مكانيا على الجامعات الليبية.

2-الحدود البشرية:

شملت طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية المتمثلة في (جامعة بنغازي - جامعة طرابلس -جامعة مصراته - جامعة الزيتونة - جامعة سبها-جامعة سرت).

3-الحدود الزمانية:

حددت فترة زمنية معينة اعتباراً من توزيع استمارات الاستبيان وجمعها. وانحصرت هذه المدة تحديداً من مارس 2023 إلى مايو 2023.*

(*) أسماء المحكمون:

- أ.د/ عمر جبريل ارحومة، أستاذ الإعلام بجامعة سبها، كلية الآداب.
- أ.د / فرحات خليل الفاخري، أستاذ الإعلام بجامعة البيضاء، كلية الآداب.
- أ.د / عبد الله محمد اطبيقة، أستاذ الإعلام بجامعة سرت، كلية الآداب.
- ا.د / عمار عياد المصباحي، أستاذ الإعلام بجامعة الزيتونة، كلية الإعلام.

مصطلحات الدراسة

الاتجاهات:

هي حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي النفسي، تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة. (8)

الإذاعة والتلفزيون:

حيث عرفها " عبد العزيز شرف ": " هي عبارة عن تنظيم هيكلي في شكل وظائف وأدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة ". أي أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد. (9)

الطالب الجامعي:

مفهوم الطالب الجامعي يشير إلى الفرد الذين يتابع دراسته العليا في الجامعة. ويتميز الطلاب الجامعيون بأنهم يسعون للحصول على درجة أكاديمية في تخصص معين، سواء كانت درجة البكالوريوس أو الماجستير أو الدكتوراه. (10)

التدريب العملي:

هو عملية تهدف بشكل أساسي إلى اكتساب الخبرات والمعارف التي يحتاجها الإنسان، والحصول على المعلومات والبيانات التي تنقصها المهارات الملائمة والأنماط السلوكية في مجال التخصص، وذلك لتهيئة المتدرب للعمل والتوازن بين الإطار النظري والعملي (11).

نتائج الدراسة الميدانية

بعد تطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة تم تحليلها بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS والتوصل الى الاتي:

أولاً: توصيف عينة الدراسة:

1- توصيف عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (1) يوضح توصيف العينة حسب الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	%28.5
أنثى	75	%71.5
المجموع	105	100.0

يتضح من الجدول السابق الذي يوصف عينة الدراسة حسب الجنس أن الإناث أكثر بنسبة %71.5 مقارنة مع نسبة الذكور التي بلغت %28.5 من طلاب الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية، حيث يتناسب ذلك مع طبيعة كليات واقسام الاعلام التي غالباً ما تتفوق فيها عدد الاناث عن الذكور، وقد يرتبط ذلك بطبيعة الدراسة بالكليات.

2- توصيف عينة الدراسة حسب العمر:

الجدول رقم (2) يوضح توصيف العينة حسب العمر.

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 18 سنة الى 23 سنة	40	%38.0
من 24 سنة الى 26 سنة	41	%39.0
من 27 إلى 30 سنة	8	%7.6
من 31 سنة فما فوق	16	%15.4
المجموع	105	100.0

يبين الجدول السابق الذي يوضح العينة حسب الفئة العمرية الى ان نسبة طلاب الاعلام ذو الفئة العمرية من 18 الى 23 سنة بلغت %38.0 بينما نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين 24 سنة الى 26 سنة قد بلغت %39.0 وهي الأعلى. ويرجع ذلك الى

ان هذه الفئة متخصصة والاقرب للتخرج، في حين بلغت الفئة العمرية من 27 سنة الى 30 سنة بنسبة 7.6% واخيراً الفئة العمرية من 31 سنة فما فوق كانت بنسبة 15.4%.

3- توصيف عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي:

الجدول رقم (3) يوضح توصيف العينة حسب المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
طالب ليسانس	87	82.8%
طالب دراسات عليا	18	17.2%
المجموع	105	100.0

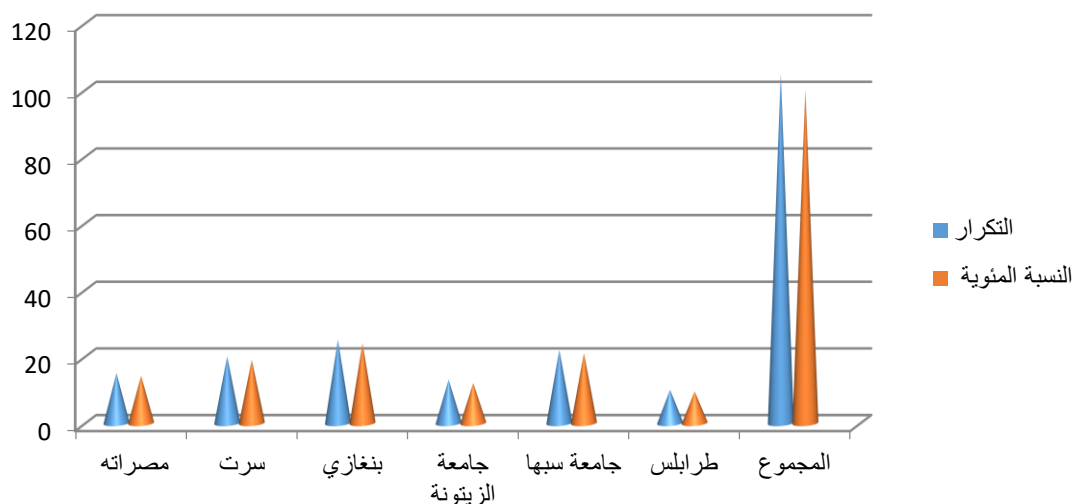
يتضح من الجدول السابق والذي يوضح توصيف عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الى ان نسبة طلاب الإذاعة والتلفزيون والذين هم النسبة المستهدفة بالدرجة الأولى، اما طلاب الدراسات العليا فقد بلغو النسبة الاقل وهي 17.2%.

4- توصيف عينة الدراسة حسب اسم الجامعة:

الجدول رقم (4) يوضح توصيف العينة حسب اسم الجامعة.

اسم الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
مصراته	15	14.2%
سرت	20	19%
بنغازي	25	24.2%
جامعة الزيتونة	13	12%
جامعة سبها	22	21.1%
طرابلس	10	9.5%
المجموع	105	100.0%

يتضح من الجدول السابق الذي يمثل عينة الدراسة من طلاب تخصص الإذاعة والتلفزيون كلا حسب جامعتهم. نجد ان مشاركة طلاب جامعة بنغازي بلغت النسبة الأعلى بمعدل 24.2% ثم تليها جامعة مصراته بنسبة 21.1%، بينما يمثل طلبة جامعة طرابلس النسبة الأقل بمعدل 9.5%. وهذا التفاوت في النسب يرجع الى انها اخذت بطريقة عشوائية للوصول لأفضل النتائج على مختلف الجامعات الليبية.



الشكل رقم (1) يوضح توصيف العينة حسب اسم الجامعة.

5- توصيف عينة الدراسة حسب الكلية:

الجدول رقم (5) يوضح توصيف العينة حسب الكلية.

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
الإعلام والفنون	25	23.8
الإعلام	38	36.2
الأدب	42	40.0
المجموع	105	100.0

من الجدول يتضح ان نسب المشاركة لعينة الدراسة حسب الكلية، قد بلغت 23.8% لكليات الاعلام والفنون، بينما بلغت نسبة كليات الآداب نسبة 40%. في حين بلغت كليات الاعلام نسبة 36.2%، وهذا يشير الى التنوع في العينة من ناحية اختلاف الكليات والأقسام.

6- توصيف عينة الدراسة حسب القسم أو الشعبة:

الجدول رقم (6) يوضح توصيف العينة حسب القسم أو الشعبة.

القسم أو الشعبة	التكرار	النسبة المئوية
الإذاعة والتلفزيون	105	100
المجموع	105	100

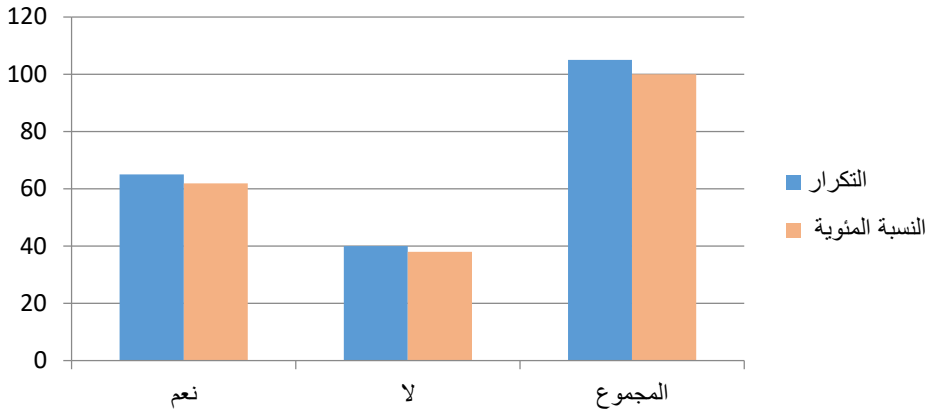
وبهذا يتبين ان كل مجتمع العينة من طلاب تخصص الإذاعة والتلفزيون بنسبة 100%.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم(7) يوضح رضى المبحوثين عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي

هل انت راضي عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	65	62.0
لا	40	38.0
المجموع	105	100.0

يبين الجدول ان 62.0% من مجتمع الدراسة راضي عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي بينما بلغت نسبة الغير راضي الى 38.0% من اجمالي العينات.

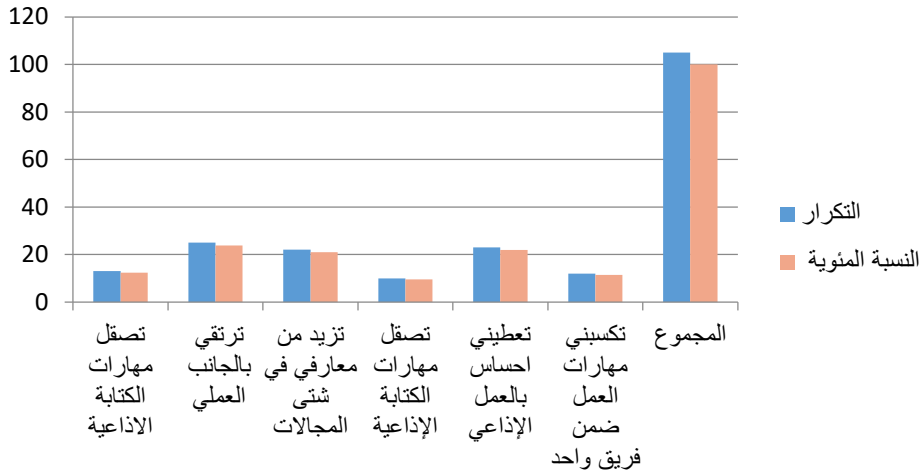


الشكل رقم (2) يوضح رضی المبحوثين عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي.

الجدول رقم (8) يوضح أهم الأهداف التي تحققها محاضرات التدريب العملي.

النسبة المئوية	التكرار	برأيك ما أهم الأهداف التي تحققها محاضرات التدريب العملي
12.4	13	تصقل مهارات الكتابة الإذاعية
23.8	25	ترتقي بالجانب العملي
21.0	22	تزيد من معارفي في شتى المجالات
9.5	10	تصقل مهارات الكتابة الإذاعية
21.9	23	تعطيني احساس بالعمل الإذاعي
11.4	12	تكسبني مهارات العمل ضمن فريق واحد
100.0	105	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أهم الأهداف التي تحققها محاضرات التدريب العملي، حيث تصدرت ترتقي بالجانب العملي بنسبة 21.9% ثم تزيد في شتى المجالات بنسبة 21.0% ثم تليها تصقل مهاراتي في الكتابة الإذاعية بنسبة 12.4%، ومن تكسبني مهارات العمل في الفريق الواحد بنسبة 11.4%، وترجع هذه الإجابات الى ان اهداف المحاضرات في التدريب العملي تتحقق بنسب مختلفة ومتقاربة.

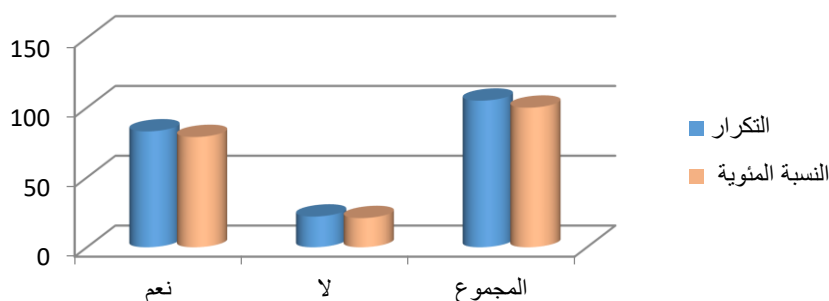


الشكل رقم (3) يوضح أهم الأهداف التي تحققها محاضرات التدريب العملي.

الجدول رقم (9) يوضح اعتماد المبحوثين على أن المحاضرات تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية.

هل تعتقد أن محاضرات التدريب العملي تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	73	69.5
لا	32	30.5
المجموع	105	100.0

يبين الجدول أعلاه ان 69.5% من طلبة الإذاعة تعتقد أن محاضرات التدريب العملي تكفي لاكتساب المهارات الإذاعية الضرورية، بينما 30.5% منهم لا يعتقدون ذلك. وهذه النسبة تعتبر مؤشر إيجابي لمعايير التدريب العملي.

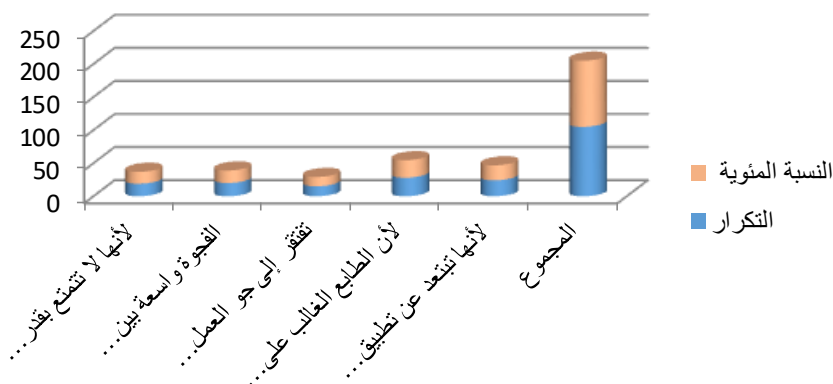


الشكل (4) يوضح اعتماد المبحوثين أن محاضرات التدريب العملي تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية.

الجدول رقم (10) يوضح سبب اعتقادات أن محاضرات التدريب العملي لا تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية.

هل تعتقد أن محاضرات التدريب العملي تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية	التكرار	النسبة المئوية
لأنها لا تتمتع بقدر كاف من المهنية	6	18.8
الفجوة واسعة بين محاضرات التدريب العملي وبين واقع العمل الإذاعي	11	34.4
تفتقر إلى جو العمل الإذاعي الواقعي	7	21.8
لأن الطابع الغالب على المحاضرات التدريب العملي طابع أكاديمي بحث	8	25.0
لأنها تبتعد عن تطبيق القواعد النظرية الأساسية في الإذاعة	0	0
المجموع	32	100.0

يتضح من الجدول السابق سبب اعتقادات أن محاضرات التدريب العملي لا تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية. حيث جاءت النسبة الأعلى بأن الفجوة واسعة بين محاضرات التدريب العملي وبين واقع العمل الإذاعي بنسبة 34.4 %، ثم يليها لأن الطابع الغالب على المحاضرات ذات طابع أكاديمي بحث بنسبة 25%، أما الرأي أنها تفتقر إلى جو العمل الإذاعي الواقعي قد بلغ نسبة 21.8 %، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الإجابة أن المحاضرات التدريبية لا تتمتع بقدر كاف من المهنية بنسبة 18.8 %.

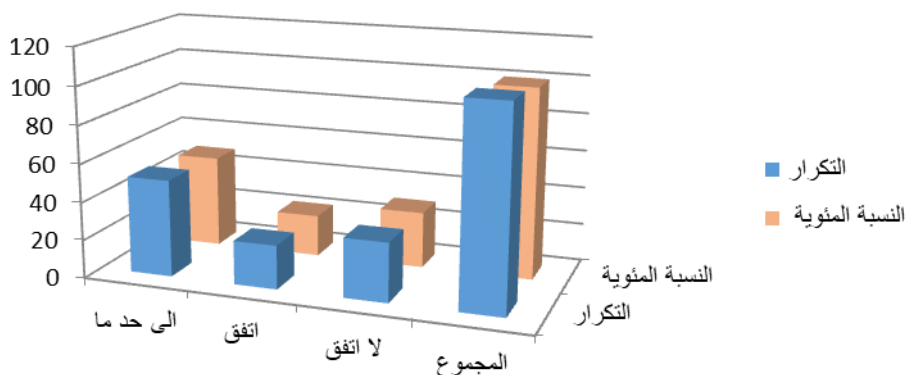


الشكل (5) يوضح سبب اعتقادات أن محاضرات التدريب العملي لا تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية.

الجدول رقم (11) يوضح مدى اتفاق المبحوثين مع خطة التدريب العملي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى اتفاقك مع خطة التدريب العملي
21.9	23	اتفق
29.5	31	لا اتفق
48.6	51	الى حد ما
100.0	105	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق الى مدى اتفاق المبحوثين مع خطة محاضرات التدريب العملي حيث جاءت نسبة 48.6% الى حد ما، ثم تليها نسبة 29.5% لا اتفق وأخيرا بنسبة 21.9% اتفق. وهذا يشير الى ان هناك توافق محدود مع خطة التدريب العملي من وجهة نظر المبحوثين.

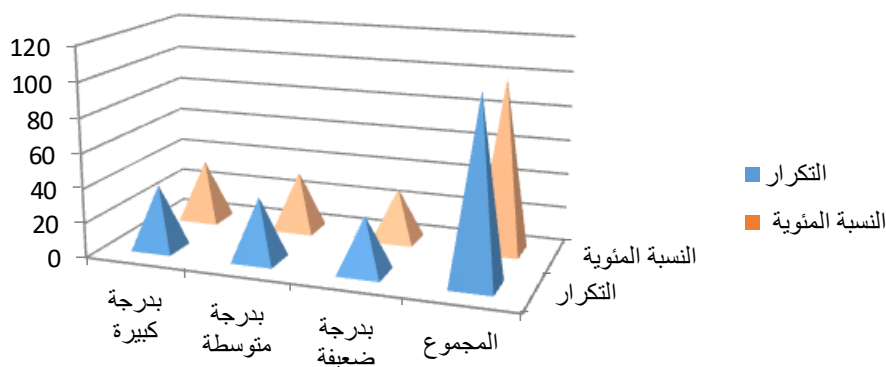


الشكل (6) يوضح مدى اتفاق المبحوثين مع خطة التدريب العملي.

الجدول رقم (12) يوضح درجة استفادتك من برامج التدريب العملي والميداني.

ما درجة استفادتك من برامج التدريب العملي والميداني	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	37	35.2
بدرجة متوسطة	36	34.3
بدرجة ضعيفة	32	30.5
المجموع	105	100.0

يبين الجدول السابق أن ما يقارب بنسبة 35.2% استفادت من برامج التدريب العملي والميداني بدرجة كبيرة، بينما 34.3% من طلبة العينة استفادوا بدرجة متوسطة، والنسبة الأضعف كانت بمعدل 30.5% من العينة ضعيفة. وهذا يشير إلى أن نسب الاستفادة من برامج التدريب العملي متفاوتة.

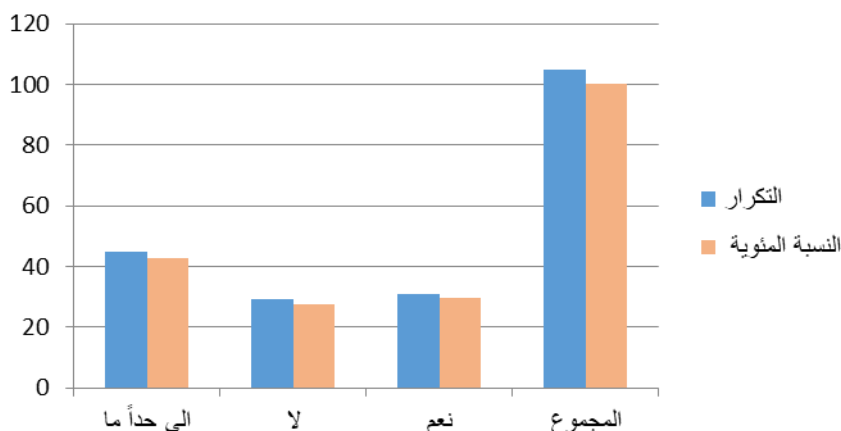


الشكل (7) يوضح درجة استفادتك من برامج التدريب العملي والميداني.

الجدول رقم (13) يوضح وجود صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي.

هل تجد صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي	التكرار	النسبة المئوية
الى حد ما	45	42.9
لا	29	27.6
نعم	31	29.5
المجموع	105	100.0

يبين الجدول السابق ان 42.9% تجد صعوبة في العمل على برامج الفنون الاذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي الى حد ما، بينما نسبة 27.6% من عدد المبحوثين لا يواجهون صعوبة في العمل، في المقابل 29.5% منهم يتفقون في أنهم يواجهون بعض الصعوبات، وهذا يشير الى وجود صعوبة من قبل المبحوثين في التدريب على برامج الفنون الاذاعية.

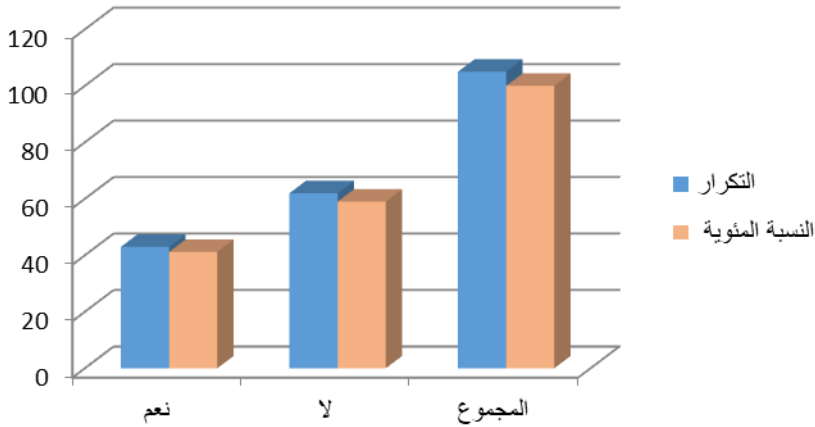


الشكل (8) يوضح وجود صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي.

الجدول رقم (14) يوضح تفضيل التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة إلى جانب التدريب العملي.

هل تفضل التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة إلى جانب التدريب العملي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	41.0
لا	62	59.0
المجموع	105	100.0

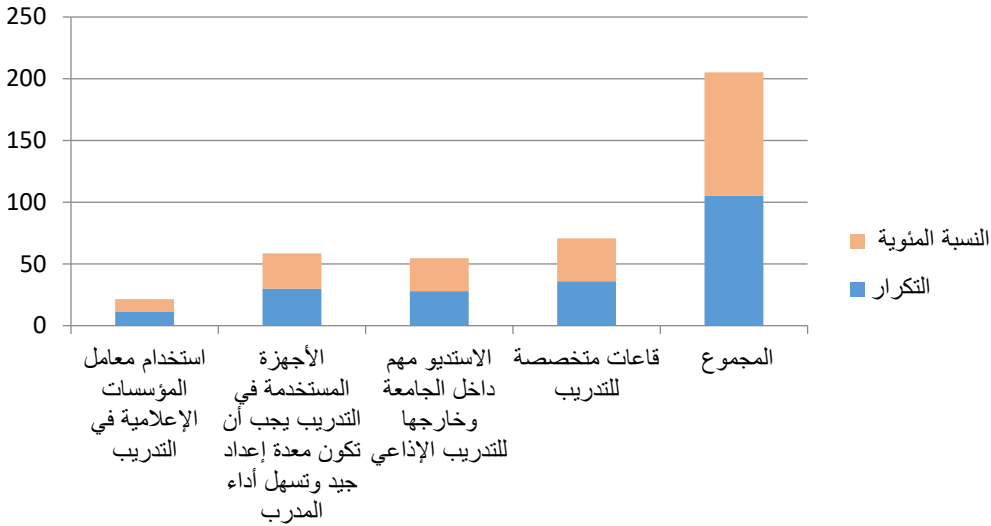
يبين الجدول ان 59.0% من طلبة الإذاعة لا تفضل التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة إلى جانب التدريب العملي، بينما 41.0% منهم يفضل التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة. وهذا يشير الى ان اغلب نسبة المبحوثين يفضلون التدريب داخل الجامعة.



الشكل (9) يوضح تفضيل التدريب في مؤسسات إذاعية خارج الجامعة إلى جانب التدريب العملي. الجدول رقم (15) يوضح الاحتياجات والأدوات اللازمة للتدريب العملي بالجامعات الليبية.

النسبة المئوية	التكرار	من وجهة نظرك ماهي الاحتياجات والأدوات اللازمة للتدريب العملي بالجامعة
10.5	11	استخدام معامل المؤسسات الإعلامية في التدريب
28.6	30	الأجهزة المستخدمة في التدريب يجب أن تكون معدة إعداد جيد وتسهل أداء المدرب
26.7	28	الاستديو مهم داخل الجامعة وخارجها للتدريب الإذاعي
34.2	36	قاعات مخصصة للتدريب
100	105	المجموع

من الجدول يتضح أن 34.2% من المبحوثين يفتقدون الى وجود قاعات تدريبية مخصصة بالإضافة الى 28.6% عبروا عن احتياجاتهم لتوفير أجهزة تساعدهم على التدريب.

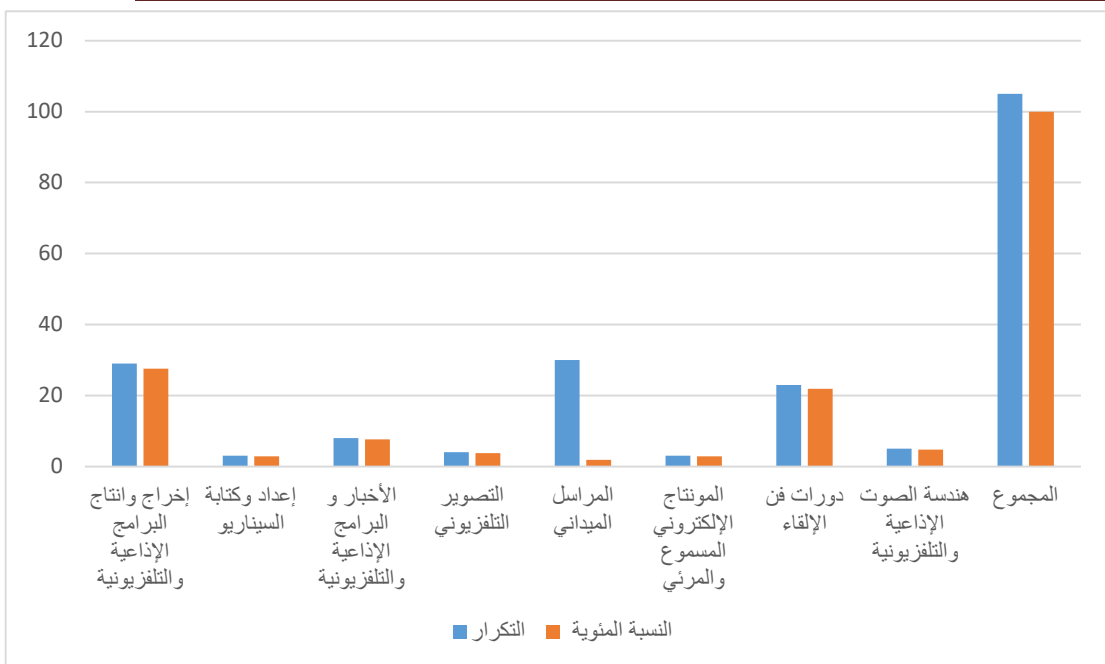


الشكل رقم (10) يوضح الاحتياجات والأدوات اللازمة للتدريب العملي بالجامعات الليبية.

الجدول رقم (16) يوضح الدورات التي يحتاجها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية.

النسبة المئوية	التكرار	بوجهة نظرك ماهي الدورات التي يحتاجها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية
27.6	29	إخراج وإنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية
2.9	3	إعداد وكتابة السيناريو
7.6	8	الأخبار والبرامج الإذاعية والتلفزيونية
3.8	4	التصوير التلفزيوني
28.6	30	المراسل الميداني
2.9	3	المونتاج الإلكتروني المسموع والمرئي
21.9	23	دورات فن الإلقاء
4.7	5	هندسة الصوت الإذاعية والتلفزيونية
100.0	105	المجموع

يوضح الجدول السابق ان المبحوثين يتطلعون الى الانخراط في دورات تدريبية، حيث 28.6% منهم اتفقوا على رغبتهم في الانخراط بدورة المراسل الميداني، ثم يليها دورة إخراج وإنتاج البرامج الإذاعية بنسبة 27.6% ومن ثم دورة فن الإلقاء بنسبة 21.9%. ثم تأتي الدورات الأخرى بنسبة متقاربة مثل الاعداد والتصوير وهندسة الصوت والمونتاج المسموع والمرئي.



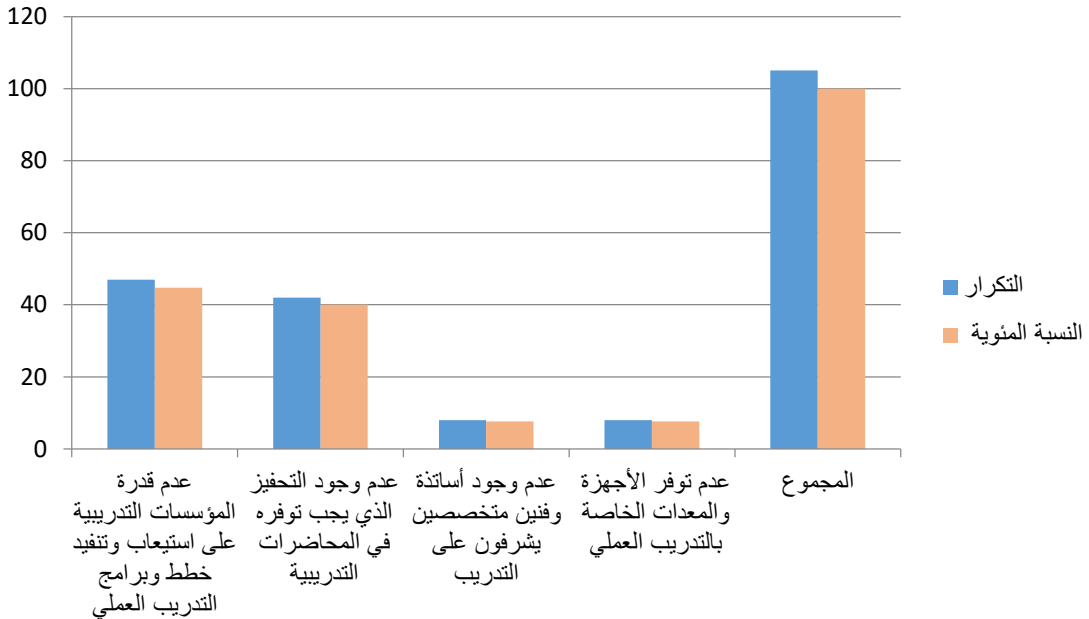
الشكل رقم (11) يوضح الدورات التي يحتاجها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية.

الجدول رقم (17) يوضح المعوقات التي يواجهها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية.

النسبة المئوية	التكرار	برأيك ماهي المعوقات التي يواجهها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية [عدم قدرة المؤسسات التدريبية على استيعاب وتنفيذ خطط وبرامج التدريب العملي]
44.8	47	عدم قدرة المؤسسات التدريبية على استيعاب وتنفيذ خطط وبرامج التدريب العملي
40.0	42	عدم وجود التحفيز الذي يجب توفره في المحاضرات التدريبية
7.6	8	عدم وجود أساتذة وفنيين متخصصين يشرفون على التدريب
7.6	8	عدم توفر الأجهزة والمعدات الخاصة بالتدريب العملي
100.0	105	المجموع

يوضح الجدول السابق أهم المعوقات التي يواجهها المبحوثين المتمثلين في طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية، حيث أن النسبة 44.8% منهم اجتمعوا على أن العائق يتمثل في عدم قدرة المؤسسات التدريبية على استيعاب وتنفيذ خطط وبرامج التدريب العملي. ثم يليها عدم وجود التحفيز الذي يجب توفره في المحاضرات

التدريبية بنسبة 40.0%، وأخيرا جاءت قلة وجود أساتذة وفنيين متخصصين يشرفون على التدريب وعدم توفر الأجهزة والمعدات الخاصة بالتدريب العملي بنفس النسب وهي 7.6%.



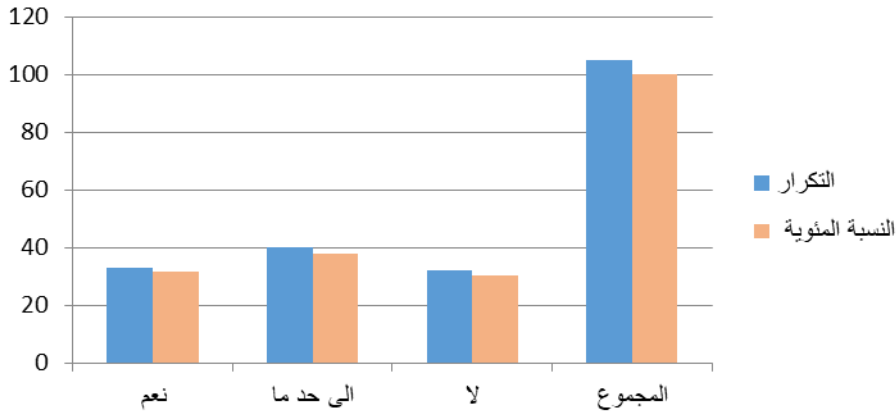
الشكل رقم (12) يوضح المعوقات التي يواجهها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية.

الجدول رقم (18) يوضح العدد الكافي من الفنيين في المعمل الخاص بالتدريب.

هل يتوفر عدد كافي من الفنيين في المعمل الخاص بالتدريب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	31.4
الى حد ما	40	38.1
لا	32	30.5
المجموع	105	100.0

أما فيما يخص توفر العدد الكافي من الفنيين داخل المعمل الخاص بالتدريب قد تبين من الجدول أن العينة تتفق إلى حد ما بأعلى نسبة وهي 38.1%، وبالمقابل يوضح

الجدول أيضا التقارب في نتائج العينة من حيث التأكيد والنفي بنسبة 30.5% و31.4%.



الشكل رقم (13) يوضح العدد الكافي من الفنيين في المعمل الخاص بالتدريب.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- توصلت الدراسة إلى ان نسبة كبيرة من مجتمع الدراسة راضي عن الموضوعات التي تتناولها محاضرات التدريب العلمي.
- 2- اشارات نتائج الدراسة أيضا بالأهداف التي تحققتها محاضرات التدريب العملي حيث جاءت النسبة مرتفعة بأنها ترتقي بالجانب العملي، ثم يليها تعطيني احساس بالعمل الإذاعي وايضا تزيد من معارفي في شتى المجالات، وفي المرتبة الاخيرة جاءت تكسبني مهارات العمل ضمن فريق واحد وتصلق مهارات الكتابة الإذاعية.
- 3- اتفق المبحوثين على أن محاضرات التدريب العملي تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية.

4- توصلت الدراسة أيضا لأهم اسباب اعتقاد المبحوثين أن محاضرات التدريب العملي لا تكفي لإكساب الطالب المهارات الإذاعية الضرورية. حيث جاءت النسبة الأعلى بأن الفجوة واسعة بين محاضرات التدريب العملي وبين واقع العمل الإذاعي، ثم يليها لأن الطابع الغالب على المحاضرات ذات طابع أكاديمي بحث، وتليها انها تفتقر إلى جو العمل الإذاعي الواقعي، وفي المرتبة الاخيرة جاءت الإجابة أن المحاضرات التدريبية لا تتمتع بقدر كاف من المهنية.

5- ومن النتائج المهمة أن المبحوثين يواجهون صعوبة في العمل على برامج الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية في التدريب العملي.

6- أشارت الدراسة أيضا إلى عدم تفضيل المبحوثين للتدريب في مؤسسات اعلامية خارج الجامعة، بينما البعض الآخر من المبحوثين فضلوا التدريب في مؤسسات خارجية.

7- أكدت الدراسة على أن القاعات المتخصصة والأجهزة المستخدمة من اهم الاحتياجات لازمة للتدريب العملي، وأهمها وجود الاستديوهات التدريبية.

8- أما فيما يتعلق بمجال الدورات التدريبية التي يرى الطلبة انها تمثل أولوية لهم في التدريب، جاءت دورة الإخراج ونتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية ودورة فن الالقاء من ضمن الاولويات التي يحتاجها طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية، في حين تليها دورات الأخبار والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والمونتاج الإلكتروني المسموع والمرئي والمراسل الميداني والمصور وهندسة الصوت.

9- أوضحت الدراسة أن أبرز معوقات التدريب العملي متمثلة في عدم قدرة المؤسسات التدريبية على استيعاب وتنفيذ خطط وبرامج التدريب، وضعف التحفيز الذي يجب توفره في المحاضرات التدريبية، وبالإضافة الى عدم توفر الأجهزة والمعدات الخاصة للقيام بالتدريب العملي.

10- بينت الدراسة إلى انه لا يوجد عدد كافٍ من الفنيين بالجامعات الليبية داخل الاستديوهات لأداء التدريب العملي بالشكل المطلوب.

التوصيات:

- 1- الاهتمام بالمعايير اللازمة لضمان تحقيق جودة وكفاءة التدريب المتمثلة في تجهيز الاستديو والاجهزة المختصة في الاذاعة والقاعات المتخصصة للتدريب الازاعي.
- 2- التأكيد على تدريب طلبة الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الليبية لتحسين أدائهم في هذا المجال وتأهيلهم لسوق العمل.
- 3- تطوير برامج وخطط للتدريب العملي وهذا يقتضي بوضع خطط مستقبلية من خلال مبدأ التدريب التعاوني. وذلك بعقد اتفاقيات مع المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة لتدريب طلبة الإذاعة والتلفزيون.
- 4- الاهتمام بتوفير التقنيات التدريبية بالجامعات الليبية وتوفير الفنيين المتخصصين في هذا المجال.
- 5- الاهتمام بتنفيذ الجانب العملي على أكمل وجه في جميع المقررات الدراسية التخصصية لتحقيق تكافؤ الفرص لجميع الطلاب في اكتشاف مهاراتهم وصلها تحت إشراف أكاديمي.

الهوامش:

- (1) عبدالله محمد أحمد، واقع التدريب الميداني في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المجلد 9، العدد (9)، 2020.
- (2) عبدالله احمد مصطفى، واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بكليات ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، المجلد 6 العدد (55) 2020.

- (3) أماني عبد الرؤوف، الرؤية المستقبلية للتدريب العملي لطالبات قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية والعربية-جامعة الأزهر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (70) 2020.
- (4) دعاء أحمد البناء، اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 18 المجلد (3) (2019).
- (5) فاطمة أبو الفتوح، إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة: دراسة حالة على جامعة 6 أكتوبر. مجلة البحوث الإعلامية، العدد (2) 2021.
- (6) نسيم الطويسى، واقع التدريب الميداني في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية، العدد (2) 2015.
- (7) فراس محمد إبراهيم. منهج الدراسة الموضوعية للحديث وعلاقته بالتاريخ، 2022، ص12.
- (8) عبد الفتاح دويدار، سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والاتجاهات، دار النهضة للطباعة والنشر الاسكندرية، 1992، ص 55.
- (9) عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري - القاهرة- مصر، 1989.
- (10) خلدون عكاشة، دلولة. الضعف اللغوي عند طالب المرحلة الجامعية قسم اللغة العربية بجامعة أم البواقي. 2013. ص8.
- (11) تهاني محمد العصيمي، برنامج تدريبي في تنمية مهارات تصميم وإنتاج الكتاب الإلكتروني لدى طالبات الدبلوم التربوي، مجلة كلية التربية، أسيوط، العدد "4"، 2019، ص16.

التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية وعلاقته بالاستجابة السلوكية

لدى الجمهور اليمني . دراسة مسحية

د. مهدي محمد حيدر صالح.. جامعة صنعاء/ اليمن

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور اليمني للحملات الإعلانية التي تقوم بها شركات المحافظ الإلكترونية في اليمن وعلاقته باستجاباتهم السلوكية نحو تبني خدماتها بعد مشاهدة تلك الإعلانات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور اليمني الذين يتعرضون لإعلانات المحافظ الإلكترونية في وسائل الاتصال، كما اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن معدل متابعة المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية بدرجة مرتفعة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 37%، كما تصدرت المواقع الإلكترونية الوسائل الاتصالية التي يتعرض أفراد العينة من خلالها لإعلانات المحافظ بمتوسط حسابي 3.19.

وكشفت الدراسة أن أفراد العينة أبدوا اتجاهًا يميل إلى الإيجابية في مستوى رضاهم عن إعلانات المحافظ الإلكترونية، كما أبدوا مستوى ثقة متوسط نحو تلك الإعلانات، كما أوضحت الدراسة أن درجة الاستجابة السلوكية لأفراد العينة بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية تميل إلى الإيجابية بشكل عام بمتوسط حسابي (2.33).

وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة واستجاباتهم السلوكية نحوها. **الكلمات المفتاحية:** المحافظ الإلكترونية . الاستجابة السلوكية . الجمهور اليمني . نظرية انتشار المبتكرات.

Abstract

The study aimed to identify the extent of the Yemeni public's exposure to advertising campaigns carried out by e-wallet companies in Yemen and its relationship to their behavioral response towards adopting their services after viewing these advertisements. The study relied on a sample survey approach on a sample of 400 individuals from the Yemeni public who are exposed to e-wallet advertisements in Means of communication. The study also relied on a survey form to collect data. The study concluded that the rate of respondents' follow-up to electronic portfolio advertisements to a high degree came in first place at 37%. Electronic websites also topped the means of communication through which sample members are exposed to portfolio advertisements with an arithmetic average of 3.19. The study revealed that the sample members showed a positive trend in their level of satisfaction with e-wallet advertisements, and they also showed an average level of confidence towards those advertisements. The study also showed that the degree of behavioral response of the sample members after being exposed to e-wallet advertisements tended to be positive in general, with an arithmetic average of (2.33). The results showed a statistically significant correlation between the extent of respondents' exposure to electronic wallet advertisements from banks and exchange companies and their behavioral response to them.

Keywords: Electronic Wallets – Behavioral Response – Yemeni Public – Theory of the Diffusion of Innovations .

المقدمة:

يشهد العالم ثورة في سوق المعلومات والاتصالات، حيث نجد إن قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلومات والاتصالات، والتي شكلت عاملاً مساعداً لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينيات، حيث إن التزاوج بين تكنولوجيا الحاسبات والإنترنت أوجد صياغاً جديدة للنظم المصرفية، وساهم في تنمية وتطوير

خدماتها، بل وإيجاد أنماطاً جديدةً تمثلت في تمكين المستفيدين والعملاء من سحب حساباتهم المصرفية أو تحويل مبالغ معينة أو تحديث المعلومات الخاصة بحساباتهم. وتعتبر المحفظة الإلكترونية (e-wallet) هي أبرز الخدمات الرقمية الحالية للبنوك وللمؤسسات المصرفية التي تسعى لتحقيق الشمول المالي على أكبر كم من قطاعات العملاء التي يمكن أن تمتد للمدن والأحياء الفقيرة وحتى فئات الشباب والأطفال بمختلف قدراتهم المالية، حيث تتميز بتمكين مستخدميها من ربط حساباتهم مع محفظتهم الرقمية والتي يتم فيها توثيق وحماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية، حيث يعمل الحساب المالي الإلكتروني عبر تطبيق الهاتف النقال (لتحويل الأموال، استلامها، دفع الفواتير، الادخار، التسويق الإلكتروني وغيرها) من الاستخدامات المالية، وتعتمد هذه التقنية على تنظيم الحركات المالية في الدفع والسداد على تطبيقات تثبت على الهاتف أو الأجهزة الذكية الأخرى الخاصة بالمستخدمين.

ولقد نشأت المحافظ الرقمية منذ العام 2011م تسهياً للعمليات المالية التي تتم من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) كالتحويلات النقدية، صغيرة كانت أم كبيرة ولضمان سرعة وسهولة وصولها للطرف الآخر ، ثم تطورت هذه التقنية عبر الأعوام لتصبح وسيلة رئيسية ومهمة ضمن تنفيذ المعاملات التجارية حول العالم، إضافة لاستخدامها في تنفيذ عمليات الدفع والسداد بدلاً من استخدام النقود الورقية والبطاقات، كما أن الحاجة الحقيقية للمحافظ الرقمية ظهرت في مطلع عام 2020 مع التغيرات والأحداث المرتبطة بفيروس كورونا، والإلزام الرسمي بالتباعد الاجتماعي، تلك الظروف التي كان لها بالغ الأثر في السلوك الشرائي والحركة الاقتصادية في العالم أجمع.

أما في اليمن فقد بدأت خدمة النقود الإلكترونية في العام 2009م ، حيث دشنت خدمة Pyes من بنك الأمل للتمويل الأصغر عبر الموبايل، وقد سهلت الخدمة الكثير من الأشياء على العملاء مثل دفع الفواتير أو تحويل النقود، والذي توافق مع

سعي الدولة لتوسيع مجالات استخدام الدفع الإلكتروني وتوسيع انتشارها، كما أن هناك العديد من المصارف وشركات الصرافة بدأت في تبني النظم الإلكترونية في الدفع والتي تتميز بأنها توفر الجهد والوقت في إجراء كافة أعمال البيع والشراء عبر استخدام الانترنت، حيث أطلق البنك اليمني وبنك الكويت محفظة فلوسك Floosak ، وخدمة الكريمني إم فلوس، وخدمة محفظتي المقدمة من بنك التضامن اليمني، ومحفظة موبايل موني Mobile Money من بنك التسليف التعاوني والزراعي، وتتنافس كذلك شركات الصرافة لتقديم المحفظة الالكترونية كخدمة كاش وجوالي وغيرها من المحافظ الإلكترونية.

مشكلة الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الاستكشافية وضع صورة واضحة عن واقع هذه الخدمة في اليمن بين شركات الصرافة والمؤسسات البنكية، ومدى فاعلية الأنشطة الاتصالية والتسويقية للخدمات المقدمة حالياً لتوسيع تبني أكبر قاعدة من الجمهور لها، حيث تتحدد مشكلة الدراسة في مدى تعرض الجمهور لإعلانات المحافظ الإلكترونية لشركات الصرافة اليمنية وعلاقتها باستجابتهم السلوكية نحو تبنيهم لخدماتها المالية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية إجراء هذه الدراسة فيما يلي:

- 1- قلة الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية (وفق ما توفر للباحث) التي اهتمت بتأثير الحملات الإعلانية والاتصالات التسويقية لخدمات الدفع عبر الموبايل على الجمهور، ويمكن أن نعزو ذلك إلى حداثة إطلاق هذه الخدمة عالمياً.
- 2- تعتبر الدراسة الإعلامية الأولى التي تركز على التعرف على مستوى وعي الجمهور اليمني بأساليب الدفع عبر الموبايل او ما يصطلح على تسميتها بالمحافظ الإلكترونية، وكذلك على مستوى تأثير تلك الحملات الإعلانية والاتصالية على استجابتهم السلوكية تجاه تلك الخدمات.

3- يأمل الباحث أن تمثل دراسته إضافة للبحث العلمي وللمكتبة الإعلامية اليمنية والعربية في جانب الدراسات الإعلامية التي تسلط الضوء على الخدمات المصرفية التي تعتمد على النظم الرقمية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

4- أهمية نشر ثقافة التعامل مع التقنيات المالية الحديثة وتعزيزها وتطويرها، ونشر الوعي بها في اليمن لتواكب التطور العالمي الكبير في بيئة الأعمال، وخصوصاً مع الزيادة الكبيرة في أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت والفوائد الكبيرة التي تنعكس على الافراد والحكومات نتيجة استخدامهم لهذه التقنيات الحديثة.

5- نظراً لما تمر به اليمن من أزمات اقتصادية وانقطاع للرواتب بسبب الظروف السياسية والحرب التي تمر بها اليمن، يشير بعض خبراء الاقتصاد إلى أن المحافظ الإلكترونية يمكن أن تسهم في إيجاد بعض الحلول لتسهيل بعض التعاملات النقدية.

6- ستسهم نتائج هذه الدراسة في مساعدة القائمين على المحافظ الإلكترونية من البنوك وشركات الصرافة اليمنية في التعرف على مستوى وعي الجمهور اليمني بنظام الدفع الإلكتروني عبر التطبيقات الخاصة بالهاتف المحمول، وكذلك مدى تأثير الحملات التسويقية والإعلانية على استجابة الجمهور وتبنيهم لتلك الخدمات، وهذا بالتأكيد سيفيد في رسم استراتيجياتهم الاتصالية والتسويقية التي تساعد في نشر الخدمة وتحقيق الفائدة الاقتصادية المرجوة منها.

أهداف الدراسة:

يتركز الهدف الرئيس لهذه الدراسة في التعرف على حجم تعرض الجمهور اليمني للحملات الإعلانية التي تقوم بها شركات المحافظ الإلكترونية في اليمن وعلاقته باستجابتهم السلوكية نحو تبني خدماتها بعد مشاهدة تلك الإعلانات، ويتفرع من ذلك الأهداف التفصيلية الآتية:

1- معرفة أنواع الوسائل الاتصالية التي يتعرض الجمهور اليمني من خلالها لإعلانات المحافظ الإلكترونية وحجم التعرض لتلك الإعلانات.

- 2- تحديد أنواع المحافظ الإلكترونية التي يتعرض الجمهور اليمني لإعلاناتها.
 - 3- تقييم مستوى ثقة الجمهور اليمني في المعلومات التي تقدمها إعلانات المحافظ الإلكترونية.
 - 4- قياس العلاقة بين درجة تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية واستجابتهم السلوكية تجاه تلك الإعلانات.
 - 5- معرفة دوافع متابعة الجمهور اليمني لإعلانات المحافظ الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها.
 - 6- قياس درجة الرضا الجمهور اليمني عن إعلانات المحافظ الإلكترونية.
 - 7- معرفة مراحل تبني المحافظ الإلكترونية.
- الخلفية النظرية للدراسة:**
- تعتبر المحافظ الإلكترونية أسلوباً جديداً من أساليب التقنية المالية التي تتطلبها الحياة المدنية المعاصرة بسرعتها في الاتصالات وتبادل المعلومات، كما أنها جاءت كنتيجة حتمية للتطورات التقنية في مجالات الحاسب الآلي وثورة المعلومات.
- كما أن تقنية المحافظ الرقمية خطوة متقدمة تدرج تحت نطاق الاستفادة من تقنية الاتصالات والمعلومات، وتعتمد درجة الاستفادة منها على وعي الفرد من جهة، وعلى دعم المجتمع والدولة من جهة أخرى، وذلك من خلال مواكبة التقدم التقني وتعزيز التطور المعرفي، وإصدار القوانين واتخاذ الإجراءات اللازمة لتأهيل مستخدميها وحماية ممتلكاتهم (أبو زيد، 2012: 20).
- وتعد المحفظة الإلكترونية (الرقمية) Digital Wallet إحدى طرق الدفع عبر الهاتف المحمول الأكثر شيوعاً، حيث تعتبر من أحدث طرق الدفع عبر الموبايل وأكثرها إبداعاً، كما يمكن استخدامها بأي وقت وفي أي مكان في عمليات الشراء التقليدي أو عن طريق التجارة الإلكترونية (Kostova, 2017: 3) ، وسنتحدث عن المحافظ الإلكترونية بشكل عام باختصار على النحو التالي:

أولاً: تعريف المحافظ الإلكترونية

تعددت تعريفات المحافظ الإلكترونية، ومنها: أنها إحدى وسائل الدفع الإلكتروني والتي ينظر إليها على أنها أداة وفاء حديثة يمكن استخدامها للقيام بتنفيذ عمليات السداد قليلة القيمة، إذ يمكن أن ترتبط البطاقات الذكية وبدون الحاجة إلى حسابات مصرفية (Muleravicius,2019:18)، كما تعرف بأنها: نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية (عبدالرحمن، 2021: 405)، وقيل هي: وسيلة دفع تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر (غنام، 2003: 12)، وتعرف بأنها: قيمة مخزنة إلكترونياً على جهاز مثل البطاقة، ويكون فيها شريط ممغنط والذي يتم تخزين معلومات الحساب عليه (زيقم، 2015: 50).

ثانياً: أهمية المحافظ الإلكترونية

- تكمن أهمية المحافظ الإلكترونية في أنها تمتاز بمجموعة من النقاط، أهمها ما يلي:
- 1- قدرة المحافظ الإلكترونية على تقديم حلول مصرفية متميزة يستطيع العميل من خلالها أخذ معلومات صحيحة ودقيقة تمكنه من فتح آفاق عمل جديدة وزيادة فرص الاستثمار.
 - 2- تقوم المحافظ الإلكترونية بتقديم خدمات مالية ومصرفية بوقت قصير جداً، وبعدد محدود من الموظفين، مما يساعد في عملية التوفير للنفقات التشغيلية بالبنك.
 - 3- ساعدت المحافظ الإلكترونية في توسيع عمل التجارة الإلكترونية، وسهلت لها الطريق للانتشار (أبو غريب، 2022: 46).
 - 4- تقلل المحافظ الإلكترونية من تكاليف المعاملات المالية التقليدية، مثل الرسوم المصرفية والعمولات، مما يمكنك من تحقيق توفير مالي.
 - 5- تشجيع المحافظ الإلكترونية على تطوير الاقتصاد المالي الرقمي، وتمكين المزيد من الأفراد من الاشتراك في النظام المالي.

ثالثاً: أنواع المحافظ الإلكترونية

يمكن تصنيف المحافظ الإلكترونية إلى أربعة أنواع، وهي كما يلي:

- 1- المحافظ المفتوحة Open Wallets : وهذه المحافظ تسمح بشراء السلعة والخدمات، والسحب النقدي في أجهزة الصراف الآلي أو البنوك وتحويل الأموال.
- 2- المحافظ شبه المفتوحة Semi Open Wallets : وهذه المحافظ يسمح فيها مزود خدمات الاتصالات بالتعامل مع مقدمي الخدمات، ولا يمكن للعملاء سحب النقود، ولكن يمكنهم فقط إنفاق ما قاموا بإيداعه في المحفظة (Rao,2015: 3).
- 3- المحافظ المغلقة Closed Wallets : وهذا النوع الأكثر شيوعاً بين شركات التجارة الإلكترونية، وتعطي الحد الأدنى للمبلغ ويكون محفوظاً لدى التاجر في حالة أراد إرجاع المنتج أو إلغائه (عرفه، 2022: 33).

- 4- المحافظ شبه المغلقة Semi Closed Wallets : وفيها لا يسمح للعملاء بسحب النقود أو الاسترداد، ولكن تسمح للعملاء بشراء السلع والخدمات لدى التجار المدرجين وإجراء المعاملات المالية (خليل، 2019: 271).

رابعاً: وظائف المحافظ الإلكترونية والخدمات التي تقدمها

تهدف المحافظ الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الوظائف والخدمات الأساسية سواءً للأفراد والمستخدمين لها أم للبائعين، ويمكن إجمال أهمها في الآتي:

1. تسوية المدفوعات والتسوق الإلكتروني، حيث يتيح لصاحب المصلحة الشراء وتتبع الطلبات من خلال الإنترنت، كما يمكنه تسديد الفواتير عبر تلك المحفظة (العتيبي، 2022: 7).
2. تمكن المحفظة الإلكترونية صاحبها من شحن الرصيد (أبو غريب، 2022: 42).
3. تتيح المحفظة الإلكترونية لمستخدمها وظيفة تخزين قسائم الشراء أو بطاقات الخصم التجاري للعملاء المميزين لاستخدامها في عمليات الشراء (Yadav,2017:11).

4. يتمكن صاحب المحفظة الإلكترونية من إدارة خدمات الدفع الإلكتروني بواسطة التلفون المحمول، والمقدمة من موردين مختلفين (Aransyah,2019:119).
5. تخزين البطاقات الائتمانية المتعددة بالنيابة عن المستخدمين وحساباتهم، مما يسهل على المستخدمين القيام بتعاملاتهم على أكمل وجه (عبيدات، 2022: 3269).
6. تأمين تحميل التطبيقات وضمان عمليات التسهيل والوصول، حيث يمكن من خلال المحفظة الإلكترونية تحديد التجار الموثوق بهم، وكذلك الحفاظ على بيانات مستخدميها (Deaton,2002:5).

خامساً: خصائص ومميزات المحافظ الإلكترونية

- تتميز المحافظ الإلكترونية بالعديد من الخصائص التي تجعلها أفضل وسيلة لتسهيل الأمور المالية، ومن أهم تلك المميزات ما يلي:
- 1- المحفظة الإلكترونية سهلة الاستخدام، حيث يسمح للمستخدم لربط المحفظة بالحسابات والدفع على الفور بدون متاعب وإدخال التفاصيل في كل مرة.
 2. تقلل المحفظة الإلكترونية الوقت اللازم لإجراء المعاملات المالية، كما أنها تسهل الاحتفاظ بالمبلغ في الوضع الإلكتروني (عرفة، 2022: 34).
 3. توفير المعلومات عن الأشخاص المستخدمين لها (أبو غريب، 2022: 45).
 4. تعد الرسوم والأسعار الرمزية من أهم مميزات المحافظ الإلكترونية، والتي تلعب دوراً مهماً في زيادة عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت (عبيدات، 2022: 3270).
 5. كفاءة الاستخدام، فعند استخدام المحفظة الإلكترونية لن يضطر المستخدم للبحث في محفظته عن النقود، وربما لن يحتاج لحمل محفظته من الأصل.
 6. الخصوصية والأمان من أهم مميزات أنظمة الدفع الإلكتروني والمحافظ الإلكترونية، حيث تتيح المحفظة إمكانية قفلها وتوفير مختلف خدمات الأمان والحفاظ على الأموال (عرفة، 2022: 34).
 7. يمكن شحنها بعملة واحدة أو بعدة عملات (أبو جريش، 2004: 193).

8- تساعد الشركات على تجميع معلومات إضافية عن السلوك الشرائي للعملاء، ومعرفة عادات الشراء المفضلة.

9. تسمح للكثير من الأفراد في الدول النامية بالمشاركة بشكل فعال في النظام المالي العالمي، عن طريق فتح أسواق جديدة أمام المستهلك والتاجر على حد سواء (أبو زيد، 2021: 14).

وبالنسبة للمحافظ الإلكترونية في اليمن فقد بينت الدراسات أن نظام الدفع الإلكتروني في اليمن هو الأقل على مستوى الوطن العربي، حيث تبين أن 10% فقط من سكان اليمن يمتلكون حسابات إلكترونية ويستطيعون التعامل بالمحفظة الإلكترونية وطرق الدفع الإلكترونية عموماً، فقد كشف معهد الدراسات المصرفية أن نظم الدفع الإلكتروني في اليمن تطبق فقط في المدن اليمنية والمراكز الحضرية ولا تصل للقرى والأرياف وبرغم أهمية هذه النظم فما تزال العديد من المناطق اليمنية محرومة منها، حيث لا تزال تقف الكثير من العوائق في تبني التقنية الإلكترونية في التعاملات المالية والتي تتركز في الآتي:

1- عدم امتلاك سكان اليمن الوعي الكافي في الأمور المالية، نتيجة لندرة برامج التثقيف المالي والمصرفي بالإضافة إلى انتشار الأمية، مما يحد من إمكانية الاستخدامات الإلكترونية بسبب عدم توافر معلومات كافية.

2- ضعف البنية التحتية للإنترنت والاتصالات في اليمن، والتي لا تلبي الاحتياجات لاستخدام العمليات الإلكترونية بالإضافة إلى أن هناك مناطق عديدة من الأرياف والقرى لم تصلهم خدمة الإنترنت حتى يومنا هذا.

3- الأزمات والحروب.

4- قلة الفروع المصرفية الموجودة، حيث تتركز في المدن والمراكز الحضرية.

ومنذ فتح قرار البنك المركزي المجال للمؤسسات المصرفية والبنكية في اليمن في تطبيق خدمات المحفظة الإلكترونية وأساليب الدفع عبر الموبايل، يوجد تنافس واضح

في ظهور العديد من خدمات المحافظ الإلكترونية والمعوقات التي تقابل تبنيها كآلية دفع الكتروني آمنة في اليمن، وخصوصاً بعد صدور قرار البنك المركزي اليمني رقم (1) لسنة 2020م بشأن القواعد التنظيمية لتقديم المؤسسات المالية خدمات الدفع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، ويمكن أن نتكلم عن أهم تلك المحافظ الإلكترونية بشكل مختصر على النحو التالي:

1/ محفظة موبايل موني: هي خدمة نقود إلكترونية شاملة يقدمها "كاك بنك" تمكن عملاء البنك من القيام بكل المعاملات المالية من عمليات الشراء من المتاجر أو تحويل الأموال وسدادها من أي مكان وفي أي وقت، ومن أهم مميزاتها: سهولة إجراء المعاملات المالية باستخدام الهاتف المحمول، وأنها وسيلة آمنة لاستلام المرتبات، كما أنها على مستوى عالي من الأمان والسرية والخصوصية.

وتقدم المحفظة لمستخدميها عدة خدمات أهمها: خدمات تحويل النقود من المحفظة للحسابات المصرفية، وخدمات السحب والإيداع، وسداد المشتريات والدفع الإلكتروني، وسداد الضرائب والفواتير والمخالفات المروية، وكذلك أنها تمكن التجار من تحصيل المدفوعات والمستحقات من العملاء وكذلك إجراء المدفوعات التجارية والالتزامات الحكومية الإلكترونية، وغيرها من الخدمات (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/15).

2/ محفظة كاش: هي حساب مالي إلكتروني يوفر للمستخدمين إمكانية تحويل الأموال النقدية (الكاش) إلى أموال إلكترونية للقيام بتحويل الأموال وسداد المشتريات وتعبئة رصيد خطوط الدفع المسبق والفوترة والبقاات وسحب وإيداع الأموال وإنشاء وسداد الفواتير والقيام بكافة المدفوعات الحكومية (مياه، كهرباء، إنترنت... الخ) من خلال شبكة الوكلاء ونقاط الخدمة وغيرها من الحلول لتسهيل وتسريع وتبسيط التعاملات المالية.

وتقدم المحفظة لمستخدميها عدة خدمات أهمها: صرف المرتبات والتوزيع النقدي للمستفيدين، مع إمكانية إضافة العديد من الخدمات إلى المحفظة مستقبلاً مثل خدمات الشراء عبر الانترنت والتجارة الإلكترونية وكذلك ربط البطائق العالمية (ماستر، فيزا... الخ) والتحويلات الدولية عبر أكبر شركات التحويلات العالمية (موني غرام ، وستريو نيون).

وتتميز المحفظة بسهولة الاستخدام والشبكة الواسعة في مختلف محافظات الجمهورية اليمنية والعمولات المناسبة واستخدام البصمة بدلاً من الرمز السري وهذا أكثر أماناً للتعاملات المالية (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/15).

3/ محفظة ون كاش: هي عبارة عن محفظة الكترونية تقدمها مجموعة هائل سعيد أنعم بالتعاون مع أحد عشر بنكاً داخل اليمن تقدم مجموعة من الخدمات النقدية الإلكترونية عن طريق الهاتف المحمول مثل: دفع المشتريات وسداد الفواتير وتحويل الأموال والسحب والإيداع النقدي، وكذلك التحويلات البنكية وشراء الرصيد وغيرها.

وتتميز المحفظة بالأمان، والشبكة الواسعة في محافظات اليمن، وتتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية، كما أنها سهلة الاستخدام، وتمنح مستخدميها المرونة اللازمة للتحكم في المعاملات المالية (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/15).

4/ محفظة جوالي: خدمة نقد إلكتروني تمكنك من استخدام نقودك وتنفيذ معاملتك المالية بطريقة سهلة وآمنة عبر الجوال (هاتف ذكي أو عادي) دون الحاجة إلى امتلاك حساب بنكي، وهي خدمة مقدمة من شركة وي كاش بموجب ترخيص البنك المركزي بهدف تعزيز الشمول المالي وإيصال الخدمات المالية والمصرفية إلى أكبر شريحة من المواطنين بجودة وأمان وتكلفة مناسبة. حيث تتيح لك خدمة جوالي إرسال واستلام الحوالات المالية ودفع واستلام المدفوعات الجماعية كالمرتبات والمعونات، ودفع قيمة المشتريات وتحصيل قيمة المبيعات والمستحقات، وشحن رصيد الجوال وتسديد فواتير الانترنت والهاتف الثابت والرسوم وغيرها من الخدمات، كما تمكنك من

سحب وإيداع النقود من وإلى حسابك في هذه الخدمة عبر أي وكيل معتمد في جميع أنحاء اليمن أو عبر أي فرع من فروع الشركاء (النجم، الامتياز، يمن إكسبرس).

وتتميز الخدمة بمميزات عديدة أهمها: (أمان عالي، تكلفة أقل، سهولة وسرعة، بدون حساب بنكي، توفير الوقت والجهد، شبكة واسعة من العملاء، استخدام الخدمة من خارج اليمن)، (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

5/ محفظة فلوسك: هي خدمة نقد إلكتروني تمكنك من استخدام نقودك وتنفيذ معاملتك المالية بطريقة سهلة وسريعة وآمنة عبر هاتفك المحمول (هاتف ذكي أو عادي) دون الحاجة إلى أن يكون لديك حساب بنكي ، وهي خدمة مقدمة بالتعاون بين شركة كواليتي كونكت – المتخصصة في مجال تقنيات وأنظمة الخدمات المالية الالكترونية – وبنك اليمن والكويت بموجب ترخيص البنك المركزي اليمني بهدف تعزيز الشمول المالي وإيصال الخدمات المالية والمصرفية إلى أكبر شريحة من المواطنين بجودة وأمان وتكلفة مناسبة، وتقدم المحفظة مجموع من الخدمات من أهمها: إرسال واستقبال الحوالات المالية، ودفع المشتريات وسداد الفواتير وشحن الرصيد وتحصيل قيمة المبيعات وغيرها من الخدمات (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

6/ خدمة التحويلات الفورية (ITS): هي خدمة تقدم عبر شركة WENET وباتحاد خمسة بنوك محلية في المرحلة الأولى وهي: (بنك اليمن والكويت، بنك البحرين الشامل، البنك الإسلامي اليمني، بنك سبأ الإسلامي، البنك اليمني للإنشاء والتعمير) وتتميز التحويلات فيها بالسهولة والسرعة والأمان، كما يستطيع العميل التحويل من أي حساب بنكي نقدي إلى أي حساب نقدي في بنك آخر، وكذلك التحويل لأي محفظة الكترونية، ولا تتطلب للاشتراك إلا أن يكون للعميل حساب جاري في البنك، ثم إثبات الهوية وتعبئة طلب الاشتراك في هذه الخدمة (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

7/ محفظة سبأ كاش: هي خدمة نقد إلكترونية مقدمة من شركة سبأفون بالشراكة مع بنك كاك الإسلامي، والتي تمكنك من إجراء معاملتك المالية عبر الهاتف المحمول بسهولة وسرعة وأمان، وتم افتتاحها وفقاً للقانون رقم 40 لسنة 2006م المتعلقة بأنظمة الدفع الإلكتروني والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية، وبناءً على التعميم رقم 11 لسنة 2014م الصادر عن البنك المركزي اليمني بشأن القواعد التنظيمية لتقديم الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول.

ومن أهم مميزاتهما: انتشار نقاط الخدمة، وسهولة الاستخدام، كما أنها توفر الوقت والجهد في التعاملات المالية، وكذلك تتميز بالأمان والسرية لخصوصيات العميل، كما أن العميل يستطيع من خلال المحفظة إرسال الأموال، وشحن الرصيد، وشراء الباقات، وإيداع وسحب النقود إلى المحافظات الإلكترونية الأخرى، وكذلك دفع الفواتير المنزلية (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

8/ تطبيق محفظتي: هو خدمة دفع الكتروني من بنك التضامن، يستطيع العميل من خلاله التسوق وتحويل الراتب، والتحويل للنقود بكل سهولة، وهو عبارة عن تطبيق دفع الكتروني عبر الهاتف يمكن تحميله من موقع محفظتي من جوجل بلاي، ويتميز التطبيق بسهولة الاستخدام، وكذلك إمكانية التحويل من الحساب البنكي إلى حساب المحفظة، ثم سحب النقود، وسداد الفواتير، والمشتريات، واستقبال الحوالات المالية من الجهات المشترك معها التطبيق مثل ويسترن يونيون، وغيرها (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

9/ محفظة شامل موني: تعتبر المحفظة الإلكترونية (شامل موني) إحدى وسائل النقد الإلكتروني التابعة لمصرف اليمن البحرين الشامل والتي تمكنك من استخدام نقودك في المعاملات المالية بطريقة سهلة وسريعة وآمنة عبر هاتفك المحمول دون حاجتك إلى أن يكون لديك حساب بنكي، كما يمكنك ربط حسابك البنكي طرف المصرف بمحفظة شامل موني الإلكترونية والخدمة تقدم عبر نظام إلكتروني آمن بموجب ترخيص البنك المركزي

اليمني. حيث أن هذه الخدمة تعمل على إرسال واستقبال الحوالات المالية ودفع واستلام المدفوعات وقيمة المشتريات، وسداد فواتير الخدمات: كالكهرباء العامة والتجارية والمياه والهاتف الثابت وخط الانترنت وخطوط الهاتف الجوال المختلفة وغيرها من الخدمات. كما تتميز المحفظة بسهولة الاستخدام، والسرعة في تنفيذ العمليات المالية، ثم انتشارها عبر شبكة كبيرة في محافظات اليمن، وأنها مناسبة لجميع العملاء من مختلف المستويات الاقتصادية (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/16).

10/ محفظة يمن والت: هي إحدى وسائل النقد الإلكتروني التي يقدمها البريد اليمني كمبادرة لدعم التحول الرقمي وتجسيد مفاهيم الرؤية الوطنية نحو تجويد الخدمات الحكومية وتطوير البنية التحتية الرقمية في اليمن، وتعتمد المحفظة استخدام التقنيات الرقمية لإجراء العمليات المالية التي تهدف إلى تحسين تجربة المستخدم وأمان وحماية المعلومات المالية والشخصية، ويمكن للعميل المشترك فيها من تحويل النقود من محفظته لأي مستفيد آخر، كما يمكن تسديد الفواتير وسحب المبالغ المالية، وإجراء كافة المعاملات المالية.

وتتميز المحفظة بالسرعة، والأمان، والسهولة في التعامل، والانتشار الواسع في مختلف المحافظات (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/16).

11/ محفظة إم فلوس: هي خدمة الكترونية عبر الهاتف المحمول تتيح استخدام الجوال للوصول الى الخدمات المالية النوعية والاستفادة منها ببسر وسهولة أينما كنت في الريف والحضر، وتقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات أهمها: (فتح حساب من أي وكيل معتمد لديها، والتحويل بين الحسابات بين العملاء، والسحب والإيداع، وتحويل الأموال إلى أي شخص غير مشترك، وسداد الفواتير، ودفع المشتريات، وتتميز الخدمة بمجموعة من المميزات من أهمها: السهولة، والسرعة، والأمان، وتوفير الوقت والجهد (موقع المحفظة، بتاريخ 2024/4/14).

الدراسات السابقة:

نظراً لندرة الدراسات السابقة سواءً العربية أو الأجنبية التي تناولت إعلانات المحافظ الإلكترونية وعلاقته بالاستجابة السلوكية لدى الجمهور، لذا فإن الباحث اعتمد على الدراسات التي تناولت المحافظ الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام، وكذلك التي تناولت الإعلانات الإلكترونية وتأثيراتها على الاستجابة السلوكية، وهي على النحو التالي:

1/ دراسة Altarturi, B et,al.,2023 :

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل (سهولة الاستخدام، الفائدة المدركة، التأثير الاجتماعي، خصائص الابتكار) التي تؤثر على النية في استخدام المحافظ الإلكترونية لعمليات الدفع في فلسطين، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 312 مفردة بطريقة الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن (الثقة، سهولة الاستخدام، التأثير الاجتماعي) هي العوامل التي تؤثر على النية في استخدام المحافظ الإلكترونية لعمليات الدفع لدى عينة الدراسة.

2/ دراسة Tahtamouni,2023: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات المصرفية (سهولة الاستخدام، الوقت، الأمان، السرية) على رضا العملاء في البنوك الأردنية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 170 مفردة من عملاء البنوك الأردنية، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء وعمل مقابلات متعمقة مع جزء من الجمهور، وتوصلت إلى: 1/ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء. 2/ وجود تأثير مرتفع لأبعاد جودة الخدمات المصرفية (سهولة الاستخدام، الوقت، السرية، الأمان) على ولاء العملاء.

3/ دراسة المعاينة، تالا هشام ماجد وآخرون، 2023: هدفت الدراسة إلى التحقق من العوامل (التكنولوجية، الاقتصادية، الاجتماعية، القانونية، الثقافية) المؤثرة في تبني استخدام المحافظ الإلكترونية كوسيلة دفع رقمية بين المواطنين الأردنيين، وكذلك

تحديد مستوى استخدام المحافظ الإلكترونية من وجهة نظر المواطنين، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 712 مفردة من جميع المستخدمين للمحافظ الإلكترونية في محافظات المملكة الأردنية الهاشمية باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي: تلعب العوامل التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية دوراً مهماً في تبني خدمة المحافظ الإلكترونية لتوفر الدراية الإلكترونية وسهولة استخدام المحافظ الإلكترونية، وكذلك وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة في استخدام المحافظ الإلكترونية وتبني المحافظ الإلكترونية كوسيلة دفع، وأن المعلومات والأنشطة عبر المحافظ الإلكترونية تعمل على توفير الجهد والوقت وزيادة حجم التبادل التجارية، كما أبدى أفراد عينة الدراسة اتجاهاً إيجابياً نحو أنشطة المحافظ الإلكترونية وأنها تتصف بالضمان والسلامة مما يجعلها آمنة.

4/ دراسة حميد، سماح علي عبد العزيز، 2023: هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تبني واستخدام عملاء بنك التسليف التعاوني الزراعي للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 420 مفردة من عملاء بنك التسليف التعاوني الزراعي الذين لديهم حسابات مصرفية في البنك، كما تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: أهم العوامل التي تؤثر في تبني عملاء بنك التسليف التعاوني للخدمات المصرفية هي (المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام، الثقة، الخصوصية والأمان، التوافق)، كما أوضحت النتائج أن هناك موافقة مرتفعة جداً من أفراد العينة في اتجاه ونية عملاء بنك التسليف نحو استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال، كما أنه توجد علاقة ارتباط بين (المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام، الثقة، التوافق) واتجاه عملاء بنك التسليف نحو استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال، كما جاء عامل (التوافق) في المرتبة الأولى بين العوامل المؤثرة على تبني واستخدام أفراد العينة للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال.

5/ دراسة عمر، فادي طلال حسن عمر، 2023: هدفت الدراسة إلى قياس أثر الخدمات المصرفية (خدمات الصراف الآلي، خدمات البنك الهاتفي، خدمات التطبيق البنكي) على ولاء العملاء وعلى رضاهم.

وقد طبقت الدراسة على 372 مفردة من عملاء البنك العربي الإسلامي الدولي، باستخدام استمارة الاستقصاء، حيث تم توزيعها إلكترونياً على عملاء البنك، وكانت أهم النتائج: جاءت خدمات التطبيق البنكي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.42) بين أبعاد الخدمات المصرفية الإلكترونية بينما جاءت خدمات البنك الهاتفي في المرتبة الأخيرة، كما أبدى أفراد العينة اتجاهًا إيجابيًا نحو عبارات تأثير الخدمات المصرفية على ولائهم للبنك والخدمات التي يقدمها، وقد جاءت عبارة (جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك تجعلني لا أرغب بالانتقال إلى بنك آخر مستقبلاً) في المرتبة الأولى بمتوسط 4.25، كما عبر العملاء عن رضاهم عن الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك بدرجة عالية وإيجابية، كما أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين (ولاء العملاء . رضا العملاء) في البنك العربي الإسلامي الدولي بمدينة عمان.

6/ دراسة أبو غريب، عثمان هاني محمد، 2022: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر خدمات المحافظ الإلكترونية في الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، وقد طبقت الدراسة على 400 مفردة من العاملين في البنوك التجارية الأردنية باستخدام استمارة الاستقصاء، كما تم سحب العينة بطريقة العينة العشوائية الطبقية من كافة المستويات الإدارية في البنوك التجارية الأردنية المستخدمة لخدمات المحافظ الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ أن خدمات المحافظ الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية حققت مستوى تقييم مرتفع من وجهة نظر العاملين لدى تلك البنوك، وقد جاء ترتيب الأبعاد بعد (الفوائد المدركة) في المرتبة الأولى بين تلك الأبعاد التي تقيس اتجاه العينة نحو خدمات تلك المحافظ، 2/ جاء بعد (السرعة في تقديم الخدمة)

المرتبة الأولى بين أبعاد الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، ثم جاءت الأبعاد على التوالي (المرونة، الجودة، الابتكار)، 3/ يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمات المحافظ الإلكترونية (الاعتمادية، الموثوقية، سهولة الاستخدام، الفوائد المدركة، درجة المخاطرة) والميزة التنافسية (المرونة، الجودة، السرعة في تقديم الخدمة، الابتكار) في البنوك التجارية الأردنية.

7/ دراسة البنان، أشواق حسن علي وآخرون، 2022: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة الإلكترونية على ولاء العملاء في ظل توسيط دور الرضا والثقة الإلكترونية بالتطبيق على شركات التأمين في مصر، وقد طبقت الدراسة على 400 مفردة من عملاء شركات التأمين باستخدام استمارة الاستقصاء، كما تمثل مجتمع الدراسة في شركات التأمين في القطاعين الحكومي والخاص، وتم اختيار شركتين للقطاع العام (شركة مصر للتأمين "ممتلكات" . وشركة مصر للتأمينات الحياة "أشخاص" وشركتين من القطاع الخاص (المجموعة العربية المصرية GIG ممتلكات . أكست لتأمينات الحياة AXA أشخاص) وتوصلت الدراسة إلى: 1/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الإلكترونية والولاء الإلكتروني للعملاء، 2/ يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الرضا الإلكتروني والثقة الإلكترونية) والولاء الإلكتروني للعملاء، 3/ تعمل الثقة على تعزيز أثر جودة الخدمة الإلكترونية على الولاء الإلكتروني للعملاء بشركات التأمين محل التطبيق.

8/ دراسة المدارمة، حمزة عيد عايد، 2022: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الرقمية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية، وكذلك التعرف على مستوى رضا العملاء عن جودة الخدمات الرقمية التي تقدمها شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 396 مفردة من عملاء شركات المحافظ الإلكترونية تم اختيارها بطريقة عشوائية من عملاء شركات المحافظ

الإلكترونية الأردنية ، كما تم جمع البيانات بطريقة الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ جاء مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية التي تقدمها شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارات التي تقيس مستوى الرضا (4.141)، كما جاءت عبارة (تسهل الخدمات الرقمية المقدمة من المحفظة الإلكترونية في اختصار الجهد) المرتبة الأولى بين العبارات التي تقيس مدى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية، 2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الرقمية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، الأمان، السرية) ورضا العملاء في شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية، 3/ جاءت عبارة (يقدم تطبيق المحفظة الإلكترونية المساعدة الفورية لتسهيل العمليات المالية) في المرتبة الأولى بين العبارات التي تقيس سهولة الاستخدام.

9/ دراسة عرفة، أسامة محمد حسن، 2022: هدفت الدراسة إلى التعرف على تقديم جودة المحافظ الإلكترونية المحلية من وجهة نظر العملاء، وكذلك على تقديم رضا العملاء المستخدمين للمحفظة الإلكترونية Jawwal Pay، وقد طبقت الدراسة على 384 مفردة من أفراد المجتمع المستخدمين للمحفظة الإلكترونية باستخدام استمارة الاستقصاء، كما استخدم الباحث العينة العشوائية البسيطة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ عبر أفراد العينة عن رضاهم بدرجة كبيرة عن جودة المحافظ الإلكترونية من خلال موافقتهم على فقرات هذا المجال. 2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المحافظ الإلكترونية ورضا العملاء في شركة جوال باي. 3/ عبر أفراد العينة عن ثقتهم بتطبيق المحفظة الإلكترونية من خلال موافقتهم على عبارات مقياس الموثوقية، وقد جاءت عبارة (يوفر التطبيق الخدمة للمستخدمين على مدار الساعة) الترتيب الأول بين تلك العبارات.

10/ دراسة ALRashidiyah, Z., 2021: هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، الخصوصية، المخاطر المتصورة،

الثقة المتصورة، السمعة المتصورة) التي تؤثر على نية المستخدمين تجاه تبني المحافظ الإلكترونية في عمان، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة من خلال الاستبيان الإلكتروني بطريقة العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ عبر أفراد العينة عن اتجاه إيجابي نحو تبني المحافظ الإلكترونية. 2/ حصل عامل الموقف على المرتبة الأولى بين العوامل التي تؤثر على تبني المحافظ الإلكترونية لدى عينة الدراسة. 3/ يؤثر عامل (السمعة المدركة، الثقة، الموقف) على نية المستخدمين تجاه تبني المحافظ الإلكترونية، كما لا يوجد أي تأثير لعامل الخصوصية على تبني تلك المحافظ.

11/ دراسة نصار، دينا إبراهيم محمد وآخرون، 2021: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير العوامل الشخصية والتكنولوجية والاجتماعية والنفسية على النية المستمرة لاستخدام المحافظ الإلكترونية كوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني في محافظة القاهرة، وقد طبقت الدراسة على 323 مفردة من الأشخاص المتواجدين بالبنوك وبفروع شركات الاتصالات ممن يستخدمون المحافظ الإلكترونية باستخدام استمارة الاستقصاء، كما تم أخذ العينة بطريقة العينة الاحتمالية المنتظمة، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ يوجد علاقة إحصائية إيجابية بين الابتكار الشخصي والنية المستمرة لاستخدام المحافظ الإلكترونية. 2/ لا يوجد علاقة إحصائية بين (الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي) ونية الاستمرار في استخدام المحافظ الإلكترونية. 3/ يوجد تأثير إيجابي دال إحصائياً لعامل سهولة الاستخدام على نية الاستمرار في استخدام المحافظ.

12/ دراسة Rahi, Samar, et al., 2020: هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في نية عملاء البنوك السلوكية لاستخدام الخدمات المصرفية المقدمة عبر الإنترنت، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 500 مفردة من عملاء البنوك الذين يستخدمون الإنترنت البنكي بدولة باكستان، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة

الاستقصاء، وتوصلت إلى أن أهم العوامل التي تؤثر على استخدام العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية هي (تصميم الموقع الإلكتروني، خدمة العملاء، الاهتمام بالشكاوى والمقترحات عبر الموقع الإلكتروني، رضا العميل، الصورة الذهنية للعلامة التجارية).

13/ دراسة الخولي، سحر عبدالمنعم، 2019: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الطالبات الجامعيات لإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد دور إعلانات تلك المواقع في التأثير على القرار الشرائي لهن، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من طالبات الجامعات المصرية (القاهرة، الإسكندرية، أسيوط، 6 أكتوبر) وتم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية الحصصية، كما تم جمع البيانات عن طريق استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ جاء معدل تعرض العينة لإعلانات مواقع التواصل بشكل دائم في المرتبة الأولى بنسبة (41.5%) كما جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى بين تلك المواقع. 2/ جاء التعرف على أماكن وطرق شراء السلعة أو الخدمة في المرتبة الأولى بين أسباب ودوافع متابعة العينة لإعلانات المنتجات عبر مواقع التواصل. 3/ جاءت العروض والخصومات والهدايا والسعر في مقدمة الأساليب الإبداعية المستخدمة في الإعلانات والتي تؤثر على القرار الشرائي.

14/ دراسة البحيري، شيرين عبدالحفيظ عبدالقادر، 2018: هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية استخدام الشباب الجامعي للإعلانات الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلى اتجاهاتهم نحو تلك الإعلانات، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 270 مفردة تم اختيارها بطريقة عمدية من طلاب جامعة المنوفية بكليات (التجارة، التربية، النوعية، آداب) كما استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لمناسبته لموضوع الدراسة، وقد تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت إلى: 1/ جاء الفيسبوك في مقدمة مواقع التواصل التي من خلالها تتعرض العينة للإعلانات الرقمية بنسبة 34%. 2/ جاءت الإعلانات التسويقية في مقدمة أنواع الإعلانات الأكثر

استخداماً على مواقع التواصل. 3/ كانت اتجاهات العينة نحو الإعلانات تميل للإيجابية. 4/ توجد علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب وبين الإعلانات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي.

15/ دراسة عبد العزيز، صباح فضل محمد وآخرون، 2018: هدفت الدراسة إلى دراسة أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأبعادها المختلفة (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء، وقد طبقت الدراسة على 147 مفردة من عملاء بنك فيصل الإسلامي المتعاملين مع الخدمات المصرفية الإلكترونية تم اختيارها بطريقة العينة الميسرة، وقد تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ أبدى أفراد العينة رضاً بدرجة عالية عن الخدمات المصرفية الإلكترونية، وقد جاءت عبارة (أشعر برضا تام عن السرية التي يتعامل بها البنك) في المرتبة الأولى بمتوسط (4.22). 2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء في بنك فيصل الإسلامي.

16/ دراسة الطروانة، محمد عيسى جراد، 2016: هدفت الدراسة إلى توضيح أهم أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية الأكثر استخداماً في المصارف الإسلامية الأردنية ومدى تقديم تلك المصارف لتلك الخدمات والدور الذي تلعبه في تعزيز ولاء العملاء، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 698 مفردة من عملاء المصارف الإسلامية العاملة في محافظات جنوب الأردن (البنك العربي الإسلامي، والبنك الإسلامي الأردني) تم سحبها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ جاءت جودة الخدمات المصرفية في المرتبة الأولى بمتوسط (3.86) بين أبعاد تعزيز ولاء العملاء. 2/ جاءت خدمات أون لاين (الإنترنت) في المرتبة الأولى بين الأهمية النسبية لأبعاد الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف، تلاها خدمات المصرف

الهاتفية ثم الرسائل القصيرة. 3/ يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية (خدمات الصراف الآلي، الرسائل النصية القصيرة، البطاقات البلاستيكية الممغنطة، خدمات المصرف الهاتفية، خدمات أون لاين) وتعزيز ولاء العملاء في المصارف الإسلامية الأردنية.

17/ دراسة مطاوع، سعد عبد الحميد عبد الحميد وآخرون، 2016: هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 376 مفردة من عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية تم سحبها باستخدام العينة العشوائية المنتظمة، كما تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ احتل عامل (الكفاءة الذاتية) المرتبة الأولى بين العوامل السبعة المؤثرة من حيث قوة ارتباطه بتبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. 2/ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات (الأمان المدرك، سهولة الاستخدام المدرك، القيمة المدركة، المتعة المدركة، الكفاءة الذاتية المدركة، التفاعل المدرك) وبين مستوى تبني الخدمات المصرفية المعروضة عبر الهاتف المحمول.

18/ دراسة سعد، سماح محمد محمدي، 2015: هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل تأثير تعرض الجمهور المصري للإعلانات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على اتخاذهم القرار الشرائي عبر الموقع، وكذلك رصد دوافع التعرض لإعلانات الفيسبوك، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري المستخدم للفيسبوك من سن 18 فأعلى تم اختيارها بطريقة عمدية من محافظتي القاهرة والجيزة، كما تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل العينة التعرض للإعلانات من خلالها. 2/ جاء دافع (لأن الإعلان يأتي خلال المواد والمواقع التي أتصفحها فأكن مضطراً لمشاهدته) في مقدمة

دوافع وأسباب متابعة إعلانات الفيسبوك. 3/ أبدى أفراد العينة اتجاهًا إيجابيًا نحو إعلانات الفيسبوك، وجاءت في مقدمة العبارات (الإعلانات عبر الفيسبوك تقدم صورة حقيقية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها). 4/ أجاب (51.5%) من العينة بأنهم يعتمدون على إعلانات الفيسبوك عند اتخاذ القرار الشرائي، وأنهم يثقون في المعلومات التي تقدم عبرها.

19/ دراسة عوض، أشرف محمد محمد إبراهيم، 2014: هدفت الدراسة إلى التعرف على أكثر العوامل المؤثرة على سرعة تبني العملاء للخدمات المصرفية، وتأثير الخصائص الديموغرافية على درجة تبني الخدمات، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 384 مفردة من عملاء المصارف العامة ومصارف الاستثمار في محافظتي القاهرة والجيزة، كما اعتمدت على عينة مرورية منتظمة من عملاء المصارف، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني العملاء للخدمات المصرفية طبقاً للمستوى العمري والتعليمي ومستوى الدخل، في حين لا توجد فروق طبقاً للنوع. 2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الثقة في البنك، أمن المعلومات عبر الإنترنت المصرفي، إمكانية الوصول) وتبني الخدمات المصرفية. 3/ تمثلت أهم العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في (الثقة في البنك، وأمن المعاملات عبر الإنترنت المصرفي، وإمكانية الوصول).

20/ دراسة Abadi, Rezaei, et ai., 2013: هدفت الدراسة إلى استكشاف العوامل التي تؤثر على نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في مدينة أصفهان، وطبقت الدراسة على عملاء البنوك في مدينة أصفهان، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ تؤثر العوامل (الفائدة المتوقعة، الملاءمة، سهولة الاستخدام المتوقع) على نية العملاء لتبني الخدمات

المصرفية. 2/ يؤثر عامل الموثوقية بدرجة ضعيفة مقارنة بالعوامل الأخرى المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية.

21/ دراسة Chi, Hsu-Hsien, 2011: هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعية من خلال استكشاف العلاقة بين دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاستجابة السلوكية للمستهلك للتسوق عبر هذه الشبكات، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 500 مفردة تم سحبها بطريقة عمدية من طلاب الجامعة في تايوان المستخدمين للفيديو، وتوصلت إلى: 1/ أن عينة الدراسة تستجيب للإعلان عبر المجتمع الافتراضي والفيديو للعلامات التجارية بصور مختلفة. 2/ أن دوافع أفراد العينة المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي متباينة بين الإعلان والمجتمع الافتراضي للعلامة التجارية. 3/ أن الاستجابات للعلامة التجارية في المجتمع الافتراضي أكثر منها في الإعلان عبر الفيديو.

22/ دراسة موصلي، إبراهيم، 2011: هدفت الدراسة إلى استكشاف العوامل المؤثرة في نية العملاء تجاه استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، وقياس مدى تأثيرها على سلوك العملاء، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 336 مفردة من عملاء المصارف العامة والخاصة التي تتوافر فيها جميع أشكال الخدمات المصرفية الإلكترونية (بطاقة الصراف الآلي، الإنترنت المصرفي، الرسائل المصرفية الإلكترونية، خدمة الاتصال الفوري) في مدينة حلب، تم سحب العينة بطريقة عشوائية، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة إلى: 1/ جاءت خدمة الصراف الآلي (المحفظة الإلكترونية) في المرتبة الأولى بنسبة 94% بين الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تعرفها عينة الدراسة، وبنسبة 82% بين الخدمات المصرفية التي تستخدمها العينة. 2/ تؤثر (الكفاءة الذاتية في استخدام الحاسب الآلي، وسهولة الاستخدام المدركة) بشكل إيجابي تجاه نية العملاء لاستخدامهم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

23/ دراسة Hamadi,2010: هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة عبر مواقع الإنترنت وكل من رضا والتزام عملاء المصارف المغربية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 322 مفردة من عملاء المصارف المغربية العاملة في مراكش، والتي تقدم خدماتها عبر مواقع الإنترنت باستخدام استمارة الاستقصاء، وتوصلت إلى: 1/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية و(رضا العملاء، والتزام العملاء). 2/ يوجد أثر إيجابي ومباشر بين رضا العملاء والتزامهم بتلك الخدمات.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

- 1- أجمعت معظم الدراسات على أهمية العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والقانونية في التأثير على نية المستخدمين تجاه تبني المحافظ الإلكترونية.
- 2- أوضحت الدراسات أن جودة الخدمات التي تقدمها المحافظ الإلكترونية لها تأثير كبير على مستوى رضا العملاء عن المحافظ الإلكترونية وتبنيهم لها.
- 3- استخدمت معظم الدراسات استمارة الاستقصاء فقط عدا النادر منها التي أضافت المقابلات المتعمقة لجمع البيانات من الجمهور، وهذا ما اعتمدت عليه هذه الدراسة.
- 4- غلبت على دراسة المحافظ الإلكترونية وإعلانات واقع مواقع التواصل الاجتماعي الدراسات الوصفية المسحية، وندرت الدراسات التحليلية والكيفية، حيث تم تطبيقها غالباً على نوعيات محددة من الجمهور كالشباب أو العملاء للبنوك والمصارف التي طبقت عليها الدراسة.
5. لم تتطرق أي دراسة سابقة عربية أو أجنبية . حسب علم الباحث . لدراسة التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية وعلاقته بالاستجابة السلوكية لدى الجمهور اليمني.

وإجمالاً استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها، وتحديد المنهج الملائم للدراسة واختيار العينة المناسبة، وكذلك تكوين محاور استمارة الاستقصاء، وفي تحديد الإطار النظري للدراسة وفي مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات بشكل عام.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية انتشار المبتكرات الحديثة

تعد نظرية انتشار المبتكرات الحديثة إحدى أهم النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمستحدثات أو المخترعات الجديدة، وقد جاءت على يد الباحث "إيفرت روجرز" الذي ركز على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات الجديدة سواءً في مجال الإنتاج أو الاستهلاك (المزاهرة، 2012: 303).

ويمكن تعريف الانتشار بأنه: العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي (الشهري، 1434هـ: 12)، كما يمكن تعريف الابتكار بأنه: أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة (مكاوي، 2012: 255).

ويتوقف انتشار المبتكرات على ضرورة توفر مجموعة من المحددات أو الخصائص التي تؤثر على انتشار المستحدثات وتتحكم في سرعة انتشارها، يمكن إجمالها فيما يلي:

1- الميزة النسبية (Relative Advantage) : والتي تشير إلى درجة تفوق الفكرة أو الممارسة المبتكرة على المبتكرات السابقة لها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية (الطيب، 2014: 125).

2- التوافق (Compatibility): ويعني الدرجة التي ينظر فيها إلى اتساق الابتكار مع القيم الحالية والخبرات السابقة واحتياجات المتبنين المرتقبين (الجهني، 2021: 142).

3- درجة تعقيد/ تبسيط المنتج الجديد (Simplicity/Complexity) ويقصد بها درجة إدراك العميل للابتكار الجديد من حيث بساطة استيعاب الابتكار الجديد وسهولة استعماله، (Schiffman,2007) حيث توصلت نتائج بعض الدراسات إلى أن أهم المعوقات التي تحول دون استخدام العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية هي صعوبة وتعقيد إجراءات الاستخدام لتلك الخدمات (فرحان، 2017: 14).

4- القابلية للتجريب (Triability): ويقصد بها إمكانية تجريب الابتكار في اتخاذ قراراً بالتبني أو الرفض، وتكون عملية التجريب إما بشكل كامل يشبه جميع جوانب الابتكار، أو تقسيمه لتجريبه بشكل جزئي (أبو النجا، 2023: 474).

5- وضوح النتيجة (Opervability): وتعني مدى وضوح استخدام أو تبني المستحدث، (المزاهرة، 2012: 312).

ورغم أهمية هذه الخصائص الخمس السابقة إلا أنها لا تمثل كل الخصائص التي يمكن أن تتصف بها الأفكار أو الابتكارات المستحدثة، كما أنها ليست على قدر واحد من الأهمية بالنسبة لانتشار تلك الأفكار (مكاوي، 2012: 258)، ويمكن القول أن هناك عدداً آخر من المحددات التي قد تؤثر على عملية نشر المستحدثات والمبتكرات منها طبيعة ونوع المجتمع، والنمط الغالب على تفكيره، والتكلفة المادية للمستحدثات، والمستوى الاجتماعي والتعليمي (البنا، 2021: 46).

وقد حدد "روجرز" خمس مراحل لهذه العملية، يمكن اختصارها في الآتي:

1- مرحلة الوعي بالفكرة (Awareness Stage): وفي هذه المرحلة يتلقى الفرد معلومات عن الفكرة المستحدثة لأول مرة، ولكنه يشعر بأنه بحاجة لمعلومات كافية عنها (الطيب، 2014: 127).

2- مرحلة الاهتمام (Interest) : في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة، والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها، حيث إنه وفقاً لنموذج انتشار الابتكار لا يتحقق قبول التكنولوجيا إلا عندما يكون المستهلك على وعي تام بفاعلية التكنولوجيا، ويعمل على البحث على المعلومات المتعلقة بالتكنولوجيا التي تلبي مطالبه في المعرفة (Rogers,2003).

3- مرحلة اتخاذ القرار والتقييم (Decision and Evaluation) : وفيها يتخذ المتبني للقرار الاستمرار في البحث وراء مزيد من المعلومات عن الفكرة أو الإقلاع عنها، ويبدأ كذلك في تقييم ما تجمع لديه من المعلومات عن الفكرة الجديدة في ضوء موقفه الحالي منها توقعاته المستقبلية عنها (روجرز، 1991: 116).

4- مرحلة التجريب (Trial) : يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع (مكاوي، 2012: 259).

5- مرحلة التبني (Adoption) : وفيها يكون الفرد قد اقتنع بالمستحدث بعد أن تم له التعرف على الفوائد التي ستعود عليه من إجراء التبني (المزاهرة، 2012: 309).

تساؤلات الدراسة:

1- ما حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية التابعة للبنوك وشركات الصرافة في اليمن عبر وسائل الاتصال المختلفة؟

2- ما الوسائل الاتصالية التي يتعرض الجمهور اليمني من خلالها لإعلانات المحافظ الإلكترونية؟

3- ما أنواع المحافظ الإلكترونية التي يتعرض الجمهور اليمني لإعلاناتها من خلال وسائل الاتصال المختلفة؟

4- ما مستوى ثقة الجمهور اليمني في المعلومات التي تقدمها إعلانات المحافظ الإلكترونية؟

5- ما دوافع متابعة الجمهور اليمني لإعلانات المحافظ الإلكترونية في الوسائل الاتصالية؟

6- ما مراحل تبني المحافظ الإلكترونية التي تقدمها البنوك أو شركات الصرافة؟

7- ما درجة رضا المبحوثين عن إعلانات المحافظ الإلكترونية؟

8- ما اتجاهات المبحوثين نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية التي تم عرضها في الوسائل الاتصالية؟

9- ما الاستجابات السلوكية للجمهور اليمني بعد تعرضه لإعلانات المحافظ الإلكترونية؟
فروض الدراسة:

1- توجد علاقة دالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحفظة الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية واستجاباتهم السلوكية نحوها.

2- توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوى ثقة المبحوثين في إعلانات المحافظ الإلكترونية وما تقدمه من معلومات واستجابتهم السلوكية نحوها.

3- توجد فروق دالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحفظة الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية تعزى (للنوع / للمستوى العمري / للمستوى التعليمي / للمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

4- توجد فروق دالة إحصائياً بين الجمهور في الاستجابات السلوكية بعد تعرضه لإعلانات المحافظ الإلكترونية التي تقدمها البنوك وشركات الصرافة اليمنية تعزى (للنوع / للمستوى العمري / للمستوى التعليمي / للمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات التابعة
التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية	(النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي)	الاستجابة السلوكية بعد التعرض لإعلانات المحافظ

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

المحفظة الإلكترونية: يقصد بها في الدراسة هنا تطبيق إلكتروني يتم تحميله على الهاتف المحمول لتبادل وتنظيم المعاملات المالية، وتحويل الأموال من شركة لأخرى أو من مصرف لآخر عن طريق شبكة الإنترنت.

الاستجابة السلوكية: يقصد بها الطريقة أو ردة الفعل التي يتخذها الجمهور اليمني نحو المحفظة الإلكترونية بعد تعرضه لإعلاناتها.

منهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستكشافية، كونها تهتم بتحليل الأنشطة التسويقية والإعلانية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية في الترويج للمحافظ الإلكترونية، بالإضافة إلى مستوى الاستجابة السلوكية لهذه الأنشطة في تبني خدمات تلك المحافظ، وتم استخدام منهج المسح والذي يعتبر مقارنة بالمناهج الأخرى المستخدمة في البحوث الوصفية هو الأكثر استخداماً في جمع المعلومات والبيانات بأسلوب علمي (عبد الحميد، 2004: 158) كما أنه الأنسب في هذه الدراسة، حيث يمكننا من الحصول على معلومات من مصادرها الأولية، والتمثل هنا في الجمهور اليمني من خلال المسح الميداني.

مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة الجمهور اليمني في المحافظات التي تصل إليها خدمات شركات المحافظ الإلكترونية، وتم اختيار العاصمة صنعاء لتطبيق الدراسة بوصفها

الإطار الجغرافي الأمثل الذي يحتوي مختلف الخصائص الديموغرافية والاجتماعية التي تتطلبها الدراسة، كما أنها تضم مختلف شرائح المجتمع خصوصاً بعد نزوح الكثير من سكان المحافظات الأخرى إليها بسبب الأحداث الدائرة في الكثير من المحافظات الأخرى، كما أنها المحافظة التي تتركز فيها معظم البنوك وشركات الصرافة اليمنية التي تقدم هذه الخدمة.

وقد قام الباحث باختيار عينة الدراسة من الجمهور اليمني ممن يتعرضون لإعلانات المحافظ الإلكترونية في وسائل الاتصال المختلفة والذين تبدأ أعمارهم من سن (18 سنة فأعلى) باستخدام أسلوب العينة المتاحة لعدم توفر إطار للعينة يمكن من خلاله السحب بالأساليب الاحتمالية، وقد بلغ حجم العينة (400 مفردة) وتم تطبيق الاستمارة في الفترة من (3 فبراير 2024 وحتى 29 فبراير 2024) وقد توزعت العينة وفق المتغيرات كما في الجدول التالي:

جدول (1) توزيع الجمهور (عينة الدراسة) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات الديموغرافية		التكرار والنسبة	ك	%
النوع	ذكر	215	53.8	
	أنثى	185	46.2	
العمر	من 20 - أقل من 30 عاماً	153	38.2	
	من 30 - أقل من 40 عاماً	165	41.2	
	من 40 - أقل من 50 عاماً	59	14.8	
	50 عام فأكثر	23	5.8	
المستوى التعليمي	أقل من الثانوية	19	4.8	
	ثانوية أو ما يعادلها	48	12	
	مؤهل جامعي	289	72.2	
	دراسات عليا	44	11	
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	منخفض	265	66.2	
	متوسط	111	27.8	
	مرتفع	24	6	
إجمالي العينة		400	100	

أداة جمع البيانات:

تم جمع البيانات للدراسة باستخدام صحيفة استقصاء تم توزيعها ورقياً وإلكترونياً على عينة الدراسة، وقد تضمنت عدداً من المحاور التي تحقق أهداف الدراسة وتجيب على تساؤلاتها.

اختبار الصدق والثبات:

1/ اختبار الصدق: ويقصد به صلاحية الاستمارة لتحقيق الهدف الذي صممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه) ولتحقيق ذلك تم صياغة الاستمارة ومراجعتها، ومن ثم عرضها مع التساؤلات والفروض على مجموعة من المحكمين⁽¹⁾، وتم الأخذ بملاحظاتهم وتعديل الاستمارة على ضوءها عند التصميم النهائي للاستمارة.

2/ اختبار الثبات: استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات ودرجة الاتساق الداخلي بين محاور وفقرات الاستمارة، وتم التوصل إلى القيم الآتية:

جدول (2) معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

م	المتغيرات	عدد العناصر	معامل ألفا كرونباخ
1	مستوى ثقة الجمهور في إعلانات المحافظ الإلكترونية	7	0.765
2	دوافع متابعة إعلانات المحافظ الإلكترونية	11	0.755

(1) قام الباحث بعرض الاستمارة على السادة المحكمين والخبراء التالية أسماؤهم:

- 1- أ.د. محمد عبد الوهاب الفقيه: أستاذ الاتصال السياسي - كلية الإعلام بجامعة صنعاء.
- 2- أ.د. علي حسين العمار: أستاذ ورئيس قسم الصحافة والنشر الإلكتروني - كلية الإعلام بجامعة صنعاء.
- 3- أ.د. حسن عبدالله دجرة: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الحديدة.
- 4- أ.د. حسن نيازي الصيفي: أستاذ العلاقات العامة - كلية الإعلام بجامعة الأزهر.
- 5- أ.م.د. علي سيف كليب: الأستاذ المشارك بقسم الاقتصاد والمالية - كلية التجارة بجامعة صنعاء.
- 6- أ.م.د. نوال عبدالله الحزورة: الأستاذ المشارك - كلية الإعلام بجامعة صنعاء.
- 7- أ.م.د. هزاع مرشد شرف: الأستاذ المشارك - كلية الإعلام بجامعة صنعاء.
- 8- د. حاتم علي الصالحي: الأستاذ المساعد - كلية الإعلام بجامعة صنعاء.

0.767	10	تبنى المحافظ الإلكترونية بعد مشاهدة إعلاناتها	3
0.846	11	درجة الرضا عن إعلانات المحافظ الإلكترونية	4
0.788	8	اتجاهات المبحوثين نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية	5
0.760	8	الاستجابات السلوكية للمبحوثين بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية	6
0.907	55	الأبعاد مجتمعة	

وتعتبر قيمة معامل ألفا كرونباخ 0.70 ومافوق جيدة، ويمكن قبول القيمة ما بين 0.60 و 0.70 في البحوث الاستكشافية (Hair,2014:91)، ويلاحظ من بيانات الجدول بأن قيمة ألفا كرونباخ للأبعاد مجتمعة (0.907) وتعكس اتساق ممتاز بين البيانات، وعلى مستوى المتغيرات، نلاحظ بأن قيمة ألفا كرونباخ للمتغيرات (مستوى الثقة في الإعلانات، دوافع متابعة إعلانات المحافظ، تبني المحافظ الإلكترونية، درجة الرضا عن إعلانات المحافظ الإلكترونية، الاتجاهات نحو إعلانات المحافظ، الاستجابات السلوكية للمبحوثين بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ) قد تجاوزت القيمة (0.70) وهذا يدل على الاتساق العام الممتاز بين البيانات.

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات: تم استخدام اختباري (الالتواء والتفرطح) وقد تراوحت قيم الالتواء Skewness تراوحت بين (-0.062 و -1.226)، وتراوحت قيم التفرطح Kurtosis بين (-0.295 و 0.529)، وتقع هذه القيم دون مستوي حدود القطع الموصى به والذي يساوي (2) بالنسبة للالتواء، و(7) بالنسبة للتفرطح (Curran et al., 1996)، وبناءً على ذلك تم التأكد من أن بيانات المتغيرات تتوزع توزيعاً طبيعياً، وبالتالي سيتم استخدام الاختبارات الاحصائية المعلمية في اختبار فروض الدراسة.

مقاييس الدراسة:

تم بناء عدد من المقاييس التي تشكل المحاور العامة لصحيفة الاستقصاء، وتقيس أهداف الدراسة، ومنها (مقياس معدل التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية، ومقياس الاستجابة السلوكية للمبحوثين بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ، ومقياس

تبني المحافظ الإلكترونية، ومقياس مستوى الثقة في إعلانات المحافظ، واتجاهات ورضا المبحوثين نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية، ودوافع التعرض لمتابعة إعلانات المحافظ، ومقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وقد تم الاعتماد على الدراسات السابقة ونظرية انتشار المبتكرات المستحدثة في بناء المقاييس، وقد تم عرض المقاييس والعبارات لكل مقياس أثناء عرض نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للدراسة.

نتائج الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور اليمني للحملات الإعلانية التي تقوم بها شركات المحافظ الإلكترونية في اليمن وعلاقته باستجاباتهم السلوكية نحو تبني خدماتها بعد مشاهدة تلك الإعلانات، واعتمدت الدراسة على استمارة استقصاء تم توزيعها يدوياً وإلكترونياً، وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

أولاً: معدل تعرض الجمهور لإعلانات المحافظ الإلكترونية

جدول رقم (3) توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمدى تعرضه

لإعلانات المحافظ الإلكترونية التابعة للبنوك وشركات الصرافة

م	حجم التعرض	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
1	مرتفع	148	37	
2	متوسط	136	34	
3	منخفض	116	29	
	الإجمالي	400	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى معدل تعرض أفراد عينة الدراسة لإعلانات المحافظ الإلكترونية، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفئة التي تتعرض للإعلانات بدرجة مرتفعة وذلك بنسبة (37%) كما جاءت الفئة التي تتعرض بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية بنسبة (34%)، بينما جاءت الفئة التي تتعرض بدرجة منخفضة في المرتبة

الثالثة بنسبة (29%)، وإجمالاً نقول أن نسبة المتابعة بدرجة عالية ومتوسطة بلغت (71%) وهذه تمثل نسبة عالية في متابعة الإعلانات، ويمكن أن نعزو ذلك إلى الاهتمام الكبير من أفراد العينة بمتابعة هذه الإعلانات، حيث توفر لهم المعلومات عن كيفية استخدام المحافظ الإلكترونية ووسائل الأمان في استخدامها، وكذلك إلى قدرة إعلانات المحافظ الإلكترونية في الوصول إلى الجمهور اليمني عبر وسائل اتصالية عديدة.

جدول رقم (4) توزيع الجمهور طبقاً للوسائل الاتصالية التي تعرض من خلالها الجمهور لإعلانات المحافظ الإلكترونية

معدل التعرض الوسائل الاتصالية	تعرض دائماً		تعرض أحياناً		تعرض نادراً		لم أتعرض إطلاقاً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المثوي	التقدير اللفظي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1 القنوات التليفزيونية اليمنية	94	23.5	105	26.3	92	23	109	27.2	2.46	1.125	61.3	أحياناً
2 المحطات الإذاعية اليمنية	52	13	145	36.2	108	27	95	23.8	2.39	0.987	59.6	أحياناً
3 الصحف اليمنية	50	12.5	72	18	96	24	182	45.5	1.98	1.066	49.4	نادراً
4 لوحات الطرق	169	42.3	114	28.5	72	18	45	11.2	3.02	1.027	75.5	أحياناً
5 المواقع الإلكترونية	189	47.2	131	32.8	47	11.8	33	8.2	3.19	0.941	79.8	أحياناً
6 المطبوعات واليوسترات	91	22.8	132	33	100	25	77	19.2	2.59	1.041	64.9	أحياناً
7 الفيس بوك	196	49	96	24	41	10.2	67	16.8	3.05	1.124	76.3	أحياناً
8 إكس	58	14.5	87	21.8	62	15.5	193	48.2	2.03	1.133	50.7	نادراً
9 الواتس أب	111	27.8	92	23	94	23.5	103	25.7	2.53	1.150	63.2	أحياناً
10 التليجرام	78	19.5	80	20	86	21.5	156	39	2.20	1.155	55	نادراً
11 أنستجرام	93	23.2	79	19.8	76	19	152	38	2.28	1.196	57.1	نادراً
12 اسناب شات	52	13	60	15	72	18	216	54	1.87	1.094	46.8	نادراً
13 الأسرة	78	19.5	83	20.8	96	24	143	35.7	2.24	1.136	56	نادراً

1	الأصدقاء والأقارب	76	19	127	31.8	102	25.5	95	23.7	2.46	1.052	61.5	نادراً
4													
1	مندوب الشركة والمُسوقين	92	23	121	30.2	91	22.8	96	24	2.52	1.092	63.1	أحياناً
5													

يتضح من الجدول أن متوسطات تعرض الجمهور لإعلانات المحافظ الإلكترونية في الوسائل الاتصالية تتراوح بين (1.87 و 3.19) مما يشير إلى أن الجمهور (عينة الدراسة) يتعرض لمختلف الوسائل الاتصالية بدرجات متفاوتة، وقد كان ترتيب الوسائل الاتصالية لدى الجمهور في متابعة إعلانات المحافظ الإلكترونية كالتالي:

. جاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.19) وجاء الفيس بوك في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.05)، ويشير هذا إلى ما تتميز به المواقع الإلكترونية أو الفيسبوك من خصائص عديدة ومتنوعة ومتجددة مثل سهولة الاستخدام والشهرة، وإمكانية نشر الإعلانات فيها بدقة عالية، واستخدامها لأساليب أخرى مثل تحديد الفئة أو المنطقة التي يراد نشر الإعلان فيها، وهذا ما توصلت إليه دراسة (الخولي، 2019: 644).

بينما جاءت المواقع (التليجرام . إكس . سناب شات) في آخر الوسائل الاتصالية التي يتابع الجمهور اليمني (عينة الدراسة) لمتابعة إعلانات المحافظ الإلكترونية، حيث جاءت متوسطاتها بالترتيب (2.20 و 2.03 و 1.87)

جدول رقم (5) توزيع الجمهور طبقاً لأنواع المحافظ الإلكترونية التي تعرضوا لها من خلال وسائل الاتصال

أنواع المحافظ	معدل التعرض	تعرض دائماً		تعرض أحياناً		تعرض نادراً		لم أتعرض إطلاقاً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	التقدير
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
1	محفظة موبايل موني	121	30.2	141	35.2	75	18.8	63	15.8	2.80	1.041	70	أحياناً
2	محفظة كاش	102	25.5	127	31.8	77	19.2	94	23.5	2.59	1.107	64.8	أحياناً

3	محفظة ون كاش	137	34.2	122	30.5	63	15.8	78	19.5	2.80	1.114	69.9	أحياناً
4	محفظة جوالي	158	39.5	103	25.8	67	16.7	72	18	2.87	1.126	71.7	أحياناً
5	محفظة فلوسك	100	25	126	31.5	83	20.8	91	22.7	2.59	1.096	64.7	أحياناً
6	خدمة التحويلات الفورية (ITS)	43	10.8	82	20.5	99	24.7	176	44	1.98	1.038	49.5	نادراً
7	محفظة سبأ كاش	57	14.2	94	23.5	107	26.8	142	35.5	2.17	1.066	54.1	نادراً
8	تطبيق محفظتي	75	18.8	113	28.2	103	25.8	109	27.2	2.39	1.077	59.7	نادراً
9	محفظة شامل موني	54	13.5	103	25.8	82	20.5	161	40.2	2.13	1.090	53.2	نادراً
10	محفظة يمن والت	52	13	99	24.8	77	19.2	172	43	2.08	1.093	52	نادراً
11	محفظة إم فلوس	164	41	127	31.8	52	13	57	14.2	3.00	1.055	74.9	أحياناً

تشير بيانات الجدول إلى أن متوسطات أنواع المحافظ الإلكترونية التي يتعرض الجمهور اليمني لإعلاناتها من خلال وسائل الاتصال تتراوح بين (1.98 و 3.00) مما يشير إلى أن الجمهور اليمني (عينة الدراسة) يتعرض لإعلانات المحافظ بدرجات متفاوتة، وقد كان ترتيب المحافظ الإلكترونية التي يتعرض الجمهور اليمني لإعلاناتها كالتالي:

جاءت محفظة (إم فلوس) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.00) كما جاءت محفظة (جوالي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.87) وجاءت محفظتي (ون كاش وموبايل موني) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.80)، ويشير هذا إلى أهمية الخدمات التي تقدمها هذه المحافظ لعملائها، وإلى ما تتميز به خصائص، والتي من أهمها (السهولة في التعامل، والسرعة، والأمان، والتغطية لمختلف محافظات الجمهورية)، وفي مقابل ذلك نجد أن المحافظ الإلكترونية (شامل موني، يمن والت، خدمة التحويلات الفورية) قد جاءت في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي على التوالي (2.13، 2.08، 1.98) ويمكن أن نعزو ذلك إلى ضعف الحملات الترويجية والتسويقية التي تقوم بها، والتي أثرت على مستوى معرفة الجمهور اليمني (عينة الدراسة) بها مما أدى إلى عدم اهتمامه بها.

جدول رقم (6) توزيع الجمهور طبقاً لدرجة لمستوى ثقتهم في إعلانات المحافظ الإلكترونية

العبارة	درجة الثقة		اثق بدرجة عالية		اثق بدرجة متوسطة		اثق بدرجة منخفضة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	التقدير اللفظي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	إعلانات المحافظ الإلكترونية تتضمن معلومات عن جودة المحفظة الإلكترونية	106	26.5	240	60	54	13.5	2.13	0.620	71	متوسط	
2	إعلانات المحفظة الإلكترونية توضح الخدمات التي تقدمها المحفظة لعملائها	143	35.8	205	51.2	52	13	2.23	0.661	74.3	متوسط	
3	إعلانات المحفظة الإلكترونية تعرفني الطريقة الصحيحة لاستخدام المحفظة	157	39.2	184	46	59	14.8	2.25	0.694	74.8	متوسط	
4	إعلانات المحفظة الإلكترونية تشرح لي مميزات المحفظة عن غيرها من وسائل الدفع الأخرى	166	41.5	180	45	54	13.5	2.28	0.688	76	متوسط	
5	إعلانات المحافظ الإلكترونية تتضمن معلومات عن سرعة وسهولة عمليات الدفع والتحويل التي تقدمها المحفظة مقارنة بغيرها	161	40.2	180	45	59	14.8	2.26	0.697	75.1	متوسط	
6	يوضح لي إعلان المحفظة الإلكترونية النطاق الجغرافي الواسع للخدمات التي تقدمها المحفظة	150	37.5	178	44.5	72	18	2.20	0.720	73.2	متوسط	
7	إعلانات المحفظة الإلكترونية تشرح لي طرق إيداع الأموال في المحفظة بطريقة آمنة	172	43	163	40.8	65	16.2	2.27	0.723	75.6	متوسط	
درجة الثقة بشكل إجمالي												
								2.23	0.686	74.3	متوسط	

توضح بيانات الجدول أن مستوى ثقة أفراد عينة الدراسة في إعلانات المحافظ الإلكترونية بشكل إجمالي متوسطة، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات التي تقيس ثقتهم في إعلانات المحافظ (2.23)، وقد كانت أبرز العبارات التي تقيس الثقة في إعلانات المحافظ الإلكترونية أنها تشرح مميزات المحفظة من غيرها من وسائل الدفع الأخرى بمتوسط حسابي (2.28)، تلاها عبارة أنها تشرح طرق إيداع الأموال في المحفظة بطريقة آمنة بمتوسط حسابي (2.27) وفي المرتبة الثالثة تأتي عبارة أنها تتضمن معلومات عن سرعة وسهولة عمليات الدفع والتحويل التي تقدمها المحفظة بمتوسط حسابي (2.26) ثم تتابعت بعد ذلك عبارات قياس الثقة في (أنها تعرفني الطريقة الصحيحة لاستخدام المحفظة، وكذلك توضح الخدمات التي تقدمها المحفظة والنطاق الجغرافي لتلك الخدمات أو المعلومات التي توضح جودة المحفظة).

ويلاحظ الباحث أن المتوسطات الحسابية للعبارات التي تقيس مستوى الثقة في الإعلانات وما تقدمه من محتوى قد جاءت متقاربة، وكذلك الوزن المئوي للعبارات، مما يدل على أهميتها لدى العملاء بشكل عام، وأنها تلبي احتياجات العملاء من المعرفة الشاملة لكل ما يتعلق بالمحافظ الإلكترونية سواءً من حيث الخدمات التي تقدمها أو المميزات التي تتميز بها.

جدول رقم (7) توزيع الجمهور طبقاً لدوافع متابعتهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية في

الوسائل الاتصالية

الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	التقدير اللفظي
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
1	265	66.2	124	31	11	2.8	2.64	0.536	87.8	موافق
2	261	65.2	119	29.8	20	5	2.60	0.583	86.7	موافق
3	254	63.5	125	31.3	21	5.2	2.58	0.591	86.1	موافق
4	214	53.5	137	34.2	49	12.3	2.41	0.699	80.4	موافق

										والابتكارات في المجال المصرفي الرقمي
5	265	66.2	99	24.8	36	9	2.57	0.653	85.7	موافق
6	301	75.2	80	20	19	4.8	2.71	0.551	90.1	موافق
7	208	52	159	39.8	33	8.2	2.44	0.642	81.3	موافق
8	158	39.5	191	47.7	51	12.8	2.27	0.672	75.6	محايد
9	142	35.5	146	36.5	112	28	2.08	0.794	69.2	محايد
10	142	35.5	165	41.3	93	23.2	2.12	0.758	70.8	محايد
11	119	29.8	113	28.2	168	42	1.88	0.839	62.6	محايد
المتوسط العام للدوافع										موافق

تبين بيانات الجدول أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهًا إيجابيًا نحو العبارات التي تعبر عن دوافع متابعتهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية، حيث يشير المتوسط العام لتلك الدوافع إلى (2.39)، وقد كان ترتيب تلك الدوافع على النحو التالي:

جاء دافع (معرفة الطريقة الآمنة للاحتفاظ بالأموال بدلاً من حملها) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.71)، وجاء دافع (معرفة الخدمات التي تقدمها المحفظة الإلكترونية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.64)، كما جاء دافع (فهم المزايا التي توفرها المحافظ الإلكترونية) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.60)، ثم تتابعت الدوافع والتي منها ما يتعلق بطريقة عمل المحفظة والوسيلة المناسبة للدوافع، وأهم التطورات في القطاع المصرفي وآخرها الدوافع الطقوسية كالتعود على متابعة الإعلانات والتسلية وغيرها.

وما يلاحظه الباحث في هذه الدوافع أنها تتقارب في نتائجها مع الجدول السابق الذي يقيس مستوى الثقة في الإعلانات، حيث نجد في هذا الجدول أن أكثر الدوافع للمتابعة

كانت لمعرفة المميزات لتلك المحافظ والخدمات التي تقدمها، وكذلك كانت عبارات جدول الثقة التي ركزت على أهمية الخدمات والمميزات في تعزيز الثقة لدى المبحوثين، وتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة كدراسة (عمر، 2023) و(البيان، 2022) وغيرها من أهمية جودة الخدمات المصرفية وما تتميز به المحافظ الإلكترونية مما يعزز الثقة لتلك المحافظ لدى العملاء، كما يلاحظ الباحث أن الدوافع المعرفية جاءت في المراتب الأولى لأهميتها بالنسبة للمبحوث، وتأخرت الدوافع الطقوسية والمتمثلة في التسلية والتعود على مشاهدة الإعلانات، مما يدل على أهمية الإعلانات وما تقدمه من معلومات قيمة للمبحوثين فيما يخص المحافظ الإلكترونية.

جدول رقم (8) توزيع الجمهور طبقاً لمراحل تبني المحافظ الإلكترونية

العبارة	الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	التقدير اللفظي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	فهمت أهمية المحافظ الإلكترونية	71.5	286	25.5	102	3	12	2.69	0.526	89.5	موافق
2	تعرفت على أنواع المحافظ الإلكترونية	66.8	267	26.5	106	6.7	27	2.60	0.613	86.7	موافق
3	بدأت أفكر في استخدام المحفظة الإلكترونية	61.2	245	30	120	8.8	35	2.53	0.652	84.1	موافق
4	قمت بالبحث على أهم الخدمات التي تقدمها المحافظ الإلكترونية	49.8	199	37	148	13.2	53	2.37	0.706	78.9	موافق
5	قمت بمتابعة إعلانات المحافظ في مختلف الوسائل الاتصالية لمعرفة خصائصها ومميزاتها	36.5	146	45.7	183	17.8	71	2.19	0.713	72.9	محايد
6	بدأت أقارن بين المحافظ الإلكترونية التي تقدمها الإعلانات	43.3	173	42.5	170	14.2	57	2.29	0.702	76.4	محايد
7	قمت بالتواصل مع قسم الخدمات بالبنك المصرفي لمعرفة طريقة فتح محفظة إلكترونية	35.2	141	37.8	151	27	108	2.08	0.786	69.4	محايد
8	ذهبت للبنك المصرفي لفتح محفظة إلكترونية بعد مشاهدة إعلاناتها في	33	132	41.5	166	25.5	102	2.08	0.762	69.2	محايد

										وسائل الاتصال	
موافق	77.8	0.706	2.34	13.8	55	39	156	47.2	189	9	سأستمر في التعامل مع البنوك التي لديها محافظ إلكترونية
محايد	71.4	0.785	2.14	24.7	99	36.5	146	38.8	155	10	سأعمل على الترويج للمحفظة الإلكترونية بين أفراد المجتمع
موافق	77.6	0.695	2.33	المتوسط العام للعبارات							

تشير بيانات الجدول السابق إلى مراحل تبني المحافظ الإلكترونية كما يراها الجمهور اليمن (عينة الدراسة)، والتي يمكن شرحها إجمالاً بأن الجمهور (عينة الدراسة) أبدوا اتجاهًا يميل إلى الإيجابية تجاه العبارات التي تعبر عن مراحل التبني للمحافظ الإلكترونية، حيث جاء المتوسط العام لعبارات التبني (2.33)، وتفضيلاً جاءت مراحل التبني كالاتي:

المرحلة الأولى (مرحلة الوعي بالفكرة) وتمثلت في العبارتين (فهم أهمية المحافظ الإلكترونية والتعرف على أنواع المحافظ الإلكترونية) وقد جاءتا في المرتبتين الأولى والثانية بمتوسط حسابي على التوالي (2.69 و 2.60)، كما تمثلت المرحلة الثانية (مرحلة الاهتمام) في العبارتين (بدأت أفكر في استخدام المحفظة الإلكترونية وقمت بالبحث على أهم الخدمات التي تقدمها المحافظ الإلكترونية) وقد جاءتا في المرتبتين الثالثة والرابعة بمتوسط حسابي على التوالي (2.53 و 2.37)، كما تمثلت مرحلة اتخاذ القرار والتقييم في العبارتين (قمت بمتابعة إعلانات المحافظ في مختلف الوسائل الاتصالية لمعرفة خصائصها ومميزاتها وبدأت أقارن بين المحافظ الإلكترونية التي تقدمها الإعلانات) بينما تمثلت مرحلة التجريب في العبارتين (قمت بالتواصل مع قسم الخدمات بالبنك المصرفي لمعرفة طريقة فتح محفظة إلكترونية و ذهبت للبنك المصرفي لفتح محفظة إلكترونية بعد مشاهدة إعلاناتها في وسائل الاتصال) وأخيراً جاءت مرحلة التبني في العبارتين (سأستمر في التعامل مع البنوك التي لديها محافظ إلكترونية و سأعمل على الترويج للمحفظة الإلكترونية بين أفراد المجتمع).

والملاحظ من نتائج الجدول أن التبني للمحافظ الإلكترونية يؤثر فيه عوامل أخرى غير الإعلانات كتأثير العوامل الاجتماعية مثل الجماعات المرجعية والأصدقاء وغيرها، حيث نجد في نتائج الجدول رقم (4) أن الأصدقاء والأقارب قد سبق بعض الوسائل الاتصالية الأخرى كمنصة إكس وغيرها، كما نجد من الجدول رقم (6) والذي يوضح مستوى ثقة المبحوثين في إعلانات المحافظ الإلكترونية أن الثقة في الإعلانات جاءت بشكل إجمالي متوسط، ويدل هذا على تأثير العوامل الأخرى غير التعرض للإعلانات سواء في الوسائل التقليدية أو الحديثة.

جدول رقم (9) توزيع الجمهور طبقاً لدرجة رضاهم عن إعلانات المحافظ الإلكترونية

العبارة	الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	التقدير اللفظي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	المعلومات الواردة في إعلانات المحافظ الإلكترونية تلبّي رغبتني في معرفة المحافظ الإلكترونية	55	220	37.5	150	7.5	30	2.48	0.633	82.5	موافق
2	المعلومات الواردة في إعلانات المحافظ الإلكترونية تشعّرنني بالارتياح لخدمة المحفظة الإلكترونية وتحفّزنني لاستخدامها	46.8	187	43.7	175	9.5	38	2.37	0.652	79.1	موافق
3	تستخدم إعلانات المحافظ الإلكترونية أشكالاً متنوعة في عرض المحافظ وخدماتها	52.5	210	36.3	145	11.2	45	2.41	0.684	80.4	موافق
4	النص الإعلاني الذي تقدمه إعلانات المحافظ الإلكترونية يعطيني معلومات كاملة عن خدمات المحافظ	39.5	158	45.5	182	15	60	2.25	0.697	74.8	محايد
5	أساليب الإخراج في إعلانات المحافظ الإلكترونية جذابة ومتميزة	44.2	177	44.8	179	11	44	2.33	0.666	77.7	محايد
درجة الرضا عن إعلانات المحافظ بشكل إجمالي											
								2.38	0.671	79.27	موافق

توضح بيانات الجدول أن درجة رضا أفراد عينة الدراسة عن إعلانات المحافظ الإلكترونية بشكل إجمالي يميل إلى الإيجابية، حيث بلغ المتوسط العام للعبارة التي تقيس درجة رضاهم عن إعلانات المحافظ (2.38) وقد جاء ترتيب عبارات درجة الرضا كالآتي:

جاء في المرتبة الأولى (تلبية رغبتني في معرفة المحافظ الإلكترونية) بمتوسط حسابي (2.48)، كما جاء في المرتبة الثانية (استخدام إعلانات المحافظ أشكالاً متنوعة في عرض المحافظ وخدماتها) بمتوسط حسابي (2.41).

ويرى المحبوثون أن شعورهم بالراحة لخدمة المحافظ الإلكترونية بعد متابعة إعلاناتها يعتبر مهماً لرضاهم عن تلك الإعلانات، حيث جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.37) بالإضافة إلى أن (أساليب الإخراج المميزة والنص الإعلان الذي يعطي معلومات كاملة عن خدمات المحافظ الإلكترونية) من النقاط المهمة التي لها دور في تكوين الرضا عن تلك الإعلانات، حيث جاءت بمتوسط حسابي على التوالي (2.33 و 2.25).

ويرى الباحث من خلال النتائج لهذا الجدول أن النقاط الرئيسة التي يركز عليها المحبوثون والتي ترفع مستوى رضاهم عن إعلانات المحافظ الإلكترونية هي المعلومات المتعلقة بالمحافظ كالخدمات التي تقدمها والأشكال المميزة التي تستخدمها في تصميم الإعلانات والتي من شأنها أن ترفع مستوى الرضا عن تلك الإعلانات، كما أن أساليب الإخراج للإعلانات والمحتوى المتكامل للمعلومات جاءت في مراحل متأخرة مما يدل على أن إعلانات المحافظ الإلكترونية تحتاج إلى استخدام أساليب أخرى أكثر احترافية، وأن عليها الاستفادة من خبرات الآخرين في هذا المجال.

جدول رقم (10) توزيع الجمهور طبقاً لاتجاههم نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية

العبارة	الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	التقدير اللفظي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	تزيد من اهتمامي ورغبتني في استخدام المحفظة الإلكترونية	66.3	265	28.5	114	5.2	21	2.61	0.586	87	موافق
2	ترفع لدي مستوى الثقة في استخدام المحفظة الإلكترونية	53.3	213	38.5	154	8.2	33	2.45	0.643	81.7	موافق
3	توضح لي مستوى الأمان في استخدام المحفظة الإلكترونية	57.8	231	35.2	141	7	28	2.51	0.625	83.6	موافق
4	توضح لي مستوى الراحة في التعاملات المالية عند استخدام المحافظ الإلكترونية	59.7	239	32.8	131	7.5	30	2.52	0.633	84.1	موافق
5	تمكنني من كيفية استخدام المحافظ الإلكترونية	58.5	234	34.3	137	7.2	29	2.51	0.629	83.8	محايد
6	تتميز بالابتكار في عرض خدمات المحافظ الإلكترونية	51.5	206	37	148	11.5	46	2.40	0.686	80	موافق

7	التصاميم المستخدمة فيها احترافية	179	44.8	180	45	41	10.2	2.35	0.657	78.2	موافق
8	إعلانات المحافظ الإلكترونية تتميز بالمصداقية	163	40.8	184	46	53	13.2	2.28	0.682	75.9	محايد
اتجاه الجمهور نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية											
								2.45	0.683	81.8	موافق

تشير بيانات الجدول إلى أن أفراد عينة الدراسة أبدوا اتجاهًا إيجابيًا نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية بشكل إجمالي، حيث جاء المتوسط الحسابي لمجموع تلك العبارات (2.45)، وبشكل تفصيلي نرى من بيانات الجدول أن المبحوثين يبنون اتجاهاتهم نحو إعلانات المحافظ الإلكترونية من حيث الجوانب الآتية:

أولاً: زيادة الاهتمام والرغبة في استخدام المحفظة بمتوسط حسابي (2.61)، تلى ذلك توضيح مستوى الراحة في التعاملات المالية عند استخدامها بمتوسط حسابي (2.52)، ثم جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.51) توضيح مستوى الأمان في استخدام المحفظة وأنها تمكن المبحوث من كيفية استخدام المحفظة، كما جاء بعد ذلك رفع مستوى الثقة في استخدام المحفظة بمتوسط حسابي (2.45) وأخيراً جاء التميز بالابتكار في عرض خدمات المحافظ، والتصاميم الاحترافية، والمصداقية بمتوسط حسابي على التوالي (2.40 و 2.35 و 2.28)، ويلاحظ الباحث من خلال النتائج للجدول ما يلي:

1/ أن تكوين الاتجاه الذي يميل نحو الإيجابية تجاه إعلانات المحافظ جاء من اهتمام تلك الإعلانات بالتعريف بالمحافظ، وطريقة استخدامها، وإبراز الخدمات التي تقدمها لمستخدميها.

2/ أن النتائج تشير إلى أن إعلانات المحافظ تفتقر إلى استخدام التصاميم الاحترافية، ويغيب عنها الابتكار في طرق العرض لخدمات المحافظ، ولذا نرى أنها جاءت متأخرة في ترتيبها لدى المبحوثين، وهذا ما يتفق ما نتائج الجدول السابق الذي أشار

إلى افتقار الإعلانات إلى أساليب إخراج جذابة، حيث جاءت عباراتها متأخرة في ترتيب المبحوثين لما يرفع مستوى رضاهم عن تلك الإعلانات.

3/ أن درجة المصادقية للإعلانات لدى المبحوثين متوسطة كما أنها جاءت في الترتيب الأخير لتكوين الاتجاه نحو تلك الإعلانات، وهذا ما جعل الثقة والرضا في الجداول السابقة متوسطة وليست في مستويات عالية، كما أنها تتفق مع بعض نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن من أسباب عدم الشراء بعد متابعة إعلانات مواقع التواصل هو عدم مصداقيتها واعتبارها كاذبة (الخولي، 2019: 656).

جدول رقم (11) توزيع الجمهور طبقاً لاستجاباتهم السلوكية بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية

العبارة	الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	التقدير اللفظي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	قمت بالبحث عن المعلومات المتعلقة بالمحافظ الإلكترونية لدى الأصدقاء وذوي الخبرة	50.5	142	35.5	56	14	2.37	0.716	78.8	موافق	موافق
2	قمت بمشاركة إعلانات المحافظ الإلكترونية مع الآخرين	52.5	156	39	34	8.5	2.44	0.646	81.3	موافق	موافق
3	قمت بتصفح المواقع الإلكترونية لجمع المعلومات عن المحافظ الإلكترونية وطريقة استخدامها	57.5	135	33.7	35	8.8	2.49	0.653	82.9	موافق	موافق
4	أوصي الآخرين باستخدام المحافظ الإلكترونية	57.8	135	33.7	34	8.5	2.49	0.649	83.1	موافق	موافق
5	قررت الاستمرار في استخدام المحافظ الإلكترونية مستقبلاً	54	155	38.8	29	7.2	2.47	0.628	82.3	موافق	موافق
6	ذهبت للبنك لفتح محفظة الكترونية بعد مشاهدتي لإعلانات	36	144	39.8	159	24.2	2.12	0.768	70.6	محايد	محايد

7	المحافظ الإلكترونية أقرأ التعليقات لمعرفة آراء الآخرين عن إعلانات المحافظ الإلكترونية	179	44.8	150	37.5	71	17.7	2.27	0.744	75.7	محايد
8	قمت بالتعليق على إعلانات المحافظ الإلكترونية	116	29	177	44.2	107	26.8	2.02	0.747	67.4	محايد
درجة الاستجابة السلوكية للجمهور بشكل إجمالي											
								2.33	0.694	77.76	موافق

يتبين من بيانات الجدول أن درجة الاستجابة السلوكية لأفراد عينة الدراسة بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية تميل إلى الإيجابية بشكل إجمالي، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات التي تقيس درجة استجابة الجمهور (2.33)، وقد جاء ترتيب عبارات الاستجابة كالآتي:

جاء تصفح المواقع الإلكترونية لجمع المعلومات عن المحافظ وطريقة استخدامها، وتوصية الآخرين باستخدام المحافظ في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.49)، كما جاء الاستمرار في استخدام المحافظ الإلكترونية مستقبلاً في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.47)، وجاءت مشاركة إعلانات المحافظ الإلكترونية مع الآخرين في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.44)، وتتابع بعد ذلك طرق الاستجابة السلوكية في القيام بالبحث عن المعلومات المتعلقة بالمحافظ لدى الأصدقاء وأصحاب الخبرة، ثم قراءة التعليقات، وجاء في آخر تلك الطرق (الذهاب للبنك لفتح محفظة إلكترونية والتعليق على إعلانات المحافظ الإلكترونية) ، ويعلق الباحث على نتائج الجدول أن درجة الاستجابة السلوكية للمبجوثين بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية جاءت متفقة مع نتائج ما توصلت إليه الجداول السابقة، وأنها تأثرت ببعض العوامل مثل عدم الابتكار والتميز في استخدام كل ما هو جديد من وسائل التأثير لجذب أفراد العينة لمتابعة الإعلانات.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول:

توجد علاقة دالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحفظة الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمينية واستجاباتهم السلوكية نحوها.

جدول رقم (12) العلاقة بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحفظة الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية واستجابتهم السلوكية نحوها

الاستجابة السلوكية		حجم التعرض
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
دال إحصائياً	0.024	0.112
تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية واستجابتهم السلوكية نحوها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.112) عند مستوى معنوية (0.024)، وهذا ما يؤكد أن العلاقة إيجابية طردية بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية واستجابتهم السلوكية نحوها، أي كلما زاد التعرض لإعلانات المحافظ كلما زادت الاستجابة السلوكية نحو تلك المحافظ، وهذا يشير إلى الدور الذي تقوم به الإعلانات عن المحافظ الإلكترونية، إلا أنه ينبغي الإشارة إلى أن الاستجابة السلوكية لدى المبحوثين لا تتولد من خلال الإعلانات فقط، بل هناك عوامل أخرى تولد تلك الاستجابة مثل تأثير الجماعات المرجعية كالأصدقاء والاسرة وغيرهم

الفرض الثاني:

توجد علاقة دالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في إعلانات المحافظ الإلكترونية وما تقدمه من معلومات واستجابتهم السلوكية نحوها.

جدول رقم (13) العلاقة بين مستوى الثقة في إعلانات المحافظ الإلكترونية واستجابتهم نحوها

الاستجابة السلوكية		مستوى الثقة
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
دال إحصائياً	0.000	0.246
مستوى ثقة المبحوثين في المعلومات التي تقدمها إعلانات المحافظ		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في إعلانات المحافظ الإلكترونية وما تقدمه من معلومات واستجابتهم السلوكية نحوها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.246) عند

مستوى معنوية (0.000)، أي أنه كلما كانت ثقة المبحوثين في إعلانات المحافظ الإلكترونية عالية كلما زادت استجابتهم السلوكية بعد تعرضهم لتلك الإعلانات والعكس.

الفرض الثالث:

توجد فروق دالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحفظة الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية وفقاً (للنوع / للمستوى العمري / للمستوى التعليمي / للمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (14) الفروق بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية وفقاً للعوامل

الديموغرافية

حجم التعرض	البيانات الديموغرافية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F أو T	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدالة الإحصائية
حجم التعرض لإعلانات المحافظ الإلكترونية	ذكر	215	4.41	1.235	4.544	398	0.000	دال إحصائياً
	أنثى	185	3.81	1.349				
	من 20 إلى أقل من 30 سنة	153	4.24	1.332	2.088	396	0.101	غير دالة إحصائياً
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	165	4.19	1.352				
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	59	3.86	1.224				
	50 سنة فأكثر	23	3.70	1.323				
	أقل من الثانوية	19	4.32	1.376	0.400	396	0.753	غير دالة إحصائياً
	ثانوية أو ما يعادلها	48	4.13	1.347				
	مؤهل جامعي	289	4.15	1.308				
	دراسات عليا	44	3.95	1.397				

غير دالة إحصائياً	0.579	397	0.547	1.339	4.18	265	منخفض
				1.311	4.03	111	متوسط
				1.323	4.08	24	مرتفع

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث حجم تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة اليمنية، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (4.544) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) ودرجة حرية (398)، أي أن نوع المبحوثين يؤثر على تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية، وقد جاءت الفروق لصالح الذكور، ويمكن تفسير ذلك بأن الذكور في مجتمعنا أكثر متابعة للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. كما تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (المستوى العمري . المستوى التعليمي . المستوى الاقتصادي) للمبحوثين من حيث حجم تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية في وسائل الاتصال، حيث بلغت قيمة (F) على التوالي (2.088 و 0.400 و 0.547) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عن مستوى معنوية (0.101 و 0.753 و 0.579) ودرجتي حرية (396 و 397).

الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الجمهور في الاستجابات السلوكية بعد تعرضه لإعلانات المحافظ الإلكترونية التي تقدمها البنوك وشركات الصرافة اليمنية تعزى (للنوع / للمستوى العمري / للمستوى التعليمي / للمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (15) الفروق بين استجابات الجمهور بعد تعرضه لإعلانات المحافظ الإلكترونية وفقاً

للعوامل الديموغرافية

الاستجابات السلوكية	البيانات الديموغرافية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F أو T	درجة الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة الإحصائية
الاستجابات السلوكية	ذكر	215	2.52	0.595	0.809	398	0.419	غير دال إحصائياً
	أنثى	185	2.46	0.676				

غير دالة إحصائياً	0.645	396	0.555	0.608	2.52	153	من 20 إلى أقل من 30 سنة
				0.631	2.50	165	من 30 إلى أقل من 40 سنة
				0.698	2.41	59	من 40 إلى أقل من 50 سنة
				0.662	2.43	23	50 سنة فأكثر
غير دالة إحصائياً	0.938	396	0.137	0.513	2.53	19	أقل من الثانوية
				0.651	2.46	48	ثانوية أو ما يعادلها
				0.635	2.50	289	مؤهل جامعي
				0.663	2.45	44	دراسات عليا
غير دالة إحصائياً	0.124	397	2.095	0.628	2.50	265	منخفض
				0.668	2.42	111	متوسط
				0.464	2.71	24	مرتفع

توضح بيانات الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من حيث استجاباتهم السلوكية بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية في وسائل الاتصال، حيث بلغت قيمة $T (0.809)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عن مستوى معنوية (0.419) ودرجة حرية (398) .

كما توضح البيانات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (المستوى العمري . المستوى التعليمي المستوى الاقتصادي) للمبحوثين من حيث استجاباتهم السلوكية بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الإلكترونية في وسائل الاتصال، حيث بلغت قيمة (F) على التوالي (0.555) و (0.137) و (2.095) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عن مستوى معنوية (0.645) و (0.938) و (0.124) ودرجتي حرية (396) و (397) .

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها ما يلي:

1- جاء أعلى معدل لتعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية بدرجة مرتفعة ونسبة 37%، بينما جاء في المرتبة الثانية التعرض المتوسط بنسبة 37%، ثم التعرض المنخفض في المرتبة الثالثة بنسبة 29%.

2- جاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي 3.19 بين الوسائل الاتصالية التي يتعرض أفراد عينة الدراسة من خلالها على إعلانات المحافظ الإلكترونية، يليها الفيس بوك في المرتبة الثانية بمتوسط 3.05، بينما جاء التليجرام وسناب شات وإكس في المراتب الأخيرة.

3- تصدرت محفظة (إم فلوس) أنواع المحافظ الإلكترونية التي يتعرض المبحوثون لإعلاناتها بمتوسط حسابي 3.00، كما جاءت محفظة (جوالي) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.87، وفي المرتبة الثالثة محفظة (ون كاش وموبايل موني).

4- أبدى أفراد العينة ثقة متوسطة في إعلانات المحافظ الإلكترونية بشكل عام، وجاءت عبارات شرح مميزات المحفظة وطرح إيداع الأموال في المحفظة أبرز العبارات التي كونت ثقتهم بتلك الإعلانات.

5- يرى أفراد العينة أن معرفة الطريقة الآمنة للاحتفاظ بأموالهم هي أبرز دوافعهم لمتابعة إعلانات المحافظ بمتوسط 2.71، كما جاء في المرتبة الثانية دافع معرفة الخدمات التي تقدمها المحافظ الإلكترونية بمتوسط 2.64، وجاء دافع فهم المزايا التي توفرها المحافظ الإلكترونية في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.60.

6- أظهرت النتائج أن أفراد العينة أبدوا اتجاهًا يميل إلى الإيجابية نحو مراحل التبرني للمحافظ الإلكترونية، وقد جاء فهم أهمية المحافظ الإلكترونية في المرتبة الأولى بمتوسط 2.69، كما جاء التعرف على أنواع المحافظ الإلكترونية في المرتبة الثانية بمتوسط 2.60.

7- توصلت نتائج الدراسة إلى أن درجة رضا المبحوثين عن إعلانات المحافظ الإلكترونية إيجابية بشكل إجمالي، وقد جاء في المرتبة الأولى تلبية الرغبة في معرفة المحافظ بمتوسط 2.48، وفي المرتبة الثانية استخدام الإعلانات لأساليب جذب

متميزة نحو تلك الإعلانات بمتوسط 2.43، وجاء استخدام الأشكال المتنوعة في عرض خدمات المحافظ في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.41.

8- اتضح من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن درجة الاستجابة السلوكية لأفراد العينة بعد تعرضهم لإعلانات المحافظ الالكترونية يميل إلى الإيجابية بشكل عام، وقد جاء تصفح المواقع الالكترونية لجمع المعلومات عن المحافظ، وتوصية الآخرين باستخدام المحافظ في المرتبة الأولى بمتوسط 2.49، كما جاء في المرتبة الثانية موافقة العينة على الاستمرار في استخدام المحافظ مستقبلاً بمتوسط 2.47، بينما جاء مشاركة الإعلانات مع الآخرين في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.44.

9- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الإلكترونية للبنوك وشركات الصرافة واستجابتهم السلوكية نحوها.

10- نات المحافظ الالكترونية واستجابتهم نحوها، أي كلما زاد مستوى الثقة في الإعلانات كلما زادت الاستجابة لإعلانات تلك المحافظ.

11- توجد فروق ذات دلالة احصائية جزئياً بين حجم تعرض المبحوثين لإعلانات المحافظ الالكترونية وخصائصهم الديموغرافية، كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة السلوكية للجمهور بعد تعرضه لإعلانات المحافظ الالكترونية وخصائصهم الديموغرافية.

توصيات الدراسة:

1- تفادي التطبيقات للأخطاء التي تحصل أثناء تصميم التطبيق، والتي تؤدي أحياناً إلى عدم الاهتمام به، وذلك من خلال معرفة الأخطاء الفنية التي يقع فيها ووضع آليات عمل لإصلاحها وتفاديها.

2- العمل على كسب وتعزيز ثقة العملاء بالمحافظ الالكترونية من خلال استخدام برامج الحماية وتوفير أفضل الطرق للحفاظ على سرية معلومات العملاء وخصوصياتهم.

3- معرفة رغبات المستخدم في الخدمات التي تقدمها المحفظة من خلال إعداد الاستبيانات لمعرفة رغباتهم والتعرف على ملاحظاتهم واقتراحاتهم، ووضع آليات عمل لتلبية ما أمكن منها.

- 4- الاطلاع على تجارب المصارف العالمية والاستعانة بالأساليب والتوجهات التسويقية والترويجية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية للعملاء.
- 5- توفير مستلزمات البنية التحتية التقنية (وسائل وشبكات الاتصالات . وتقنيات تكنولوجيا المعلومات) التي تتميز بكفاءة عالية حتى يتمكن العملاء من الدخول بسهولة إلى شبكة الإنترنت، ويتيسر لهم استخدام الخدمات المصرفية بسهولة.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية

- 1- أبو جريش، جورج نهاد، وخشان، يوسف رشوان. (2004). المدخل إلى المصارف والإنترنت، اتحاد المصارف العربية، بيروت.
- 2- أبو زيد، ولاء سعيد. (2021). المحفظة الرقمية، صندوق النقد العربي، الإمارات العربية المتحدة.
- 3- أبو غريب، عثمان هاني محمد، و الخصاونة، محمد منصور فوز. (2022). أثر خدمات المحافظ الإلكترونية في الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1328824>
- 4- البناء، دعاء أحمد محمد. (2021). مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وآثارها (it Watch - Shahid - Netflix). المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج20، ع2، 479 - 559 . مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1180885>
- 5- البنان، أشواق حسن علي، عامر، أماني محمد، و أبو زيد، حمادة فوزي ثابت. (2022). أثر جودة الخدمة الإلكترونية على ولاء العملاء في ظل توسيط دور الرضا والثقة الإلكترونية بالتطبيق على شركات التأمين في مصر. مجلة الدراسات والبحوث التجارية، س42، ع1، 543 - 575.
- 6- الجهني، ليلي سعيد سويلم، والرحيلي، تغريد بنت عبدالفتاح. (2021). أفضل تقنيات التعليم الرقمية والعوامل المؤثرة في استمرارها خلال الفترة من 2007 حتى 2019 في ضوء نظرية نشر الابتكار. مجلة العلوم الإنسانية، ع8، 141 - 165. مسترجع من <http://Mandumah.com/Recrd/1132724>
- 7- الخولي & سحر عبد المنعم. (2019). تعرض طالبات الجامعات لإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بسلوكهن الشرائي. المجلة المصرية لبحوث الأعلام. 615-671، (68)، 2019،

8- الشهري، حنان بنت شعشوع. (1434هـ). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية - الفيس بوك وتويتر نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

9- الطراونة، محمد عيسى جراد، و ارتيمة، هاني جزاع عبدالكريم. (2016). الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تعزيز ولاء العملاء للمصارف: دراسة ميدانية على المصارف الإسلامية في الأردن (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من

Record/com.mandumah.search://h/862634

10- الطيب، عبد النبي عبد الله. (2014). فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، الجيزة، مصر.

11- العتيبي، هاجد بن عبد الهادي. (2022). المحافظ الإلكترونية - دراسة تأصيلية تطبيقية، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، عدد 27، 1-21.

12- المدارمة، حمزة عيد عايد، و السرحان، هابل فلاح مقداد. (2022). جودة الخدمات الرقمية في شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية وأثرها على رضا العملاء(رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق.

13- المزاهرة، منال هلال. (2012). نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان.

14- المعاينة، تالا هشام ماجد، سلوم، عادل أكرم راجي، و الخوالدة، عبير فريد عبدالله حميد. (2023). العوامل المؤثرة في استخدام المحافظ الإلكترونية لدى المواطنين في الأردن(رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

15- خليل، أمير علي. (2019). دور محفظة دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية دراسة تحليلية - العراق نموذجاً، مجلة الإدارة والاقتصاد، مجلد 8، العدد 3، العراق.

16- روجرز، إيفريت. (1991). الأفكار المستحدثة وكيف تنشر- ترجمة: سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة.

17- زيقم، سارة. (2015). دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة محمد خضير بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، الجزائر.

18- سعد، سماح محمد محمدي. (2015). (تأثير تعرض الجمهور المصري لإعلانات الفيسبوك على القرار الشرائي: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك). المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع2 -221، 284. مسترجع من

Record/com.mandumah.search://h/889832

19- سماح علي عبد العزيز حُميد. (2023). العوامل المؤثرة في تبني عملاء بنك التسليف التعاوني الزراعي للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية. مجلد5، ع1، 599-636.

- 20- عبدالحفيظ البحيري، ش. (2018). تعرض الشباب الجامعي للإعلانات الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و إتجاهاتهم نحوها. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*. 271-304, (13) 2018 ,
- 21- عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط4، عالم الكتب، القاهرة.
- 22- عبد الرحمن، يسعد، بو عبدالله، ودان، فريال، قيراط. (2021). دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، مجلد5، عدد 1، 399-413.
- 23- عبدالعزيز، صباح فضل محمد، و محمد، بكرى الطيب موسى. (2018). جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية واثرها على رضا العملاء بالتطبيق على بنك فيصل الاسلامي (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/986805>
- 24- عبيدات، لورين سليمان كليب، و شطناوي، زكريا سلامة عيسى. (2022). أثر خصائص المحافظ الإلكترونية في تعزيز التجارة الإلكترونية في الأردن: دراسة ميدانية من وجهة نظر عملاء شركات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال. جرش للبحوث والدراسات، مج 23، ع2، 3261 – 3294.
- 25- عرفة، أسامة محمد حسني، و وادي، رشدي عبداللطيف سلمان. (2022). أثر جودة خدمة المحافظ الإلكترونية على رضا العملاء في قطاع غزة: دراسة حالة Pay Jawwal رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
- 26- عمر، فادي طلال حسن، و خنفر، إياد عبدالإله. (2023). أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق ولاء العملاء في المصارف الإسلامية: الرضا كمتغير وسيط: دراسة ميدانية على عملاء البنك العربي الإسلامي- في مدينة عمان - الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزرقاء، الزرقاء.
- 27- عوض، أشرف محمد محمد إبراهيم. (2014). العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من قبل عملاء البنوك المصرية: دراسة تطبيقية على البنوك العامة وبنوك الاستثمار في القاهرة الكبرى. مجلة التجارة والتمويل، ع2، 161 - 192 . مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/666441>
- 28- غباشي، نيفين أحمد. (2023). تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع26، 465-518.
- 29- غنام، محمد الشريف. (2003). محفظة النقود الإلكترونية، دار النهضة العربية، مصر.

30- محمد عبدالحميد فرحان & ، أ. صادق عبدالحكيم الماوري. (2017). العوامل المؤثرة في تبني العملاء للخدمات المصرفية النقالة في البنوك اليمنية: دراسة حالة بنك التسليف التعاوني والزراعي كاك بنك-5, 19(19), *Queen Arwa University Journal*. 34.

31- مطاوع، سعد عبدالحميد عبدالحميد، و قرشم، علياء جمال الدين مصطفى. (2016) . العوامل المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية عبر التليفون المحمول: بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية . مجلة الدراسات والبحوث التجارية، س36، ع1. 324 - 291،

مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1180997>
32- مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسن. (2012). الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط10، القاهرة.

33- موصلي، إبراهيم. (2011). العوامل المؤثرة في سلوك العملاء تجاه الخدمات الإلكترونية للمصارف - دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة حلب، كلية الاقتصاد، سوريا.

34- نصار، دينا إبراهيم محمد، محمود، حنان حسين أحمد، و رجب، جيهان عبدالمنعم إبراهيم. (2021). العوامل المؤثرة على نية مستخدمي المحافظ الإلكترونية ودور النوع كعامل ديموغرافي معدل للعلاقة: دراسة ميدانية على مستخدمي المحافظ الإلكترونية في محافظة القاهرة. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع4، 55 - 88.

ثانياً: المراجع الإنجليزية

1. Abadi, H. R. D., Kabiry, N., & Forghani, M. H. (2013). Factors affecting Isfahanian mobile banking adoption based on the technology acceptance model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(5), 611.
2. Altarturi, B. H. M., Skafe, M. A., Owidat, S. N., & Aqabna, S. M. (2023). Exploring Factors Influencing the Intention of Using Electronic Wallets for Transaction Payments in Palestine. *Al Qasimia University Journal of Islamic Economics*, 3(2), 65-90
3. Aransyah, M. F., Roy, J., & Aprianti, Y. (2019). Innovation resistance and perceive novelty on e-wallet services. In *MICEB: Mulawarman International Conference on Economics and Business* (Vol. 2, No. 1, pp. 115-122).

4. Chi, H. H. (2011). Interactive digital advertising vs. virtual brand community: Exploratory study of user motivation and social media marketing responses in Taiwan. *Journal of interactive advertising*, 12(1), 44-61.
5. Curran, P. J., West, S. G., & Finch, J. F., The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. **Psychology Methods**, Vol.1, No.1, 1996, PP.16–29.
6. Deaton, T. (2002). *U.S. Enhanced Digital Wallet, Patent Application No. 09/874,745*.
7. Hair, J.F.; Black W.C.; Babin, B. J. and Anderson, R.E., **Multivariate Data Analysis**. Seventh Edition. Pearson New International Edition. USA, Pearson Education Limited (2014). P. 91,123.
8. Hamadi, C. (2010). The impact of quality of online banking on customer commitment. *Communications of the IBIMA*, 2010, 1-8.
9. Marinova-Kostova, K. (2017, June). Mobile wallet–functions, components and architecture. In *SECOND CONFERENCE ON INNOVATIVE TEACHING METHODS (ITM 2017) 28-29 JUNE 2017, VARNA* (Vol. 28,).
10. Muleravičius, J. (2019). *The e-wallet in an e-commerce system* (Doctoral dissertation, Kauno technologijos universitetas).
11. Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2020). Factors propelling the adoption of internet banking: the role of e-customer service, website design, brand image and customer satisfaction. *International Journal of Business Information Systems*, 33(4), 549-569.
12. Rao, S. R. (2015). E-WALLET–A ‘PAY’VOLUTION. *Business Dynamics–A Paradigm Shift in Policies for Sustainability*, 1-12.
13. Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th edition), New York: Free Press.
14. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2000). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River. J: *Prentice Hall*.
15. Tahtamouni, A. (2023). E-banking services and the satisfaction of customers in the Jordanian banks. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(6), 1037-1054.

16. Yadav, P. (2017). Active determinants for adoption of mobile wallet. *I-manager's Journal on Management*, 12(1), 7-14.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

1. <https://www.cacbank.com.ye/ar-YE/Contents/SubPage/Mobile%20Money>. بتاريخ 2024/4/15
2. <https://cash.com.ye/ar/%D9%85%D9%86-%D9%86%D8%AD%D9%86>. بتاريخ 2024/4/15
3. <https://onecashye.com/what-is-onecash/>. بتاريخ 2024/4/15
4. https://jawali.com.ye/upfiles/about/Jawali_File-02-08-2022-17821.pdf. بتاريخ 2024/4/14
5. <https://floosak.net/about-us/2024/5/14> في
6. <https://www.yk-bank.com/ar/Personal/e-wallet/wenet> بتاريخ 2024/5/14
7. <https://sabacash.com/> وكذلك <https://sabacash.com/ar/services/> بتاريخ: 2024/4/14م.
8. <http://mahfathati.com/>. بتاريخ: 2024/4/14م.
9. <https://www.sbyb.net/shamil-money>. بتاريخ: 2024/4/16م.
10. <https://apk.support/app-ar/com.s2m.yemenpost.customer.android> بتاريخ: 2024/4/16م.
11. <https://haz2017hakimwixsitecomhdigitalmarketing1.wordpress.com/about/>. بتاريخ: 2024/4/14م.

الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصات الاجتماعية وعلاقته بإنتاج أشكال جديدة للنص الإخباري

محمد ناصر الطويل.. باحث دكتوراه.. قسم الصحافة كلية الإعلام

جامعة صنعاء.. اليمن

البريد الإلكتروني .. mnatw81@gmail.com

الملخص

هدفت الدراسة إلى تحليل أبعاد الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصات الاجتماعية وعلاقته بإنتاج أشكال جديدة للنص الإخباري فيها، واستخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون لدراسة 5733 مفردة من المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية العربية ومنصات الاجتماعية مع الاستعانة بمقاييس لرصد أبعاد الثراء الإعلامي فيها.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى رصد أنواعاً جديدة للخبر الصحفي في المواقع الإخبارية مثل خبر التغريدات والخبر التشاركي، كما كشفت عن قوالب بنائية لتحرير المادة الإخبارية في المنصات الاجتماعية تختلف عن القوالب المتعارف عليها لصناعة الأخبار في وسائل الإعلام ومن أهمها قالب الملخص وقالب الخطاب وقالب الشرائح المصورة وقالب السؤال والعنوان وقالب الاقتباس، وأوضحت النتائج تفوق المنصات الاجتماعية على المواقع الإخبارية في مستوى التفاعلية، بينما تفوقت المواقع الإخبارية على المنصات الاجتماعية في سهولة الوصول للمحتوى، وأشارت النتائج إلى أن مواقع ومنصات الدراسة قدمت خيارات متعددة للتحكم في شكل ومضمون المحتوى، كما امتازت بالتحديث والفورية للمحتوى ويدل ذلك على درجة عالية من الثراء في خصائصها الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: الثراء الإعلامي - المواقع الإخبارية العربية - المنصات الاجتماعية - قوالب النص.

Abstract

The study aimed to analyze the dimensions of media richness in Arab news sites and their social platforms and its relationship to the production of text in them. The researcher used the content of new forms of news items of news content in Arab news sites 5733 analysis method to study and their social platforms, with the use of standards to monitor the dimensions of media richness in them. The results of the study identified new types of press news on news sites, such as tweet news and participatory news. It also revealed structural templates for editing news material on social platforms that differ from the most conventional templates for the news industry in the media, the important of which are the summary template, the speech template, the illustrated slide template, and the question template. The results showed that social platforms outperformed news sites in terms of interactivity, while news sites outperformed social platforms in ease of access to content. The results indicated that the study sites and platforms provided multiple options for controlling the form and content of the content, and were also distinguished by the updating and immediacy of the content. It has a high degree of richness in its communicative properties.

Keywords: media richness – arab news sites – social platforms – text templates.

مقدمة

يعتبر الثراء الإعلامي في وسائل الإعلام الجديدة من الميزات التي عملت شبكة الإنترنت على زيادة مساحتها، حتى أصبحت معظم الوسائل الإعلامية تتنافس فيما بينها؛ لتكون أكثر ثراءً من خلال جمعها لكل الخصائص الاتصالية الحديثة التي

وفرتها تكنولوجيا المعلومات مثل النصوص الفائقة والوسائط المتعددة والأنية والسرعة في نقل الأخبار وسهولة الاستخدام والتفاعلية ورجع الصدى وشخصنة الاتصال .
والمواقع الإلكترونية الإخبارية والمنصات الاجتماعية، من وسائل الاتصال التي استفادت من هذه الخصائص الفائقة، وتشكل العمل الإعلامي فيها وخصوصاً إنتاج ونشر الأخبار وفقاً لهذا الثراء المتعدد الذي أصبح من أهم السمات الجديدة للصحافة والإعلام في عصرنا الحاضر .

وقد شهد المحتوى الرقمي وخصوصاً النص في المواقع الإخبارية ومنصاتها الاجتماعية تغيرات وتحولات في أشكاله التحريرية؛ فالأخبار الطويلة التي كانت تُنشر على امتداد الصفحة كاملة في الصحيفة الورقية، تحولت إلى أخبار قصيرة لا تتجاوز متونها العشر كلمات، كما أن هذه المتون المكتوبة مزودة بالصور والانفوجرافيك والخرائط والفيديوهات والروابط التشعبية، مع مساحات كبيرة للتفاعل والنقاش، كل ذلك جعل القارئ يتابع الأخبار ويتصفحها بأشكالها المتعددة (المكتوبة والمسموعة والمرئية) في وسيلة إعلامية واحدة فقط.

وانطلاقاً من تلك التغيرات التي حدثت للنص الإخباري بفعل الاتصال الرقمي، يمكننا في هذه الدراسة تناول الأشكال الإخبارية الجديدة التي كانت نتاجاً لرقمنة عمليات إنتاج وتحرير الأخبار، إذ لا تتعلق الرقمنة بسرعة جمع المعلومات وبنائها إلى الجمهور، ولكن الأمر يتصل بالشكل البنائي الذي أنتجته هذه العملية وأصبح قالباً تحريراً جديداً يفرض نفسه على وسائل الإعلام الجديدة.

الإطار المعرفي للدراسة

مفهوم النص الرقمي

يعتبر النص الوحدة الأساسية للنشر في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، يتصدر الصفحات والنشرات والمنصات في أشكال مختلفة، كالأخبار والعناوين والبوستات والتغريدات والهاشتاجات والترندات والتنبيهات، وقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة

والميزات الاتصالية الفائقة لشبكة الإنترنت والمنصات الاجتماعية في تطور النص وظهور أشكال جديدة من النصوص تتناسب وتلك الميزات.

ويشكل النص بكل قوالبه عنصر الإبراز الذي تعتمد عليه الوسيلة الإعلامية في صناعة وإنتاج المحتوى وتوصيله إلى المتلقين، فالنص المبني باللغة هو السياق الذي تتكون فيه الرسالة الاتصالية.

ويشير المعنى العام لكلمة النص بالرموز التي تُستخدم لتعكس الخطاب، أو هو مجموعة من الحروف المنظمة التي تستخدم لتشكيل المعنى كي يكون مفهوماً، وهذا يشمل جميع أنواع الرموز والحروف والأرقام وأنواع مختلفة من أساليب الكتابة التي تشكل أساساً أولياً لنشر المعلومات سواء في الماضي أو الحاضر⁽¹⁾.

وفي لغة الإعلام يعرف كلاً من الدكتور محمود علم الدين والدكتورة ليلي عبد المجيد النص بأنه: القالب الذي يتم فيه صياغة المعلومات كرسالة أو مضمون أو محتوى صحفي معين، سياسي أو اقتصادي أو رياضي في شكل أو قالب صحفي مناسب قد يكون خبراً أو حواراً صحفياً أو مقالاً، ثم يرسل ويبث هذه الرسالة أو المضمون الصحفي من خلال وسيلة اتصال جماهيرية إلى المستقبل أو الجمهور⁽²⁾.

وبالنظر إلى التعريف الإعلامي السابق، نجد أن النص هو الشكل أو القالب الفني الذي يتم من خلاله نقل المضمون الصحفي إلى القارئ بلغة مكتوبة و مفهومة .

وفي الجيل الرقمي وتغييراته التي طرأت على عناصر العملية الاتصالية (المرسل - المستقبل - الوسيلة - الرسالة - رجع الصدى) ، تحول النص وأضيفت إليه ميزة جديدة، إذ تحول من النص الصحفي إلى النص الرقمي ويرجع ذلك إلى تغير الوسيلة التي تحمل قوالب النص المكتوبة، فتسميته السابقة ارتبطت بالصحافة الوسيلة الاتصالية الجماهيرية المكتوبة وفي جيل الإنترنت والحاسوب والرقمنة وظهور وسائل اتصالية جماهيرية جديدة مثل المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية أصبح يطلق على النص المكتوب بالنص الرقمي بدلاً من النص الصحفي.

ويشير مفهوم النص الرقمي إلى كل نص ينشر نشراً إلكترونياً سواء كان على شبكة الإنترنت، أو على أقراص مدمجة، أو في كتاب إلكتروني، أو البريد الإلكتروني، وغيره.. متشكلاً على نظرية "الاتصال" في تحليله، وعلى فكرة "التشعب" في بنيانه⁽³⁾. ويعرف الباحث النص الرقمي الذي ينشر في وسائل الإعلام الجديد (المواقع الإخبارية والمنصات الاجتماعية) بأنه: وحدة لغوية تتألف من كلمة أو جملة أو فقرة تتضمن جملة قصيرة واحدة أو جملتين في معظم الأحوال، هذه الوحدة قد تكون خبراً صحفياً قصيراً، أو خبراً عاجلاً، أو عنواناً، أو بوستاً، أو تغريدة، أو نصاً فائقاً، أو وصفاً مصاحباً لصورة أو جرافيك أو مقطع صوتي أو فيديو، ويجب أن تكون موجزة وواضحة ودقيقة.

أشكال النص الرقمي

أولاً- الخبر الرقمي:

يشير مفهوم الخبر الرقمي إلى الخبر الذي يتم بثه عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية أو منصات التواصل الاجتماعي على مدار الساعة، حيث تخضع هذه الأخبار إلى عمليات تحديث مستمرة، لتتمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتُزود بالصور ومقاطع الصوت والفيديو والجرافيك والرسومات، مع ربطها بالأحداث المتشابهة والخلفيات والمتعلقات⁽⁴⁾

أو هو الخبر الذي يتم وضعه على المواقع والمنصات في شبكة الإنترنت، سواء كانت مواقع إخبارية متخصصة، أو مواقع شخصية⁽⁵⁾

وقد أدى التطور التكنولوجي في إنتاج الأخبار إلى حدوث تقنيات للمحتوى؛ فأحياناً تكتفي القوالب البنائية للنص الإخباري بالإجابة على سؤال واحد فقط من أسئلة الخبر، وهذا التقني في المحتوى يوازي التقني في النصوص واللاجماهيرية المرتبطان بالمتلقي أو الجمهور؛ فالرسالة الإعلامية التي يتم استقبالها عبر الإنترنت يتناولها الجمهور بشكل فردي وجماعي في نفس الوقت، وكذلك المحتوى يتم تقنيته إلى أخبار قصيرة وسريعة

لا تتجاوز 50 كلمة في أغلب الأوقات، وفي نفس الوقت يتم توسيع الخبر الرقمي إلى حدود 2000 كلمة أو أكثر؛ حيث توفر المواقع الإخبارية والمنصات الاجتماعية في الإنترنت مساحة كبيرة للنشر تضمن للقائم بالاتصال والمتلقي على حد سواء طرح كل ما أنتجته من النصوص؛ فالاتساع والآفاق اللامحدودة للنشر سمة إتصالية فريدة للإنترنت وخصوصاً في المواقع الإخبارية، حيث تمتلك الشبكة مساحة غير محدودة للنشر، ويمثل هذا الاتساع، النصوص الفائقة التي تتيح تقديم معلومات وخلفيات ومتعلقات وآليات تدور في سياق الموضوع الواحد، وتأتي الوسوم والهاشتاجات في المنصات الاجتماعية؛ لتوسع عملية الإبحار في المحتوى الرقمي؛ فهذه الرسوميات التي هي عبارة عن كلمات وعبارات ورموز تبرز بشكل ما؛ لكي تتيح للقارئ أن يعرف المزيد من المعلومات حول كلمة أو عبارة معينة⁽⁶⁾.

أنواع الخبر الرقمي

1- الخبر القصير: هذا النوع من الأخبار الرقمية يعتمد في متنته الأساسي على عدة جمل قد تصل إلى ثلاثة أو أربع جمل⁽⁷⁾ في شكله الموسع أو جملة واحدة في شكله المختصر، ويعد الخبر القصير من أكثر الفنون التحريرية في تغطية الأخبار في المواقع الإخبارية؛ فهو النوع الإخباري الذي ينقل المعلومات والأحداث والوقائع لحظة وقوعها، ويستطيع القارئ أن يقرأ كاملاً من خلال نظرته الأولى للموقع أو تصفحه السريع دون أن ينتقل إلى موقع آخر أو منصة جديدة⁽⁸⁾.

2- الخبر العاجل:

وهو خبر يغطي حدثاً ما مهماً ولا يزيد عن (100) كلمة، وعندما تتعدد الأخبار العاجلة حول حدث واحد، يتم ترقيمها⁽⁹⁾، وهو أيضاً خبر ينشر بمجرد وقوع حدث مهم (يهم أكبر عدد من زوار الموقع) أو بعض تطوراتهِ ويضم أولى المعلومات المتوافرة⁽¹⁰⁾.

3- الخبر التشاركي:

يشير مفهوم الخبر التشاركي إلى المحتوى الإخباري المنتج بواسطة المستخدمين أو صحافة المواطن، حيث أنتقل دورهم في العملية الاتصالية من المتابعة وإبداء الإعجاب أو المشاركة إلى المساهمة في إنتاج المادة الإخبارية واصبحوا مشاركين في عمليات الإنتاج المستمرة في غرفة الأخبار الحديثة والتي تتسم بالتعاون والتجميع⁽¹¹⁾، ولإنتاج مثل هذه الأخبار تقوم المواقع الإخبارية بدعوة الجمهور للمشاركة في موضوعات معينة عبر هاشتاج معين أو أي أنماط أخرى من المحتوى الذي يعتمد على مساهمات الجمهور مثل دعوتهم لتحديد مناطق إنقطاع الكهرباء أو تقييم الخدمات على خريطة (قول ماب)⁽¹²⁾. وتعتمد المؤسسات الإخبارية إلى نشر أخبار أولية على حساباتها في تويتر وفيسبوك ويوتيوب، وتطلب من الجمهور المشاركة وتزويد حساباتها بأية مستجدات أو تفاصيل حول الأخبار الأولية؛ لتقوم المؤسسات الإخبارية في مرحلة تالية بدمج ما جمعه ورصده الجمهور من مساهمات في الأخبار والتطورات اللاحقة⁽¹³⁾

4- الخبر المركب الرقمي (الكامل):

يقصد بمفهوم الخبر المركب في الدراسات الإعلامية بالخبر الذي يقوم على وصف عدد من الوقائع والربط بينها⁽¹⁴⁾، وفي تعريفات أخرى يشير المفهوم إلى الخبر الذي تمتاز فيه جملة من الأخبار في خبر واحد يكون بينها رابطاً ما ويستعمل هذا قالب لإختصار المساحات إما في الصحف أو المواقع الإخبارية ؛ فبدلاً من أن تكون هناك جملة من الأخبار الصغيرة المنفردة يتم تحرير تلك الأخبار في خبر مطول⁽¹⁵⁾. ومع ظهور الإنترنت وتدفق المعلومات بصورة لا مثيل لها في عصور الإعلام عمدت المواقع الإخبارية إلى بناء قوالب تحريرية تستوعب هذا التدفق الهائل للمعلومات وقامت بتصميمها وفق خصائصها الاتصالية الفائقة، وظلت المواقع تحافظ على قالب الخبر المركب ولكن في صور مختلفة عن الصحف والوسائل التقليدية.

وقد أصبح مفهوم الخبر المركب في عصر الإنترنت يشير إلى المادة الإخبارية التي يتم بنائها وتحريرها وفق المساحة اللامحدودة والشكل الإتساعي الذي يشمل الخلفيات المعلوماتية التاريخية عن الحدث الإخباري والتطورات الزمنية الجارية ومختلف المصادر الآلية والبشرية والأخبار الأخرى ذات العلاقة بالحدث سواء كانت من إنتاج الموقع أو من إنتاج مواقع ومنصات أخرى والتعليقات والتفاعلات التي تصدر من الجمهور حيال المادة الإخبارية.

5- خبر التغريدات:

يقصد بخبر التغريدات الخبر الصحفي الذي تقوم مادته الإخبارية على عرض التغريدات والمنشورات التي يكتبها المغردون والنشطاء في منصتي تويتر حول حدث إخباري معين، وتقوم المواقع الإخبارية بصياغة عنوان رئيسي للمادة ومقدمة موجزة ومختصرة حول جوهر الحدث؛ ثم تقوم باستعراض وتلخيص أهم التغريدات والمنشورات التي تناولت هذا الحدث في تويتر وفيسبوك، ثم تزود تلك الملخصات والأقوال برابط التغريدات، وبالتالي يتم بناء خبر التغريدات والمنشورات في اتجاهين، اتجاه خطي يعرض الأقوال والتصريحات المكونة للتغريدات بصياغة خبرية؛ بحيث يتابعها المتصفح من البداية حتى النهاية، وفي الاتجاه الثاني والمتمثل في الاتجاه اللاخطي تحرص المواقع الإخبارية على إضافة روابط ووصلات التغريدات والمنشورات؛ ليقوم المتصفح بالتنقل داخلها والخروج من صفحة الموقع الإخباري إلى صفحات وحسابات أخرى على تويتر وفيسبوك.

ثانياً- العنوان الرقمي :

العنوان الصحفي بشكل عام هو السطر أو مجموعة الاسطر التي تكون بحروف كبيرة وتسبق المادة الصحفية ويلخص موضوع وقصة الحدث الإخباري⁽¹⁶⁾ والغرض منه جعل القارئ راغباً في قراءة المادة فوراً وبلا تأجيل ، وفتح شهيته إلى متابعة القراءة ، والانتقال إلى المقدمة ومنها لبقية المادة الصحفية⁽¹⁷⁾.

ويعد العنوان من أكثر أنواع النص الرقمي استخداماً في صناعة وتقديم المحتوى الإخباري للقراء والمتصفحين في شبكة الإنترنت وخصوصاً في المواقع الإخبارية ويتركز استخدامه في الصفحات الرئيسية كونها المحطة الأولى التي يتوقف فيها القارئ أو المتصفح لمتابعة المواد الإخبارية والمواد الأخرى التي يحتويها الموقع الإلكتروني، وتحشد المواقع الصفحة الرئيسية بالعناوين إلى جانب الصور والمقدمات والملخصات الإخبارية القصيرة من أجل جذب وشد إنتباه المتصفح ،علاوة على ربطه بالموقع وضمان استمرارية تصفحه بشكل يومي.

وتقوم المواقع الإخبارية بصياغة العنوان في كلمات قليلة ومكثفة يستطيع القارئ من خلالها معرفة المعلومة والقضية المهمة في المادة الإخبارية، كما أنها في نفس الوقت لا تحشد كل المعلومات المهمة في العنوان حتى لا يتحول إلى ملخص أو مقدمة إخبارية، بل تختار أفضل معلومة في الخبر وتعتمد إلى إبرازها في العنوان بشكل جاذب وملفت للقارئ حتى تقوده إلى داخل الموضوع لقراءة التفاصيل⁽¹⁸⁾، فالعنوان من الناحية الصحفية هو إجابة لسؤال أو سؤالين من أسئلة الخبر الأساسية ولا تتجاوز كلماته في كثير من الأحيان الـ 12 كلمة، وأي عناوين كلماتها تتجاوز ذلك تتحول إلى ملخصات وإيجازات إخبارية يمل القارئ سريعاً من متابعتها.

ثالثاً- البوست أو التغريدة:

إذا كان الخبر الصحفي يشكل القالب الرئيسي للمادة الإخبارية في الصحف والإذاعة والتلفزيون والمواقع الإلكترونية، فإن البوست في فيسبوك والتغريدة في تويتر يعتبران القالب الأساسي الذي يحمل المحتوى النصي بكل أشكاله من أخبار قصيرة وعاجلة وتصريحات وأقوال أو عناوين وهاشتاجات وترند، وقد تم تصميم مساحة النشر الرئيسية في أعلى صفحتي فيسبوك وتويتر وغيرها من المنصات الاجتماعية الأخرى؛ لكي يستطيع القارئ بالاتصال والقارئ في المنصات الاجتماعية من نشر ومتابعة المحتوى فيها.

وتشير كلمة "بوست" إلى المحتوى الذي يتم نشره في منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك، أما كلمة " تغريدة" فتشير إلى الرسائل الاتصالية التي يتم نشرها في منصة التواصل الاجتماعي تويتر، ويبلغ الحد الأقصى لها 280 حرف⁽¹⁹⁾، ومؤخراً تم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للسماح للمغردين بكتابة حروف أكثر.

رابعاً- النص الفائق:

يشير مفهوم النص الفائق إلى الكتابة غير الخطية المستخدمة على الانترنت، والتي من ملامحها تقسيم النص إلى أجزاء وتنظيمه بشكل يمكن القراء من البدء من أي مكان، فالمستخدم وحده هو الذي يقرر النقطة التي يبدأ منها وفقاً لاحتياجاته من المعلومات، ويجب أن ترتبط هذه التقسيمات بالقصة الإخبارية ككل، وفي ذات الوقت يجب أن تكون أيضاً وحدها مصدراً للمعلومات داخل سياق الموقع أو الخبر⁽²⁰⁾.

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد النص الفائق بأنه نظام لتقديم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية، يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، ويسمح للمتلقي بالتجول بين المعلومات واختيار المسارات وبناء المعنى الذي يلبي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية⁽²¹⁾.

وحدد تعريف آخر النص الفائق بأنه نوعية خاصة من النصوص يتم تزويدها بروابط تتيح الفرصة للمستخدم الانتقال إلى أجزاء نصية غير تلك التي يستعرضها سواء كانت هذه الأجزاء في المستند نفسه أو مستند آخر محفوظ في مكان مختلف⁽²²⁾.

خامساً- الهاشتاج:

مع ظهور الجيل الثاني من شبكة الانترنت (الويب 2.0) والمتمثل في المنصات الاجتماعية أصبح بإمكان المستخدمين إنشاء المحتوى وتحريره ومشاركته مع بعضهم البعض، وهذه الطبيعة التشاركية لإنتاج المحتوى جعلت المنصات الاجتماعية الوسيلة الإعلامية الأكثر جذباً للمستخدمين حيث أصبحوا قائمين بالاتصال ومتلقين في نفس الوقت، كما أن هذه الخاصية في الاتصال أظهرت أنماط جديدة من المحتوى الرقمي

يساهم الجمهور في إنتاجها بنسب كبيرة مقارنة بالوسائل القديمة التي كان فيها متلقيا فقط.

ومن أهم النصوص الرقمية التي يتم إنتاجها في المنصات الاجتماعية ما يعرف بالهاشتاج أو الوسم والذي ظهر لأول مرة في منصة تويتر من خلال التغريدات التي نشرها (كريس مسينا) والتي دعا فيها المغردين إلى استخدام هذا النوع الجديد من المحتوى؛ لتجميع التغريدات ذات العلاقة تحت تصنيف واحد، وقد كان ذلك في العام 2007⁽²³⁾.

الدراسات السابقة

دراسة: مروة مدبولي (2023) ⁽²⁴⁾، هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، واعتمدت الباحثة على تحليل المحتوى الكمي والنوعي لعينة الدراسة (صدى البلد، اليوم السابع، مصراوي، وأخبار الأخبار. موقع Youm)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها، تنوع أشكال الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في مواقع عينة الدراسة، بين الصور والفيديو والرسوم البيانية والفيديوجراف والإنفوجرافيك والوسائط المتعددة ونشرة الأخبار في الصحافة الحية، وجاءت النشرة في المركز الأول في الوسائل الحديثة لعرض المحتوى الإخباري، بينما جاء الفيديو في المركز الثاني، والفيديوجراف في المركز الثالث، وجاءت الصور في المركز الرابع، وجاءت الصحافة الحية في المركز الخامس، بينما جاء الإنفوجرافيك في المركز السادس.

دراسة: ريم فؤاد (2022) ⁽²⁵⁾، سعت للتعرف على القوالب الإخبارية المستخدمة في المواقع الإخبارية المحلية، ورصد التنوع في خدمات الأخبار، والخدمات التفاعلية المتاحة على المواقع الإخبارية المحلية، وحللت الدراسة عينة من المواقع الإخبارية المحلية، تمثلت في (موقع المنصورة نيوز-موقع المنصورة توداي- موقع الشرقية نيوز-موقع الشرقية توداي)، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أبرزها تصدر

المضمون المتعلق بالحوادث المضامين الإخبارية في المواقع الإخبارية المحلية عينة الدراسة، يليه المضمون الاقتصادي، وتبعهما في المرتبة الثالثة المضمون الصحي، ثم المضمون الرياضي في المرتبة الرابعة، كما أشارت النتائج إلى أن مواقع الأخبار الإلكترونية قللت من استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الأخرى نظرًا لما توفره هذه المواقع من تفاعلية ومساحة من حرية التعبير حول القضايا، إضافة إلى إتاحة التعليق والنقد الإلكتروني، مما يسهم في الارتقاء بمستويات المشاركة الإيجابية لدى القارئ.

دراسة: سنان علي (2022)⁽²⁶⁾، هدفت الدراسة للتعرف على اشكال التغطيات الإخبارية المقدمة في نشرات أخبار القنوات (العراقية الإخبارية، الحرة عراق الموجهة) ومنصاتهما على الفيس بوك، واعتمد الباحث تحليل مضمون لأخبار تظاهرات تشرين 2019 في العراق، للفترة من يناير 2019 وحتى مارس 2020، وتوصلت الدراسة الى ان المصادر الخارجية (انترنت) جاءت في المرتبة الاولى لقناة الحرة عراق مع شكل (خبر مع صورة متحركة)، بينما جاءت المصادر الخارجية (رسمي) في المرتبة الاولى مع شكل (خبر بصورة) لقناة العراقية الإخبارية ، ومثل شكل (خبر مع تقرير داخلي) أعلى الاشكال الاخبارية في قناة الحرة عراق، بينما أحتل شكل (خبر مع تقرير ميداني) أعلى الاشكال الإخبارية في قناة العراقية الإخبارية، وبينت نتائج الدراسة أن موضوعات العنف جاءت في المرتبة الأولى لقناة الحرة عراق الموجهة مع شكل (خبر بصورة متحركة).

دراسة: شيماء عبد الحميد (2021)⁽²⁷⁾، سعت الدراسة إلى رصد وتحليل عناصر التقنيات المستحدثة (التفاعلية - الوسائط المتعددة - تقنيات النص الفائق) ودورها في جذب المستخدمين، واعتمدت الدراسة على اسلوب تحليل المضمون في دراسة المحتوى في المواقع: (روسيا اليوم، بي بي سي عربي، سي أن أن عربي)، وأظهرت النتائج توظيف مواقع الدراسة للوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري مثل استخدام شكل النص الرقمي متعدد الوسائط، والشكل التفاعلي، والشكل الذي يعتمد

على عرض الشرائح والبلث المباشف وملفات البودكاست الصوتية وهو ما زاد من ثراء المواقع الإخبارية الدولية وساعد في جذب أعداد متصفحيها، وأكدت نتائج الدراسة استخدام مواقع الدراسة تقنيات السرد التفاعلي أو الكتابة التفاعلية في استخدام الوسائط الفائقة والرسوم المعلوماتية الصور المصاحبة للنص مقاطع الفيديو داخل سياق نص المادة الإخبارية - الخرائط والرسوم البيانية الإيضاحية المصاحبة للمادة الإخبارية، كما استخدمت الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري كلمات نشطة -والربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية.

دراسة: صفاء جبار (2021)⁽²⁸⁾، هدفت الدراسة إلى تحليل قضية الهجرة غير الشرعية في الصفحات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على نظريتي الأطر الخبرية، ونظرية ثراء الوسيلة، وقد قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور العراقي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما استخدمت أيضا أداة تحليل المضمون لتحليل قضايا الهجرة غير الشرعية في الصفحات الإخبارية على فيس بوك لـ (فرانس 24 عربي، بي بي سي عربي، سكاي نيوز عربية)، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإطار الإنساني، وإطار الشخصيات البارزة، وإطار الصراع هي أكثر أنواع الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة قضية الهجرة غير الشرعية على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الصفحات الإخبارية الثلاث كانت وسائل ثرية أتاحت (التحديث والتفاعلية والفورية والوسائط المتعددة) على صفحاتها مع كل خبر خاص بالهجرة غير الشرعية، واختلفت الصفحات الإخبارية الثلاث في استخدام عناصر الإبراز في قضية الهجرة غير الشرعية، حيث برزت (الصورة الحية في صفحة فرانس 24عربي، فيما برزت الصورة الثابتة في صفحتي (بي بي سي عربي، وسكاي نيوز عربي).

دراسة: مروة عبد العال (2021)⁽²⁹⁾، هدفت الدراسة الكشف عن مدى تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري، طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 90 طالباً وطالبة ، وأظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري.

دراسة: إسلام مطاوع (2020)⁽³⁰⁾، هدفت الدراسة إلى التعرف على توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية والكشف عن الإمكانات التفاعلية والنماذج والقوالب الفنية المستخدمة في تحريره بالمواقع الإخبارية، وقد قامت الدراسة بتحليل المواقع الإخبارية (بوابة الأهرام، بوابة الوفد، الدستور)، وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك العديد من التقنيات المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية كاستخدام الصور والفيديو والرسوم والانفوجرافيك والنص الفائق واعتمدت المواقع الإخبارية على قالب الهرم المعتدل وقالب الساعة الرملية ونمط القائمة واستخدمت نمط المقاطع والأهرام المتعاقبة بنسبة قليلة.

دراسة: أميرة عبد الفتاح (2019)⁽³¹⁾، اهتمت الدراسة بتقييم التفاعلية بالمواقع الإخبارية العربية، ورصد أنماط تفاعل الجمهور المصري مع هذه المواقع ، وقد طبقت الدراسة على المواقع الإخبارية (اليوم السابع، البوابة نيوز، صدى البلد، بوابة فيتو)، وقامت الباحثة بدراسة مسحية لعينة من الجمهور المصري قوامها (402) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة توافر التفاعلية بدرجة متوسطة بمواقع اليوم السابع والبوابة نيوز وبوابة فيتو، في حين توافرت بدرجة منخفضة في موقع صدى البلد، وأوضحت النتائج أن أكثر محاور مقياس التفاعلية توافراً في مواقع الدراسة الأربعة بدرجة مرتفعة؛ محور (توقيت وسرعة الحصول على المعلومات).

دراسة: طارق عارف (2019)⁽³²⁾، سعت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات التي وضعتها وكالات الأنباء لمواكبة التطور التكنولوجي والرقمي، وكيفية تعاملها مع هذه الثورة التكنولوجية، وطُبقت الدراسة على مواقع الوكالات (رويترز، الفرنسية، الشرق الأوسط)، وخلصت نتائج الدراسة إلى تقدم وكالة الأنباء الفرنسية ورويترز على وكالة أنباء الشرق الأوسط، في التكيف مع الثورة الرقمية؛ ليصل عدد خدمات الوكالة الفرنسية المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال إلى تسع خدمات، فيما تقدم وكالة أنباء رويترز ست خدمات، بينما جاءت وكالة أنباء الشرق الأوسط في المرتبة الثالثة بواقع أربع خدمات، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تباين في استخدام واستيعاب وكالات الأنباء الثلاث (رويترز، الفرنسية، أ ش أ) للتكنولوجيا الرقمية، حيث اهتمت وكالة رويترز والفرنسية بوضع استراتيجيات طويلة و قصيرة المدى، لمواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام والتكيف معها، بينما لاتزال وكالة أنباء الشرق الأوسط تعتمد على خدمة النص المكتوب كأحد أهم خدماتها، ولم تضع استراتيجية واضحة للتكيف مع الثورة الرقمية.

دراسة: تالة اليماني (2017)⁽³³⁾، هدفت الدراسة إلى تقييم الخدمة الإخبارية لكل من مواقع الصحف الإلكترونية السورية وحساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي وفق أبعاد ثراء الوسيلة (سهولة الاستخدام، تحديث الوسيلة، سرعة وسهولة الوصول للمعلومات، رجع الصدى والتفاعلية، الرموز المتعددة، اللغة، الشخصية)، بالإضافة إلى التعرف على الدوافع والإشباعات المتحققة من الاستخدام في إطار نظريتي ثراء الوسيلة و الاستخدامات والإشباعات، وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (400) مفردة من مستخدمي الخدمات الإخبارية في الصحف الإلكترونية السورية، وأوضحت نتائج التقييم أن المواقع وصفحاتها ذات درجة مرتفعة وفق بُعد سهولة الاستخدام، في حين أن مجمل نتائج تقييم بقية الأبعاد للمواقع وصفحاتها على "قيس بوك" ذو درجة متوسطة، كما أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن مستخدمي الصحف

الإلكترونية السورية يميلون لاستخدام صفحاتها على "فيس بوك" للوصول إلى خدماتها؛ أكثر من استخدام مواقعها، وبينت النتائج وجود سمات خاصة لمستخدمي كل وسيلة (الموقع/ صفحة الموقع على "فيس بوك")، كما أوضحت نتائج الدراسة أن لمستخدمي كل وسيلة تقيماً واستخدماً معيناً لتلك الوسيلة، بما في ذلك الاختلاف على صعيد استخدام الخدمات الإخبارية والأدوات التفاعلية، وتفضيلات الأشكال الإخبارية، بالإضافة لدرجة توفر الدوافع.

دراسة: إيرين كيم وآخرون (2015) (Erin Kim, Y, Y, K, and Min Song)⁽³⁴⁾
تبحث الدراسة في تغطية الموضوع وديناميكيات المشاعر لمصدرين إعلاميين مختلفين، (تويتر) و(المواقع الإخبارية)، حول فيروس إيبولا، وقد قامت الدراسة بتحليل محتوى (16189) مقالة إخبارية من (1006) منشور و (7،106،297) تغريدة، وتشير نتائج الدراسة إلى أن تمييز الموضوع غير واضح على تويتر، في حين أن حدود موضوع الأخبار في المواقع واضحة نسبياً، ومن منظور تغطية الموضوع، تتناول المواقع الإخبارية موضوعات مختلفة بينما يغطي موضوع تويتر موضوع محدود إلى حد ما، تقدم وسائل الإعلام الإخبارية الحقائق في المجالات الراسخة مثل الثقافة والسياسة والصحة، من ناحية أخرى تويتر لا يظهر الثبات وموضوعاته مبعثرة، ويتم عرض موضوعين رئيسيين فقط، وتوضح النتائج أن ديناميكيات المشاعر للمقالات الإخبارية أوسع من تلك الموجودة في منشورات تويتر.

دراسة: جاسون توركوت وآخرون (Jason Turcotte, C, J, and Rosanne M)⁽³⁵⁾ (2015)
تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية: هل تلقي الأخبار من خلال صديق على وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الثقة في المنفذ الإخباري؟ وهل الأخبار التي ينشرها صديق على وسائل التواصل الاجتماعي تخبرنا عن سلوكيات البحث عن المعلومات؟، وقد طبقت الدراسة على عينة من طلبة الدراسات العليا في إحدى جامعات جنوب الولايات المتحدة العامة، وأشارت نتائج الدراسة

إلى أن التعرض للأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من نية متابعة الأخبار من المنفذ الإعلامي المعني ويزيد من احتمالية قراءة القصص المستقبلية من المنفذ، كما أوضحت النتائج أن التدفق المكون من خطوتين في سياق إعلامي مع العديد من المصادر يزيد من الثقة في الأخبار والمعلومات.

دراسة: سهيلي لامية (2015)⁽³⁶⁾ حول التفاعلية في المواقع الاخبارية الجزائرية، وقد استهدفت الدراسة معرفة مظاهر التفاعلية في المواقع الاخبارية الجزائرية وتقييم تجربتها في توظيف تكنولوجيا التفاعلية، والتعرف على اساليب الربط الالكتروني التي تتيحها المواقع الاخبارية الجزائرية لجمهورها باستخدام نظام الوسائط المتعددة .

وقامت الباحثة بدراسة تحليلية لموقعي الشرق أون لاين والنهار أون لاين. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية استخدمت بشكل كبير خاصية تعدد الخيارات أمام المستخدم، من خلال توفيرها لنظام الوسائط المتعددة؛ بكافة أشكاله (نص، صورة، فيديو) في نشر المادة الخبرية داخل مواقعها. كما أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض في توفير إمكانيات التفاعلية مثل تحديث المواقع الإخبارية لإخبارها.

دراسة: ماجد حبيب (2014)⁽³⁷⁾ حول التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تحقق التفاعلية في مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت؛ من أجل زيادة التفاعلية، وأهم الفروق بين مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، من حيث استخدامها لأدوات التفاعلية، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون، لمواقع الصحف اليومية الفلسطينية الأربع (القدس، الأيام، الحياة الجديدة، فلسطين)، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد حرص واضح لدى مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على استغلال كامل الإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت، إضافة الى عدم انتهاج مواقع صحف الدراسة سياسة واضحة نحو التفاعلية، وأشارت النتائج كذلك أن

الدراسة لم تُسجل أي فرصة للمستخدم للمشاركة في المحتوى المنشور للموقع، وأكدت النتائج استخدام مواقع الدراسة لبعض الأدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة.

دراسة: ماركل برورسما وتودد جراهام 2014 (Marcel Broersma and Todd Graham)⁽³⁸⁾، سعت الدراسة إلى معرفة كيف تم تضمين (التغريدات) كإقتباسات في التقارير الصحفية أثناء صعود موقع تويتر من 2007 إلى 2011، و تسأل الدراسة عما إذا كان صحيفيو (التابلويد) أكثر اعتمادا على تغريدات تويتر في التغطية الإخبارية من صحفيي الصحف الكبرى، علاوة على ذلك، تبحث الدراسة عن أكثر أبواب الصحف تضمينا للتغريدات وما هي أنواع المصادر ووظائف التغريدات في التقارير الإخبارية، وقامت الدراسة بتحليل (5813) تغريدة مقتبسة كمصادر إخبارية في (3361) مقالة إخبارية من أربع صحف الإلكترونية هولندية وأربع صحف إلكترونية بريطانية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تويتر أصبح مصدرًا يستخدم بانتظام في الصحف الإلكترونية منذ عام 2010، ووجدت ارتفاعًا حادًا في عدد التغريدات التي تم تضمينها في محتوى الصحف، وأشارت النتائج إلى أن أهم وظيفة للتغريدات في التقارير الإخبارية أنها تضيف نكهة على القصص الإخبارية باقتباسات تعبر عن آراء أو تجارب مجموعة مختلفة من المصادر، كما أوضحت النتائج أن (20%) من القصص الإخبارية التي تم إقتباس التغريدات فيها؛ شكلت مواضيع جديدة لقصص إخبارية جديدة، وبينت النتائج أن السياسيين والمشاهير استخدموا تويتر بشكل استراتيجي لعرض قصصهم في الأخبار السائدة، وأوضحت الدراسة أن الصحف الشعبية من المستهلكين الأكبر للتغريدات.

دراسة: ليث اللهبي (2014)⁽³⁹⁾، سعت الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط بناء القصص الخبرية في الصحافة الإلكترونية العراقية ومدى توظيفها للأساليب الجديدة، طبقت الدراسة على المواقع (الرافدين، صوت العراق، شبكة عراقنا الإخبارية)، وأوضحت نتائج الدراسة تصدر الموضوعات السياسية قائمة مجالات

القصة الخبرية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية، وأشارت النتائج حصول القالب الكلاسيكي(الهرم المقلوب)على المرتبة الأولى في ما يخص القوالب المستخدمة في بناء القصص الخبرية لمواقع الصحف الإلكترونية العراقية، وبينت النتائج أيضا تصدر الأسلوب التحليلي قائمة أساليب معالجة القصة الخبرية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية، كما أوضحت النتائج حصول الاتجاه المحايد على المرتبة الأولى في قائمة اتجاهات القصة الخبرية نحو النظام السياسي الراهن في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية.

دراسة : هيثم مؤيد (2014) ⁽⁴⁰⁾، هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين التفاعلية المتاحة عبر المواقع ووسائل التواصل الإلكترونية والمهارات ما وراء المعرفية لدى المشاركين في العملية الاتصالية عبر الانترنت وإدراك ثراء الوسيلة الإعلامية، وقد قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة طبقية قوامها (350) مفردة، وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في إدراك الثراء الإعلامي للمواقع الإلكترونية التفاعلية الصحفية أو الاجتماعية، وأكدت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف المستويات التعليمية في إدراك أبعاد ومكونات الثراء الإعلامي للمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية.

دراسة: رشا مرسي (2013) ⁽⁴¹⁾، استهدفت الدراسة الكشف عن مدى تأثير العامل المهني للقائمين بالاتصال على عملية إنتاج الأخبار ورصد وتحليل درجات الثراء الإخباري لكل موقع من مواقع الدراسة، واختارت الباحثة موقعي الجزيرة نت وموقع قناة النيل للأخبار كعينة تحليلية لدراستها مع الاعتماد على أسلوب المسح الشامل لجميع القائمين بالاتصال بموقعي الدراسة، وأوضحت نتائج الدراسة تباين مستوى الثراء الإعلامي لموقعي الدراسة حيث ارتفع مستوى الثراء بموقع الجزيرة مقارنة بموقع النيل للأخبار، وبالنسبة للعامل البشري رصدت النتائج وجود تأثير واضح للكادر البشري المؤهل والمدرّب بموقعي الدراسة حيث انعكس مستوى المهارة ودرجة تأهيل

هذه الكوادر على شكل ومضمون ما يقدم على صفحات موقعي الدراسة، فمع ارتفاع مستوى التأهيل وتنوع المهارات التي يتمتع بها القائمين بالاتصال بموقع الجزيرة ارتفع معه مستوى ثراء الموقع مقابل انخفاض لمستوى تأهيل وضعف مهارات نظرائهم بموقع النيل للأخبار والذي أثر بدوره على انخفاض مستوى ثراء النيل.

التعليق على الدراسات السابقة:

لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة هي دراسات لها ارتباط بموضوع دراسته، ويسرد الباحث الملاحظات على النحو التالي:

- لاحظ الباحث ندرة الدراسات التي تناولت في موضوعاتها ومعالجتها تأثير الثراء الإعلامي على النص المكتوب.

- ركزت الدراسات السابقة التي استخدمت نظرية الثراء على دراسة الوسائط المتعددة ومجالات استخدامها في صناعة المحتوى.

- كما لاحظ الباحث أيضا أن معظم الدراسات السابقة استخدمت نظرية ثراء وسائل الإعلام بدرجة ثانية أو مساعدة ولم تكن هي النظرية الأساسية كمدخل نظري لدراسة المواقع الإخبارية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في بلورة وتحديد مشكلة الدراسة ووضع تساؤلات الدراسة.

- اختيار المنهج المناسب لدراسة موضوع البحث.

- كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء أدوات الدراسة التحليلية.

- الاستفادة من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ولاسيما المتعلقة بنظرية ثراء الوسيلة.

مشكلة الدراسة:

من خلال الاطلاع على المواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي، وجد الباحث أنها تمتاز بثراء إعلامي مكنها من إنتاج أشكال وقوالب بنائية رقمية لصناعة النص الإخباري وإظهاره بصور متعددة ، وقد شكلت ميزاتها الاتصالية الفائقة مثل التفاعلية والآننية وسهولة الوصول والوسائط المتعددة ويسر الاستخدام؛ مرتكزا أساسيا لتلك الاشكال الجديدة من النصوص ومن منطلق ذلك فإن مشكلة الدراسة تتحدد في الكشف عن القوالب والاشكال البنائية الجديدة للنصوص الإخبارية الرقمية بالمواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في موقع الجزيرة نت ومنصته على (إكس) تويتر سابقا وموقع الميادين نت ومنصته على (إكس) ، وايضا الكشف عن دور الثراء الإعلامي في تلك المواقع ومنصات التواصل الاجتماعي في إنتاج وصناعة القوالب والاشكال الجديدة للنصوص.

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من الجوانب التالية:

- تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة الموضوع الذي يتعرض لتحليل كيفية تأثير الثراء الإعلامي للمواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي على عملية إنتاج وصناعة المادة الإخبارية؛ حيث ستقوم الدراسة بالمقارنة بين أبعاد ومستويات الثراء بين المواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي وهذا سيمكن من معرفة القدرات والإمكانيات التي تمتلكها تلك المواقع والاستفادة منها في العمل الإخباري.

- تقدم الدراسة أشكال جديدة للخبر الصحفي الرقمي ساهمت التقنيات التكنولوجية الحديثة في ظهورها، ويمكن للصحفيين أن يستفيدوا منها في عمليات الكتابة والتحرير الإخباري.

- تبرز الأهمية أيضا من اعتماد الدراسة على المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي لدراسة فروض نظرية ثراء وسائل الإعلام باعتبارها وسائل إعلامية عميقة الثراء.

- قلة الدراسات العلمية في المكتبات العربية التي تناولت الثراء الإعلامي للمواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية وعلاقته بظهور أشكال جديدة للخبر الصحفي.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على درجة ثراء المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية، وعلاقته بإنتاج الأشكال والقوالب البنائية الجديدة للنص الإخباري فيها، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

1- رصد وتحليل أوجه وأبعاد الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية.

2- معرفة نوعية النص الإخباري المنشور في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية.

3- الكشف عن أشكال وقوالب النص الإخباري الجديدة في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية.

4- التعرف على أهم الفروق بين النصوص الإخبارية المنشورة في المواقع الإخبارية والنصوص الإخبارية المنشورة في منصاتها الاجتماعية.

5- قياس عمق الثراء الإعلامي للنصوص الإخبارية المقدمة في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية.

اسئلة الدراسة:

1-ما أوجه وأبعاد الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية؟.

2-ما نوعية النص الإخباري المنشور في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية ؟.

3-ما أشكال وقوالب النص الإخباري الجديدة المنشورة في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية؟.

4-ما أهم الفروق بين النصوص الإخبارية المنشورة في المواقع الإخبارية والنصوص الإخبارية المنشورة في منصاتها الاجتماعية؟.

5-ما مدى عمق الثراء الإعلامي للنصوص الإخبارية المقدمة في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية؟.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على أساليب بحثية بهدف الوصول إلى نتائج علمية، وتستهدف وصف وتحليل أوجه وأبعاد الثراء الإعلامي للمواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية وعلاقتها بظهور أشكال وقوالب بنائية للنص الإخباري فيها.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح والذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال معين⁽⁴²⁾.

وستستخدم هذه الدراسة منهج المسح بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات حول الثراء الإعلامي للمواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية من خلال معرفة أبعاد ثراء المعلومات وثراء الوسيلة ، والتعرف على أنواع النص الإخباري وأشكاله وطرق وأساليب إنتاجه.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية.

عينة الدراسة:

بهدف الوصول إلى عينة ممثلة لمجتمع الدراسة قام الباحث بتطبيق الشروط التالية على المواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي، وهي كالتالي:

1- أن تحظى المواقع عينة الدراسة بعدد كبير من الزوار والمتابعين.

2- أن يمتاز الموقع بالثراء الإعلامي في محتواه الإخباري .

3- أن يمتاز الموقع بالتحديث المستمر للمحتوى الإخباري فيها.

وبعد تطبيق الشروط السابقة على المواقع الإخبارية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي وقع الاختيار على المواقع التالية: (موقع الجزيرة نت ومنصته الاجتماعية (إكس) تويتر سابقا - موقع الميادين نت ومنصته الاجتماعية (إكس) تويتر سابقا)، وقد قام الباحث باختيار (5733) نصاً إخبارياً بتطبيق تقنية الأسبوع الصناعي؛ لتجنب تكرار مفردات العينة وكذلك للحجم الكبير للنصوص الإخبارية في المواقع والمنصات عينة الدراسة.

العينة الزمنية :

تحدد ت الدراسة في مجالها الزمني من 1 سبتمبر 2023م وحتى 30 سبتمبر 2023م، وتم اختيار هذه المدة حتى يستطيع الباحث متابعة عمليات التحديث والتطور التكنولوجي التي تتم بصفة دائمة في المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية، والذي يتجاوز حدود النص ذاته إلى كل ما هم متاح في الموقع من معلومات ، تشمل النص، او النصوص والوسائل المتعددة وأدوات التوصيل والإتاحة وسهولة قراءة المحتوى وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني⁽⁴³⁾. وقام الباحث بتصميم استمارتين، إحداهما لتحليل نصوص المواقع الإخبارية العربية عينة الدراسة، والأخرى لتحليل نصوص منصات التواصل الاجتماعي.

اختبار الصدق والثبات:

قام الباحث بإعداد استمارتي تحليل المضمون بعد أن حدد الفئات التي تجيب على اسئلة الدراسة، ثم قام بعرضهما على الاساتذة المحكمين المتخصصين* في مجال الإعلام لإبداء ملاحظاتهم حول الاستمارات، وللتأكد من ثبات الاداة قام الباحث بإجراء اختبار أولي مع باحث آخر وبلغت نسبة الثبات 90% وهي نسبة عالية للثبات، وبناء على تعديلات الاساتذة المحكمين وتطابق نتائج الاختبار الاول قام الباحث بالتصميم النهائي للاستمارات.

الإطار النظري للدراسة

نظرية ثراء الوسيلة

تعد نظرية "ثراء الوسيلة" من أهم نظريات الاتصال والإعلام التي تم استخدامها من قبل الباحثين والدارسين؛ لدراسة وسائل الإعلام الجديدة، فعلى الرغم أنه تم وضع أسسها وفروضها البحثية قبل اكتشاف شبكة الإنترنت، والتي تشكل فضاء وسائل الإعلام الحديثة، ابتداءً من الصحف الإلكترونية ومروراً بالمواقع الإخبارية والمدونات والمواقع التعاونية ومواقع تشارك المحتوى والمنصات الاجتماعية وانتهاء بالميتافيرس والواقع الافتراضي؛ إلا أن إطارها النظري الذي يصف سمات وخصائص الوسيلة الثرية والغنية، مثل مدخلاً يستطيع الباحثون من خلاله توضيح عمليات اختيار الأفراد للوسيلة الإعلامية.

* اسماء الاساتذة المحكمين لأداة الدراسة:

- 1- أ.د. حسن دجرة: استاذ الاذاعة والتلفزيون بقسم الفنون الجميلة بكلية الآداب – جامعة الجديدة.
- 2- أ.د. عمر عبرين: استاذ العلاقات العامة والإعلان بقسم العلاقات العامة والإعلان – جامعة صنعاء.
- 2- أ.د. حسن منصور : أستاذ الإعلام بكلية الآداب – جامعة الملك سعود.
- 3- د. مجيب الشميري: مدرس الاذاعة والتلفزيون بقسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام – جامعة صنعاء.
- 4- د. سامية الأغبري: مدرس الصحافة بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الاعلام – جامعة صنعاء.
- 5- د. صباح الخيشني، مدرس الصحافة بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الاعلام – جامعة صنعاء.
- 6- د. نوال الحزورة: مدرس الاذاعة والتلفزيون بقسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام – جامعة صنعاء.
- 7- د. حاتم الصالحي: مدرس العلاقات العامة والإعلان بقسم العلاقات العامة والإعلان – جامعة صنعاء.

كما أن طبيعة وسائل الإعلام المتمثلة في الديمومة والاستمرارية مع وجود الوسيلة الجديدة والبديلة؛ كانت سبباً رئيسياً في استخدام فرضيات نظرية "ثراء الوسيلة"؛ فالصحافة الورقية ظلت مستمرة كوسيلة اتصال جماهيرية رغم ظهور الإذاعة و التلفزيون والصحافة الرقمية .

من جهة أخرى شكل الحقل الأصلي الذي تنتمي له نظرية " ثراء الوسيلة" وهو حقل الاتصالات الإلكترونية، مجالاً لباحثي الإعلام والعلوم الاجتماعية والإنسانية، لكي يركزوا أبحاثهم ودراساتهم على المكون البشري الإنساني في الاتصال المستعين بالحاسب، محاولين استكشاف العوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في هذا النوع من الاتصال⁽⁴⁴⁾، ووسائل الإعلام الجديدة تقوم أغلب عملياتها الاتصالية والإعلامية على الكمبيوتر والأجيال المتطورة منه، وأجهزة الموبايل.

وتفترض النظرية أن الوسيلة الإعلامية الثرية تمتلك عدد من السمات، مثل، الأنية ورجع الصدى والتفاعلية، والرموز المتعددة، وتنوع اللغة، والتركيز الشخصي، وكلما كانت الوسيلة محققة لهذه السمات، استطاعت أن تقلل الغموض وحالة عدم التأكد في العملية الاتصالية⁽⁴⁵⁾.

ووفقاً لهذه السمات فإن وسائل الإعلام الجديدة تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث الفورية والتغذية الراجعة وسهولة الاتصال وتعدد الاشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل، بالإضافة إلى تقديم موضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة⁽⁴⁶⁾.

التعريفات الاجرائية لمصطلحات الدراسة:

الثراء الإعلامي: يشير مصطلح الثراء إلى قدرة الوسيلة الإعلامية على تحسين الفهم بتقليل عدم التأكد والغموض في المفردات أو الأحداث التي تحمل معنيين، الأمر الذي

يساعد منتج الرسالة على استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع⁽⁴⁷⁾.

ويقصد الباحث بالثراء الإعلامي في دراسته : " خصائص ومميزات الوسيلة الإعلامية المتمثلة في : التفاعلية ، سهولة الوصول للمعلومات، لغة الموقع، الرموز المتعددة، الشخصية".

المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية : يعرف خبراء الاتصال والإعلام المواقع الإخبارية بأنها إحدى أشكال الصحافة الإلكترونية، ذات عنوان ثابت على شبكة الانترنت، تكون متاحة لمستخدمي الشبكة، وتقدم الأخبار، بإشراف مجموعة من ذوي الاختصاص الصحفي والشبكي ومصممي الوسائط المتعددة⁽⁴⁸⁾، وفيما يخص المنصات الاجتماعية فهي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء صفحة خاصة به، ومن ثم ربطه بأصدقائه أو من يرغب التواصل والتفاعل معه، ومشاركته المحتوى والمعلومات، عن طريق نظام اجتماعي رقمي مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁽⁴⁹⁾.

ويقصد الباحث بالمواقع الإخبارية العربية، المواقع التالية : (الجزيرة نت - الميادين نت)، وبالنسبة للمنصات الاجتماعية ؛ فيقصد الباحث بها في دراسته صفحات المواقع الإخبارية العربية على منصة تويتر وهي كالتالي: (الجزيرة نت تويتر - الميادين نت تويتر).

النص الإخباري: يعتبر النص الوحدة الأساسية للنشر في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ويتصدر الصفحات والنشرات والمنصات في أشكال مختلفة، كالأخبار والعناوين والتغريدات والهاشتاجات والنصوص الفائقة.

نتائج الدراسة:

الجدول رقم (1) يوضح توزيع النص الرقمي في المواقع والمنصات

النص	الجزيرة نت	المباين نت	جزيرة تويتر	مباين تويتر	المجموع الكلي
الخبر	273	15%	382	18%	1462
العنوان	531	30%	412	20%	995
النص الفائق	1000	55%	1303	62%	2303
الروابط	-	-	-	-	449
الهاشتاج	-	-	-	-	524
المجموع الكلي	1804	100%	2097	100%	5733

يوضح الجدول رقم (1) توزيع النص الرقمي في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية - عينة الدراسة- وتشير بيانات الجدول إلى أن 41% من النص الرقمي يتمثل في النص الفائق الذي تنشره المواقع الإخبارية الإلكترونية دون المنصات الاجتماعية، وتهتم المواقع بصناعة هذا المحتوى لقدرته الكبيرة في توفير إمدادات وتوسعات وتفاصيل للمحتوى الخبري يستطيع القارئ من خلاله الوصول إلى كل ماله علاقة بنص الخبر سواء نصوص أو محتويات أخرى، أما الخبر كنص رقمي تنتجه المواقع والمنصات فقد تمثلت نسبته في 25% من إجمالي النصوص، ويعتبر الخبر النص الرئيسي الذي يتركز عليه العمل الإخباري في المواقع والمنصات وبقية وسائل الإعلام الإخبارية وتأتي النصوص الأخرى كإضافات تمكن القارئ من قراءة الخبر والتوسع في تفاصيله.

وتوضح النتائج في الجدول أن العنوان يمثل ما نسبته 17% من إجمالي النصوص المنشورة في المواقع والمنصات -عينة الدراسة- باعتباره النص الأول الذي يتصفحه القارئ ويأخذه إلى بقية المحتوى، وسجل الهاشتاج كنص رقمي جديد تنتجه المنصات الاجتماعية الإخبارية دون المواقع الإلكترونية الإخبارية وخصوصا منصة إكس (تويتر سابقا) ما نسبته 9%، وبالنسبة للروابط كنص خاص تتفرد به المنصات الاجتماعية ؛ فكانت نسبته 8% من مساحة النص الرقمي المنتج في المنصات -عينة الدراسة.

الجدول رقم (2) يوضح نوعية النص الفائق في المواقع الإخبارية العربية

النص الفائق		الجزيرة نت		الميادين نت		المجموع الكلي	
عناوين	22	3%	71	6%	93	4%	
متعلقات	554	55%	210	15%	764	33%	
كلمات	295	29%	178	13%	473	20%	
وسوم	-	-	772	57%	772	34%	
تغريدات	61	6%	69	5%	130	5%	
منشورات فيسبوك	14	1%	1	0.1%	15	0.64%	
مقاطع يوتيوب	34	4%	30	2%	64	2%	

منشورات انستغرام	20	%2	1	%0.1	21	%1
منشور تليجرام	-	-	1	%0.1	1	%0.04
المجموع الكلي	1000	%100	1333	%100	2333	%100

توضح نتائج الجدول (2) أن 34% من النص الفائق في المواقع الإخبارية - عينة الدراسة - تخصصت للوسوم؛ ليكون أكثر أنواع النص الفائق استخداماً مع الأخبار، وتبين نتائج الجدول أن موقع الميادين نت قد أنفرد باستخدام الوسوم بنسبة 57% ، أما موقع الجزيرة نت فلم يستخدم هذا النوع من النصوص الفائقة، وتعتمد بعض المواقع الإخبارية إلى تصميم هذا النوع من النص الفائق من أجل تصدر كلمات عناوين أخبارها محرك البحث (قوقل).

وسجلت المتعلقات ما نسبته 33% من إجمالي النصوص الفائقة في الموقعين - عينة الدراسة - وتبين النتائج في الجدول أن موقع الجزيرة نت تقدم على موقع الميادين نت في استخدام المتعلقات، حيث كانت نسبة إدراجها للمتعلقات في المحتوى 55% بينما جاءت في الميادين نت 15%، وتقوم المواقع الإخبارية بإنتاج المتعلقات وربط الأخبار بها؛ لتمكن القارئ من الاطلاع على المادة الخبرية الأكثر صلة بالأخبار وكانت فترة نشرها في الموقع لا تتجاوز اليوم أو اليومين أو حتى الأسبوع والشهر، وذلك خلافاً للوسوم التي قد يكون الفاصل الزمني بينها وبين أخبارها يمتد لشهور عدة أو سنوات، وتوضح نتائج الجدول أن الكلمات النشطة جاءت في الترتيب الثالث بنسبة 20% وقد ارتفعت نسبتها في الجزيرة نت إذ حصلت على 29% وسجلت في

الميادين نت 13% ويشير ذلك إلى الاتساع الكبير للإرشيف في الجزيرة مقارنة بالميادين، وبينما لم تتجاوز نسبة مقاطع يوتيوب كنص فائق 2% وترتفع في تغريدات تويتر إلى 5% ويتقارب الموقعان في نسب إدراج المقاطع والتغريدات داخل نصوص الأخبار كما يوضح الجدول أعلاه، وتمثلت نسبة استخدام العناوين الجانبية كنصوص فائقة في 4% من إجمالي النص الفائق في الموقعين وأرتفعت في الميادين نت 6% عن الجزيرة نت 3%.

الجدول رقم (3) يوضح حجم الهاشتاج في المنصات الاجتماعية

الهاشتاج		جزيرة تويتر		ميادين تويتر		المجموع الكلي	
2-1	66	67%	207	49%	273	52%	
4-3	33	33%	170	40%	203	38%	
5 فأكثر	-	-	48	11%	48	10%	
المجموع الكلي	99	100%	425	100%	524	100%	

أما الهاشتاج في المنصة الاجتماعية - عينة الدراسة - فقد أدرجت المنصات هاشتاج واحد أو اثنين داخل المحتوى الإخباري بنسبة 52%، بينما أدرجت من ثلاثة إلى أربعة بنسبة 38% وتحددت نسبة استخدام خمسة هاشتاجات فأكثر في 10% من إجمالي الهاشتاجات التي أدرجتها المنصات في المحتوى، ويعتبر الهاشتاج من أهم أنواع النص الرقمي الجديدة التي تنتجها المنصات الاجتماعية بغرض زيادة انتشار المحتوى ووصله إلى أعداد كبيرة من المتابعين.

الجدول رقم (4) يوضح الروابط في المنصات الاجتماعية

المجموع الكلي		ميادين تويتر		جزيرة تويتر		الروابط
306	68%	134	50%	172	92%	مواقع اخبارية
117	26%	103	40%	14	8%	تويتر
25	5.5%	25	9%	-	-	يوتيوب
1	0.22%	1	0.4%	-	-	فيسبوك
449	100%	263	100%	186	100%	المجموع الكلي

يوضح الجدول رقم (4) أن الروابط التي تحيل القراء إلى المواقع الإخبارية أثناء تفصيحهم للمنصات الاجتماعية سجلت ما نسبته 68% من إجمالي الروابط المدرجة في النصوص الاخبارية المنشورة في المنصات وحصلت منصة الجزيرة تويتر على نسبة 92% ومنصة الميادين تويتر على 50%، مما يشير إلى ارتفاع نسبة روابط المواقع الاخبارية في الجزيرة تويتر ويعود ذلك إلى أن المواقع الاخبارية تعتمد إعادة نشر محتواها الاخباري على المنصات للاستفادة من خصائصها الاتصالية والمتمثلة في سهولة استخدامها وسرعة الوصلة للمحتوى من خلالها علاوة على قيام المنصات بالتسويق للمحتوى ونشره بصورة واسعة.

وتشير نتائج الجدول إلى أن الروابط التي تحيل القراء إلى منصة إكس تويتر سابقا قد سجلت ما نسبته 26% تحتل المرتبة الثانية بعد روابط المواقع الاخبارية وحصدت منصة الميادين تويتر 40% مقابل 8% للجزيرة ويرجع ذلك إلى أن الميادين تقوم بإعادة التغريدات من منصة الميادين لبنان ومنصة الميادين عاجل وهما منصات أخرى لشبكة الميادين على منصة إكس وبالنسبة للجزيرة تويتر فيتضح من رصد

الدراسة التحليلية أن لها فريق خاص يقوم بإنتاج المحتوى بإعتبارها وسيلة مستقلة تماما عن القناة والموقع وبقية منصات شبكة الجزيرة الأخرى.

وسجلت نسبة إدراج روابط مقاطع يوتيوب 55% من اجمالي الروابط وانفردت بها منصة الميادين نت على اكس ولم تنتشر منصة الجزيرة نت أي رابط يحيل إلى منصاتها أو مواقعها على يوتيوب

الجدول رقم (5) يوضح اشكال الأخبار في المواقع الإخبارية

الخبر	الجزيرة نت		الميادين نت		المجموع الكلي	
عاجل	49	17%	204	54%	253	39%
قصير	96	35%	88	23%	184	28%
مركب	115	42%	74	20%	189	29%
تغريدات	8	3%	12	3%	20	3%
تشاركي	3	2%	4	1%	7	1%
مصور	2	1%	-	-	2	0.30%
المجموع الكلي	273	100%	382	100%	655	100

يبين الجدول رقم (5) أن 39% من الإخبار في المواقع - عينة الدراسة- كانت أخبار عاجلة ومن خلال هذه النسبة تأتي الاخبار العاجلة في المرتبة الأولى بين أنواع الاخبار التي تنتشر في المواقع الاخبارية ويعزو ذلك إلى وجود أحداث طبيعية وسياسية جعلت المواقع تهتم بتغطيتها بشكل فوري وعاجل مثل زلزال المغرب وفيضانات ليبيا علاوة على تفاقم الصراع في الشرق الاوسط والحرب الروسية الاوكرانية، وحلت الاخبار المركبة في المرتبة الثانية بنسبة 29% ثم الاخبار القصيرة

في المرتبة الثالثة بنسبة 28%، ورصدت الدراسة ظهور أنواع وقوالب بنائية جديدة للأخبار في المواقع الإلكترونية وهي الأخبار القائمة على قالب التغريدات وقد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 3%، والنوع الآخر هو الخبر التشاركي وجاء في المرتبة الخامسة بنسبة 1% وفي الأخير جاء الخبر المصور وانفرد به موقع الجزيرة نت.

الجدول رقم (6) يوضح اشكال الأخبار في المنصات الاجتماعية

الخبر	جزيرة تويتر		مبايدين تويتر		المجموع الكلي	
ملخص	302	86%	190	37%	492	57%
خطاب	11	3%	24	5%	35	4%
سؤال	11	3%	115	22%	126	14%
عنوان	4	1.13%	48	9%	52	6%
اقتباس	-	-	130	25%	130	15%
عاجل	22	6%	2	1%	24	3%
شرائح مصورة	3	0.85%	-	-	3	1%
المجموع الكلي	352	100%	509	100%	862	100%

يوضح الجدول رقم (6) قوالب بنائية جديدة للمادة الخبرية في المنصة الاجتماعية ويتمثل القالب الاول الذي أطلقت عليه الدراسة (الملخص الخبري) والذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 57% وتلاه قالب الاقتباس بنسبة 15% ثم قالب السؤال بنسبة 14%، وفي المرتبة الرابعة جاء قالب العنوان بنسبة 6% ثم قالب الخطاب في المرتبة الخامسة بنسبة 4% ، وفي المرتبة السادسة جاء قالب الاخبار العاجلة بنسبة 3%، وفي الأخير جاء قالب الشرائح المصورة بنسبة 1%.

الجدول رقم (7) يوضح نوعية العناوين في المواقع الاخبارية

العنوان		الجزيرة نت		الميادين نت		المجموع الكلي	
رئيسي	259	%49	155	%38	414	%44	414
تمهيدي	47	%9	32	%7	79	%8	79
فرعي	27	%5	181	%44	208	%22	208
مقاطع	198	%37	44	%11	242	%26	242
المجموع الكلي	531	%100	412	%100	943	%100	943

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أن 44% من العناوين في المواقع الاخبارية العربية -عينة الدراسة- كانت عناوين رئيسية ، كما أوضحت البيانات أن عنوان المقاطع وهو من العناوين الجديدة التي استحدثتها المواقع الاخبارية كعناوين داخلية تساهم في تقطيع المحتوى وتقديمه للقارئ في شكل مقاطع تربطها العناوين الصغيرة قد سجلت ما نسبته 26% وجاءت العناوين الجانبية في المرتبة الثالثة بنسبة 22% وفي المرتبة الاخيرة العناوين التمهيدية بنسبة 8%.

الجدول (8) يوضح تعدد الرموز في النصوص في المواقع الاخبارية ومنصاتها الاجتماعية

عمق واتساع الوسائط		الجزيرة نت		الميادين نت		جزيرة تويتر		ميادين تويتر		المجموع الكلي	
نص فقط	17	%8	124	%44	-	-	2	%1	143	%12	143
نص وصور وروابط	91	%40	99	%35	227	%63	206	%67	623	%53	623
نص وصور	87	%39	56	%20	-	-	-	-	143	%12	143

وفيديو وروابط										
نص وصور	15	%7	-	-	89	%24	-	-	104	%9
نص وفيديو	7	%3	-	-	12	%3	-	-	19	%2
نص وفيديو وروابط	6	%2	-	-	26	%7	101	%32	133	%11
نص وفيديو وصور	2	%1	-	-	-	-	-	-	2	%0.17
نص وروابط	-	-	-	-	2	%1			2	%0.17
البوم صور	-	-	-	-	3	%2	-	-	3	%0.25
المجموع الكلي	225	%100	279	%100	359	%100	309	%100	1172	%100

يوضح الجدول رقم (8) أن 53% من النصوص في المواقع والمنصات - عينة الدراسة- تم تقديمها من خلال النصوص المكتوبة والصور الفوتوغرافية والروابط وقد تفاوتت المواقع والمنصات - عينة الدراسة - في تقديم هذا النوع من النصوص حيث سجل موقع الجزيرة نت 40% والياديين نت 35% والجزيرة نت تويتر 63% والياديين نت تويتر 67%، وأوضحت بيانات الجدول أن 12% قدمت بشكلين ، الأول، نصوص مكتوبة فقط،والثاني، نصوص مع الصور والفديو والروابط، وجاء موقع الجزيرة نت في صدارة المواقع والمنصات التي تقدم النصوص مع الصور والفديو بنسبة 39% وتشير هذه النسبة على درجة ثراء عالية في النص الذي يقدمه

الموقع، ثم جاء الميادين نت في المرتبة الثانية بنسبة 20% ولم تقدم المنصات هذا النوع من النصوص، ويرجع ذلك إلى المساحات الكبيرة التي تمتاز بها المواقع الاخبارية إذ تستطيع من خلاله تقديم محتوى وسائلي متعدد أكثر من المنصات.

ورصد الجدول أن المواقع والمنصات عينة الدراسة قد قدمت النصوص مزودة بالفيديو والروابط دون الصور بنسبة 12% وتظهر إحصائيات الجدول أن المنصات قدمت هذا النوع من النص أكثر من المواقع حيث جاءت منصة الميادين تويتر في المرتبة الأولى بنسبة 32% ويعزو ذلك الى أن الفريق على صناعة المحتوى فيها يعتمد على المحتوى المرئي المقدم في قناة الميادين التلفزيونية، حيث يقوم بتحويل هذا المحتوى إلى مقاطع فيديو صغيرة مع تزويدها بالنصوص والروابط المناسبة، ويوضح الجدول أن 9% من النصوص تم تزويدها بالصور فقط وقد جاءت منصة الجزيرة نت تويتر في المرتبة الاولى بنسبة 24% ثم موقع الجزيرة نت في المرتبة الثانية بنسبة 7% ولم يظهر هذا النوع من النصوص في موقع الميادين ومنصة الميادين تويتر ويرجع اهتمام الجزيرة بالنصوص المصور إلى طغيان فن الانفوجرافيك على صناعة المحتوى في منصات ومواقعها على شبكة الانترنت بإعتباره من أهم أنواع المحتوى المرئي الذي انتشر في وسائل الإعلام الجديدة، وأظهرت نتائج الجدول أن النصوص المزودة بالفيديو فقط مثلت ما نسبته 2%.

الجدول رقم (9) يوضح مستوى التفاعلية وسهولة الوصول في المواقع الاخبارية العربية

الميادين نت	الجزيرة نت	مستوى التفاعلية
-	-	إمكانية التعليق
-	-	استطلاع الراي
1	1	بريد إلكتروني
1	1	تلفون

1	1	فاكس
1	1	القوائم البريدية
1	1	منصات اجتماعية
1	1	آر اس اس
1	1	يقرأون الآن
1	1	الأكثر قراءة
1	1	البث المباشر
1	1	آخر الأخبار
1	1	أخترنا لك
1	1	ملفات الكوكيز
-	-	امكانية الحفظ
1	1	البحث
1	1	الارشيف
1	1	المدونات
1	1	خارطة الموقع
1	1	شريط الابحار
16	16	المجموع الكلي

تبين نتائج الجدول رقم (9) أن المواقع الاخبارية العربية - عينة الدراسة - قد أحرزت درجة بلغت 14 في مقياس التفاعلية وسهولة الوصول إلى المحتوى المكون من 20 درجة وتشير بيانات الجدول أن الموقعين لم يوفر اساليب تمكن المستخدم من التفاعل وتشارك المحتوى مثل التعليقات واستطلاعات الرأي ويعزو ذلك إلى طبيعة

تصميم الانترنت من الجيل الاول ؛ حيث إمكانية تفاعل المستخدمين مع المحتوى محدودة، كما أن الموقعين قد أخفقا في إتاحة وسيلة لحفظ المحتوى بالرغم من أن التصميمات الحديثة للمواقع الاخبارية تستطيع الدمج بين خصائص الجيل الاول من الانترنت والثاني.

الجدول رقم (10) يوضح مستوى التفاعلية في المنصات الاجتماعية

مستوى التفاعلية	جزيرة تويتر	ميادين تويتر
إمكانية التعليق	1	1
عدد التعليقات	1	1
الاعجاب	1	1
عدد الاعجاب	1	1
المشاركة	1	1
عدد المشاركة	1	1
إعادة التغريد	1	1
التنبيهات	1	1
الموضوعات المتداولة (الترند)	1	1
تعبير المشاعر	1	1
البث المباشر	1	1
آخر الأخبار	1	1
استطلاع رأي	1	1
عدد قراء المحتوى	1	1

1	1	امكانية الحفظ
1	1	البحث
1	1	الارشيف
1	1	الرسائل
1	1	الاستماع المباشر
1	1	قد يعجبك
1	1	عدد المتابعين
21	21	المجموع الكلي

تشير نتائج الجدول رقم (10) أن المنصات الاجتماعية - عينة الدراسة- احرزت الدرجة الكاملة في مقياس التفاعلية (21 من 21) ويعزو ذلك إلى الخصائص والميزات الفائقة التي تمتاز بها المنصات الاجتماعية حيث توفر خيارات متقدمة للمستخدمين للتفاعل والتشارك في صناعة المحتوى داخل صفحاتها.

الجدول رقم (11) يوضح مستوى التحديث في المواقع الاخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية

مستوى التحديث	الجزيرة نت	الميادين نت	جزيرة تويتتر	ميادين تويتتر
توفر التحديث	1	1	1	1
تاريخ تحميل المحتوى	1	1	1	
خدمة الاخبار العاجلة	1	1	1	1
المجموع الكلي	3	3	3	3

يوضح الجدول رقم (11) أن المواقع الاخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية قد أحرزت درجات كاملة فيما يتعلق بمقياس التحديث والفورية (3من 3) ويرجع ذلك إلى كونها مواقع ومنصات لشبكات إخبارية عالمية عملها الرئيسي تغطية الأخبار وبثها للجمهور وقت حدوثها، إضافة إلى تصاعد الاحداث السياسية والاقتصادية والعسكرية في المناطق التي تغطيها.

الجدول رقم (12) يوضح مستوى اللغة في المواقع الاخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية

مستوى اللغة	الجزيرة نت	المباين نت	جزيرة تويتير	مباين تويتير
لغة فصيحة (إعلامية)	2	2	2	2
لغة عامية	-	-	-	-
لغة واحدة (العربية)	1	-	1	1
لغتان (عربية - انجليزية)	-	-	-	-
أكثر من لغتين	-	3	-	-
المجموع الكلي	3	5	3	3

ويوضح الجدول رقم (12) أن موقع الجزيرة نت ومنصتي الجزيرة والمباين على أكس قد حصلت على 3 درجات في مقياس مستوى اللغة المكون من 9 درجات وحصل موقع المباين نت على 5 درجات ويرجع ارتفاع درجته إلى تقديمه المحتوى بثلاث لغات هي العربية والانجليزية والاسبانية، وتشير بيانات الجدول إلى أن جميع المواقع والمنصات عينة الدراسة قد اعتمدت اللغة العربية الفصيحة (الإعلامية)؛ لتقديم المحتوى ويعزو ذلك إلى كونها مواقع ومنصات تخاطب المواطن العربي بالدرجة الاساسية والمتابع للشؤون العربية بالدرجة الثانية.

الجدول رقم (13) يوضح مستوى التركيز الشخصي في المواقع الاخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية

التركيز الشخصي	الجزيرة نت	المباين نت	جزيرة تويتر	مباين تويتر
اختيار الشكل	1	1	1	1
اختيار المضمون	1	1	1	1
صفحة موحدة لجميع المستخدمين	1	1	1	1
اختيار حجم الخط	1	1	1	1
اختيار اللون	1	1	1	1
اختيار وسائل أخرى للتصفح	3	3	3	-
المجموع الكلي	8	8	8	5

تبين بيانات الجدول رقم (13) أن 85% من مواقع ومنصات الدراسة تقدم خيارات متعددة للتحكم في الشكل والمضمون، حيث سجلت الجزيرة نت والمباين نت والجزيرة نت تويتر الدرجة الكاملة (8 من 8)، أما منصة المباين على تويتر فقد حصلت على (5 من 8) ويفسر ذلك أن منصة المباين تويتر هي المنصة الوحيدة لقناة المباين وموقع المباين نت على اكس ويتم بث محتوى القناة والموقع داخلها، ذلك خلاف منصة الجزيرة نت على اكس فهي تخصص لكل نوع من المحتوى منصة مستقلة فهناك (الجزيرة نت تويتر سياسة، وجزيرة نت تويتر اقتصاد ، وجزيرة نت تويتر رياضة، وجزيرة نت تويتر تكنولوجيا، وجزيرة نت تويتر صحة).

خاتمة الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد التأثيرات التي أحدثها الثراء الإعلامي في المواقع الإخبارية العربية ومنصاتها الاجتماعية - عينة الدراسة- على أشكال وقوالب الخبر الصحفي

الرقمي، وتم الاستعانة بأسلوب تحليل المضمون ومقاييس الثراء لدراسة هذه التأثيرات وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تنوعت قوالب النص الرقمي التي استخدمتها المواقع الإخبارية العربية ومنصات الاجتماعية - عينة الدراسة- فمنها ما جاء خبراً ومنها ما جاء نصاً فائقاً، أو عنواناً أو رابطاً أو هاشتاجاً أو تغريدة، وتصدر النص الفائق أنواع النص في مواقع ومنصات الدراسة ويرجع ذلك إلى كم المعلومات التي يوفرها النص للمتابعين.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الوسوم جاءت في صدارة النصوص الفائقة، وقد تفرد بها موقع الميادين نت، وجاءت بعدها المتعلقة وتقدم موقع الجزيرة نت على بقية المواقع والمنصات عينة الدراسة في استخدام هذا النوع من النصوص الفائقة؛ ويعزو ذلك إلى إتاحة المتعلقة للقارئ الاطلاع على المادة الخبرية الأكثر صلة بالخبر الذي لحقت به وكانت فترة نشرها قريبة.

- تفردت المنصات الاجتماعية عينة الدراسة باستخدام الهاشتاج داخل النص الخبري في صفحاتها.

- رصدت الدراسة أنواعاً جديدة للخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية عينة الدراسة، أهمها خبر التغريدات والخبر التشاركي.

- كشفت الدراسة التحليلية قوالب بنائية جديدة لكتابة وتحرير المادة الخبرية في المنصات الاجتماعية تختلف عن القوالب المتعارف عليها لبناء وكتابة الأخبار في وسائل الإعلام ومن أهمها قالب الملخص وقالب الخطاب وقالب الشرائح المصورة وخبر السؤال وخبر العنوان والاقتباس، وقد جاء الملخص في المرتبة الأولى كقالب خبري للمنصات.

- أكدت نتائج الدراسة تصدر النصوص المزودة بالصور والروابط في المحتوى الخبري المنشورة في المواقع الاخبارية العربية ولم تقدم منصاتها الاجتماعية هذا النوع من المحتوى .

- أوضحت نتائج الدراسة تفوق المنصات الاجتماعية على المواقع الإخبارية في مقياس التفاعلية حيث حصلت درجات كاملة للمقياس ويرجع ذلك إلى كون المنصات الاجتماعية تمثل الجيل الثاني للإنترنت (الويب 2.0) والذي يتيح للمستخدمين التشارك في صناعة المحتوى.

- تفردت المواقع الإخبارية على المنصات الاجتماعية في سهولة الوصول للمحتوى ويرجع ذلك إلى الارشفة والبحث وسهولة الإبحار في المحتوى .

- اشارت النتائج إلى أن مواقع ومنصات الدراسة قدمت خيارات متعددة للتحكم في شكل ومضمون المحتوى ويدل ذلك على درجة عالية من الثراء في خصائصها الاتصالية.

الهوامش:

¹ - وسام محمد، الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وإنتاجها، ط1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2018، ص45.

² - محمود خليل ومحمد هيبه، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، جامعة القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002، ص 51.

³ - السيد نجم، النص الرقمي واجناسه، مجلة الكلمة الالكترونية، العدد19، يوليو2008 ، تاريخ الدخول 2023/3/21، متاح على الرابط التالي:

<http://www.alkalimah.net/Articles/Read/1435>

- 4 - حسني نصر و سناء عبد الرحمن، **التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي**، ط2، العين، دار الكتاب الجامعي، 2009، ص 30.
- 5 - علي العمار، **الخبر الصحفي**، ط7، صنعاء، مركز الطباعة والنشر بجامعة صنعاء، 2023، ص 138.
- 6 - عبد المحسن عقيله، **الإعلام الجديد وعصر التدفق**، ط1، المنصورة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2015، ص 119.
- 7 - **الخبر القصير**، موقع بي بي سي عربي، أكاديمية بي بي سي، تاريخ الدخول (2016/3/2).
- 8 - عادل رواتي، **الكتابة في المواقع الالكترونية للصحفيين**، موقع لينكد ان، 2015/9/22، تاريخ الدخول 2023/3/5، متاح على الرابط التالي: <https://www.linkedin.com/pulse>
- 9 - علي العمار وحمود القديمي، **مبادئ التحرير الإعلامي في العصر الرقمي**، ط1، صنعاء، مطابع الإعلام للطباعة والنشر والتوزيع، 2023، ص 51.
- 10 - محمد داوود، **صحافة الانترنت، التعليم الالكتروني**، معهد الجزيرة للإعلام، 2019/4/21، تاريخ الدخول (2022/8/5)، متاح على الرابط التالي: elearning.aljazeera.net/ar/course/6455
- 11 - فاطمة الزهراء عبدالفتاح، **الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار**، ط1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2016، ص 55.
- 12 - **المرجع السابق نفسه**، ص 55
- 13 - ندا فرحان، **استراتيجية صياغة الخبر في وسائل الإعلام الاجتماعي**، دليل النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مشروع سلامتك، الاصدار الاول، 2015، ص 5.
- 14 - فاروق ابو زيد، **فن الخبر الصحفي**، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1992، ص 311.
- 1 - محمد مستو، **دليل تحرير الخبر الصحفي**، معهد مصداقية الصحافة، ص 24، الدليل متاح على الرابط التالي: <https://:accuracypress.org/ar/archives>
- 15 - عبد اللطيف حمزة، **المدخل في التحرير الصحفي**، ط4، القاهرة، الفكر العربي، 1968، ص 161.
- 16 - محمد عزت، **دراسات في فن التحرير الصحفي**، جدة، الشروق، 1984، ص 249.
- 17 - عادل رواتي، **مرجع سابق**.

- 18 - عمر الدهامشة، توظيف النخبة السياسية الأردنية موقع تويتر في نشر المعلومات، **ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الاوسط، كلية الإعلام، قسم الإعلام، 2019، ص 11.
- 19 - وسام محمد، الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وإنتاجها، **مرجع سابق**، ص 56.
- 20 - محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2007، ص 113.
- 21 - عباس ناجي، **الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني**، ط1، عمان، صفا للنشر والتوزيع، 2016، ص 142.
- 22- Paola-Maria Caleffi, The 'hashtag': A new word or a new rule?, **SKASE Journal of Theoretical Linguistics**, 2015, vol. 12, no.2,p46.
- 23 - مروة مدبولي، الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، **ماجستير غير منشورة**، جامعة المنوفية ، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2023.
- 24 - ريم فؤاد، التنوع الاعلامي في بيئة الأخبار المحلية الرقمية : دراسة تحليلية ميدانية لتدفق المعلومات والسلوك الإخباري للجمهور، **دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2022.
- 25 - سنان علي، أشكال التغطية الإخبارية للقنوات الفضائية ومنصات الرقمية لتظاهرات تشرين 2019 في العراق :دراسة تحليلية، **دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2022.
- 26 - شيماء عبد الحميد، استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية دراسة تحليلية وميدانية، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، **مجلة كلية الآداب**، العدد 97، 2021.
- 27 - صفاء جبار، أطر معالجة الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الهجرة غير الشرعية وعلاقتها باتجاه الجمهور العراقي نحوها، **دكتوراه غير منشورة**، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب ، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2021.
- 28 - مروة عبدالعال، تأثير الصورة الصحفية ومقاطع الفيديو بالمواقع الإلكترونية الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمضمون الإخباري، **ماجستير غير منشورة**، سوهاج، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021.

- 29 - إسلام مطاع، توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية : دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ماجستير غير منشورة، سوهاج، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020.
- 30 - أميرة عبد الفتاح، تقييم التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لتلك المواقع، دكتوراه غير منشورة، القاهرة ، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2019.
- 31 - طارق عارف، استراتيجيات التكيف الرقمي لوكالات الأنباء : دراسة تطبيقية مقارنة على وكالات أنباء رويترز - الفرنسية - الشرق الأوسط ، ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2019.
- 32 - تالة اليماني، دور تكنولوجيا المعلومات الصحفية في تطوير الخدمة الإخبارية على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية ميدانية على الصحافة الإلكترونية السورية ومستخدميها، دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017.
- 33- Erin Kim,Y ,Y ,K, and Min Song, Topic-based content and sentiment analysis of Ebola virus on Twitter and in the news, **Journal of Information Science**,(2015),issue 5,pp 1-19.
- 34- Jason Turcotte ,C ,J ,and Rosanne M , News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking, **Journal of Computer-Mediated Communication** , (6-2015),issue 20, pp520-535.
- 35 - سهيلي لامية، التفاعلية في المواقع الاخبارية الجزائرية - دراسة تحليلية لموقعي الشروق اون لاين والنهار اون لاين، ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، 2015.
- 36 - ماجد حبيب، التفاعلية في المواقع الالكترونية للصحف اليومية الفلسطينية-دراسة تحليلية، ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية-غزة، 2014.
- 37- Marcel Broersma and Todd Graham, Twitter as a news source: How Dutch and British newspapers used tweets in their news coverage, 2007-2011. **Journalism Practice**, May2014 , Vol .7 Issue 4, pp446-464.

- 38 - ليث اللهبي ، التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية (دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية) ، ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014.
- 39 - هيثم مؤيد، العلاقة بين التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية والمهارات ما وراء المعرفة لدى مستخدمي تلك المواقع، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد 1، 2014، ص ص 311-399.
- 40 - رشا مرسي، العوامل المؤثرة على انتاج الاخبار بالمواقع الالكترونية للشبكات التلفزيونية وعلاقتها ببراء الموقع- دراسة تطبيقية مقارنة بين موقع قناة النيل للأخبار المصرية وموقع قناة الجزيرة القطرية، *دكتوراه غير منشورة* ، أسيوط، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام 2013.
- 41- سمير محمد حسين، *بحوث الإعلام*، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 1995، ص.131
- 42- محمد عبد الحميد، *الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت*، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2007، ص.295.
- 43- محمد القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، جامعة أم درمان الاسلامية- دراسة نقدية، جامعة أم درمان الاسلامية، *مجلة علوم الاتصال*، العدد 6، 2020، ص 19.
- 44 - Richard Barber, Media Richness and Feedback Seeking Behaviours, *MT Thesis*, Applied Psychology, University of Canterbury, 2018, p 4.
- 45 - رضا أمين، *النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني*، ط1، القاهرة، جامعة الأزهر، 2007، ص 116.
- 46 - ليث اللهبي ، التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية، *مرجع سابق*، ص 33.
- 47 - إياد الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية العربية لواقع الاقباط في مصر، ماجستير غير منشورة، غزة، جامعة الأزهر، كلية الآداب، قسم الاعلام، 2012، ص 63.
- 48 - سعود صالح كاتب، *الإعلام القديم والإعلام الجديد: هل الصحافة الجديدة في طريقها للانقراض*، ط3، جدة، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، 2018 م، ص160.

مظاهر الضغوط المهنية لدى عينة من العاملين في مجال الاعلام وتأثيراتها النفسية على الاعلاميين بمدينة طرابلس - دراسة ميدانية

أ. ازدهار عطية البربار .. جامعة الزيتونة / ليبيا

أ. أمينة معتوق إبراهيم .. جامعة الزيتونة / ليبيا

الملخص:

تتمثل أهداف هذا البحث في تحليل مظاهر الضغوط المهنية التي يتعرض لها العاملون في مجال الاعلام بمدينة طرابلس، مثل ضغوط الوقت، والمطالبات العاطفية، وضغوط الأداء وغيرها وتفسير الضغوط المهنية في ضوء بعض النظريات النفسية والعمل على تقديم توصيات للتعامل مع هذه الضغوط بهدف تحسين الصحة النفسية للعاملين في مجال الإعلام.

ومن خلال الإجابة على التساؤلات توصلت الباحثة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة عكسية بين الضغوط المهنية و الأداء الاعلامي وقد تبين بشكل واضح أنه كلما ارتفع الضغط المهني كلما انخفض مستوى الأداء والممارسة الاعلامية أي أن الضغوط المهنية تؤثر سلبا على الممارسة المهنية للمذيعين والمخرجين وتساهم في تكريس واقع سيء للممارسة الاعلامية تشوبه الكثير من النقائص و المعوقات التي تحول دون تقديم خدمة إعلامية ذات جودة عالية.

الكلمات المفتاحية: الضغوط - الضغوط المهنية - العاملين في مجال الإعلام

مقدمة:

يعد العصر الحالي، عصر التقدم والتطور التكنولوجي، حيث أن التغييرات السريعة والمنافسة الحادة والمستمرة في شتى الميادين أجهدت الإنسان في سعيه لتحقيق مطالبه المتعددة. ونظرا لأن المهن هي الوسيلة التي تحقق هذه الغايات

والمطالب، فالإنسان يجد نفسه مضطرا للتعايش مع كمية الأعباء الناجمة عنها، هذه الأخيرة التي تسبب توليد الضغوط المهنية التي تختلف حدتها ومصادرها من مهنة إلى أخرى.

إذ كثيرا ما يواجه العاملون في المؤسسات مواقف و ظروف عديدة يتعرضون من خلالها لحالات من الاضطراب و القلق والخوف والإحباط والغضب مما يؤثر سلبا على حالتهم الصحية والنفسية وعلاقاتهم الاجتماعية وبالتالي ينعكس ذلك على أدائهم ويحد من قدرتهم على تحقيق الأهداف التنظيمية.

المبحث الاول:

مشكلة البحث:

يتعرض الاعلاميون والصحفيون الضغوط المهنية مما يؤثر عليهم نفسين وهذا من طبيعة المهنة في صعوبة جمع المادة الاعلامية ومعالجتها، وضغط الوقت بغرض النشر، وضغوط نفسية ناتجة عن اختلاف الادوار والفروق بين فريق العمل، وضغوط خارجية اجتماعية وسياسية، كل هذه العوامل تفرض على الاعلاميين ضغطا كبيرا يضاف اليها ضغط آخر، وهو واجب تقديم الرسالة الاعلامية للجمهور فيقع الاعلامي في صراع مع كل هذه الضغوط، ويمكن أن تؤدي الضغوط النفسية إلى العديد من التأثيرات السلبية على العاملين في مجال الإعلام، فإن هذا البحث يركز على "مظاهر الضغوط المهنية التي يواجهها العاملون في مجال الإعلام في ضوء بعض النظريات النفسية والتعرف على تأثيراتها النفسية".

تساؤلات البحث:

1- ما هي أهم مظاهر الضغوط المهنية التي يواجهها العاملون في مجال الإعلام؟

2- ما أهم مظاهر الضغوط الاقتصادية والاجتماعية والأمنية التي يواجهها العاملون في مجال الإعلام؟

3- كيف تفسر النظريات النفسية هذه الضغوط؟

4- ما الآثار السلوكية الناتجة عن الضغوط المهنية لدى العاملين في مجال الاعلام؟

5- ما الآثار النفسية الناتجة عن الضغوط المهنية لدى العاملين في مجال الاعلام ؟

6-ما الآثار الجسدية الناتجة عن الضغوط المهنية لدى العاملين في مجال الاعلام ؟

أهمية البحث:

1. تعزيز الوعي بمظاهر الضغوط المهنية في مجال الإعلام وتأثيرها النفسي على العاملين في مدينة طرابلس.

2. توفير معلومات واستراتيجيات للعاملين في مجال الإعلام للتعامل مع الضغوط المهنية والحفاظ على صحة نفسية جيدة.

3. إثراء البحث العلمي في مجال الصحة النفسية وعلم النفس التطبيقي من خلال توسيع فهمنا لتأثيرات الضغوط المهنية.

4. توفير أساس لاتخاذ إجراءات وتطوير سياسات مناسبة لتعزيز صحة ورفاهية العاملين في مجال الإعلام.

أهداف البحث:

1-تحليل مظاهر الضغوط المهنية التي يتعرض لها العاملون في مجال الاعلام بمدينة طرابلس ،مثل ضغوط الوقت، والمطالبات العاطفية، وضغوط الأداء وغيرها.

2- تفسير الضغوط المهنية في ضوء بعض النظريات النفسية.

3- فهم العوامل المؤثرة في تفاوت تجربة الضغوط المهنية بين العاملين في مجال الاعلام، مثل العمر، والجنس، والخبرة، المهنية، وظروف العمل.

4- تقديم توصيات للتعامل مع هذه الضغوط بهدف تحسين الصحة النفسية للعاملين في مجال الإعلام.

مصطلحات البحث:

1-الضغوط: حالة من التوتر الانفعالي تنشأ من الأحداث و لمواقف التي تحدث صدمة في حياة الفرد، وتعني أيضا تلك الظروف المرتبطة بالضغط والتوتر والشدة الناتجة عن المتطلبات أو التغيرات التي تستلزم نوعا من إعادة التوافق، وما ينتج عن ذلك من آثار جسمية ونفسية وقد تنتج الضغوط كذلك عن الصراع والإحباط والحرمان والقلق(عبد الستار وآخرون، 2019:ص265).

التعريف اللغوي:

الذي يعني ضيق ، شدة ، ومنه أخذ الفعل الفرنسي stringers مشتق من الفعل الثلاثي stress الضغط :بمعنى طوق ذراعيه و جسمه مؤديا إلى الاختناق الذي يسبب القلق .etreinder الضغط: الاضطراب، القهر ، والضغط بمعنى الشدة والمشقة. (عثمان2001، 18).

كلمة ضغوط تعني إكراه ، قسر ، وجهد قوي ، واجهاد وتوتر لدى الفرد أو لأعضاء الجسم أو قواه العقلية.(خضير:2009، 277) .

التعريف الاصطلاحي:

الضغط: هي مجموعة من المتغيرات الجسمية والنفسية التي تحدث للفرد كردود أفعال أثناء مواجهته للمواقف التي تمثل تهديدا له .

الضغط: هو ردود أفعال فيزيولوجية و انفعالية ونفسية لحوادث أو أشياء مهددة للفرد في البيئة (خضير 2009 ، 277)

تعريف "فونتانا": الضغط هي حالة تنتج عندما تزيد المطالب الخارجية عن القدرات والإمكانات الشخصية للكائن الحي.
مفهوم الضغط المهنية :

هناك تعريفات عديدة لمفهوم الضغط المهنية سنحاول استعراض بعض التعاريف :

عرف المعهد الوطني لدراسة الصحة والسلامة ضغط العمل على أنه : الأذى الجسدي والنفسي الذي يصيب

الفرد عندما لا تتناسب متطلبات الوظيفة مع قدراته وحاجاته في العمل (الختاتة 2012، ، 90).

كما يعرف على أنه: عبارة عن حالة تنتج عن التفاعل بين الفرد و البيئة ، بحيث تضع الفرد أمام مطالب أو عوائق أو فرص.(العميان 2015، ، 161).

ويعرف أيضا ضغط العمل بأنه عبارة عن حالة تنشأ بسبب تفاعل العوامل المتعلقة بالعمل مع خصائص العاملين تحدث تغير في الحالة البدنية أو النفسية للفرد وتدفعه الى تصرف بدني أو عقلي غير معتاد .

يعرف " سيز لافي" و آخرون ضغوط العمل على أنها تجربة ذاتية تحدث اختلالاً نفسياً أو عضوياً لدى الفرد وتنتج عن عوامل في البيئة الخارجية أو المنظمة أو الفرد نفسه .

ضغوط العمل: بأنها عدم الموائمة أو عدم التناسب بين ما يملكه الفرد cobb,rogers ويعرف كل من مهارات وقدرات ومتطلبات عمله وزملائه فيعرفونه بأنه : بغض صرف العمل بتفاعلها مع خصائص العامل الشخصية Marglis تسبب خللاً في الاتزان البدني والنفسي للفرد (خضير: 2009، 277).

متطلبات المهنة التي تتجاوز حدود وقدرات الموظف على التعامل معها ومواجهتها بشكل ناجح و فعال. (الختاتة: 2012، 90).

التعريف الاجرائي الضغوط المهنية للإعلاميين: هي مجموعة التحديات والمتطلبات التي يواجهونها في عملهم، والتي يمكن أن تؤثر على صحتهم الجسدية والعقلية ورفاهيتهم.

التعريف مفهومي العاملين في مجال الإعلام: هم الأشخاص الذين يعملون في صناعة الأخبار والمعلومات وتوزيعها للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والصحف والمواقع الإلكترونية. يشمل هذا المجال الصحفيين والمذيعين والمحررين والمصورين والمنتجين والمخرجين وغيرهم من العاملين الذين يساهمون في إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي. يعتبر العاملون في مجال الإعلام من أهم الشرائح في المجتمع لأنهم يلعبون دوراً حيوياً في نقل الأحداث والمعلومات وتوعية الجمهور .

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: تهتم هذه الدراسة بدراسة الضغوط المهنية التي يتعرض لها العاملون في مجال الإعلام، وتأثيراتها النفسية عليهم .
الحدود المكانية : حدود الدراسة المكانية المتمثلة في مجموعة من القنوات المرئية بمدينة طرابلس (الوطنية ، ليبيا الجديدة)

الحدود الزمنية : الفترة الزمنية التي تتحصر بين 1-4-2024 الى 1-5-2024

الحدود البشرية :العاملون في مجالات الاعلام المختلفة من مخرجين ومذيعين .

الدراسات السابقة:

1- دراسة عبد الله محمد عبد الله طليقة:

بعنوان: الضغوط المؤثرة على الممارسة المهنية الإعلامية "دراسة ميدانية للقائم بالاتصال بمدينة بني وليد الليبية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الضغوط المهنية المؤثرة على الممارسة المهنية الإعلامية في ليبيا، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، حيث اعتمد الباحث على أداتي الاستبيان والمقابلة الشخصية في الحصول على المعلومات من القائم بالاتصال والإجابة على تساؤلات الاستمارة، فقد اختار الباحث عينة مقصودة بلغت (66) مبحوثاً من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية بمدينة بني وليد الليبية وهي (راديو آس FM وإذاعة بني وليد المحلية والدرنيل FM وقناة الدردنيل الفضائية). وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

1- أن (80%) من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الليبية لم يلتحق بدورات تدريبية في مجال العمل.

2- أن (803%) من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الليبية مصدر حصولهم على المعلومات هو الإنترنت.

3- أن (47%) من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الليبية غير راضين عن أدائهم المهني.

4- أن (71%) من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الليبية يرون أن توجد معوقات كثيرة تؤثر على عملهم الإعلامي.

5- أن الصعوبات التي تواجه الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الليبية حسب رأي القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الليبية هي الصعوبات الأمنية وانتشار فوضى السلاح بنسبة (78.7%)، تليها تجاهل الحكومة للإعلام والمؤسسات الإعلامية بنسبة (65%)، ثم قلة الدعم المادي والمعنوي من المؤسسات الإعلامية بنسبة (62.1%).

6- أن القائمين بالاتصال موافقون بشدة بنسبة (56%) على أن المؤسسات الإعلامية لا تهتم بتقييم أداء العاملين بها

2- عماد عقيلة الهمالى (2017): المعايير المهنية للقائمين بالاتصال في إنتاج برامج الحوار في الاذاعة المسموعة الليبية "دراسة ميدانية"؟

تهدف الدراسة الي تحديد المعايير المهنية القائمين بالاتصال في إنتاج برامج الحوار في الاذاعة المسموعة الليبية من خلال دراسة ميدانية شملت: اذاعة الخمس واذاعة الشروق واذاعة ly stereo FM واذاعة الوطن بطبرق، واذاعة بني وليد المحلية،

واذاعة زليتن المحلية واذاعة غرب طرابلس واذاعة زين بطرابلس واذاعة Tripoly FM بطرابلس، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح واستخدام صحفية الاستقاء لجمع البيانات، اعتمد الباحث على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 158 من القائمين بالاتصال.

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

أ- أن القائمين بالاتصال راضين تماما عن عملهم.

ب- أن القائمين بالاتصال ملتزمون بالمعايير المهنية.

ج- أن القائمين بالاتصال يستخدمون الانترنت في الحصول على معلوماتهم .

د- أن القائمين بالاتصال يتعرضون قصور الامكانيات المتوفرة بالإذاعة ، وضغوط يمارسها رؤساء العمل.

هـ- أن القائمين بالاتصال التحقوا بالعمل عن طريق العلاقات الشخصية.

و- أن القائمين بالاتصال برون أن أهم المعايير التي يجب ان يلتزمون بها بنسبة 100% هي: المصداقية والموضوعية والدقة والامانة والالتزام بمصالح الوطن والالتزام بالقوانين والتشريعات الاعلامية والالتزام بالقيم والاخلاقيات السائدة .

3- دراسة خير الدين نايلي(2015):

بعنوان الرقابة الاعلامية في المؤسسات الصحفية وأثرها على الأداء المهني "دراسة ميدانية بإذاعة البيان ببرج بوعريرج".

تهدف الدراسة إلى:

أ- التعرف على نوع وأساليب الرقابة المرافقة للأنشطة الاعلامية.

ب- الكشف عن مدى فعالية ما يستخدم من أساليب الرقابية.

ج- التعرف على معوقات الرقابة الفعالة وطرق رفعها.

د- تفعيل النشاط الرقابي بالمؤسسات الاعلامية لرفع مستوى أداء المراقبين الاعلاميين.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسح الشامل الوصفي، تم الاعتماد على أداتي المقابلة واستمارة استبيان توزع على العاملين في المؤسسة الاعلامية والمتمثلة في جميع العمال الاداريين وغير الاداريين للمؤسسة الاعلامية لإذاعة البيان ببرج بوعريج وعددهم 70 مفردة.

أ- إن الرقابة عملية ديناميكية تتصف بالحركية فهي تحاول تقييم الاداء في كل وقت وزمن.

ب- إن الرقابة من العمليات الادارية الهامة والتي لا يمكن الاستغناء عليها في أي مؤسسة إعلامية.

كالتخطيط والتنظيم والتوجيه.

ج- ضعف الاطار القانوني للنظام الرقابي فهو قديم لا يتماشى مع طبيعة العمل الصحفي مما أثر على الاداء المهني للصحفيين.

د- تأثر النظام الرقابي بجملة من الضغوطات الخارجية في مقدمتها الضغوط السياسية.

4- عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي(2013):

بعنوان المسؤولية الاخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الاخباري
الاذاعي والتلفزيوني " دراسة مسحية للقائم بالاتصال في قناة العراقية واذاعة
جمهورية العراق من بغداد نموذجا:

تهدف الدراسة الي :

أ- تحديد أسس اختيار الاخبار لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الاذاعية
والتلفزيونية .

ب- معرفة أهم المبادي والقيم الاخلاقية التي من الضروري إن يلتزم بها القائمون
بالاتصال.

ج- مدى معرفة القائم بالاتصال بالمصادر القانونية ومواثيق الشرف الخاصة بالعمل
الاعلامي الاخباري.

د- مدى معرفة القائم بالاتصال بالضوابط التي تؤثر على اتخاذ القرار الاخلاقي.

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية تم تحديد مجتمع البحث بالعاملين في مجال
الاخبار الباحث في اذاعة جمهورية العراق من بغداد وقناة العراقية التابعتين الى شبكة
الاعلام العراقي واعتمد الباحث عينة قوامها 100 مفردة من القائمين بالاتصال في
مجال الاخبار الاذاعية والتلفزيونية وشملت العينة مختلف أنواع القائمين بالاتصال من
محررين ومندوبين ومخرجين ومترجمين وميعين ومنسقي اخبار وسكرتارية تحرير
ومدير أخبار ورئيس تحرير .

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

أ- أن 61% من المبحثن لا يعرفون بميثاق الشرف الاعلامي.

ب- الخلط الحاصل لدى العاملين في المجال الاعلامي بين المبادئ والمحظورات والقيم الاخلاقية العامة في ميثاق الشرف الاعلامي.

ج- إن نسبة 85% من المبحوثين أشاروا أنهم لا يعرفون بوجود مسؤولية قانونية وجنائية مترتبة على العمل الصحفي.

د- ضرورة تدريس أبعاد أخلاقيات العمل الاعلامي وقانون الاعلام وجرائم النشر في اقسام وكليات الاعلام المختلفة وتدريب الطلاب العاملين في المؤسسات الاعلامية عليها بحيث تصبح المبادئ الاخلاقية ومواثيق الشرف والمسائل القانونية الخاصة بالاعلام ليست مجرد مبادئ مثالية وانما اساس للوصول الى الممارسة الاعلامية الجدية التي تخدم المجتمع وترتقي بمضمون الرسالة الاعلامية وترفع من درجة المصادقية الوسيلة الاعلامية لدى الجمهور.

منهج البحث:

المنهج الوصفي التحليلي

ادوات جمع البيانات :

جمع البيانات من خلال الاستبيان، وتحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية، الكتب والمراجع .

مجتمع البحث:

الاعلاميون في مجال الإعلام في بعض القنوات الفضائية" مذيعين، مخرجين .

عينة البحث:

تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية من الاعلاميين من المؤسسات الاعلامية الليبية في مدينة طرابلس وقد بلغ حجم العينة "30 مفردة من مجتمع البحث".

المبحث الثاني: الاطار النظري

مظاهر الضغوط المهنية للعاملين في مجال الإعلام من " مذيعين ومخرجين .

الإعلاميون هم أفراد يعملون في مجال الإعلام، مثل الصحفيين والمراسلين والمذيعين والمنتجين. ويلعبون دورًا حيويًا في المجتمع من خلال إبلاغ الجمهور بالأحداث الجارية وتوفير المعلومات والتحليلات. ومع ذلك، فإن طبيعة عملهم المجهد يمكن أن تؤدي إلى ضغوط مهنية كبيرة.

تتضمن الضغوط المهنية للإعلاميين مجموعة واسعة من التحديات والمتطلبات التي يواجهونها في عملهم، والتي يمكن أن تؤثر على صحتهم الجسدية والعقلية ورفاهيتهم. ومن بين هذه الضغوط المواعيد النهائية الضيقة، والحاجة إلى الدقة، والمنافسة الشديدة، والمواقف العصبية، وانتهاكات الأخلاقيات، والتعرض للصدمات، والتهديدات والتحرش، والتكنولوجيا المتغيرة باستمرار. يمكن أن تؤدي الضغوط المهنية إلى مجموعة من الآثار السلبية على الإعلاميين، بما في ذلك المشاكل الصحية الجسدية والعقلية، والإرهاق، وانخفاض الرضا الوظيفي، وارتفاع معدل دوران الموظفين. لذلك، من الضروري أن يكون الإعلاميون على دراية بمصادر الضغط في عملهم وأن يطوروا استراتيجيات فعالة لإدارتها.

سيتناول هذا البحث موضوع الضغوط المهنية للإعلاميين بالتفصيل، بما في ذلك أسبابها وآثارها واستراتيجيات إدارتها. ويهدف البحث إلى زيادة الوعي بهذه القضية

المهمة وتقديم توصيات عملية لمساعدة الإعلاميين على إدارة ضغوطهم بشكل فعال والحفاظ على صحتهم ورفاهيتهم.

عناصر الضغوط المهنية :

توجد عدة عناصر متداخلة للضغوط المهنية والتي حددها "سيزلاقي" و"الاس" في ثلاث عناصر أساسية هي : المثير، الاستجابة، والتفاعل .(اندرو:1991،ص 180)

أولاً: عنصر المثير: يحتوي هذا العنصر على المثيرات الأولية الناتجة عن مشاعر الضغوط، وقد يكون مصدر هذا العنصر البيئة أو المنظمة أو الفرد .

ثانياً: عنصر الاستجابة: يتمثل هذا العنصر ردود الفعل الفسيولوجية والنفسية والسلوكية التي يبديها الفرد مثل القلق والتوتر والإحباط وغيرها .

ثالثاً: عنصر التفاعل: وهو التفاعل بين العوامل المثيرة والعوامل المستجيبة .

وبأن هذا التفاعل من عوامل البيئة والعوامل التنظيمية من العمل والمشاعر الإنسانية وما يترتب عليها من استجابات . (خضير : 2009، ص337).

مراحل الضغوط المهنية:

حدّدها الطبيب النفسي هانز سيللي في ثلاث مراحل هي :

المرحلة الأولى « الإنذار أو التنبيه للخطر » : وفيها يجهز الجسم نفسه لمواجهة التهديد أو التحدي الذي يربكه بإفراز هرمونات من الغدد الصماء ويترتب عليها سرعة نبضات القلب وزيادة نسبة السكر في الدم.

المرحلة الثانية « المقاومة » : وفيها يحاول الجسم إصلاح أي ضرر أو أذى ناتج عن الصدمة الأولى ويشعر الفرد في هذه الحالة بالتعب والقلق والتوتر ويحاول مقاومة

مسببات الضغط فإذا استطاع النجاح والتغلب على المشكلة فإن أعراض الضغط تزول.

المرحلة الثالثة « الإنهاك » : تظهر هذه المرحلة إذا لم يستطع الفرد التغلب على مسببات الضغط واستمر يعاني منها لفترة طويلة، فإن طاقة الجسم على التكيف تصبح منهكة ومجهدة، وتضعف وسائل الدفاع والمقاومة ويتعرض الفرد للأمراض وارتفاع ضغط الدم والقرحة والأزمات القلبية. وتعتبر هذه المرحلة حادة وخطيرة وتشكل تهديدا لكل من الفرد والمنظمة، فعقل وجسم الإنسان لها حدود لتحمل والمقاومة، وكلما زاد معدل تكرار الإنذارات والمقاومة أصبح الفرد أكثر إرهاقا في عمله وحياته، وزادت قابليته للأمراض البدنية والنفسية (عثمان، أكرم 2002 : 3)

أنواع الضغوط المهنية:

لها عدة تقسيمات تتمثل في :

أولا : أنواع الضغوط وفق معيار الأثر : ونجد وفقه نوعين من الضغوط المهنية هما : الضغوط الإيجابية والضغوط السلبية.

فالضغوط الإيجابية : عبارة عن تلك الضغوط التي تكون مهمة وضرورية للمورد البشري والمؤسسة، فبالنسبة للمورد البشري تعمل الضغوط الإيجابية على رفع دافعية هذا الأخير وتحسين أدائه ومن ثم تحقيق النجاح، أما بالنسبة للمؤسسة فإن الضغوط الإيجابية تكون بمثابة الوسيلة الفعالة للرفع من حيوية وأداء المورد البشري وكذا كسر الكسل والملل الناتج عن الروتين وهو ما ينعكس في الأخير بالإيجاب على كمية وجودة الإنتاج.

أما الضغوط السلبية: فهي عبارة عن تلك الضغوط التي يكون لها انعكاس سلبي على المورد البشري وعلى المؤسسة على حد سواء، حيث تسبب للمورد البشري انخفاضا

في الدافعية وشعور بالإرهاق والقلق والتشاؤم من المستقبل. أمّا بالنسبة للمؤسسة فإن الضغوط السلبية تحملها تكاليف باهظة ناتجة عن انخفاض الرضا الوظيفي للموارد البشرية، وكذا حوادث العمل والتسيّب الوظيفي...الخ(عشاوي، الصديقي 2015 : 24)

ثانيا : أنواع الضغوط وفق معيار الشدة : وفق هذا المعيار نميّز ثلاثة أنواع من الضغوط المهنية هي :

الضغوط البسيطة : وهي تلك الضغوط التي تستمر لوقت قصير قد يبلغ دقائق أو ساعات، أو هي عبارة عن تلك الأحداث التي يتعرّض لها المورد البشري في العمل أو خارجه.

الضغوط المتوسطة: عبارة عن تلك الضغوط التي تستمر من ساعات إلى أيام، مثل فترة العمل الإضافية، زيارة شخص غريب غير مرغوب فيه،... الخ

الضغوط الشديدة: عبارة عن تلك الضغوط التي تستمر لوقت طويل، فقد تصل إلى أشهر أو سنوات، مثل ذلك الفصل من العمل، غياب شخص عزيز عن العائلة،...الخ (عشاوي، الصديقي 2015 : 25)

ثالثا: أنواع الضغوط وفق معيار المصدر: هنا نجد اختلافا كبيرا بين الباحثين والكتاب نظرا لتعدد مصادر الضغوط المهنية، ومن بين هذه التصنيفات نجد :

الضغوط الناتجة عن البيئة المادية: هي تلك الضغوط التي يتعرّض لها المورد البشري نتيجة توفر ظروف مادية غير ملائمة مثل ضعف الإضاءة، الضوضاء، عدم توفر وسائل التهوية والتدفئة،...الخ

الضغوط الناتجة عن البيئة الاجتماعية : هي تلك الضغوط الناتجة عن التفاعلات الاجتماعية بين الموارد البشرية داخل مواقع العمل مثل الصراعات التي قد تحدث بين الأفراد أو الجماعات مع الرئيس المباشر...الخ

الضغوط الناتجة عن النظام الشخصي للمورد البشري : هي تلك الضغوط التي تنتج عن الفترات الفردية ما بين الموارد البشرية، كاختلاف الجنس، الاختلاف في العرق أو الديانة،...الخ (القبلان 2004 : 87) .

مصادر الضغوط النفسية:

هناك العديد من المصادر للضغوط النفسية إلا أنه يمكن تناول المصادر الرئيسية، وهي: (الساميران: 2014 : 56)

1-المصادر الخارجية: قد تسهم البيئة بما فيها من أحداث ومواقف في تعرض الأفراد للضغوط النفسية، فإذا ما واجه الفرد المشكلات والصعوبات بشكل مستمر في ظل وجود ضعف في مهاراته التوافقية، فإنه يصبح عرضة لمواجهة مستويات مرتفعة من الضغط النفسي، ومن أهم هذه الأحداث: أحداث الحياة المختلفة، المشاحنات اليومية، أحداث الحياة الصغيرة وغيرها من الأحداث.

2- مصادر داخلية: تلك المصادر نابعة من افتراضات الذات، أي أنها غير واقعية (خيالية) ويظهر هذا الضغط نتيجة الأفكار غير العقلانية عن أنفسهم والآخرين والجمل الذاتية الانهزامية

الضغوط المهنية التي يتعرض لها الإعلاميون:

كما ترى الباحثات من خبرتهم الشخصية أن الاعلاميين يتعرضون الى مجموعة من الضغوط المهنية التي يتعرض لها الإعلاميون في ليبيا، ومنها:

1-تعرض الإعلاميون لضغوط مهنية بسبب الإعاقات التي قد يتعرض لها الإعلامي من قبل أولئك القاصرين عن فهم الدور الذي يقوم به الإعلامي، وهذا نتيجة عدم وعيهم بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والإعلاميون في نقل الحقيقة وإيصال الرسالة بكل دقة ومصداقية.

2-حجب الإعلاميون من الوصول إلى بعض مواقع الأحداث من قبل بعض أجهزة الدولة المعنية التي في الغالب تفرض السيطرة والطوق الأمني في أماكن الأحداث.

3- الضغوط الاجتماعية: إن تأثير العوامل الاجتماعية على العملية هو أكثر العوامل المؤثرة على الاعلاميين من خلال البيئة الخارجية والمحيطه بالإعلامي من عادات وتقاليد ومسؤولية اجتماعية.

4- الضغوط السياسية الخارجية: علاوة على الضغوط التي يمكن أن تمارس من داخل الدولة على إدارة المؤسسات الإعلامية إلا انه يمكن أن تمارس أيضا على المؤسسات الإعلامية ضغوطا متنوعة من قبل دول أجنبية وفي الغالب تكون هذه الضغوط غير مباشرة وعبر وزارات الخارجية من خلال احتجاجات رسمية أو من خلال رسائل توجه إلى رئيس التحرير أو المدير التنفيذي للقناة وتنعكس الضغوط من خلال التنبيه واللوم وأحيانا تصل إلى حد إيقاف الصحيفة أو القناة أو غلقها من قبل دولتها.

5- طبيعة العمل الإعلامي ودوره في انعدام أو تفاقم الضغوط (حراس البوابات وتأثيرهم على السياسات التحريرية)

6- المواعيد النهائية الضيقة: غالبًا ما يتعين على الصحفيين تلبية مواعيد نهائية صارمة، مما قد يؤدي إلى ضغوط كبيرة.

- 7- العمل تحت الضغط: غالبًا ما يتعين على الصحفيين العمل في ظل ظروف صعبة، مثل تغطية الأحداث الإخبارية العاجلة أو العمل في مناطق خطرة.
- 8- المسؤولية عن الدقة: يتحمل الصحفيون مسؤولية كبيرة عن دقة تقاريرهم، مما قد يؤدي إلى ضغوط كبيرة لضمان صحة المعلومات التي ينشرونها.
- 9- التعرض للنقد: غالبًا ما يتعرض الصحفيون لانتقادات من الجمهور والسياسيين والشخصيات العامة الأخرى، مما قد يؤدي إلى ضغوط عاطفية.
- 10- التهديدات والترهيب: في بعض الحالات، قد يتعرض الصحفيون للتهديدات أو الترهيب بسبب عملهم، مما قد يؤدي إلى ضغوط نفسية شديدة.
- 11- التأثير العاطفي: يمكن لتغطية الأحداث المأساوية أو المؤلمة أن تؤثر عاطفيًا على الصحفيين، مما قد يؤدي إلى ضغوط نفسية.
- 12- عدم الاستقرار الوظيفي: غالبًا ما تكون صناعة الإعلام غير مستقرة، وقد يواجه الصحفيون عدم الاستقرار الوظيفي أو البطالة، مما قد يؤدي إلى ضغوط مالية وعاطفية.
- 13- التكنولوجيا المتغيرة: يتغير مجال الإعلام باستمرار بسبب التكنولوجيا، مما يتطلب من الصحفيين التكيف باستمرار مع منصات ومنتجات جديدة، مما قد يؤدي إلى ضغوط إضافية.
- 14- ضغوطات شخصية: بالإضافة إلى الضغوط المهنية، قد يواجه الصحفيون أيضًا ضغوطًا شخصية، مثل المشاكل المالية أو الصحية أو العائلية، والتي يمكن أن تؤثر على صحتهم العقلية.

يمكن أن تؤدي هذه الضغوط إلى مجموعة واسعة من المشكلات الصحية، بما في ذلك القلق والاكتئاب واضطرابات النوم واضطرابات الجهاز الهضمي. من المهم أن يكون الصحفيون على دراية بالضغوط التي يواجهونها وأن يتخذوا خطوات لإدارتها والحفاظ على صحتهم العقلية

الآثار المترتبة على الضغوط المهنية عند الاعلاميين.

لقد أسفرت نتائج العديد من الدراسات بأن هناك علاقة سببية بين الضغوط وبين ما يتعرض له الإنسان للأحداث المسببة للضغوط، والإصابة بمختلف الأمراض والاضطرابات النفسية والجسدية، وقد أشارت نتائج الدراسات الطبية والنفسية المختلفة إلى إن الضغوط النفسية أثارًا نفسية وفسولوجي ومعرفية و اجتماعية متعددة أشار إليها (خضر : 2002 : 156) في النقاط التالية:

1-الآثار الفسيولوجية: وتسمى اضطرابات الجهاز الهضمي والإسهال وارتفاع ضغط الدم وأمراض القلب والرئة والصداع النصفي.

2-الآثار المعرفية لزيادة الضغوط: عدم القدرة على التركيز، تصاحبها قرارات متسعة وخاطئة، و تدهور في القدرة على التنظيم والتخطيط بعيد المدى، وعدم تحري الدقة والحقيقة وتصحيح الأفكار وتصبح متداخلة وغير مقبولة.

3-الآثار الاجتماعية: وتشمل توتر العلاقات الاجتماعية والعزلة والانسحاب وانعدام القدرة على قبول وتحمل المسؤولية والفشل في أداء الواجبات اليومية المعتادة، ويمكن للضغوط النفسية الشديدة إن تؤدي إلى اضطراب في النمو وعدم الثقة بالنفس وكثرة الشكوى من المرض.

4- الآثار التنظيمية: مثل الغياب عن العمل وانخفاض الإنتاجية والعزلة، وعدم الرضا الوظيفي وانخفاض التزام الموظف للعمل. وتضيف آسيا عقون الآثار السلوكية المترتبة على الضغوط النفسية منها:

- زيادة مشاكل التخاطب المتمثلة في تزايد التلعثم أو التأتأة.
- نقص في الاهتمامات والتحسس والتنازل عن الأهداف الحياتية وزيادة النسيان.
- انخفاض مستوى الطاقة وانحدارها من يوم إلى آخر بدون سبب واضح.
- صعوبة في النوم.
- ظهور نماذج سلوكية شاذة.
- حل المشاكل بمستوى سطحي.

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الضغوط المهنية إن تعرض لها الإعلامي في عمله أو خارجه فإن لها عواقب وخيمة على مهنته ومستوى أدائه وفي جوانب شخصيته الجسمية والعقلية والانفعالية، كما تؤثر سلباً في تكيفه النفسي والاجتماعي وفي علاقته المهنية ومن هنا قسم الباحثات اثار المترتبة على الضغوط المهنية عند الاعلاميين كالآتي :

يمكن أن تؤدي الضغوط المهنية التي يتعرض لها الإعلاميون إلى مجموعة واسعة من الآثار السلبية، بما في ذلك:

الآثار الجسدية: اضطرابات النوم، والصداع وآلام ، ومشاكل الجهاز الهضمي، وأمراض القلب والأوعية الدموية، وضعف الجهاز المناعي.

الآثار العقلية: القلق والتوتر، والاكتئاب، واضطراب ما بعد الصدمة ، والإرهاق ، وضعف التركيز والإدراك.

الآثار السلوكية: زيادة تعاطي الكحول أو المخدرات ، والتدخين ، و الإفراط في تناول الطعام.

الانسحاب الاجتماعي و السلوك العدواني.

الآثار المهنية: انخفاض الإنتاجية ، وزيادة الأخطاء ، وصعوبة تلبية المواعيد النهائية ، وزيادة الغياب عن العمل.

الآثار الشخصية: مشاكل في العلاقات ، وصعوبة الاسترخاء ، وزيادة المشاكل الأسرية
يمكن تحليل مظاهر الضغوط المهنية في ضوء العديد من النظريات النفسية، بما في ذلك:

عندما يتعلق الأمر بمظاهر الضغوط المهنية وتأثيراتها النفسية على العاملين في مجال الإعلام في مدينة طرابلس، هناك عدة نظريات قد تكون ذات صلة. يمكن استخدام هذه النظريات لفهم الظواهر المختلفة والتأثيرات النفسية التي يمكن أن يواجهها العاملون في هذا المجال. نذكر بعض النظريات التي قد تكون ذات صلة وهي:

1. نظرية الضغط والتحمل (Stress and Coping Theory): تقترح هذه النظرية أن الضغوط المهنية يمكن أن تسبب إجهادًا للعاملين، وتؤثر على صحتهم النفسية والعقلية. يمكن لهم التعامل مع هذا الضغط والتأقلم معه من خلال استخدام ميكانيزمات التحمل المختلفة مثل التخفيف من الضغط أو التكيف معه.

2. نظرية الاستجابة العقلية (Cognitive Appraisal Theory): تشير هذه النظرية إلى أن تأثيرات الضغوط المهنية على العاملين تعتمد على كيفية تقييمهم للمواقف والأحداث. فعلى سبيل المثال، إذا اعتبر العاملون أن الضغط المهني يمكن أن يكون تحديًا إيجابيًا يحفزهم للتطور والنجاح، فقد يكون له تأثيرات إيجابية على الأداء والرضا الوظيفي. ومع ذلك، إذا اعتبروه تهديدًا سلبيًا، فقد يؤدي ذلك إلى تأثيرات سلبية مثل الإجهاد والقلق.

3. نظرية التوازن بين العمل والحياة الشخصية (Work-Life Balance Theory): يمكن أن يكون للضغوط المهنية تأثير كبير على التوازن بين العمل والحياة الشخصية للعاملين. يشير هذا النظرية إلى أن الضغوط الزائدة والتأثيرات النفسية السلبية يمكن أن تؤثر على جودة الحياة والرضا العام للأفراد.

4. نظرية التعب العاطفي (Emotional Exhaustion Theory): تشير هذه النظرية إلى أن العاملين في مجال الإعلام قد يتعرضون لمستويات عالية من التعب العاطفي نتيجة للضغوط المهنية المستمرة والتعامل المستمر مع المحتوى العاطفي والمستفز. يمكن أن يؤدي هذا التعب العاطفي إلى انخفاض الحيوية والرضا الوظيفي والشعور بالإرهاق العقلي والجسدي.

هذه بعض النظريات التي قد تكون ذات صلة بمظاهر الضغوط المهنية وتأثيراتها النفسية على العاملين في مجال الإعلام في مدينة طرابلس.

عرض وتحليل النتائج:

التحليل الاحصائي:

تم استخدام اختبار test T Sample One لمعرفة إيجابية أو سلبية العبارة: حيث تكون الفقرة إيجابية بمعنى أن المبحوثين يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة

المطلقة لـ t المحسوبة اكبر من قيمة t الجدولية و تكون الفقرة سلبية بمعنى أن المبحوثين لا يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة المطلقة لـ t المحسوبة اقل من قيمة t الجدولية .

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المدى لتحديد طول الفئة: $5-1/5=0.8$ لكل عبارة لتحديد مصادر الضغوط المهنية التي تواجه الإعلاميين و أثرها من خلال كل عبارة حيث نحصل على مجالات كما يلي:

مجال الحسابي	المتوسط	من 01 إلى 1.80	من 1.80 إلى 2.60	من 2.60 إلى 3.40	من 3.40 إلى 4.20	من 4.20 إلى 05
مستوى التطبيق	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا	

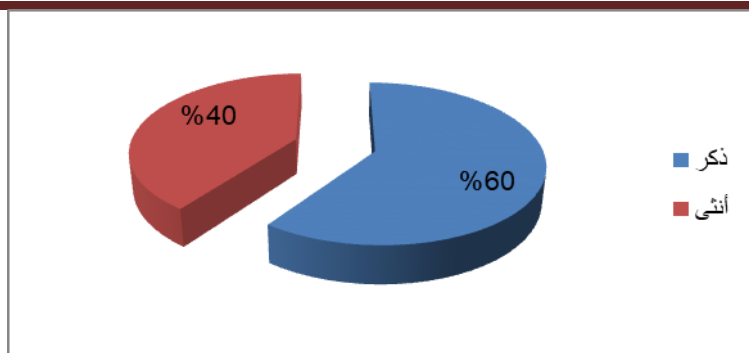
ترتيب العبارة من خلال أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة متوسط في كل بعد من أبعاد المحور .

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس:

الجدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	18	60.00
أنثى	12	40.00
المجموع	30	100.00



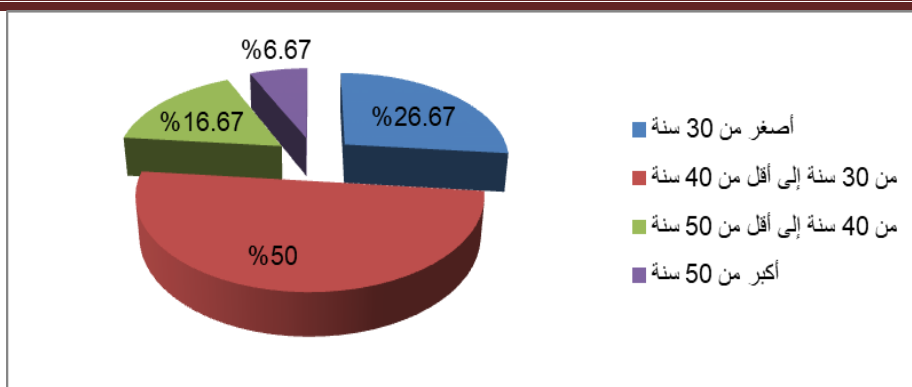
الشكل رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

من خلال الجدول والشكل السابقين و بالنظر إلى تكرارات المبحوثين و البالغ حجمهم إجمالاً 30 فرداً نجد أن 18 مبحوثاً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 60% أما حجم الإناث فقد بلغ 12 بنسبة قدرت بـ 40% وما يلاحظ أن هن زيادة عدد الذكور برغم تضاعف عدد الإعلاميات العاملات بالقطاع في السنوات الأخيرة وقد يرجع ذلك إلى حجم الأعباء الكبيرة التي تفرضها المهنة.

2- العمر:

الجدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أصغر من 30 سنة	8	26.67
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	15	50.00
من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	5	16.67
أكبر من 50 سنة	2	6.67
المجموع	30	100.00



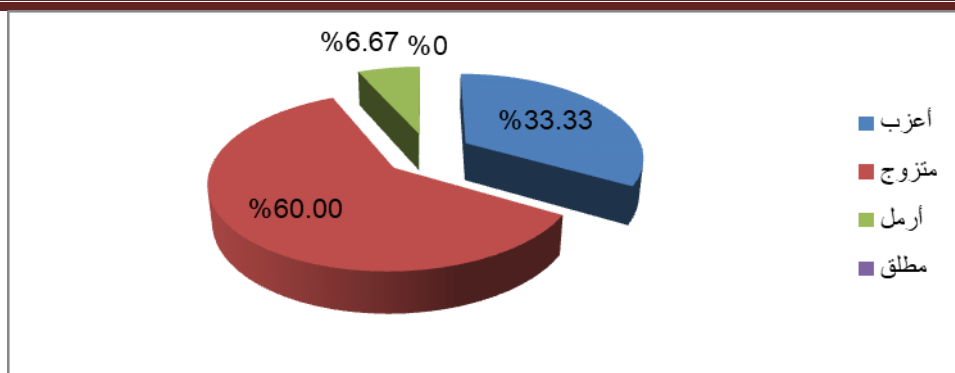
الشكل رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

من الجدول والشكل السابقين نجد أن غالبية أفراد المبحوثين هم من فئة الشباب حيث تتراوح أعمارهم من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة بنسبة 50%، يليه الفئة العمرية أصغر من 30 سنة بنسبة 26.67%، تليها الفئة العمرية من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة بنسبة 16.67% وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفئة العمرية أكبر من 50 سنة بنسبة 6.67%.

3- الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
33.33	10	أعزب
60.00	18	متزوج
6.67	2	أرمل
0.00	0	مطلق
100.00	30	المجموع



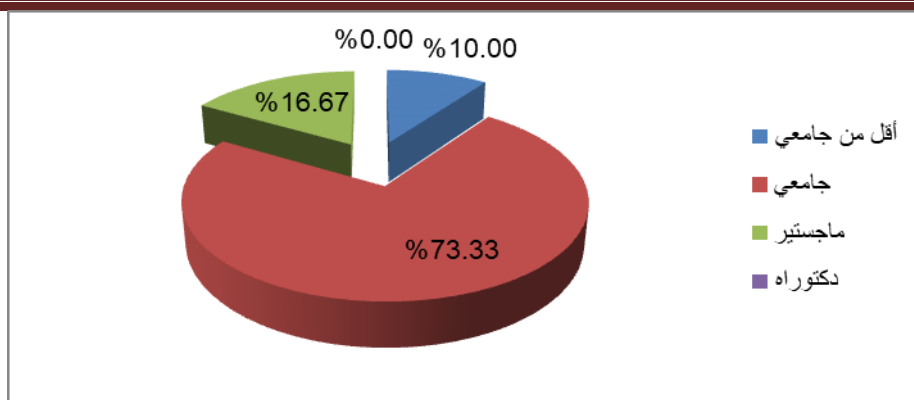
الشكل رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن النسبة الأعلى من المبحوثين متزوجين حيث يمثلون 18 فردا بنسبة 60% يليها بفارق كبير 10 عزاب بنسبة 33.33% بينما لم تتعدى نسبة الأرمل 6.67% فيما لا يوجد مطلّقين ضمنهم بالتالي فإن 60% من المتزوجين و6.67% من الأرامل من هؤلاء المبحوثين لديهم مسؤوليات أخرى متعلقة بأسرهم وعائلاتهم ما قد يشكل لهم أحداثا ضاغطة إضافية متعلقة بالمصادر الشخصية و مؤثرة في ممارستهم للمهنة بشكل أكبر مقارنة بنظرائهم.

4- المؤهل العلمي:

الجدول رقم (4) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
10.00	3	أقل من جامعي
73.33	22	جامعي
16.67	5	ماجستير
0.00	0	دكتوراه
100.00	30	المجموع



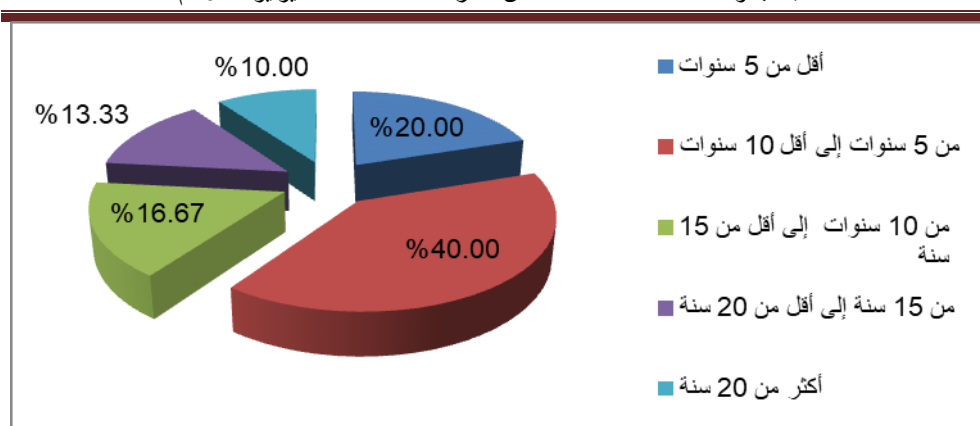
الشكل رقم (4) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

من خلال الجدول والشكل السابقين نجد أن غالبية المبحوثين من هم حملة المؤهل العلمي الجامعي بنسبة مئوية بلغت 73.33%، يليه حملة المؤهل العلمي الماجستير بنسبة 16.67%، وفي المرتبة الثالثة جاء حملة المؤهل العلمي أقل من جامعي بنسبة مئوية 10%، بينما جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة حملة المؤهل العلمي الدكتوراه بنسبة مئوية قدرها 0%.

5- سنوات الخبرة:

الجدول رقم (5) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	6	20.00
من 5 سنوات إلى أقل 10 سنوات	12	40.00
من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	5	16.67
من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة	4	13.33
أكثر من 20 سنة	3	10.00
المجموع	30	100.00



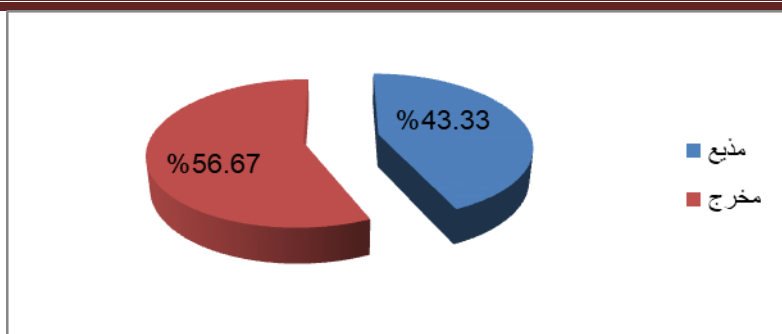
الشكل رقم (5) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

يلاحظ من خلال النتائج التي حصلنا عليها أن نسبة 40 % فقط من المبحوثين يتمتعون بخبرة عمل تفوق 10 سنوات مقابل 18 فردا ممثلين بنسبة 60 % خبرتهم دون الـ 10 سنوات، وهذا مؤشر إلى وجود العديد من الإعلاميين الشباب الذين هم خريجو الجامعات الجدد وهو ما يتوافق مع متوسط العمر كما يمكن القول بتوافر فرص عمل للشباب وقليلو الخبرة في مجال الإعلام.

6- الوظيفة:

الجدول رقم (6) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مذيع	13	43.33
مخرج	17	56.67
المجموع	30	100.00



الشكل رقم (6) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

من خلال الجدول والشكل السابقين نجد أن غالبية المبحوثين هم من فئة المخرجين بنسبة 56.67%، تليها فئة المذيعين بنسبة 43.33% وهما الفئتين المستهدفتين في الدراسة.

المحور الثاني: مصادر الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون:

أولاً: مصادر الضغوط المهنية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
1	أكلف بمسؤوليات دون صلاحيات كافية لتنفيذها	2.901	1.512	0.491	متوسط	5
2	أقوم بأعمال لا تتناسب مع مؤهلاتي و مهاراتي	3.513	1.237	3.843	مرتفع	3
3	أتلقي أوامر العمل من عدة أشخاص وتحت سياسات وإرشادات غير متوافقة	2.734	1.327	0.784	متوسط	7
4	أعمل لساعات طويلة و في أيام العطل ما يجعلني غير قادر على القيام بواجباتي الأخرى	2.772	1.314	1.129	متوسط	6
5	تتاح لي الفرصة للمشاركة في صنع القرارات و حضور الاجتماعات	2.418	1.412	4.381	ضعيف	8
6	يتجاهل رؤسائي الاقتراحات التي أقدمها ما يجعلني أشعر أنهم لا يقدرون الأفكار و المبادرات	3.397	1.247	2.319	متوسط	4

					التي أقوم بها	
7	لا توجد أماكن للاستراحة في المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها	3.892	1.041	3.246	مرتفع	1
8	أستخدم أجهزة ومعدات غير مناسبة وغير متطورة لأداء الأعمال والتغطيات الإعلامية	3.785	1.116	4.012	مرتفع	2
9	أؤدي مهامتي بطريقة خاطئة لإرضاء رئيسي طبقاً لإرشاداته	2.147	1.248	6.014	ضعيف	11
10	توزع الأعمال بيني وبين زملائي بطريقة غير عادلة	2.111	1.114	6.475	ضعيف	12
11	يعتمد رؤسائي على سياسة العقاب و يهملون سياسة التحفيز والثواب	2.412	1.398	5.258	ضعيف	9
12	الصراعات الشخصية داخل بيئة عملي تحول دون انسجام الأفراد	2.354	1.354	6.128	ضعيف	10
	الكلي	2.802	1.257	3.974	متوسط	

قيمة t المجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 1: أكلف بمسؤوليات دون صلاحيات كافية لتنفيذها:

جاءت هذه الفقرة لتحديد مدى قدرة أو قصور الإعلامي داخل المؤسسة على تنفيذ مهامه بحرية وراحة وتوفير الظروف الملائمة لذلك وحسب الجدول رقم (7) فقد احتلت هذه العبارة المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ: 2.901 وانحراف معياري 1,512 وبلغت القيمة T المحسوبة: 0,491 وهي أقل من القيمة T الجدولية مما يعني ان السؤال غير دال احصائياً أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء فيه مما يدل على عدم وجود صراع في الأدوار الموجهة، وأن لكل منهم عمله المكلف به بحيث لا تتداخل وظائفهم و مسؤولياتهم وهذا من شأنه تخفيف الضغط عليهم أو بعبارة أخرى فإن عدم وجود صراع أدوار يؤدي إلى عدم وجود ضغوط مهنية متعلقة بهذا المصدر.

الفقرة 2: أقوم بأعمال لا تتناسب مع مؤهلاتي و مهاراتي:

احتلت هذه العبارة المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ: 3,513 وانحراف معياري 1,237 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.843 وهي اكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أنهم يقومون بأعمال لا تتناسب مع مؤهلاتهم ومهاراتهم وهو ما يدل على غموض أدوارهم و عدم وضوحها بالشكل الكافي وبالتالي نستطيع أن نقول أن غموض الدور يطرح تساؤلا ذلك أنه معظم المبحوثين يجدون صعوبة في تأدية أدوارهم بشكل جيد وقد يكون غموض الدور هذا ناتج عن تكليفهم بمهام دون مستويات مهاراتهم ومؤهلاتهم ما يجعلهم غير راضيين عن أدائهم كما قد يكون فوق هذه المستويات بشكل يجعلهم غير قادرين على إتمامه خصوصا في ظل عدم توافر معلومات كافية عنه و التالي يخلق هذا نوعا من فقدان الثقة بالنفس وانخفاض الرضا الوظيفي لديهم.

الفقرة 3: أتلقي أوامر العمل من عدة أشخاص وتحت سياسات وإرشادات غير متوافقة:

احتلت هذه العبارة المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ: 2.734 و انحراف معياري 1.327 وبلغت القيمة T المحسوبة: 0.784 و هي أقل من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال غير دال احصائيا أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى متوسط على "تلقي أوامر العمل من عدة اشخاص و تحت سياسات وإرشادات غير متوافقة"

وهو أمر منطقي كون أن أغلبهم على دراية مسبقة بسياسات المؤسسة إضافة إلى أن عدد الرؤساء قليل بالتالي سهولة التوجيه والارشاد .

الفقرة 4: أعمل لساعات طويلة و في أيام العطل ما يجعلني غير قادر على القيام بواجباتي الأخرى:

احتلت هذه العبارة المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ: 2.772 و انحراف معياري 1,314 وبلغت القيمة T المحسوبة : 1,129 و هي أقل من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة غير دالة احصائيا أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى متوسط على هذه العبارة مما يؤكد عدم معاناة أغلب المبحوثين من صراع الأدوار كونهم لا يجدون مشاكل في التوفيق بين حياتهم المهنية وحياتهم الشخصية وهو ما يدل على أن ساعات عملهم مناسبة ولا تتسبب في تشكيل أي ضغط عليهم .

الفقرة 5: تتاح لي الفرصة للمشاركة في صنع القرارات و حضور الاجتماعات:

احتلت هذه العبارة المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ : 2.418 وانحراف معياري 1,412 وبلغت القيمة T المحسوبة 4.381 وهي اكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن المؤسسة تمنح لهم فرصة المشاركة في اتخاذ القرارات وابداء آرائهم حول مختلف القضايا.

الفقرة 6: يتجاهل رؤسائي الاقتراحات التي أقدمها ما يجعلني أشعر أنهم لا يقدرّون الأفكار والمبادرات التي أقوم بها :

احتلت هذه العبارة المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ : 3,397 وانحراف معياري 1,247 وبلغت القيمة T المحسوبة 2,319 وهي اكبر من القيمة T الجدولية مما يعني ان الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن رؤسائهم يتجاهلون اقتراحاتهم ولا يقدرّون المبادرات التي يقومون بها رغم أنهم يمنحونهم فرصة التعبير عنها ويدل هذا على أن بعض الإعلاميين يشعرون

بالضيق المهني نتيجة تجاهل احتياجاتهم الطبيعية كحاجة التقدير و احترام الذات ما يؤدي إلى خفض الروح المعنوية لديهم ونقص الإنتاجية في العمل.

الفقرة 7: لا توجد أماكن للاستراحة في المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها:

احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ : 3,892 وانحراف معياري 1,041، وبلغت القيمة T المحسوبة 3.246 وهي اكبر من القيمة T الجدولية، مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أن المقر لا يتوفر على أماكن تسمح لهم بأخذ قسط من الراحة ما يجعلهم يكملون أداء مهامهم الأخرى في اضطراب وقلق وقد يفقدون التركيز في بعض الأحيان نتيجة فقدان قدراتهم البدنية شيئاً فشيئاً بسبب العبء الوظيفي و عدم استرجاع تلك القدرات عبر الاستراحة.

الفقرة 8: أستخدم أجهزة ومعدات غير مناسبة وغير متطورة لأداء الأعمال والتغطيات الإعلامية:

احتلت هذه العبارة المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ: 3.785 وانحراف معياري 1.116 وبلغت القيمة T المحسوبة 4.012 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع غير راضيين عن الأجهزة والأدوات التي يستخدمونها في عملهم الصحفي ويمكن أن نفسر ذلك بالتطورات التكنولوجية الحاصلة في الآونة الأخيرة والتي تتغير بسرعة وبشكل مذهل وكبير في فترات صغيرة وبالتالي يجد الإعلامي نفسه دائماً بحاجة إلى اقتناء الأحدث حيث يؤدي مهامه على أكمل وجه في حين تدل إجابات المبحوثين أن معظمهم يمتنع لعدم توفير المؤسسة للأجهزة المناسبة ما قد يشكل لهم ضغطاً آخر على ممارسة مهنتهم الإعلامية.

الفقرة 9: أؤدي مهامى بطريقة خاطئة لإرضاء رئيسى طبقا لإرشاداته:

احتلت هذه العبارة المرتبة 11 بمتوسط حسابى بلغ: 2.147 وانحراف معيارى 1.248 وبلغت القيمة T المحسوبة 6.014 وهى أكبر من القيمة T الجدولية مما يعنى أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أى أن المبحوثين يوافقون وبمستوى ضعيف على ما جاء فى نص الفقرة وهو ما يدل على أن بعضهم يجدون أنفسهم مضطرين إلى تأدية المهام بالطريقة المطلوبة رغم عدم اقتناعهم بها تجنباً للتعرض لمشاكل مع مسؤوليهم والتالى فإن رؤساءهم يشكلون ضغطاً عليهم ما يدفعهم إلى محاولة تجنب هذا الضغط بإرضائهم و تتبع إرشاداتهم حتى وإن كانت خاطئة.

الفقرة 10: توزع الأعمال بينى وبين زملائى بطريقة غير عادلة:

احتلت هذه العبارة المرتبة 12 بمتوسط حسابى بلغ: 2.111 وانحراف معيارى 1.114 وبلغت القيمة T المحسوبة 6.475 وهى أكبر من القيمة T الجدولية مما يعنى أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أى أن المبحوثين يوافقون وبمستوى ضعيف على ما جاء فى نص الفقرة حيث يرى بعضهم أن طريقة توزيع الأعمال غير عادلة وبالتالي قد يدل ذلك على إسناد مهام كثيرة لعدد من الإعلاميين فيما تسند مهام أقل إلى نظرائهم الآخرين.

الفقرة 11: يعتمد رؤسائى على سياسة العقاب ويهملون سياسة التحفيز والثواب:

احتلت هذه العبارة المرتبة 9 بمتوسط حسابى بلغ: 2.412 وانحراف معيارى 1.398 وبلغت القيمة T المحسوبة 5.258 وهى أكبر من القيمة T الجدولية مما يعنى أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أى أن المبحوثين يوافقون وبمستوى ضعيف على ما جاء فى نص الفقرة ما يعنى أن أغلب المبحوثين يرون أن رؤساءهم يتصيدون أخطاءهم وبمقابل ذلك فإنهم لا يقدرّون جهودهم و بما أن علاقة المرؤوس بالرئيس

لها الأثر الأكبر في تعرضه للضغط فإن هذا يجعله في موقف ضعف سواء أمام الرئيس نفسه أو حتى أمام زملائه وهو ما يزيد من شدة الضغوط المهنية التي يتعرض لها.

الفقرة 12: الصراعات الشخصية داخل بيئة عملي تحول دون انسجام الأفراد

احتلت هذه العبارة المرتبة 10 بمتوسط حسابي بلغ: 2.354 وانحراف معياري 1.354 وبلغت القيمة T المحسوبة 6.128 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى ضعيف على ما جاء في نص الفقرة على أن الصراعات الشخصية تؤثر بشكل سلبي على انسجام الأفراد وممارستهم للعمل في أجواء مناسبة وقد يرجع هذا إلى طبيعة علاقة الرؤساء بالمرؤوسين حيث تشوبها مشاكل ما يجعلهم يشعرون بالضغط.

و بصفة عامة ومن خلال إجمالي فقرات مصادر الضغوط المهنية نجد أن المتوسط الحسابي لكامل فقرات المحور بلغ 2.802 بانحراف معياري 1.257 وبلغت القيمة الاحصائية لاختبار T 3.974 وهي أكبر من قيمة T الجدولية وهذا ما يدل على أن هذا المحور دال احصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 أي أن المبحوثين يوافقون على فقرات هذا المحور بمستوى متوسط وهو ما يدل على وجود مصادر تنظيمية متعلقة بالأعباء الوظيفية وغموض للأدوار داخل المؤسسة الإعلامية وأن بيئة العمل المكونة للمؤسسة الإعلامية تشكل مصدرا وظيفيا من المصادر التي تشكل ضغوطا مهنية على المبحوثين ما يؤدي إلى إحساس القائمين بالاتصال فيها بالضغوط المهنية.

ثانياً: مصادر الضغوط الاقتصادية:

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
13	أتقاضى راتباً أقل من رواتب إعلاميين آخرين في مؤسسات إعلامية أخرى	3.672	1.305	4.147	مرتفع	3
14	لا ألتقى حوافز مادية نظير مجهوداتي في العمل	2.798	1.324	2.314	متوسط	5
15	لا ألتقى مكافآت نظير مجهوداتي في العمل	2.847	1.317	2.498	متوسط	4
16	أعاني من غلاء المعيشة .	4.215	1.147	3.478	مرتفع	1
17	ترتبط فرص الترقيات في مؤسستي بالمناصب والوظائف الشاغرة أكثر من ارتباطها بالكفاءة	3.687	1.587	4.259	مرتفع	2
الكلية		3.443	1.336	3.339	مرتفع	

قيمة t المجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 13: أتقاضى راتباً أقل من رواتب إعلاميين آخرين في مؤسسات إعلامية أخرى:

احتلت هذه العبارة المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ 3.672 وانحراف معياري 1.305 وبلغت القيمة T المحسوبة 4.147 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية ايجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أن الرواتب التي تمنحهم إياها مؤسساتهم الإعلامية منخفضة بالمقارنة مع ما تمنحه مؤسسات إعلامية أخرى وبالتالي فإن المذيعين والمخرجين في هذه الحالة معرضون للشعور بعدم تقديرهم وتقدير الاعمال التي يقومون بها من جهة وكذلك بعدم حصولهم على حقهم الكامل من جهة أخرى وهو ما يؤثر على مدى رضاهم الوظيفي الذي يؤثر بدوره على ممارسة العمل بالشكل الافضل وتقديم كل ما لديهم في المجال نتيجة للضغط المهني الناتج عن الظروف المادية التي يتعرضون لها.

الفقرة 14: لا ألتقى حوافز مادية نظير مجهوداتي في العمل

احتلت هذه العبارة المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ: 2.798 وانحراف معياري 1.324 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2,314 وهي اكبر من القيمة T الجدولية، مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن مؤسستهم لا تمنح حوافز للمذيعين والمخرجين نظير اجتهداتهم وتميزهم ما يشكل ضغطاً آخر على المذيعين والمخرجين هناك ويؤدي إلى شعورهم بعدم تقدير هذه المجهودات ما قد يجعلهم يوماً بعد يوم يفقدون حماسهم في العمل ويتخذون اللامبالاة سلوكاً لهم كونهم على علم أن النتيجة واحدة في كل الأحوال.

الفقرة 15: لا ألتقى مكافآت نظير مجهوداتي في العمل:

احتلت هذه العبارة المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.847 وانحراف معياري 1.317 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2,498 وهي اكبر من القيمة T الجدولية، مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن المؤسسة الإعلامية لا تمنح مكافآت للمذيعين والمخرجين نظير اجتهداتهم وتميزهم ما يشكل ضغطاً آخر على المذيعين والمخرجين هناك ويؤدي إلى شعورهم بعدم تقدير هذه المجهودات ما قد يجعلهم يوماً بعد يوم يفقدون حماسهم في العمل و يتخذون اللامبالاة سلوكاً لهم كونهم على علم أن النتيجة واحدة في كل الأحوال.

الفقرة 16: أعاني من غلاء المعيشة :

احتلت هذه العبارة المرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ 4.215 وانحراف معياري 1.147 وبلغت القيمة T المحسوبة: 3.478 وهي اكبر من القيمة T الجدولية، مما يعين أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع

على أنهم يعانون من غلاء المعيشة أي أن المرتبات ضعيفة قياسا باجتهادهم وعملهم ما يشكل ضغطا آخر على المذيعين والمخرجين هناك و يؤدي إلى شعوره بعدم تقدير هذه الجهودات .

الفقرة 17: ترتبط فرص الترقيات في مؤسستي بالمناصب والوظائف الشاغرة أكثر من ارتباطها بالكفاءة :

احتلت هذه العبارة المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.687 وانحراف معياري 1.587 وبلغت القيمة T المحسوبة: 4.259 وهي اكبر من القيمة T الجدولية، مما يعين أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أن ترتبط فرص الترقيات في المؤسسة بالمناصب والوظائف الشاغرة أكثر من ارتباطها بالكفاءة للمذيعين والمخرجين هناك ويؤدي إلى شعوره بعدم تقدير هذه الجهودات، ويعد إحساس العاملين بأن فرص الترقى والتقدم والنمو الوظيفي داخل المنظمة التي ينتمي إليها تحكمها معايير أخرى بخلاف كفاءة الأداء أحد المصادر الهامة لضغط العمل حيث تتعارض مع طموحاته و محاولة تأكيد مستقبله المهني كما تؤكد عوائق النمو والتقدم المهني حالة من اللامبالاة والكسل والتراخي مصحوبة بنوع من الخمول والعزلة.

وبصفة عامة ومن خلال إجمالي فقرات بعد "تقييم المردود المادي و حجم المكافآت" نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي لفقرات هذا المحور بلغ 3.443 وانحراف معياري 1.336 وبلغت القيمة الإحصائية لاختبار T 3.339 وهو أكبر من T الجدولية و هذا ما يدل على أن المحور دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المبحوثين يوافقون على فقرات هذا المحور بمستوى مرتفع وهو ما يدل على أن الحاجة المادية والترقيات تشكل مصدرا من مصادر الضغوط المهنية عليهم خصوصا في ظل عدم توافر ظروف ومعايير جيدة تتبناها المؤسسة في هذا المجال.

ثالثا: مصادر الضغوط الأمنية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
18	لا تتوفر قوانين وتشريعات لحماية الإعلاميين في ليبيا لضمان حقوقهم	2.714	1.314	2.417	متوسط	5
19	الظروف الأمنية التي تشهدها ليبيا تؤثر على طبيعة الممارسة الإعلامية.	4.258	1.025	3.896	مرتفع	1
20	الانقسام السياسي في ليبيا يؤثر على عملي الإعلام.	3.689	1.113	3.058	مرتفع	2
21	تستخدم الحكومة قوانين الأمن القومي لتقييد حرية الإعلاميين	2.814	1.451	2.014	متوسط	4
22	الانتهاكات ضد القائمين بالاتصال في ليبيا في تزايد ولا يوجد رادع	3.547	1.104	3.254	مرتفع	3
الكلية		3.414	1.201	2.927	مرتفع	

قيمة t الجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 18: لا تتوفر قوانين وتشريعات لحماية الإعلاميين في ليبيا لضمان حقوقهم:

احتلت هذه العبارة المرتبة 5 بمتوسط حسابي بلغ: 2.714 وانحراف معياري 1.314 وبلغت القيمة T المحسوبة 2.417 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء في نص الفقرة من أنه لا تتوافر قوانين وتشريعات لحماية الإعلاميين في ليبيا وضمان حقوقهم مما يشكل مزيدا من الضغوط المهنية عليهم.

الفقرة 19: الظروف الأمنية التي تشهدها ليبيا تؤثر على طبيعة الممارسة الإعلامية.

احتلت هذه العبارة المرتبة 1 بمتوسط حسابي بلغ: 4.258 وانحراف معياري 1.025 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.896 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على ما جاء في نص الفقرة من أن الظروف الأمنية التي تشهدها ليبيا تؤثر عليهم وعلى طبيعة الممارسة الإعلامية في ليبيا وبالتالي تشكل نوعاً من أنواع الضغوط المهنية التي يتعرضون لها.

الفقرة 20: الانقسام السياسي في ليبيا يؤثر على عملي الإعلامي.

احتلت هذه العبارة المرتبة 2 بمتوسط حسابي بلغ: 3.689 وانحراف معياري 1.113 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.058 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على ما جاء في نص الفقرة من أن الانقسام السياسي في ليبيا يؤثر على عملهم الإعلامي حيث أنه ونتيجة لهذا الانقسام قامت العديد من المؤسسات الإعلامية بتحديد سياساتها وتوجهاتها الإعلامية بناء على هذا الانقسام.

الفقرة 21: تستخدم الحكومة قوانين الأمن القومي لتقييد حرية الإعلاميين.

احتلت هذه العبارة المرتبة 4 بمتوسط حسابي بلغ: 2.814 وانحراف معياري 1.451 وبلغت القيمة T المحسوبة 2.014 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء في نص الفقرة من أن الحكومة تستخدم قوانين الأمن القومي لتقييد حرية الإعلاميين في ليبيا.

الفقرة 22: الانتهاكات ضد القائمين بالاتصال في ليبيا في تزايد ولا يوجد رادع.

احتلت هذه العبارة المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ: 3.547 وانحراف معياري 1.104 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.254 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على ما جاء في نص الفقرة من أن الانتهاكات ضد القائمين بالاتصال في ليبيا في تزايد ولا يوجد رادع وهذا يتفق مع ما جاء في الفقرة رقم 18 من أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط من أنه لا تتوفر قوانين وتشريعات لحماية الإعلاميين في ليبيا لضمان حقوقهم.

وبصفة عامة ومن خلال إجمالي فقرات بعد "تقييم الضغوط والظروف الأمنية" نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي لفقرات هذا المحور بلغ 3.414 وانحراف معياري 1.201 وبلغت القيمة الإحصائية لاختبار T 2.927 وهو أكبر من T الجدولية و هذا ما يدل على أن المحور دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المبحوثين يوافقون على فقرات هذا المحور بمستوى مرتفع وهو ما يدل على أن الظروف الأمنية والانقسام السياسي الذي تشهده ليبيا وعدم وجود قوانين رادعة تحمي الإعلاميين تشكل مصدراً من مصادر الضغوط المهنية التي يعانون منها.

رابعاً: مصادر الضغوط الاجتماعية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
23	الإعلام الليبي يرزح تحت قيود كثيرة منها عادات وتقاليد المجتمع	3.213	1.251	4.321	متوسط	3
24	انقطاع التواصل الاجتماعي مع الوسط المحيط الذي يعيش فيه بسبب طول فترات العمل	1.921	2.354	1.316	ضعيف	4
25	اتمتع باستقرار اجتماعي داخل اسرتي	3.395	1.125	3.146	متوسط	1

26	أعطى باحترام كبير داخل المجتمع المحلي	3.245	1.147	4.812	متوسط	2
الكلي		3.150	1.466	3.698	متوسط	

قيمة t الجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 23: الإعلام الليبي يزرع تحت قيود كثيرة منها عادات وتقاليد المجتمع.

احتلت هذه العبارة المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ: 3.213 وانحراف معياري 1.251 وبلغت القيمة T المحسوبة 4.321 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء في نص الفقرة من أن الإعلام الليبي يزرع تحت قيود كثيرة منها عادات وتقاليد المجتمع وبالتالي فإن الالتزام بهذه العادات والتقاليد يشكل ضغطاً عليهم.

الفقرة 24: انقطاع التواصل الاجتماعي مع الوسط المحيط الذي يعيش فيه بسبب طول فترات العمل:

احتلت هذه العبارة المرتبة 4 بمتوسط حسابي بلغ: 1.921 وانحراف معياري 2.354 وبلغت القيمة T المحسوبة 1.316 وهي أقل من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وأن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى ضعيف على ما جاء في نص الفقرة من أن حدوث انقطاع للتواصل الاجتماعي مع الوسط الذي يعيشون فيه بسبب طول فترات العمل.

الفقرة 25: اتمتع باستقرار اجتماعي داخل اسرتي

احتلت هذه العبارة المرتبة 1 بمتوسط حسابي بلغ: 3.395 وانحراف معياري 1.125 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.146 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء في نص الفقرة من أنهم يتمتعون باستقرار اجتماعي داخل أسرهم وهذا مما يقلل من الضغوط المهنية التي يتعرضون لها.

الفقرة 26: أحظى باحترام كبير داخل المجتمع المحلي

احتلت هذه العبارة المرتبة 2 بمتوسط حسابي بلغ: 3.245 وانحراف معياري 1.147 وبلغت القيمة T المحسوبة 4.812 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على ما جاء في نص الفقرة من أنهم يحظون باحترام كبير داخل المجتمع المحلي الذي يعيشون فيه، وهذا مما يساهم في التقليل من الضغوط المهنية التي يعانون منها.

وبصفة عامة ومن خلال إجمالي فقرات بعد "الضغوط الاجتماعية التي يتعرض لها المبحوثين" نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي لفقرات هذا المحور بلغ 3.150 وانحراف معياري 1.466 وبلغت القيمة الإحصائية لاختبار $3.698T$ وهو أكبر من T الجدولية وهذا ما يدل على أن المحور دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المبحوثين يوافقون على فقرات هذا المحور بمستوى متوسط.

المحور الثالث: الآثار المترتبة على الضغوط المهنية:

أولاً: الآثار السلوكية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
1	تحفزني الضغوط على أداء العمل الاعلامي والإبداع فيه وإنجازه بشكل أفضل	3.478	1.235	3.214	مرتفع	1
2	أتغيب باستمرار و أبحث عن أي عذر للانسحاب من العمل	3.201	1.354	2.147	متوسط	4
3	أقدم الحد الأدنى من الجهد في أداء أعمالي	3.214	1.214	2.104	متوسط	3
4	أفرط في التدخين و تناول المنبهات (الشاي، القهوة...الخ)	3.321	1.158	2.314	متوسط	2
الكلي		2.861	1.260	3.951	متوسط	

قيمة t المجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 1: تحفزني الضغوط على أداء العمل الاعلامي والإبداع فيه وإنجازه بشكل أفضل

احتلت هذه العبارة المرتبة 1 ضمن عبارات الآثار السلوكية بمتوسط حسابي بلغ: 3.478 وانحراف معياري 1,235 وبلغت القيمة T المحسوبة: 3,214 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أنهم يحاولون استغلال الضغوط المهنية بشكل إيجابي و يتخذونها حافزا لإنجاز أعمالهم بشكل أفضل وقد نفسر هذا بإدراك الاعلاميين لطبيعة مهنتهم كونها مهنة المتاعب وبالتالي فهم يحاولون أن يكونوا دائما على أهبة الاستعداد لمواجهة مشاكلها و وانقها وهو ما يفرضه عليهم واقع المهنة.

الفقرة 2: أتغيب باستمرار و أبحث عن أي عذر للانسحاب من العمل

احتلت هذه العبارة المرتبة 4 بمتوسط حسابي بلغ: 3.201 وانحراف معياري 1.354 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.147 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أنهم يلجؤون إلى التغيب المستمر ويبحثون عن أعذار الانسحاب من العمل هروبا من الضغوط المهنية التي يواجهونها وهو رد فعل وأسلوب سلوكي ناتج عن عدم رضاهم الوظيفي وعدم قدرتهم على تحمل الظروف المهنية السائدة.

الفقرة 3: أقدم الحد الأدنى من الجهد في أداء أعمالي

احتلت العبارة المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ: 3.214 وانحراف معياري 1.214 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.104 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون و مستوى متوسط على أن الضغوط المهنية تدفع بهم إلى اللامبالاة وتؤثر على أدائهم المهين بشكل سلبي

وهم نسبة منخفضة مقارنة بزملائهم الذين أقرروا وبمستوى مرتفع أن الضغوط تحفزهم على أداء العمل الاعلامي بشكل أفضل وقد نفسر هذا التناقض بطبيعة نمط الشخصية وتباين مركز التحكم لديهم فمنهم من يتميز بمركز "التحكم الداخلي" ما يعين أن الفرد يعتقد أنه يستطيع التحكم والسيطرة على الأحداث المحيطة به بدرجة كبيرة في حين أن الآخرين يكون مركز التحكم لديهم خارجي ما يعين أن الفرد يعتقد أن ما يحدث له يتحدد بعوامل وقوى خارجة عن تحكمه وسيطرته مثل الحظ والصدفة وهو ما يؤثر على سلوكهم و نظرتهم للضغوط المهنية.

الفقرة 4: أفرط في التدخين و تناول المنبهات (الشاي، القهوة...الخ)

احتلت هذه العبارة المرتبة 2 بمتوسط حسابي بلغ: 3.321 وانحراف معياري 1.158 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.314 وهي أقرب من القيمة T الجدولية مما يعني السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط عليه وقد نفسر سلوك التدخين بمعاناة هؤلاء المذيعين والمخرجين من القلق والاضطراب وعدم الاستقرار نتيجة الضغوط ما يدفعهم إلى الإفراط في التدخين أما سلوك تناول المنبهات فقد يعرب عن محاولة المذيعين والمخرجين التغلب على الضغوط التي تقدهم تركيزهم و تساهم في خفض مستويات قدراتهم والتالي يلجؤون إلى المنبهات كحل لمحاربة آثار تلك الضغوط المهنية التي تواجههم.

وبصفة عامة ومن خلال اجمالي فقرات بعد الآثار السلوكية نجد أن المتوسط الحسابي لإجمالي عبارات هذا البعد بلغ 2.861 وانحراف معياري وبلغت القيمة 1.260 الإحصائية لاختبار T 3.951 وهو أكبر من T الجدولية وهذا ما يدل على أن البعد دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المذيعين والمخرجين يوافقون و بمستوى متوسط على فقرات هذا البعد.

ثانياً: الآثار النفسية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
5	أنظر للمستقبل بتفاؤل وراحة رغم الضغوط	3.489	1.168	3.596	مرتفع	3
6	أشعر بالمتعة أثناء تأدية عملي الاعلامي رغم صعوباته	3.045	1.425	0.584	متوسط	5
7	أشعر بالقلق والتوتر النفسي والكآبة	3.247	1.125	2.258	متوسط	4
8	أشعر بسرعة الاستثارة و الغضب لأتفه الأسباب	3.647	1.112	4.589	مرتفع	2
9	أعاني من فقدان الثقة بالنفس وأشعر بالحساسية اتجاه النقد	2.621	1.356	4.902	متوسط	6
10	أعاني من الشرود الذهني و أغرق غالباً في الصمت والانطواء	4.514	1.021	3.458	مرتفع	1
الكلية		3.423	1.201	3.187	مرتفع	

قيمة t الجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 5: أنظر للمستقبل بتفاؤل وراحة رغم الضغوط:

احتلت المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ: 3.489 وانحراف معياري 1.168 وبلغت القيمة T المحسوبة: 3.596 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أنهم ينظرون للمستقبل بتفاؤل و راحة رغم الضغوط وهو ما يتوافق نسبياً وسلوكهم نحو استغلال الضغوط المهنية بشكل إيجابي والذي احتل بدوره المرتبة الثالثة ضمن فقرات الآثار السلوكية.

الفقرة 6: أشعر بالمتعة أثناء تأدية عملي الاعلامي رغم صعوباته:

احتلت هذه العبارة المرتبة 5 بمتوسط حسابي بلغ: 3.045 وانحراف معياري 1.425 وبلغت القيمة T المحسوبة: 0.584 وهي أصغر من القيمة T الجدولية مما يعني الفقرة غير دالة إحصائياً أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى متوسط على أن عمل المذيعين والمخرجين يبقى ممتعاً بالنسبة لهم رغم ضغوطه وصعوباته

ما يعني أن الضغوط المهنية تؤثر سلباً على أدائهم المهني وتشعرهم بالملل وتؤدي بهم إلى عدم تقبل ممارسة العمل الإعلامي بصدق.

الفقرة 7: أشعر بالقلق والتوتر النفسي والكآبة:

احتلت هذه العبارة المرتبة 4 بمتوسط حسابي بلغ: 3.247 وانحراف معياري 1.125 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.258 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن ضغوط مهنة المذيعين والمخرجين تؤثر سلباً على نفسياتهم وتجعلهم يشعرون بالقلق والتوتر وحتى الكآبة ما يؤثر منطقياً على الممارسة والأداء بشكل سلبي.

الفقرة 8: أشعر بسرعة الاستثارة و الغضب لأتفه الأسباب

احتلت هذه العبارة المرتبة 2 بمتوسط حسابي بلغ: 3.647 وانحراف معياري 1.112 وبلغت القيمة T المحسوبة: 4.589 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى عالي أن الضغوط التي يتعرضون لها تفقد لهم توازنهم وتحكمهم في أعصابهم وتؤثر على ردود أفعالهم التي تنسم غالباً في الاندفاع والغضب حتى لأتفه الأسباب

الفقرة 9: أعاني من فقدان الثقة بالنفس وأشعر بالحساسية اتجاه النقد:

احتلت هذه العبارة المرتبة 6 بمتوسط حسابي بلغ: 2.621 وانحراف معياري 1.356 وبلغت القيمة T المحسوبة: 4.902 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن الضغوط المهنية تؤدي بهم إلى الهروب وعدم المواجهة أو المقاومة وذلك من خلال تقادي مصدر الضغط ما يؤثر على نفسياتهم ويضعف ثقتهم في قدراتهم وإمكاناتهم.

الفقرة 10: أعاني من الشرود الذهني وأغرق غالباً في الصمت والانطواء

احتلت هذه العبارة المرتبة 1 بمتوسط حسابي بلغ: 4.514 و انحراف معياري 1.021 وبلغت القيمة T المحسوبة: 3.458 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أنهم يفقدون تركيزهم وإدراكهم للأمور بشكل كامل نتيجة إحساسهم بضغط العمل الزائد ما جعلهم يعانون من الشرود الذهني وهو ما يتوافق مع إجاباتهم المتعلقة بالعبارة التي يوافقون عنها وبنفس المستوى المرتفع على أن الضغوط تخلق لهم صعوبة في التركيز.

وبصفة عامة ومن خلال اجمالي فقرات بعد الآثار النفسية نجد أن المتوسط الحسابي لإجمالي عبارات هذا البعد بلغ 3.423 وانحراف معياري 1.201 وبلغت القيمة الإحصائية لاختبار T 3.187 وهو أكبر من T الجدولية وهذا ما يدل على أن البعد دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المذيعين والمخرجين في هذه القنوات يوافقون وبمستوى مرتفع على فقرات هذا البعد.

ثالثاً: الآثار الجسدية:

ر.م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الموافقة	الترتيب
11	أشعر بالتعب والإنهاك	3.321	1.347	5.478	متوسط	3
12	أعاني من آلام الظهر والمفاصل	3.741	1.035	3.214	مرتفع	2
13	أعاني من أمراض المعدة وصعوبة الهضم	4.158	0.954	5.478	مرتفع	1
14	أعاني من الأمراض المزمنة (ارتفاع ضغط الدم، داء السكري...)	2.452	1.352	2.014	ضعيف	4
15	أعاني من أمراض القلب	2.312	1.414	2.147	ضعيف	5
الكلي		3.196	1.220	3.666	متوسط	

قيمة t الجدولة: 1.699 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 29

الفقرة 11: أشعر بالتعب والإنهاك:

احتلت هذه العبارة المرتبة 3 بمتوسط حسابي بلغ 3.321 وانحراف معياري 1.347 وبلغت القيمة T المحسوبة: 5.478 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعين الفقرة ذو دلالة إحصائية و إيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى متوسط على أن الضغوط المهنية تؤثر سلبا على نشاط أجسامهم وتجعلهم يشعرون بالتعب والإنهاك.

الفقرة 12 :أعاني من آلام الظهر والمفاصل:

احتلت هذه العبارة المرتبة 2 بمتوسط حسابي بلغ 3.741 وانحراف معياري 1.035 وبلغت القيمة T المحسوبة 3.214 وهي اكبر من قيمة T الجدولية مما يعني أن الفقرة ذات دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى مرتفع على انهم يعانون من الام الظهر والمفاصل ما يتوافق مع الأعراض النفسية والسلوكية التي ظهرت عليهم والتي أقرروا في مجملها أن الضغوط المهنية الممارسة عليهم تجعلهم يشعرون بآلام الظهر والمفاصل.

الفقرة 13: أعاني من أمراض المعدة وصعوبة الهضم:

احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ: 4.158 وانحراف معياري 0.954 وبلغت القيمة T المحسوبة: 5.478 وهي أكبر من القيمة T الجدولية، مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى مرتفع على أنهم يعانون من صعوبة الهضم وأمراض المعدة وقد يكون ذلك ناتج عن القلق والاضطرابات النفسية التي ثبت أنهم يعانون منه.

الفقرة 14: أعاني من الأمراض المزمنة (ارتفاع ضغط الدم، داء السكري...):

احتلت هذه العبارة المرتبة 4 بمتوسط حسابي بلغ: 2.452 وانحراف معياري 1.352 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.014 وهي أكبر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال ذو دلالة إحصائية وإيجابية أي أن المبحوثين يوافقون وبمستوى ضعيف عليها ما يدل على أن بعض المذيعين والمخرجين وليس أغلبهم يعانون من الإصابة بأمراض مزمنة قد تكون ضغوط مهنية سببها الرئيسي ويمكننا تفسير عدم إصابة عدد كبير من المذيعين والمخرجين بها نظرا لأن معظمهم شباب وفي مقتبل العمر كما يوضحه متوسط عمر القائمين بالاتصال.

الفقرة 15: أعاني من أمراض القلب:

احتلت هذه العبارة المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ: 2.312 وانحراف معياري 1.414 وبلغت القيمة T المحسوبة: 2.147 وهي أصغر من القيمة T الجدولية مما يعني أن السؤال غير دال إحصائيا أي أن المبحوثين لا يوافقون وبمستوى ضعيف على هذه العبارة وهو ما يدل على غياب مصابين بأمراض القلب ضمن القائمين بالاتصال في القنوات الإذاعية وهذا أيضا قد يفسره صغر عمر معظم المذيعين والمخرجين .

وبصفة عامة ومن خلال إجمالي فقرات بعد الآثار النفسية نجد أن المتوسط الحسابي لإجمالي عبارات هذا البعد بلغ 3.196 وانحراف معياري 1.220 وبلغت القيمة الإحصائية لاختبار T 3.666 وهو أكبر من T الجدولية وهذا ما يدل على أن البعد دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05 أي أن المذيعين والمخرجين في هذه القنوات يوافقون وبمستوى متوسط على فقرات هذا البعد.

نتائج الدراسة:

1 - أوضحت الدراسة أن البيئة التنظيمية للقطاع الإعلامي ضغوطا مهنية على القائمين بالاتصال في القنوات ما يؤثر سلبا على الممارسة الإعلامية و يتضح ذلك من خلال:

- قوانين الإعلام في ليبيا لا تضمن للإعلاميين أهم الحقوق لممارسة المهنة الاعلامية بشكل جيد ما يجعلهم مقيدون و لا يشعرون بالرضا و الراحة أثناء ممارسة المهنة للمذيعين والمخرجين.

- معظم المذيعين و المخرجين يرون أن واقع المهنة الاعلامية في ليبيا يفرض مساومة على أخلاقيات الاعلامين و هو ما يشكل لهم مصدرا شخويا من المصادر المسببة للضغوط المهنية.

- غياب قانون أساسي واضح للإعلاميين يسبب لهم مشاكل ضاغطة و يجعل العمل الإعلامي خاضعا لمعايير مهنية غير واضحة ما يؤثر بشكل سلب على طبيعة ممارستهم لمهنتهم.

- جميع المذيعين والمخرجين تقريبا لا يرون أن القنوات التي يتبعونها لا تهتم بتحسين أوضاعهم المهنية ولا يتقنون بها و يعتبرونها غير قادرة على حل مشاكلهم و تقليل الضغوط القائمة عليهم.

2- **بخصوص الحاجة إلى التطور المهني:** فإنها تعتبر مصدر ضغط مرتفع للمذيعين والمخرجين حيث لا تتوفر حوافز تشجيعية كمكافأة الاعلامين من مذيعين ومخرجين المجتهدين و حتى الذين يمتلكون السبق وهذا يؤدي إلى تقاعس الاعلاميين ويساهم في زيادة الإحساس بالضغط لديهم - . غياب الترقيات و التحفيز المعنوي في داخل القنوات الليبية ما يمنع تطور وتحقيق نمو مهني داخلها وهذا يعود إلى كون فرص

الترقيات في هذه المؤسسة ترتبط بالمناصب الشاغرة أكثر من ارتباطها بالكفاءة كما تبين أن فرص الترقيات محدودة و هذا يؤدي إلى توليد الشعور بعدم الرضا عند المذيعين والمخرجين كما من شأنه أن يقلل من تنمية قدراتهم بسبب فقدانهم الثقة في تحسين أوضاعهم الوظيفية و أيضا المساهمة في زيادة الإحساس بضغط العمل لديهم.

3- **الضغوط الأمنية:** أن الظروف الأمنية والانقسام السياسي الذي تشهده ليبيا وعدم وجود قوانين رادعة تحمي الإعلاميين تشكل مصدرا من مصادر الضغوط المهنية التي يعانون منها.

4- **بالنسبة للتحفيز المادي:** بينت الدراسة أن المذيعين والمخرجين في قنوات محل الدراسة يتقاضون رواتب أقل من أمثالهم في مؤسسات اعلامية أخرى وهو ما يؤدي إلى شعورهم بأن حقوقهم المالية منقوصة نسبيا بالإضافة إلى عدم توفري مكافآت مادية للمجتهدين منهم ما يؤدي إلى عدم رضاهم و عدم توفري مستوى معيشي يضمن لهم الراحة و بالتالي تزايد إحساسهم بالضغط.

فيما يتعلق بآثار الضغوط المهنية على الممارسة الاعلامية للمذيعين والمخرجين:

كشفت الدراسة عن أن الضغوط المهنية التي تم تشخيصها داخل القنوات محل الدراسة تؤثر على الممارسة الإعلامية والأداء المهني للمذيعين والمخرجين كالآتي:

1- **الأثار السلوكية:** بينت الدراسة أن المذيعين والمخرجين في القنوات محل الدراسة يعانون من اثار سلوكية سلبية واضحة نتيجة الإحساس بضغط العمل الاعلامي و تجلت أهم مظاهر هذه الأثار في:

- أوضحت الدراسة أن الضغوط المهنية تؤثر بشكل سلبي على تطوير الممارسة المهنية في قنوات محل الدراسة وتجلّى ذلك في إقرار بعض المذيعين والمخرجين

أنهم أصبحوا يقدمون الحد الأدنى من الجهد في أداء أعمالهم الاعلامية نتيجة إحساسهم المستمر بالضغط.

- تسبب الضغوط المهنية في الغياب المستمر لبعض المذيعين والمخرجين وبحثهم الدائم عن الأعذار للانسحاب من العمل هربوا من الضغط و بالتالي اتسام الممارسة الصحفية بعدم الجدية و التأثير على مردودية العمل و عدم إتقانه بالشكل المطلوب.

2 - **الأعراض الجسدية:** بينت الدراسة أن الأعراض الجسدية الناتجة عن ضغوط العمل الاعلاميين من مذيعين والمخرجين غير واضحة على القائمين بالاتصال في القنوات محل الدراسة بشكل سلبي صريح فمعظمهم لا يعاني أمراضا جسدية و عضوية لها علاقة بالضغوط وقد يكون ذلك في الأساس راجع لكون معظم المبحوثين ينتمون إلى الفئة الشابة.

3- الآثار النفسية:

- كشفت الدراسة أن للضغوط المهنية أثارا واضحة وسلبية على نفسية المذيعين والمخرجين العاملين بالقنوات محل الدراسة وتفاوتت حدتها من مذيعين ومخرجين إلى آخر حسب شخصية كل منهم.

- تجلت أهم الأعراض النفسية الناتجة عن الضغوط في شعورهم بالاستثارة والغضب وعدم التركيز وفقدان الثقة بالنفس وهو ما يؤثر سلبا على الممارسة الإعلامية التي تقوم مبادئها على المسؤولية وتنظيم النفس والمهام واحترام أخلاقيات المهنة بما يفرض احترام الآخر وتجسيد حرية النقد والتعبير.

ومما سبق فقد أثبتت هذه الدراسة وجود علاقة عكسية بين الضغوط المهنية و الأداء الاعلامي وقد تبين بشكل واضح أنه كلما ارتفع الضغط المهني كلما انخفض مستوى الأداء والممارسة الاعلامية أي أن الضغوط المهنية تؤثر سلبا على الممارسة المهنية

للمذيعين والمخرجين وتساهم في تكريس واقع سيء للممارسة الاعلامية تشوبه الكثير من النقائص و المعوقات التي تحول دون تقديم خدمة إعلامية ذات جودة عالية.

التوصيات:

إن التركيز على النواحي السلوكية والنفسية للإعلاميين من مذيعين ومخرجين من العناصر الرئيسية والمؤثرة في فاعلية أي منظمة إعلامية وكفاءة الممارسة الصحفية داخلها بوصفها عوامل تدعم تفعيل الموارد البشرية فيها، وتشكل الضغوط جميع العوائق المهنية، النفسية والمادية التي تؤثر على أداء القائمين بالاتصال وتقف في سبيل تحقيق أهدافهم وأهداف المؤسسة و كذلك في سبيل عملية التطوير السليم الذي يقوم على توفير بيئة عمل مناسبة لتطوير مستوى أدائهم وتحفيزهم على تقديم الأفضل ولتحقيق هذا الهدف خرجت الدراسة بالتوصيات التالية:

1- إقرار قانون أساسي واضح للإعلاميين بصفة عامة بما يضمن لهم حقوقهم و يوفر لهم بيئة ملائمة ومساعدة لممارسة المهنة الاعلامية.

2- مناقشة نظام رواتب للإعلاميين في هذه القنوات مع الجهات المعنية والمسؤولة عن هذا الأمر لتحسين الرواتب على أن تكون متقاربة مع الرواتب الممنوحة في مؤسسات إعلامية أخرى من أجل تحقيق رضا القائمين بالاتصال وعدم شعورهم بالامتناع وبالتالي اعطائهم القدرة على مواجهة الضغوط المهنية المتعلقة بالمصادر الوظيفية والاقتصادية أو على الأقل التخفيف من حدتها.

3- مراعاة وضع حوافز للإعلاميين المتميزين لما لها من أثر كبير في رفع الروح المعنوية وتشجيع الإبداع وتقديم ما هو أفضل وبالتالي تطوير وتحسين واقع الممارسة الاعلامية.

4- إتاحة فرص أكبر لتطوير وتنمية قدرات هؤلاء المذيعين والمخرجين من خلال الالتزام بمبدأ العدالة والموضوعية في تكافؤ الفرص بين القائمين بالاتصال في المؤسسة في مجال النمو والتطور المهني و كذلك زيادة مهاراتهم من خلال توفير فرص الالتحاق بالدورات التدريبية والتكوينية.

5- مراعاة أن تكون فرص الترقيات كافية وأن ترتبط بالكفاءة أكثر من ارتباطها بالمناصب الشاغرة لأن ذلك يشجع الاعلاميين لتطوير قدراتهم وتحسين أدائهم المهني.

خاتمة:

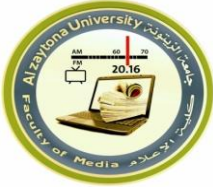
لقد سعت الباحثتان في هذه الدراسة إلى تشخيص الضغوط المهنية التي يتعرض إليها الاعلامي العامل في القنوات محل الدراسة من تحديد مختلف المحددات والعوائق التي تواجهه ثم الكشف عن كيفية وشدة تأثيرها عليه وعلى الممارسة الاعلامية عموماً.

وبينت الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين الضغوط المهنية والاداء حيث أنه كلما ارتفع الضغط المهني كلما انخفض مستوى الاداء والممارسة للمذيعين والمخرجين بالإضافة الى تشكل آثار سلبية نفسية وسلوكي واضحة على الاعلاميين نتيجة تزايد حدة تلك الضغوط وتجلت أهم الآثار النفسية في شعورهم بالاستثارة و الغضب وعدم التركيز وفقدان الثقة بالنفس وهو ما يؤثر سلباً على الممارسة الاعلامية التي تقوم مبادئها على المسؤولية، تنظيم النفس والمهار، احترام اخلاقيات المهنة بما يفرض احترام الآخر وتجسيد حرية النقد والتعبير، أما السلوكية فقد في تجنب مواجهة الرؤساء وانتهاج سلوك تقديم الحد الأدنى من الجهد في أداء الاعمال الاعلامية وهو ما ينتج عنه منطقياً انخفاض في مستوى جودة الرسائل والموضوعات التي يقدمها القائم بالاتصال وينشرها ويفقده أهمية الدور الذي يقوم به.

المراجع:

- 1- الفريجات، خضير كاظم محمود و آخرون (2009). السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الأردن: دار وائل للنشر.
- 2- الختاتة، سامي محسن (2012). علم النفس الإداري ط1 . عمان: دار الحامد للنشر و التوزيع.
- 3- العميان، محمود سليمان (2015). السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال ، الأردن : دار وائل للنشر.
- 4- القبلان، نجاح قبلا. 2004. مصادر الضغوط المهنية في المكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية. مكتبة الملك فهد الوطنية. لرياض. السعودية.
- 5- الساميران، ثامر والمساعد، عبد الكريم. (2014). سيكولوجية الضغوط النفسية وأساليب التعامل معها. دار حامد للنشر والتوزيع.
- 6- الصريفي، حمد. (2008). **الضغط والقلق الإداري**. ب ط، مصر: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية
- 7- أندرو سيزلاقي ، مارك جي والاس (1991): السلوك التنظيمي و الأداء ، ترجمة الدكتور جعفر أبو القاسم معهد الإدارة العامة- الرياض
- 8- بارون، خضر (٢٠٠٢م). الدوافع والانفعالات والضغوط النفسية. الكويت: مكتبة المنارة الإسلامية.
- 9- حسين، طه عبد العظيم سلامة، حسين، سلامة عبد العظيم. (2006). استراتيجيات إدارة الضغوط التربوية والنفسية. عمان : دار الفكر.
- 10- شقير، زينب. (2002). مقياس مواقف الحياة الضاغطة في البيئة العربية. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
- 11- عبدالرحمان علي إسماعيل. (2012). الضغوط النفسية القاتل الخفي -الأسباب - الأعراض - العلاج- . ط 2. مصر: دار اليقين للنشر والتوزيع.
- 12- عبد الستار، وفاء. (2019). الضغوط النفسية والبيئية المعاصرة وانعكاساتها على الثبات والانتزان الانفعالي علي عينة من الإعلاميين، مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس، المجلد 47، الجزء 3، القاهرة

- 13- عثمان أكرم (2002): الخطوات المثيرة لإدارة الضغوط النفسية ، دار حزم للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت
- 14- عيشاوي، سعد الله، الصديقي، عبد الحليم. 2015. الضغوط المهنية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى أساتذة الطور الابتدائي : دراسة ميدانية بالمدارس الابتدائية مقاطعة المقارين ولاية ورقلة، مذكرة ماستر غير منشورة.كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمّة لخضر، الوادي، الجزائر .
- 15- نائف على ابيو. (2019). الضغوط النفسية. جمهورية مصر العربية: دار المعرفة الجامعية طبع-نشر - توزيع.



Journal of Communication Research

Refereed Scientific Journal
Issued semi annually

Faculty of Media

Issue fifteen , the Eighth year June 2024