



مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

تصدر عن كلية الفنون والإعلام
جامعة الزيتونة



مجلة بحوث الاتصال

كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة

ترهونة/ ليبيا

مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة تصدر نصف سنوية عن كلية الفنون
والإعلام جامعة الزيتونة

المشرف العام

أ. عادل القنطري حسن

رئيس التحرير

د. إبراهيم سالم اشتيوي

مدير التحرير

د. صلاح الدين رمضان عثمان

الهيئة الاستشارية

جامعة الزيتونة

أ.د. عابدين الدردير الشريف

جامعة الزيتونة

أ.د. محمد علي الأصفر

جامعة طرابلس

أ.د. الطاهر عمار العباني

جامعة طرابلس

أ.د. عمران الهاشمي المجذوب

مجلة بحوث الاتصال

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

© حقوق الطبع والنشر محفوظة لكلية الفنون والإعلام /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 الفنون والإعلام بسوق الأحد، أو

ترسل على العنوان التالي:

.. للاستفسار الاتصال بالأرقام التالية: ishtiwi13@gmail.com

0916760614 / 0926612168

قواعد وشروط النشر

أولاً: قواعد النشر:

تصدر مجلة "بحوث الاتصال" وفق الضوابط الآتية:

- 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.
- 6- 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.
- 7- ترحب المجلة كذلك بنشر نتائج المؤتمرات والندوات العلمية في مجال الاتصال والإعلام.
- 8- تعبر الآراء و الأفكار الواردة بالبحوث و الدراسات و المقالات التي تنشرها المجلة عن آراء كتّابها فقط دون تحمل أدنى مسئولية من هيئة وأسسة تحرير المجلة.
- 9- يتحمل الباحث المسؤولية القانونية والأخلاقية والاجتماعية الكاملة في حالة ظهور استغلال أو اقتباس أو نقل من مواقع الانترنت وتقديم البحوث الجاهزة منها.

10. تحتفظ المجلة بحقها في نشر البحث وفق خطة هيئة التحرير .

ثانيا: شروط النشر:

1. الجدية في البحث والتوثيق في الهوامش وفق قواعد البحث العلمي .
2. لا تزيد عدد صفحات البحث عن 20 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 الالكتروني 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، وبحجم (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) وبحجم 12 للجداول، على أن تكون عناوين الجداول بخط (Simplified Arabic) وبحجم 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، و كذلك جهة عمله وعنوانه والبريد الالكتروني، 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. عند قبول البحث ونشره في المجلة يستلم الباحث نسختين من العدد الذي نُشر فيه البحث أو الدراسة وفق الإجراءات الإدارية والمالية المتبعة بالمجلة.
9. أن تكون البحوث والدراسات المقدمة للنشر غير مسئلة من رسالة أو أطروحة علمية للمقدم بالدراسة أو البحث .
10. تكتب البحوث والدراسات و المقالات باللغة العربية (ملخص باللغة الانجليزية) أو بالإنجليزية (ملخص باللغة العربية).
11. 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.

الموضوع	اسم الكاتب	رقم الصفحة
كلمة العدد	رئيس تحرير المجلة	8
البحوث والدراسات		
استخدام أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية للانترنت في مناهج التعليم والبحث العلمي(دراسة ميدانية).	د. إبراهيم سالم اشتوي	9
فاعلية العلاقات العامة في شركات الطيران دراسة ميدانية على شركة الخطوط الجوية الليبية (سبها)	د. علي حامد هارون حامد	41
الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي	أ. علي العماري سالم	66
الصعوبات التي تواجه حرية الصحافة والصحفيين في ليبيا بعد عام 2011م (دراسة ميدانية)	أ - نوري علي بالحاج	97
تجربة الدولة الليبية من ثورة فبراير 2011م حتى الاتفاق السياسي 2015م	د. محمد جبريل بن طاهر	117
مناقشة الوسط الطلابي للأخبار- دراسة ميدانية على طلبة جامعة طرابلس	د. إبراهيم علي عمر	134
التجارة الالكترونية ودورها في سلوك المستهلك (دراسة ميدانية)	د. أمّنة محمد عبد القادر القندوز	151
الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية. "دراسة ميدانية لطلبة كلية الآداب بجامعة سرت"	د. عبد الله محمد عبد الله طليقة د. دليلة مصباح حامد مصباح	185
الرسائل الإعلامية		
مشاهدة القنوات الفضائية الليبية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية للمرأة الليبية. دراسة تطبيقية	عرض: د. إبراهيم اشتوي	222

كلمة العدد

صدر - بفضل الله تعالى - عن كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة العدد الأول من مجلة بحوث الاتصال، لتبدأ به مشوارها في العام الأول من عمرها الذي نسأل الله أن يستمر في عملية متسلسلة من النشاط والنتاج العلمي المتميز من خلال ما تنتشره من بحوث ودراسات ورسائل علمية ومقالات في مجال الاتصال والإعلام.

وبصدور العدد الأول من مجلة بحوث الاتصال، سنسعى جاهدين بأن نحافظ على صلتها بجمهورها من باحثين وقراء؛ لتحفزهم على الاستمرار في العطاء العلمي الذي يساهم في استمرارية المجلة.

وبهذه المناسبة نجدد دعوتنا للباحثين داخل ليبيا وخارجها للمشاركة بنتائجهم العلمي لإثراء المجلة بأفكارهم وعلمهم.

كما تأمل أسرة تحرير المجلة أن تجد التشجيع والدعم المتواصل من قرائها وتوجيه نقدهم البناء والموضوعي من أجل تفادي السلبيات وتدعيم الإيجابيات.

نسأل الله أن يوفقنا في تقديم مادة علمية متميزة للمساهمة في نشر العلم والمعرفة في مجال الاتصال والإعلام.

وفق الله الجميع لما فيه خير البلاد والعباد

د. إبراهيم سالم اشتيوي

رئيس تحرير المجلة

استخدام أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية للانترنت في مناهج التعليم والبحث العلمي (دراسة ميدانية)

د. إبراهيم سالم محمد اشنتوي

كلية الفنون والإعلام/ جامعة الزيتونة

تمهيد

يتميز العالم المعاصر بقدرته الفائقة على إنتاج، واستخدام، وتخزين المعلومات ومد خيوط التواصل والتفاعل المعرفي بين البشر محلياً وعالمياً، مما جعل المعرفة تحظى باهتمام الدول في الاستثمار، باعتبارها من عوامل التطور والتفوق في العصر الراهن والمستقبل.

وقد جاءت الانترنت لتشكل أحد أهم اختراعات القرن العشرين التي حولت العالم إلى مكتبة بلا جذران وأصبح العالم يستخدم شبكة المعلومات الدولية بشكل كبير ، ويزحف النشر الإلكتروني ليستولي يوماً بعد يوم على مساحات جديدة كان بالأمس القريب يسيطر عليها عالم المكتوب.

وفي ظل التطور السريع الذي يشهده العالم في خدمات الانترنت ، فإن السؤال الذي يفرض نفسه، هل سخر المجتمع العربي الفضاء المعلوماتي في تنمية الرصيد المعرفي والثقافي مع شبكة المعلومات الدولية، وخاصة في ما يتعلق بمجال المناهج التعليمية والبحث العلمي الذي يعد عصب التطور وأساس الرقي في كل المجتمعات ، لاسيما في عصر المعلومات، أم أن استخدام الانترنت مقتصر على جوانب محدودة كمتابعة الأخبار والترفيه.

وطالما أن العلم والبحث العلمي هما الرهان الذي تُرابط مختلف الدول قصد الإمساك به و التحكم فيه ، لأنه مصدر التطور والتفوق في معترك الحياة الراهنة ، فالانترنت ومنذ ظهورها بدأ الحديث عن صيغة جديدة للتعليم تتجاوز مقاعد الدراسة، وتجعل الباحث والطالب على اتصال دائم ومستمر بالباحثين ومصادر المعلومات ، مما يجعله أكثر قدرة من ذي قبل على التوسع في عمليات البحث والإنجاز والتواصل العلمي على الصعيد الكوني.

مشكلة الدراسة

يعتبر تطوير التعليم من القضايا الملحة نظرًا للتحديات التي يفرضها هذا العصر، عصر المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات ، مما يستدعي تقديم قراءة جديدة لرسالة الجامعة لتتمكن من التخاطب بكفاءة مع تحديات عصر المعلومات بتنمية الكفاءة المهنية للأستاذ ، وجعله قادرا على توظيف التكنولوجيا الحديثة المتطورة في الارتقاء بعمله التعليمي والبحثي ، وتحسين مخرجات الجامعة في عصر العولمة والتحوليات التي يشهدها العالم اليوم ، والارتقاء بمهارات وقدرات الأسرة الجامعية في استيعاب المعلومات وإنتاج المعرفة كرهان حضاري لا بد من استنفار كل القوى الحية في المجتمع لتحقيقه .

وقد جاءت فكرة الدراسة الحالية من خلال معايشة الباحث ليوميات أساتذة الإعلام في عدد من الجامعات الليبية وتعاملهم مع الانترنت، وذلك باعتباره أحد أعضاء هيئة التدريس في مجال الإعلام، حيث لاحظ تعرض الأساتذة الجامعيين لمختلف مواقع الشبكة وإقبالهم عليها إلى درجة أصبحت عادة يومية وجزءاً من نشاطاتهم الحياتية.

وعند محاولة الباحث طرح الموضوع مع بعض الأساتذة ، لمس ضبابية وعدم وضوح في الرؤية حول استخدامهم للانترنت، وهو ما أثار هاجس التساؤل لدى

الباحث عن استخدامات الأساتذة الجامعيين لما تتيحه الانترنت من مزايا، مما يوحي بأن هناك مشكلة تستدعي الدراسة في إطار المنهج العلمي .

من هذا المنطلق جاءت هذه المشكلة البحثية لتتظر في واقع استخدام شبكة الإنترنت في المناهج التعليمية والبحث العلمي لدى أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية .

أهمية الدراسة

تكمّن أهمية الدراسة في أنها تكشف مدى استفادة أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية من الانترنت في مجال المناهج التعليمية والبحث العلمي، والمساهمة في تطوير العملية التعليمية والبحثية من خلال الكشف عن مصادر جديدة للبحث العلمي.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على درجة اعتماد أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية على الانترنت كمصدر للأخبار.
- 2- الكشف عن دوافع تعرض أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية للانترنت.
- 3- التعرف على مدى استفادة أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية من الانترنت واستثمارها في عملهم البحثي وتطوير المناهج.

الدراسات السابقة

1. استخدامات أعضاء هيئة التدريس بأكاديمية الدراسات العليا لشبكة المعلومات الدولية(الانترنت):⁽¹⁾

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية استخدام أعضاء هيئة التدريس بأكاديمية الدراسات العليا لشبكة المعلومات الدولية(الانترنت)، والاشباكات المتحققة من خلال

التعرض للانترنت، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وطبق أسلوب الحصر الشامل من خلال توزيع استمارات الاستبيان كأداة لجمع البيانات على جميع أعضاء هيئة التدريس في أكاديمية الدراسة العليا.

وصاغ عدة تساؤلات أهمها، ما يلي:

- 1- ما مدى استفادة أعضاء هيئة التدريس من شبكة المعلومات الدولية كمصدر للمعلومات؟
2. ما طبيعة اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو شبكة المعلومات الدولية؟
- 3- ما مدى استفادة أعضاء هيئة التدريس من شبكة المعلومات الدولية في تدعيم تخصصاتهم؟

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها، ما يلي:

- 1- جاءت استفادة أعضاء هيئة التدريس من شبكة المعلومات الدولية كمصدر للمعلومات بدرجة متوسطة.
- 2- يرى أعضاء هيئة التدريس أن الانترنت تتيح الإطلاع على كل ما هو جديد في مجال البحث العلمي بدرجة متوسطة.
- 3- أغلب أعضاء هيئة التدريس يرون أن الانترنت تدعم مجال تخصصهم.
- 2- استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشباعات المحققة منها: (2)

استهدفت الدراسة التعرف على دوافع استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشباعات المحققة منها، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة من أساتذة جامعة دمشق من خلال الكليات النظرية والعملية، وقد صاغت عدد من الفروض من بينها ما يلي:

- 1- يوجد ارتباط طردي بين مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشباعات المحققة نتيجة هذا الاستخدام.

2- يرتبط مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت بمستوى دوافع الاستخدام لديهم.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساتذة جامعة دمشق من الكليات النظرية والعملية في استخدامهم للانترنت.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ما يلي:

1- يوجد ارتباط طردي بين مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والاشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام.

2- لا يرتبط مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت بمستوى دوافع الاستخدام لديهم.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساتذة جامعة دمشق من الكليات النظرية والعملية في استخدامهم للانترنت، حيث سجلت دوافع أساتذة الكليات العملية في استخدام الانترنت نسبة أعلى من دوافع أساتذة الكليات النظرية، في حين تفوقت نسبة الاشباع المحققة لأساتذة الكليات النظرية على نسبة الاشباع المحققة لأساتذة الكليات العملية.

3- الاستخدامات التعليمية للانترنت وعلاقتها باستحداث أساليب تدريسية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الليبية: (3)

استهدفت الدراسة التعرف على أنماط وكثافة تعرض أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الليبية للانترنت والاشباع المحققة من خلال التعرض للانترنت، ومدى الاستفادة منها في استحداث أساليب تدريسية جديدة، واستخدمت الباحثان المنهج الوصفي، واستمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة من أعضاء هيئة التدريس بجامعات (بنغازي، وطرابلس، ومصراتة)، ومن التساؤلات التي تم صياغتها لهذه الدراسة، ما يلي:

1. ما مدى حرص أعضاء هيئة التدريس على استخدام الانترنت؟
2. ما هي الخبرات التعليمية التي تقدمها الانترنت لأعضاء هيئة التدريس؟
ومن أبرز الفروض التي وضعتها الباحثتان في الدراسة ما يلي:
- توجد علاقة ارتباط دالة بين استخدام أعضاء هيئة التدريس للانترنت واستحداث أساليب تدريسية جديدة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام أعضاء هيئة التدريس من الكليات النظرية والعملية في استخدامهم للانترنت. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:
- 1- وصلت نسبة أعضاء هيئة التدريس الذين يستخدمون الانترنت بصفة دائمة إلى 59%، وبلغت نسبة استخدامه أحيانا 33%.
- 2- أكثر الفوائد والخبرات التعليمية التي تقدمها الانترنت لأعضاء هيئة التدريس هي تنوع مصادر ووسائل المعلومات والتعليم، حيث سجلت نسبة بلغت 85%.
- 3- توجد علاقة ارتباط دالة بين استخدام أعضاء هيئة التدريس للانترنت واستحداث أساليب تدريسية جديدة.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام أعضاء هيئة التدريس من الكليات النظرية والعملية في استخدامهم للانترنت.

تساؤلات الدراسة:

- تتفرع عن المشكلة الرئيسة مجموعة من التساؤلات وهي على النحو التالي :
- 1- ما درجة اعتماد أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية على الانترنت كمصدر للمعلومات؟
 - 2- ما مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب متغير (النوع، العمر، المؤهل العلمي، الدرجة العلمية) ؟

- 3- ما دوافع تعرض أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية للإنترنت؟
- 4- ما المواقع التي يتعرض لها أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية أثناء استخدامهم للإنترنت؟
- 5- ما مدى استفادة أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية من الإنترنت واستثمارها في عملهم البحثي وتطوير المناهج؟
- 6- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساتذة الإعلام في دوافع التعرض للإنترنت وأوجه الاستفادة منه في المناهج التعليمية والبحث العلمي حسب التخصص؟

تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة:

الانترنت :

"هي مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض وهي تنمو ذاتياً بقدر ما يضاف من شبكات وحاسبات". (4)

استخدام :

توظيف الإنترنت بما تتوفر عليه من معلومات علمية في البحث العلمي والمناهج التعليمية الذي يقوم به أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية.

المناهج التعليمية:

هي المناهج التعليمية التي تُدرّس لطلاب الجامعات، وفي هذه الدراسة يقصد بها المناهج الدراسية المقررة على طلبة الإعلام في الجامعات الليبية.

البحث العلمي :

هو الزيادة في الإطلاع وتنمية المعرفة ورفع الكفاءة التي تساعد الأستاذ الجامعي على تنمية قدراته العلمية بما يُمكن من تطور مهاراته وراقي ممارسته لوظيفته ، من خلال إتقان مهارات البحث العلمي، والقدرة على التحكم في المعلومات وتسخيرها في خدمة الواقع العلمي والبحثي بالجامعة.

أساتذة الإعلام :

يُقصد بهم الأساتذة القارئ والمتعاونين في كليات الفنون والإعلام بالجامعات الليبية ذكوراً وإناثاً، والمتخصصين في الإعلام (صحافة، إذاعة وتلفزيون، علاقات عامة)، وتم اختيارهم من جامعات (بنغازي، طرابلس، مصراتة، الزيتونة، سهل جفارة) .

الجامعات الليبية:

مؤسسات تعليمية ليبية تضم عددا من الكليات والأقسام ، تقدم لطلابها تعليما عالياً نظرياً وعملياً، تتولى إعدادهم للتعامل مع الحياة العملية بكل متطلباتها وتحدياتها من خلال تطوير قدراتهم وتنمية معارفهم وصقل مواهبهم وتمنحهم درجات وشهادات في مختلف التخصصات العلمية، واقتصرت دراسة الباحث على كليات الفنون والإعلام في جامعات (بنغازي، طرابلس، مصراتة، الزيتونة، سهل جفارة) .

مجتمع الدراسة والعينة:

يمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة جامعات أساتذة الإعلام في كليات الفنون والإعلام بالجامعات التالية: (بنغازي، طرابلس، مصراتة، الزيتونة، سهل جفارة) .

وطبق الباحث أسلوب العينة العمدية في اختيار عينة الدراسة من أساتذة الإعلام في كليات الفنون والإعلام بالجامعات الليبية - قارّين ومتعاونين - وقد بلغ مجموع العينة (40) مفردة.

منهج الدراسة:

المنهج هو "الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضع الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات عن الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال استخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات وتحليلها والتوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات".⁽⁵⁾ فالمنهج الوصفي "هو كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر، قصد تشخيصها، وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها".⁽⁶⁾

وبما أن المنهج يعتمد على الملاحظة العلمية والحقائق والأرقام، فلا بد لأي دراسة علمية أن تسير وفق مناهج البحث العلمي التي يتم اختيارها حسب طبيعة موضوع الدراسة وأهدافها.

وبالنظر إلى طبيعة هذه الدراسة والهدف المتوخى من إجرائها والتي تحاول قراءة مفردات الواقع الجامعي، وسبل استخداماته للانترنت ؛ فإن المنهج الوصفي يعد منهجاً مناسباً لهذا النوع من الدراسات.

أدوات جمع البيانات:

"يعتبر الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة

أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة".⁽⁷⁾

وبذلك تتمشى استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات مع هذه الدراسة، وعلى هذا الأساس قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان التي احتوت على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة وأهدافها. وقد خضعت استمارة الاستبيان لاختباري الصدق والثبات قبل أن تصل إلى شكلها النهائي.

الحدود الموضوعية للدراسة :

تعد الإنترنت من المستحدثات التكنولوجية التي دخلت مختلف المجالات العلمية والإعلامية والتربوية والترفيهية، وستركز هذه الدراسة حول تطبيقاتها في المناهج التعليمية والبحث العلمي وحدود استثمارها معرفياً للارتقاء بمستوى الأداء الأكاديمي والمساهمة في تطور التعليم الجامعي والبحث العلمي في مجال الإعلام بالجامعات الليبية.

المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث الحاسب الآلي في تحليل البيانات، وذلك لتوفر العوامل التي تدفع الباحث إلى تحليل البيانات، فالحاسب الآلي يتم استخدامه في تحليل البيانات عندما تكون قاعدة البيانات كبيرة، مع توفر البرنامج المناسب لإجراء التحليل، وقدرة الباحث على استخدامه.⁽⁸⁾

وبعد أن تم استخلاص نتائج الدراسة الميدانية عن طريق الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS:16)،^(*) قام الباحث بتحليل البيانات على أسلوبين من الأساليب الإحصائية، حيث استخدم الباحث الأسلوبين الإحصائيين التاليين:

1- التكرارات والنسب المئوية:

وهي وسيلة لاختصار البيانات ووضعها في حيز مناسب، يُمكن من الإحاطة بها من جميع الجوانب⁽⁹⁾ وتوجد عدة طرق لعرض البيانات وتحليلها، من بينها الطريقة الإنشائية التي يذكر فيها الباحث التكرارات والنسب المئوية بالطريقة الإنشائية، وطريقة الجداول الإحصائية التي يتم فيها عرض البيانات من خلال جداول تتكون من صفوف وأعمدة تحتوي على البيانات والتكرارات والنسب المئوية.⁽¹⁰⁾

2. اختبار مربع كاي الإحصائي: وصيغته

$$\chi^2 = \frac{\sum (T - E)^2}{E} \quad (11)$$

ت ع

طبق الباحث اختبار مربع كاي الإحصائي (χ^2) الذي يوضح ما إذا كانت هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية، فإذا دلت نتائج تحليل (χ^2) على أن قيمة (χ^2) المحسوبة أقل من قيمة (χ^2) الجدولية؛ فمعنى ذلك أنه لا توجد اختلافات جوهرية، أما إذا كانت قيمة (χ^2) المحسوبة أكبر من قيمة (χ^2) الجدولية؛ فمعنى ذلك أن هناك فروقاً جوهرية، وترجع إلى عوامل مسببة لها.⁽¹²⁾

(*) - برنامج SPSS (Statistical package for social sciences) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وهو عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها، ويستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية.

عرض وتحليل نتائج الدراسة

الجدول رقم (1)

يبين توزيع عينة الدراسة

المجموع		كلية الفنون والإعلام /جفارة		كلية الفنون والإعلام الزيتونة		كلية الفنون والإعلام مصراتة		كلية الفنون والإعلام بنغازي		كلية الفنون والإعلام طرابلس	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	40	2.5	1	47.5	19	12.5	5	20	8	17.5	7

الجدول رقم (2)
يبين خصائص عينة الدراسة

ت	الخصائص	العينة	ك	%
1	النوع	ذكر	30	75
		أنثى	10	25
		المجموع	40	100
2	العمر	من 30 — 39 سنة	10	25
		من 40 — 49 سنة	17	42.5
		من 50 — 59 سنة	9	22.5
		من 60 سنة فما فوق	4	10
		المجموع	40	100
3	المؤهل	ماجستير	25	62.5
		دكتوراه	15	37.5
		المجموع	40	100
4	الدرجة العلمية	محاضر مساعد	20	50
		محاضر	8	20
		أستاذ مساعد	6	15
		أستاذ مشارك	2	5
		أستاذ	4	10
		المجموع	40	100
5	التخصص	صحافة	18	45
		إذاعة وتلفزيون	10	25
		علاقات عامة	12	30
		المجموع	40	100

الجدول رقم (3)

درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات

درجة الاعتماد	ك	%
بدرجة عالية	14	35
بدرجة متوسطة	23	57.5
بدرجة قليلة	3	7.5
المجموع	40	100

توضح بيانات الجدول رقم (3) درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات، حيث جاء الاعتماد بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 57.5%، أما الاعتماد بدرجة قليلة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة لم تتجاوز 7.5%، وتسجيل نسبة بلغت 35% للاعتماد على الانترنت بدرجة متوسطة، يمكن القول أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الانترنت كمصدر للمعلومات.

الجدول رقم (4)

يبين درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب متغير النوع

النوع	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة عالية	10	33.3	4	40	14	35
بدرجة متوسطة	17	56.7	6	60	23	57.5
بدرجة قليلة	3	10	صفر	صفر	3	7.5
المجموع	30	100	10	100	40	100

توضح بيانات الجدول رقم (4) درجة اعتماد أفراد العينة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب متغير النوع، حيث تراوحت درجة الاعتماد على الانترنت للذكور والإناث بين درجة عالية ومتوسطة، ويُلاحظ من خلال بيانات الجدول نفسه أن الذكور يعتمدون على الانترنت بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 56.7%، وبدرجة عالية بنسبة بلغت 33.3%، وبلغت نسبة اعتماد الإناث على الانترنت بدرجة متوسطة

60%، وبدرجة عالية بنسبة بلغت 40%، بينما جاءت نسبة الاعتماد بدرجة قليلة للذكور 10% ولم تسجل أي نسبة للإناث.

الجدول رقم (5)

يبين درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب متغير العمر

المجموع		60 سنة فما فوق		50 - أقل من 60		40 - أقل من 50		30 - أقل من 40		العمر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
35	14	صفر	صفر	11.1	1	58.8	10	30	3	درجة عالية
57.5	23	50	2	77.8	7	41.2	7	70	7	سنة بدرجة متوسطة
7.5	3	50	2	11.1	1	صفر	صفر	صفر	صفر	سنة بدرجة قليلة
100	40	100	4	100	9	100	17	100	10	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (5) أن الفئة العمرية من (40 - أقل من 50) سنة احتلت المرتبة الأولى في الاعتماد على الانترنت كمصدر للمعلومات بدرجة عالية حيث بلغت النسبة 58.8%، في حين لم تسجل الفئة العمرية (من 60 سنة فما فوق) أي نسبة في الاعتماد على الانترنت بدرجة عالية، وجاءت الفئة العمرية من (50 - أقل من 60 سنة) في المرتبة الأولى في الاعتماد على الانترنت كمصدر للأخبار بدرجة متوسطة حيث بلغت النسبة 77.8%، ويليهما بفارق قليل الفئة العمرية من (30 - أقل من 40 سنة) بنسبة بلغت 70%، ويتضح من خلال الجدول نفسه التقارب بين الفئات العمرية في نسبة الاعتماد بدرجة متوسطة على الانترنت كمصدر للمعلومات.

الجدول رقم (6)

يبين درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب المؤهل العلمي

المجموع		دكتوراه		ماجستير		المؤهل العلمي درجة الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	
35	14	26.7	4	40	10	بدرجة عالية
57.5	23	53.3	8	60	15	بدرجة متوسطة
7.5	3	20	3	صفر	صفر	بدرجة قليلة
100	40	100	15	100	25	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (6) أن النسبة متقاربة بين أفراد العينة في الاعتماد بدرجة متوسطة وبدرجة عالية على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب متغير المؤهل العلمي، فقد سجلت درجة الاعتماد بدرجة متوسطة المرتبة الأولى لحاملي مؤهل الماجستير بنسبة بلغت 60%، ولحاملي مؤهل الدكتوراه بنسبة بلغت 53.3% وهي نسبة متقاربة جداً، في حين لم تسجل أي نسبة تذكر للاعتماد بدرجة قليلة لمؤهل الماجستير.

الجدول رقم (7)

يبين درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب الدرجة العلمية

المجموع		أستاذ		أستاذ مشارك		أستاذ مساعد		محاضر		محاضر مساعد		الدرجة العلمية درجة الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
35	14	صفر	صفر	صفر	صفر	16.7	1	50	4	45	9	بدرجة عالية
57.5	23	50	2	50	1	83.3	5	50	4	55	11	بدرجة متوسطة
7.5	3	50	2	50	1	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	بدرجة قليلة
100	40	100	4	100	2	100	6	100	8	100	20	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أن نسبة الأساتذة على درجة محاضر سجلت أعلى نسبة في الاعتماد على الانترنت بدرجة عالية كمصدر للمعلومات، حيث بلغت 50% وهي النسبة نفسها التي سجلت لنفس الدرجة بدرجة اعتماد متوسطة، وفي المرتبة الثانية جاء الأساتذة على درجة محاضر مساعد في اعتمادهم على الانترنت بدرجة عالية بنسبة بلغت 45%، والتي سجلت نسبة بلغت 55% في درجة الاعتماد بدرجة متوسطة، وبذلك احتلت المرتبة الثانية أيضاً في درجة الاعتماد بدرجة متوسطة بعد الأستاذ المساعد الذي سجل نسبة وصلت إلى 83.3%، وبشكل عام يتضح من خلال بيانات نفس الجدول أن درجة الاعتماد على الانترنت حسب متغير الدرجة العلمية تراوحت بين درجة عالية ودرجة متوسطة.

الجدول رقم (8)

يبين عدد ساعات استخدام عينة الدراسة اليومي للانترنت

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		الكلية الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
27.5	11	41.7	5	20	2	22.2	4	أقل من ساعة
55	22	41.7	5	70	7	55.6	10	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
17.5	7	16.6	2	10	1	22.2	4	ثلاث ساعات فأكثر
100	40	100	12	100	10	100	18	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن نسبة تعرض أفراد العينة للانترنت من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات سجلت أعلى نسبة في المجموع العام وعلى مستوى كل تخصص، حيث بلغت 55% في المجموع العام، وبلغت 55.6% لتخصص الصحافة، ولتخصص الإذاعة والتلفزيون 70%، وسجلت في تخصص العلاقات العامة 41.7% وهي نفس النسبة التي سُجلت للتعرض (أقل من ساعة)، وهذه النسب تبين أن أغلب أساتذة الإعلام يتعرضون للانترنت أكثر من ساعة يومياً وقد

تصل إلى أكثر من ساعتين، وتعتبر النسب متقاربة في تعرض أفراد عينة الدراسة للانترنت.

الجدول رقم (9)

يبين دوافع استخدام عينة الدراسة للانترنت

الدوافع	التخصص		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة		المجموع		المحسوبة كا ²
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الحصول على المعلومات	17	94.4	8	80	10	83.3	35	87.5	0.015		
الاستفادة من البحوث والدراسات السابقة	18	100	6	60	10	83.3	34	85	0.136		
تطوير المناهج و المقررات الدراسية	16	88.9	8	80	10	83.3	34	85	0.006		
الحصول على المعلومات لغرض البحث العلمي	14	77.8	4	40	11	91.7	29	72.5	0.405		
متابعة الندوات والمؤتمرات العلمية	14	77.8	4	40	6	50	24	60	0.236		
التعرف على المؤسسات العلمية للإطلاع وزيادة الثقافة العامة	12	66.7	6	60	11	91.7	29	72.5	0.099		
قراءة الصحف والمجلات	14	77.8	5	50	10	83.3	29	72.5	0.157		
استخدام البريد الإلكتروني	16	88.9	3	30	3	25	22	55	1.057		
التواصل مع الآخرين	18	100	10	100	12	100	40	100	—		
التسلية والترفيه	16	88.9	8	80	12	100	36	90	0.025		
	2	11.1	3	30	1	8.33	6	15	1.012		

سُح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

قيمة كا² الجدولية = 5.99

مستوى الدلالة = غير دالة احصائيا

يبين الجدول رقم (9) دوافع استخدام أفراد العينة للانترنت، وقد سجلت دوافع استخدام البريد الإلكتروني النسبة الأعلى في المجموع العام بلغت 100%، مما يعني أنها سجلت نفس النسبة لجميع التخصصات، وهذا يعكس مدى اهتمام أساتذة الإعلام باستخدام البريد الإلكتروني، ويليهما بنسب متقاربة جاءت دوافع التواصل مع الآخرين، والحصول على المعلومات، والاستفادة من البحوث والدراسات السابقة، وتطوير المناهج و المقررات الدراسية، حيث تراوحت من 85% إلى 87.5%، أما أقل نسبة في المجموع العام فقد سُجلت لدوافع التسلية والترفيه حيث بلغت 15% فقط، وكذلك جاءت في المرتبة الأخيرة على مستوى كل تخصص.

ويتضح من خلال بيانات نفس الجدول على مستوى كل تخصص أن دوافع استخدام البريد الإلكتروني، والاستفادة من البحوث والدراسات السابقة، جاءت في المرتبة الأولى لتخصص الصحافة بنسبة بلغت 100%، يليها دوافع الحصول على المعلومات، وتطوير المناهج و المقررات الدراسية، وقراءة الصحف والمجلات، والتواصل مع الآخرين، بنسب تراوحت من 88.9% إلى 94.4%.

وفي تخصص الإذاعة والتلفزيون جاءت في المرتبة الثانية بعد دوافع استخدام البريد الإلكتروني الدوافع المتمثلة في الحصول على المعلومات، وتطوير المناهج و المقررات الدراسية، والتواصل مع الآخرين، حيث سجلت نفس النسبة وهي 80%.

وفي تخصص العلاقات العامة جاءت في المرتبة الأولى دوافع استخدام البريد الإلكتروني، والتواصل مع الآخرين بنسبة بلغت 100%، وباستثناء دوافع قراءة الصحف والمجلات، والتسلية والترفيه، التي سجلت نسبة قليلة، ودوافع متابعة الندوات والمؤتمرات العلمية التي سجلت نسبة بلغت 50%، سجلت بقية الدوافع نسب متقاربة تراوحت من 83.3% إلى 91.7%. ويلاحظ من بيانات الجدول نفسه ارتفاع نسبة دوافع قراءة الصحف والمجلات لتخصص الصحافة وهذه نتيجة متوقعة حيث التخصص يفرض ذلك.

ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في دوافع استخدام الانترنت ، طبق الباحث اختبار (كا²) الإحصائي الذي أظهر أن قيمة (كا²) المحسوبة أصغر من قيمة (كا²) الجدولية مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية.

الجدول رقم (10)

يبين المواقع التي يتعرض لها أفراد عينة الدراسة في الانترنت

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
87.5	35	83.3	10	80	8	94.4	17	إخبارية
55	22	33.3	4	30	3	83.3	15	سياسية
95	38	100	12	80	8	100	18	علمية
72.5	29	83.3	10	50	5	77.8	14	ثقافية
27.5	11	16.7	2	30	3	33.3	6	دينية
70	28	75	9	60	6	72.2	13	اجتماعية
12.5	5	8.3	1	10	1	16.7	3	اقتصادية
15	6	8.3	1	10	1	22.2	4	فنية
40	16	41.7	5	20	2	50	9	رياضية
12.5	5	8.3	1	30	3	5.5	1	ترفيهية

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

توضح بيانات الجدول رقم (10) تكرارات ونسب المواقع التي يتعرض لها أفراد العينة في الانترنت، واحتلت المواقع العلمية المرتبة الأولى في المجموع العام بنسبة بلغت 95%، يليها بفارق قليل المواقع الإخبارية بنسبة بلغت 87.5%، وجاءت المواقع الاقتصادية والمواقع الترفيهية في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 12.5% لكل منها.

وعلى مستوى كل تخصص جاءت المواقع العلمية في المرتبة الأولى أيضاً، حيث سجلت نسبة عالية ومقاربة تراوحت من 80% إلى 100%، وقد سجلت المواقع الإخبارية نفس نسبة المواقع العلمية بالنسبة في تخصص الإذاعة والتلفزيون، ونظراً لتسجيل نسبة ضئيلة لدوافع التسلية والترفيه في بيانات الجدول رقم (9)، فقد سجلت أيضاً المواقع الترفيهية أقل نسبة في تخصصي الصحافة، والعلاقات العامة، أما تخصص الإذاعة والتلفزيون فقد جاءت المواقع الاقتصادية والمواقع الفنية في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 10% لكل منها.

الجدول رقم (11)

يبين أوجه استفادة أفراد عينة الدراسة من استخدام الانترنت في المناهج والبحث العلمي

الاختبار كا ² الإحصائي	المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص الاستفادة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ² المحسوبة									
0.405	72.5	29	91.7	11	40	4	77.8	14	الحصول على المعلومات للبحث العلمي
0.025	90	36	100	12	80	8	88.9	16	تطوير المناهج والمقررات الدراسية
0.236	60	24	50	6	40	4	77.8	14	متابعة الندوات والمؤتمرات العلمية
0.111	50	20	41.7	5	40	4	61.1	11	اكتساب طرق حديثة في تدريس المقررات
0.025	90	36	100	12	80	8	88.9	16	توفير المصادر والمراجع
0.099	72.5	29	91.7	11	60	6	66.7	12	التعرف على المؤسسات العلمية
0.456	62.5	25	33.3	4	60	6	83.3	15	التواصل العلمي عالميا

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

مستوى الدلالة: غير دالة إحصائيا

كا² الجدولية=5.99

تبين معطيات الجدول رقم (11) أوجه الاستفادة التي تحصل عليها أفراد العينة من استخدامها للانترنت في المناهج والبحث العلمي، واحتلت المرتبة الأولى في المجموع العام وعلى مستوى تخصص، كل من تطوير المناهج والمقررات الدراسية، وتوفير المصادر والمراجع، حيث بلغت النسبة في المجموع العام 90% لكل منها، وتراوح من 80% إلى 100% على مستوى التخصصات، وهذا يوضح ما تقدمه الانترنت لأساتذة الإعلام من خدمات في المناهج والمقررات الدراسية، وتوفير المصادر والمراجع، وفي كل ما يتعلق بالمناهج والبحث العلمي، وذلك من خلال بيانات الجدول نفسه الذي سجل نسب مقارنة في أوجه الاستفادة من الانترنت في المناهج والبحث العلمي، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في أوجه الاستفادة من الانترنت، وقد عزز ذلك اختبار (كا²) الإحصائي الذي أظهر أن قيمة (كا²) المحسوبة أصغر من قيمة (كا²) الجدولية مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية.

الجدول رقم (12)

يبين درجة استفادة عينة الدراسة من استخدام الانترنت في مجال تدريس المناهج التعليمية

التخصص		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة		المجموع	
درجة الاستفادة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة عالية		4	22.2	1	10	4	33.3	7	17.5
بدرجة متوسطة		10	55.6	7	70	5	41.7	25	62.5
بدرجة قليلة		4	22.2	2	20	3	25	8	20
المجموع		18	100	10	100	12	100	40	100

تشير معطيات الجدول رقم (12) إلى أن استفادة أفراد العينة من استخدام الانترنت في مجال تدريس المقررات الدراسية بدرجة متوسطة، سجلت النسبة الأعلى في المجموع العام، حيث بلغت 62.5%، وسجلت الاستفادة بدرجة عالية أقل نسبة بلغت 17.5%، وعلى مستوى كل تخصص جاءت الاستفادة بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى أيضا بنسب تراوحت من 41.7% إلى 70%.

ومن خلال بيانات الجدول نفسه يتضح تقارب النسب بين أفراد عينة الدراسة في درجة الاستفادة من الانترنت.

الجدول رقم (13)

يبين درجة استفادة عينة الدراسة من استخدام الانترنت في مجال البحث العلمي

التخصص		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة		المجموع	
درجة الاستفادة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة عالية		7	38.9	2	20	4	33.3	13	32.5
بدرجة متوسطة		7	38.9	5	50	6	50	18	45
بدرجة قليلة		4	22.2	3	30	2	16.7	9	22.5
المجموع		18	100	10	100	12	100	40	100

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى تقارب النسبة المئوية لدرجة استفادة أفراد العينة من الانترنت في مجال البحث العلمي، حيث سجلت في المجموع العام الاستفادة بدرجة متوسطة نسبة بلغت 45%، والاستفادة بدرجة عالية نسبة بلغت 32.5%،

وعلى مستوى التخصص فقد سجلت الاستفادة بدرجة عالية وبدرجة متوسطة نفس النسبة لتخصص الصحافة، حيث بلغت كل منهما 38.9%، وسجلت الاستفادة بدرجة متوسطة لتخصص الإذاعة والتلفزيون نسبة بلغت 50%، وهي نفس النسبة التي سُجلت لتخصص العلاقات العامة، وهذا يدل على استفادة أساتذة الإعلام من الانترنت في البحث العلمي، وهذه النسب تتوافق إلى حد ما مع النسب المئوية التي سُجلت لدوافع أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالبحث العلمي.

الجدول رقم (14)

يبين إجابة عينة الدراسة عن ما إذا كانت تقدم الانترنت وسائل تعليمية حديثة في التعليم الجامعي

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص
								إجابة المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
27.5	11	33.3	4	20	2	27.8	5	نعم
67.5	27	66.7	8	70	7	66.7	12	إلى حد ما
5	2	صفر	صفر	10	1	5.5	1	لا
100	40	100	12	100	10	100	18	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (14) إجابة أفراد العينة عن ما إذا كانت تقدم الانترنت وسائل تعليمية حديثة في التعليم الجامعي، وقد سجلت إجابة (نعم) النسبة الأعلى في المجموع العام، وعلى مستوى كل تخصص أيضاً، حيث بلغت نسبة إجابة (نعم) في المجموع العام 67.5%، وعلى مستوى كل تخصص سجلت إجابة (نعم) نسبة بلغت 66.7% لتخصص الصحافة وتخصص العلاقات العامة، وبلغت 70% لتخصص الإذاعة والتلفزيون، مقابل تسجيل نسبة ضئيلة جداً للإجابة بـ (لا) لتخصص الصحافة وتخصص الإذاعة والتلفزيون، ولم تسجل أي نسبة لتخصص العلاقات العامة، مما يوضح أهمية الانترنت في تقديم وسائل تعليمية حديثة في التعليم الجامعي والمساهمة في تجديد المعلومات واكتساب طرق حديثة في التعليم الجامعي.

الجدول رقم (15)

يبين إجابة عينة الدراسة عن ما إذا كانت المعلومات في الانترنت تدعم مجال تخصصهم

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص
								إجابة المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نعم بنسبة كبيرة
50	20	58.3	7	40	4	50	9	
50	20	41.7	5	60	6	50	9	إلى حد ما
100	40	100	12	100	10	100	18	المجموع

تبين مؤشرات الجدول رقم (15) ارتفاع نسبة من أجابوا ب (نعم بنسبة كبيرة) و (إلى حد ما) من أفراد عينة الدراسة بأن المعلومات في الانترنت تدعم مجال تخصصهم جاءت متساوية في المجموع العام، ولم تسجل أي نسبة للإجابة ب (لا) ولذلك تم استبعادها من الجدول، وعلى مستوى كل تخصص جاءت الإجابتين متقاربتين جداً، باستثناء تخصص الصحافة الذي سجل نفس النسبة للإجابتين، فقد بلغت نسبة إجابة (إلى حد ما) 60% لتخصص الإذاعة والتلفزيون، مقابل 40% لإجابة (نعم بنسبة كبيرة)، أما تخصص العلاقات العامة فقد سجلت إجابة (نعم بنسبة كبيرة) نسبة بلغت 58.3%، مقابل 41.7% لإجابة (إلى حد ما)، وهذه النسب توضح أن المعلومات التي تقدمها الانترنت لأفراد عينة الدراسة غالباً ما تدعم مجال تخصصهم.

الجدول رقم (16)

يبين ما إذا كان عينة الدراسة ينقلون المعلومات التي يحصلون عليها من الانترنت إلى الطلبة

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص
								إجابة المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نعم
42.5	17	41.7	5	30	3	50	9	
57.5	23	58.3	7	70	7	50	9	أحياناً
100	40	100	12	100	10	100	18	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (16) إجابة أفراد العينة عن ما إذا ينقلون المعلومات العلمية التي يحصلون عليها من الانترنت إلى الطلبة ، ولم تسجل إجابة (لا) أي نسبة تذكر، ولذلك تم استبعادها من الجدول ، في حين جاءت إجابة (نعم) وإجابة (أحياناً) مقارنة في المجموع العام، وعلى مستوى كل تخصص أيضاً، باستثناء تخصص الصحافة التي سجلت نفس النسبة للإجابتين بلغت 50% لكل منهما، وسجلت إجابة (أحياناً) 70% لتخصص الإذاعة والتلفزيون، وبلغت نسبة نفس الإجابة 58.3% للعلاقات العامة.

الجدول رقم (17)

يبين ما إذا كان عينة الدراسة يقومون بربط المعلومات التي يحصلون عليها بالمنهج الدراسي

المجموع		علاقات عامة		إذاعة وتلفزيون		صحافة		التخصص
								إجابة المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
57.5	23	58.3	7	50	5	61.1	11	دائماً
42.5	17	41.7	5	50	5	38.9	7	أحياناً
100	40	100	12	100	10	100	18	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (17) بأن إجابة أفراد عينة الدراسة عن ما إذا يقومون بربط المعلومات العلمية التي يحصلون عليها من الانترنت بالمنهج الدراسي؛ جاءت مقارنة جداً بين (دائماً، وأحياناً) في المجموع العام، حيث سجلت إجابة (دائماً) 57.5%، وإجابة (أحياناً) 42.5%، ولم تسجل إجابة (لا) أي نسبة تذكر، ولذلك تم استبعادها من الجدول. وعلى مستوى كل تخصص احتلت إجابة (دائماً) المرتبة الأولى أيضاً، حيث سجلت نسبة بلغت 61.1% لتخصص الصحافة، وسجلت نسبة متساوية مع إجابة (أحياناً) لتخصص الإذاعة والتلفزيون بلغت 50% لكل من الإجابتين، في حين سجلت نسبة بلغت 58.3% لتخصص العلاقات العامة، ومن

خلال بيانات الجدول نفسه يتضح أن النسب متقاربة بين التخصصات في ربط المعلومات العلمية التي يحصلون عليها من الانترنت بالمنهج الدراسي.

الجدول رقم (18)

يبين مدى مساهمة الانترنت في زيادة قدرة عينة الدراسة على التدريس الفعال

التخصص		صحافة		إذاعة وتلفزيون		علاقات عامة		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إجابة المبحوثين									
إلى حد كبير		4	22.2	2	20	8	66.7	14	35
إلى حد متوسط		11	61.1	6	60	4	33.3	21	52.5
إلى حد ما		3	16.7	2	20	صفر	صفر	5	12.5
المجموع		18	100	10	100	12	100	40	100

تشير معطيات الجدول رقم (18) بأن مساهمة الانترنت في زيادة قدرة أفراد عينة الدراسة على التدريس الفعال (إلى حد متوسط) سجلت النسبة الأكبر في المجموع العام حيث بلغت 52.5%، وجاءت في المرتبة الثانية المساهمة (إلى حد كبير) بنسبة بلغت 35%، ولم تسجل إجابة (لا) أي نسبة تذكر، ولذلك تم استبعادها من الجدول.

وعلى مستوى كل تخصص جاءت إجابة (إلى حد متوسط) في المرتبة الأولى في التخصصات الثلاثة، حيث بلغت نسبتها 61.1% لتخصص الصحافة، وبلغت 60% لتخصص الإذاعة والتلفزيون، وبلغت 66.7% لتخصص العلاقات العامة.

وقد سجلت إجابة (إلى حد ما) نسبة ضئيلة في المجموع العام وعلى مستوى تخصصي الصحافة، والإذاعة والتلفزيون في حين لم تسجل أي نسبة تذكر لتخصص العلاقات العامة، مما يعني أن الانترنت ساهمت في زيادة قدرة أفراد عينة الدراسة على التدريس الفعال.

النتائج:

- توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها ما يلي:
- 1- تتراوح درجة اعتماد عينة الدراسة على الانترنت كمصدر للمعلومات حسب المتغيرات الديموغرافية بين درجة متوسطة ودرجة عالية.
 - 2- سجلت الدوافع المتمثلة في (استخدام البريد الالكتروني، التواصل مع الآخرين، الحصول على المعلومات، الاستفادة من البحوث والدراسات السابقة، تطوير المناهج والمقررات الدراسية) النسبة الأعلى بين دوافع أفراد عينة الدراسة في استخدامهم للانترنت.
 - 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في دوافع استخدامهم للانترنت حسب التخصص.
 - 4- جاءت المواقع العلمية في المرتبة الأولى بين المواقع التي يتعرض لها أفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت 100%، يليها المواقع الإخبارية بنسبة بلغت 87.5%.
 - 5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في أوجه الاستفادة من الانترنت في المناهج التعليمية ومجال البحث العلمي.
 - 6- سجل كل من تطوير المناهج والمقررات الدراسية، وتوفير المصادر والمراجع، أعلى نسبة في أوجه الاستفادة من الانترنت بنسبة بلغت 90%.
 - 7- سجلت درجة الاستفادة من الانترنت بدرجة متوسطة في مجال تدريس المناهج التعليمية نسبة بلغت 62.5%، وسجلت الاستفادة بدرجة متوسطة في مجال البحث العلمي 45%، مقابل 32.5% للاستفادة بدرجة عالية.
 - 8 - أفراد عينة الدراسة يقومون بربط المعلومات العلمية التي يحصلون عليها من الانترنت بالمنهج الدراسي.
 9. ساهمت الانترنت في زيادة قدرة أفراد عينة الدراسة على التدريس الفعال.

التوصيات:

- استرشاداً بنتائج الدراسة يقدم الباحث التوصيات التالية:
1. العمل على تخصيص قاعة للانترنت في الجامعات خاصة بأعضاء هيئة التدريس، وتوفير أجهزة الحاسوب وربطها بالانترنت.
- 2- ضرورة عقد دورات تدريبية وورش عمل للتعريف بكيفية توظيف الانترنت في العملية التعليمية والاستفادة منها في التدريس الجامعي والبحث العلمي.
- 3- تشجيع أساتذة الإعلام على المشاركة في النشر الالكتروني والمشاركة ببحوثهم في المجالات العلمية المحكمة عبر الانترنت.
- 4- الإطلاع المستمر على المنشورات العلمية، والإصدارات الجديدة التي تصدرها المؤسسات العلمية الحديثة والمتطورة في مجال الإعلام عبر الانترنت.
- 5- العمل على إعداد شبكة تواصل عبر صفحة متخصصة بأعضاء هيئة التدريس في مجال الإعلام للاستفادة من الآراء والمناقشات العلمية.
- 6- تكوين المكتبات الالكترونية وتوفير المصادر والمراجع المتعلقة بالإعلام.

الهوامش:

- 1- الهادي الهاشمي الهوش، استخدامات أعضاء هيئة التدريس بأكاديمية الدراسات العليا لشبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الإعلام والفنون، قسم الإعلام، طرابلس/ليبيا، 2012.
- 2- بارعة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والاشباعات المحققة منها، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق، المجلد 25، العدد الأول+العدد الثاني، دمشق، 2009.
- 3- نادية حارث، عليا عبد الفتاح رمضان، الاستخدامات التعليمية للانترنت وعلاقتها باستحداث أساليب تدريسية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الليبية، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، العدد 41، طرابلس/ليبيا، 2008.
- محمد عبد الحسيب، محمود علم الدين، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط1 (القاهرة: دار الشروق، 1997) ص64.

- 4- أحمد عبد الله اللحج / مصطفى محمود أبوبكر، البحث العلمي - تعريفه - خطواته - مناهجه - المفاهيم الإحصائية (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002)، ص 43.
- 5- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003)، ص 287.
- 6- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام - دراسات في مناهج البحث العلمي - ط 2، (القاهرة: عالم الكتب، 1995)، ص 206.
- 7- رجاء محمود أبوعلام، مناهج البحث الكمي والنوعي والمختلط، ط 1 (عمان/الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2013)، ص 229.
- 8- كامل قليفل، فتحي حمدان، مبادئ الإحصاء للمهن التجارية، (عمان/الأردن: دار المناهج، 1995)، ص 20.
- 9- فايز جمعة النجار، وآخرون، أساليب البحث العلمي - منظور تطبيقي، ط 1 (عمان/الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2013)، ص 270/269.
- 10- صلاح الدين محمود علام، الأساليب الإحصائية الاستدلالية في تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، ط 1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005)، ص 185.
- 11- عبد الله عامر الهمالي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط 1 (بنغازي: جامعة قارونس سابقا، 1988)، ص 244.

فاعلية العلاقات العامة في شركات الطيران دراسة ميدانية على شركة الخطوط الجوية الليبية (سبها)

د. علي حامد هارون حامد
كلية الفنون والإعلام /جامعة مصراتة

المقدمة :

لقد تزايدت أهمية الإدارة في الوقت الحاضر كعنصر أساسي في نجاح مختلف أنواع المشروعات، سواءً كانت تقوم بتقديم سلع مادية أوخدمات غير ملموسة ، وبغض النظر عن أهدافها (منظمات الأعمال أو المنظمات غير الهادفة للربح) ، فكفاءة الإدارة وقدرتها علي تحقيق أهدافها هي نقطة الارتكاز الأولى في تحقيق أي تقدم في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، ولما كان العمل الإداري يعكس في مختلف فترات تطوره القوي السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة التي يمارس فيها، فإن تعقد المشاكل وتشابك العلاقات والمتغيرات قد أدتا الي ظهور مجالات فرعية لإدارة الأعمال ، يمارس كل منها أفراد متخصصون يستطيعون مواجهة وحل المشكلات التي ينطوي عليها كل من هذه المجالات ، وتعتبر العلاقات العامة أحد المجالات الحديثة التي ظهرت وحقت قبولاً متزايداً خلال النصف الثاني من القرن العشرين ، ويرجع ذلك إلي تعاظم أهمية الرأي العام وكسب ثقة وتأييد الجمهور ودورهما في نجاح أي منظمة بصرف النظر عن نوع نشاطها ، كما يرجع ذلك أيضاً إلي نمو شعور الإدارة بمسؤولياتها الاجتماعية، وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير رئيس مؤثر عند اتخاذ قراراتها .(1)

ومما سبق أراد الباحث الوقوف على مدى فاعلية العلاقات العامة،والدور الذي تقوم به بشركة الخطوط الجوية الليبية (سبها) ، وذلك من خلال مسح أساليب ممارسة العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية ، للوقوف على خططها

وأنشطتها وبرامجها التي تنفذها ، ووسائل الاتصال التي تستخدمها ، ومدى فاعليتها في تحقيق أهداف الشركة ، وكذلك التعرف على المعوقات التي تواجهها وتؤثر على أدائها .

مشكلة البحث :

تعتبر شركات الطيران من القطاعات الحيوية والمهمة جداً في ليبيا ، وذلك لجهودها الكبيرة في تقديم الخدمات لجماهير العملاء ، وتحتاج شركات الطيران الى جهاز فاعل يعمل على التعريف بجهودها ودورها في خدمة المجتمع ، والترويج لخدماتها التي تقدمها لجماهيرها، وهذا ما يفترض أن تقوم به العلاقات العامة في شركات الطيران ، وتتمثل مشكلة هذا البحث في سؤال محوري هو : (ما مدى فاعلية العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الليبية؟) .

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من الآتي :

- 1- حاجة الناس لشركات الطيران والخدمات التي تقدمها لهم .
- 2- أهمية برامج العلاقات العامة ، ودورها الفاعل في تحقيق أهداف شركات الطيران .
- 3- الجهود المقدرة للعلاقات العامة في الترويج والتعريف بخدمات شركات الطيران .

أهداف البحث :

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي كما يلي :

- 1 - التعرف على مكانة العلاقات العامة من الإدارة العليا بشركة الخطوط الجوية الليبية .
- 2 - إبراز أساليب ممارسة العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية من خلال وظائفها الأساسية (البحوث - التخطيط - الاتصال - التقييم) .

- 3 - الوقوف على مدى فاعلية برامج العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية.
- 4 - الكشف عن المعوقات التي تواجه العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية.
- 5 - الوصول لتوصيات تساهم في زيادة فاعلية العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية .

تساؤلات البحث :

- يجيب هذا البحث عن مجموعة من الأسئلة وهي على النحو التالي :
- 1 - ما مكانة العلاقات العامة من الإدارة العليا بشركة الخطوط الجوية الليبية ؟
 - 2 - هل تقوم العلاقات العامة بإجراء البحوث؟ وما أكثر أنواع البحوث استخداماً ؟
 - 3 - هل تقوم العلاقات العامة بالتخطيط لبرامجها ؟ وما أكثر أنواع التخطيط استخداماً؟
 - 4 - ما مدى مواكبة الأجهزة الاتصالية المستخدمة للتطور التكنولوجي ؟
 - 5 - هل تُقَوِّم العلاقات العامة برامجها ؟ وما هي أكثر أنواع التقويم استخداماً ؟
 - 6 - ما مدى التنسيق بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى بشركة الخطوط الجوية الليبية ؟
 - 7 - ما مدى تناسب ميزانية العلاقات العامة مع حجم البرامج التي تخطط لها وتنفذها؟

حدود البحث:

ينحصر هذا البحث في الحدود التالية :

- أ/ **الحدود المكانية** : تتمثل الحدود المكانية لهذا البحث في قسم العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية فرع مدينة سبها .
- ب/ **الحدود الزمنية** : تم تطبيق هذا البحث ميدانياً في الفترة من شهر نوفمبر/ 2015 إلى شهر فبراير/ 2016 .

ج/ الحدود الموضوعية : تتمثل الحدود الموضوعية في التعرف على مدى فاعلية العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الليبية فرع سبها .

مصطلحات البحث :

1/ الفاعلية :

هي : " مدى نجاح القائم بالاتصال في ممارسته لمهنته وتناسبه بمدى تأثيره في الجمهور الذي يتوجه إليه وفي أداء باقي عناصر عملية الاتصال بكفاءة عالية " .(2)
وتعرف الفاعلية كذلك بأنها : " ضرورة انجاز الأعمال الصحيحة بالأسلوب الصحيح في الوقت الصحيح " .(3)

2/ العلاقات العامة :

" هي الجهود الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية ، قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها ، لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ، ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي ، لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة ، لنشر الحقائق والمعلومات وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك ، بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة " . (4)

3/ شركات الطيران :

" هي شركات نقل جوي سواء كانت للبضائع أو للمسافرين ، وتختلف صبغتها بين شركات طيران عامة وشركات طيران خاصة ، وكل شركات الطيران في العالم تكون مسجلة في منظمة الإياتا العالمية ومنظمة إيكائو " .(5)

الدراسات السابقة :

تحتّم قواعد وأصول البحث العلمي ضرورة إن يتعرف الباحث على الدراسات السابقة التي تتصل بموضوع بحثه، سواء بطريق مباشر ، أو غير مباشر ، وقد اطلع الباحث على عدة رسائل واختار منها ما يلي :

الدراسة الأولى : تقييم وظائف العلاقات في شركات الطيران في البيئة التنظيمية المصرية . (6)

المنهج المستخدم : استخدمت الباحثة المنهج المسحي .

أهم نتائج الدراسة :

1- تركز جميع شركات الطيران على الجانب الإعلامي كوظيفة أساسية للعلاقات العامة .

2- تقوم العلاقات العامة بالوظائف التقليدية كتنظيم الزيارات واستقبال الوفود .

3- تفنقر معظم الشركات إلى التخطيط طويل المدى والتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة.

علاقة الدراسة بموضوع البحث : تناولت الدراسة السابقة تقييم وظائف العلاقات العامة في شركات الطيران في البيئة التنظيمية المصرية ، وقد ركزت بشكل أساسي على قياس مدى نجاح وظائف العلاقات العامة في تحقيق أهداف شركات الطيران ، بينما ركز هذا البحث على مسح أساليب ممارسة العلاقات العامة ، للوقوف على مدى فاعليتها وقدرتها على تحقيق أهداف شركة الخطوط الجوية الليبية بأقل جهد وأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية ، ويعتبر هذا البحث أكثر شمولاً من الدراسة السابقة .

الدراسة الثانية : أهداف العلاقات العامة ووظائفها في منشآت القطاع العام في السودان . (7)

المنهج المستخدم : استخدمت الباحثة المنهج الوصفي .

أهم نتائج الدراسة :

1/ أظهرت الدراسة أن هنالك اهتمام بالتدريب لرفع كفاءة ومهارة العاملين في المنشآت المدروسة.

2/ اتضح أن نشاط العلاقات العامة في المنشآت المدروسة كان يتمثل في استقبال الوفود والزيارات والمراسم والتسهيلات والأنشطة الثقافية أقل هذه الأنشطة .

3/ إهمال البحوث وعدم الاستعانة بها في أجهزة العلاقات العامة في منشآت القطاع العام .

4/ قلة الميزانية التي ترصد لإدارة العلاقات العامة بحجة ترشيد الإنفاق وتقليل منصرفات الأقسام.

علاقة الدراسة بموضوع البحث : تناولت الدراسة السابقة أهداف ووظائف العلاقات العامة في منشآت القطاع العام في السودان، وركزت على المنشآت المالية أو الاقتصادية ، بينما ركز هذا البحث على مسح أساليب ممارسة العلاقات العامة ، للوقوف على مدى فاعليتها وقدرتها على تحقيق أهداف شركة الخطوط الجوية الليبية بأقل جهد وأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية ، ويعتبر هذا البحث أكثر عمقاً من العرض والوصف .

الدراسة الثالثة : وظيفة العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للشركات الخدمية ، وهي دراسة وصفية على الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل) . (8)

منهج الدراسة : استخدم الباحث المنهج الوصفي .

أهم نتائج الدراسة :

- 1/ أثبتت الدراسة أن الشركة متفهمة تماماً لوظيفة العلاقات العامة وداعمة لها .
- 2/ أثبتت الدراسة أن أهم أهداف العلاقات العامة هو ربط الشركة بوسائل الإعلام.
- 3/ أكدت الدراسة أن انطباع جمهور العملاء عن شركة (سوداتل) كان جيد جداً .

علاقة الدراسة بموضوع البحث : تناولت الدراسة السابقة وظيفة العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الخدمية ، واقتصرت على بحوث الصورة الذهنية وهذا يؤكد اهتمام الدراسة بوظيفة البحوث دون غيرها من وظائف العلاقات العامة ، بينما تناول هذا البحث مسح أساليب ممارسة العلاقات العامة من خلال كل وظائفها الأساسية: (البحوث - التخطيط - الاتصال - التقييم) ، للوقوف على مدى فاعليتها في تحقيق أهداف شركة الخطوط الجوية الليبية بأقل جهد وأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية ، ويعتبر هذا البحث أكثر شمولاً وإحاطة من الدراسة السابقة .

إجراءات الدراسة المنهجية

تناول هذا البحث دراسة مدى فاعلية العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية، وذلك لمسح أساليب ممارستها والتعرف على مدى موافقة أساليب التطبيق الفعلي للمنهج العلمي وقواعد عمل العلاقات العامة .

مجتمع البحث وعينته :

يتمثل مجتمع البحث في موظفي قسم العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية فرع سبها ، وقد تم اختيار الباحث أسلوب الحصر الشامل لإمكانية مسح جميع العاملين باستمارات الاستبيان .

منهج البحث وأدواته :

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية ، وقد استخدم الباحث فيه المنهج المسحي لتغطية الجانب التطبيقي للدراسة ، أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحث أداة الاستبيان للتعرف على آراء الممارسين للعلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية بسبها ، ومدى التزامهم بالأسس العلمية للعلاقات العامة ومبادئها ، وذلك من خلال إجاباتهم على مجموعة الأسئلة التي تضمنتها استمارة الاستبيان، وقد

صمم الباحث استمارة استبيان مكونة من عدد ست صفحات ،وتحتوي على عدد ستة عشر سؤال ، فيها أسئلة عن البيانات الشخصية للمبحوثين ، وأخرى موضوعية ، وجاءت كل الأسئلة مغلقة .

اختبار الصدق والثبات :

تم عرض الاستمارة على أساتذة مختصين بقسم الإعلام للحكم على مدى شمولها لموضوع البحث والتأكد من وضوح الأسئلة ودقة صياغتها، وبعد الانتهاء من تعديل الاستمارة في شكلها النهائي تم توزيعها على جميع وحدات مجتمع البحث عن طريق أسلوب الحصر الشامل ، وتم جمع كل الاستمارات من المبحوثين .

وقد قام الباحث بتحليل المعلومات والبيانات المستخرجة من اجابات المبحوثين عن طريق نظام المعالجات الإحصائية من خلال الفئات والتكرارات والنسب .

عرض وتحليل بيانات البحث

قام الباحث في هذا الحيز بتحليل البيانات التي حصل عليها من اجابات المبحوثين على أسئلة استمارة الاستبيان ، وذلك على النحو التالي :

أولاً : البيانات الشخصية :

الجدول رقم (1) يوضح أنواع المبحوثين

النوع	ك	%
ذكر	15	75
أنثى	5	25
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين من الذكور ويمثلون نسبة 75% ، أما الإناث فيمثلن نسبة 25% ، وهذه النسبة عالية جداً بالمقارنة مع السنوات الماضية ، ولعل ذلك يرجع الى زيادة نسبة عدد الطالبات في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الليبية ، وتخصصهن في مجال العلاقات العامة والإعلان .

الجدول رقم (2) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

الفئات العمرية	ك	%
30- 18	7	35
40-31	6	30
50-41	5	25
51 فأكثر	2	10
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن 35% من المبحوثين تتفاوت أعمارهم بين 30-18 سنة ، ونسبة 30% منهم تتراوح أعمارهم بين 40-31 سنة ، ونسبة 25% تتفاوت أعمارهم بين 50-41 سنة ، ونسبة 10% تتفاوت أعمارهم من 51 سنة فأكثر ، وهذا مؤشر ايجابي له دلالة على أن معظم موظفي العلاقات العامة من الشباب إذا جمعنا الفئتين العمريتين (30-18) و (40-31) ، وهذا من الأمور الجيدة لأن أنشطة العلاقات العامة وأعمالها تحتاج إلى كوادر تمتاز بالحيوية والنشاط والقدرة على تحمل العمل الميداني .

الجدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين

المستوى التعليمي	ك	%
ثانوي	7	35
جامعي	12	60
فوق الجامعي	1	5
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين من حملة المؤهلات الجامعية ويمثلون نسبة 60% ، يليهم حملة المؤهلات الثانوية ويمثلون نسبة 35% ، ثم حملة المؤهلات فوق الجامعية ويمثلون نسبة 5% ، وهذا مؤشر إيجابي يدل على أن هذه الدراسة يمكن الأخذ بها ، وذلك لأن معظم المبحوثين الذين قاموا بملء الاستبيان هم من أصحاب الدرجات العلمية الجامعية، ومن خلال نتيجة هذا الجدول نجد أن هناك تناسب بينه وبين الجدول رقم (2) الذي يتناول الفئات العمرية للمبحوثين .

الجدول رقم (4) يوضح وظائف المبحوثين

الوظيفة	ك	%
رئيس	1	5
موظف	14	70
فني	3	15
عامل	2	10
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من الموظفين ويمثلون نسبة 70%، يليهم رؤساء الأقسام ويمثلون نسبة 5%، والفنيون فيمثلون نسبة 15% أما العمال فيمثلون نسبة 10%. ونجد أن عدد المبحوثين في كل وظيفة من وظائف العلاقات العامة بالشركة منطقي من حيث العدد واحتياجات كل شعبة داخل إدارة العلاقات العامة، وكذلك نجد أن هناك تناسب بين هذا الجدول والجدول السابق رقم (3) الذي يتناول المستوى التعليمي للمبحوثين.

ثانياً : البيانات الموضوعية :

الجدول رقم (5) يوضح ما ينبغي أن تكون عليه العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الليبية

الفئات	ك	%
إدارة	11	55
قسم	5	25
مكتب	3	15
وحدة إدارية	1	5
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين أجابوا بأن جهاز العلاقات العامة ينبغي أن يكون إدارة ويمثلون نسبة 55%، والذين أجابوا بأنه ينبغي أن يكون قسماً يمثلون نسبة 35%، والذين أجابوا بأنه ينبغي أن يكون مكتباً ويمثلون نسبة 20%، أما الذين أجابوا بأنه ينبغي أن يكون وحدة إدارية ويمثلون نسبة 5%، وهذا مؤشر ايجابي، ونستطيع القول أنه كلما كانت العلاقات العامة في مستوى إداري رفيع ومستقلة بذاتها عن الإدارات الأخرى انعكس ذلك على فاعليتها وقدرتها على تحقيق أهداف الشركة التي تعمل فيها.

الجدول رقم (6) يوضح الموقع المناسب للعلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الليبية

الفئات	ك	%
جهاز استشاري	3	15
تابعة للمدير العام	15	75
تابعة للمدير الإداري	2	10
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين أجابوا بأن العلاقات العامة ينبغي أن تكون تابعة للمدير العام ويمثلون نسبة 75% ، ويليهم الذين أجابوا بأنها ينبغي أن تكون جهازاً استشارياً ويمثلون نسبة 15% ، أما الذين أجابوا بأنها ينبغي أن تكون تابعة للمدير الإداري فيمثلون نسبة 10% ، وهذا مؤشر ايجابي له دلالة على وعي موظفي العلاقات العامة بأهمية موقع العلاقات العامة من الإدارة العليا في الهيكل التنظيمي ، وكلما كانت العلاقات العامة قريبة من الإدارة العليا زادت صلاحياتها ، وتمكنت من القيام بالدور المنوط بها على أكمل وجه ، ويمكننا القول أن مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي هي المؤشر على مدى الاهتمام بها أو إهمالها.

الجدول رقم (7) يوضح فترة ازدياد نشاط العلاقات العامة شركة الخطوط الجوية الليبية

الفئات	ك	%
بداية السنة	4	20
وقت الأزمات	5	25
مناسبات الشركة	8	40
مناسبات الدولة	3	15
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 20% من المبحوثين أجابوا بأن أنشطة العلاقات العامة تزداد في بداية السنة ، أن نسبة 25% أجابوا بأن أنشطة العلاقات العامة تزداد وقت الأزمات ، أجاب 40% من المبحوثين أن أنشطة العلاقات العامة تزداد مع مناسبات الشركة التي تحتفل بها ، أما الذين أجابوا بأن أنشطة العلاقات العامة تزداد في مناسبات الدولة فيمثلون نسبة 15% . والوضع الطبيعي هو أن تتسم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها بالديناميكية والاستمرارية ، لأن العلاقات العامة كلما انتهت من تنفيذ برامجها سعت إلى البحث من جديد عن الاحتمالات والنذر للمشكلات التي يمكن أن تترجم نفسها إلى أزمات .

الجدول رقم(8) يوضح المجال الذي تفيد فيه برامج العلاقات العامة

الفئات	ك	%
توفير المعلومات	6	30
النصح والإرشاد	1	5
التنبيه للمخاطر	2	10
كل ما ذكر صحيح	11	55
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين أجابوا بأن برامج العلاقات العامة تفيد في كل ما ذكر من فوائد ويمثلون نسبة 55% ، يليهم الذين أجابوا بأنها تفيد في توفير المعلومات ويمثلون 30% ، ثم الذين أجابوا بأنها تفيد في التنبيه للمخاطر ويمثلون نسبة 10% ، أما الذين أجابوا بأنها تفيد في النصح والإرشاد فيمثلون نسبة 5% . وهذا مؤشر ايجابي له دلالة على أن برامج العلاقات العامة متنوعة ومتباينة من حيث الأهداف التي تسعى إليها ، وهذا ما أبانته اجابات معظم المبحوثين .

الجدول رقم (9) يوضح إجراء البحوث لجمع المعلومات :

الفئات	ك	%
نعم	6	30
لا	14	70
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين أجابوا بلا ويرون أن العلاقات العامة لا تجرى البحوث لجمع المعلومات ويمثلون نسبة 70% ، أما الذين أجابوا بنعم فيمثلون نسبة 30%، وهذا مؤشر سلبي له دلالة على أن العلاقات العامة لا تهتم بالأساليب العلمية في معالجة المشكلات ، ومن المهم إجراء البحوث بصورة دورية وبالذات البحوث الاستكشافية لجمع المعلومات حول المشكلات والاستفادة من هذه المعلومات في عملية التخطيط .

الجدول رقم (10) يوضح مدى استخدام العلاقات العامة لأنواع البحوث :

نوع البحث	الفئات	التكرار	النسبة
بحوث الرأي العام للجمهور الداخلي	تستخدم دائماً	2	33.3
	تستخدم أحياناً	3	50
	لا تستخدم	1	16.7
	المجموع	6	100
بحوث الرأي العام للجمهور الخارجي	تستخدم دائماً	1	16.7
	تستخدم أحياناً	4	66.
	لا تستخدم	1	16.7
	المجموع	6	100

16.7	1	تستخدم دائماً	بحوث تحليل المضمون
33.3	2	تستخدم أحياناً	
50	3	لا تستخدم	
100	6	المجموع	

اتضح من الجدول أعلاه أن 33.3% من المبحوثين أجابوا بأن بحوث الرأي العام للجمهور الداخلي تستخدم دائماً ، وأجاب 50% أنها تستخدم أحياناً ، والذين أجابوا بأنها لا تستخدم يمثلون نسبة 16.7% ، أما عن بحوث الرأي العام للجمهور الخارجي فقد أجاب 66.6% أنها تستخدم دائماً ، بينما أجاب 16.7% أنها تستخدم أحياناً ، أما الذين أجابوا بأنها لا تستخدم فيمثلون نسبة 16.7% ، أما عن بحوث تحليل المضمون فقد أجاب 16.7% أنها تستخدم دائماً ، بينما أجاب 33.3% أنها تستخدم أحياناً ، أما الذين يرون أنها لا تستخدم فيمثلون نسبة 50% .

ومن المهم التنبيه إلى أن كل أنواع البحوث التي ذكرت آنفاً هي مهمة في التعرف على اتجاهات الجمهور المستهدف وهي أساس عمل العلاقات العامة .

الجدول رقم (11) يوضح تخطيط العلاقات العامة لبرامجها

الفئات	ك	%
نعم	9	45
لا	11	55
المجموع	20	100

اتضح من الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين أجابوا بأن العلاقات العامة لا تخطط لبرامجها ويمثلون نسبة 55% ، بينما الذين أجابوا بنعم يمثلون نسبة 45% . وهذا مؤشر سلبي له دلالة على أن العلاقات العامة في الخطوط الجوية الليبية لا

تهتم بالأساليب العلمية في ممارستها وهي لا تهتم بالتخطيط لعلاج المشكلات والأزمات التي تواجهها ، ويتم التعامل معها بطريقة آنية ولحظية ، وهذا يقود إلى التخطيط والعشوائية في العمل وحصد المزيد من الخسائر .

الجدول رقم (12) يوضح استخدام العلاقات العامة لأنواع التخطيط :

النسبة	التكرار	الفئات	التخطيط
22.3	2	يستخدم دائماً	الوقائي
44.4	4	يستخدم أحياناً	
33.3	3	لا يستخدم	
100	9	المجموع	
44.4	4	يستخدم دائماً	العلاجي
11.2	1	يستخدم أحياناً	
44.4	4	لا يستخدم	
100	9	المجموع	
11.2	1	يستخدم دائماً	للطوارئ والظروف المفاجئة
77.6	7	يستخدم أحياناً	
11.2	1	لا يستخدم	
100	9	المجموع	

اتضح من الجدول أعلاه أن 22.3% من المبحوثين أجابوا بأن التخطيط الوقائي يستخدم دائماً ، وأجاب 44.4% أنه يستخدم أحياناً ، وأجاب 33.3 % أنه لا يستخدم. أما عن التخطيط العلاجي فقد أجاب 44.4% من المبحوثين أنه يستخدم دائماً ، وأجاب 11.2% أنه يستخدم أحياناً ، بينما أجاب 44.4% بأنه لا يستخدم . أما عن التخطيط للطوارئ والظروف المفاجئة فقد أجاب 11.2% من المبحوثين أنه

يستخدم دائماً ، وأجاب 77.6% أنه يستخدم أحياناً ، بينما أجاب 11.2 بأنه لا يستخدم .

ومما سبق هناك تفاوت في استخدام أنواع التخطيط المختلفة ، وبشكل عام فإن هذا مؤشر سلبي يؤكد عدم الاهتمام بالتخطيط وبالذات الوقائي لأنه أساس عمل العلاقات العامة .

جدول رقم (13) يوضح درجات استخدام الأشكال الاتصالية التالية:

الفئات	وحدات	تستخدم دائماً	تستخدم أحياناً	لا تستخدم	المجموع
الاجتماعات	ك	11	5	4	20
	%	55	25	20	100
الندوات	ك	12	7	1	20
	%	60	35	5	100
المؤتمرات	ك	3	6	11	20
	%	15	30	55	100
المقابلات	ك	5	8	7	20
	%	25	40	35	100
اللقاءات التفكيرية	ك	7	9	4	20
	%	35	45	20	100
إقامة المعارض أو المشاركة فيها	ك	14	4	2	20
	%	70	20	10	100
الصحف	ك	15	3	2	20
	%	75	15	10	100
الإذاعة	ك	10	7	3	20
	%	50	35	15	100

20	1	2	17	ك	التلفزيون
100	5	10	85	%	
20	صفر	2	18	ك	الانترنت
100	صفر	10	90	%	

من خلال الجدول أعلاه ، والذي يتناول الأشكال الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة اتضح أن 55% من المبحوثين أجابوا بأن الاجتماعات تستخدم دائماً ، وأجاب 25% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 20% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام الندوات فقد أجاب 60% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 35% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 5% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام المؤتمرات فقد أجاب 15% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 30% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 55% أنها لا تستخدم.

أما عن استخدام المقابلات فقد أجاب 25% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 40% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 35% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام اللقاءات التفكرية فقد أجاب 35% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 45% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 20% أنها لا تستخدم .

أما عن إقامة المعارض أو المشاركة فيها فقد أجاب 70% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 20% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 10% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام الصحف فقد أجاب 75% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 15% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 10% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام الإذاعة فقد أجاب 50% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 35% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 15% أنها لا تستخدم .

أما عن استخدام التلفزيون فقد أجاب 85% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 10% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 5% أنها لا تستخدم .

أما عن الانترنت فقد أجاب 90% أنها تستخدم دائماً ، وأجاب 10% أنها تستخدم أحيانا ، بينما أجاب 0% أنها لا تستخدم .

من خلال اجابات المبحوثين اتضح أن العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية فرع سبها تستخدم معظم الأشكال الاتصالية السابق ذكرها ، وهذا مؤشر ايجابي له دلالة على وعي مسئولي العلاقات العامة بأهمية هذه الوسائل في التواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية لشركة الخطوط الجوية الأفريقية ، والمؤشرات الايجابية تنسحب على استخدام الاجتماعات - الندوات - إقامة المعارض أو المشاركة فيها - الصحف - الإذاعة - التلفزيون - الانترنت .

وهناك بعض المؤشرات السلبية التي تدل على أن العلاقات العامة لا تستخدم بقية الأشكال الاتصالية بالصورة المطلوبة وهي : المؤتمرات - المقابلات - اللقاءات التفاعلية ، والوضع الطبيعي هو أن تستعين العلاقات العامة بكافة الأشكال الاتصالية السابقة وتبقى عملية اختيار كل شكل وفقاً لنوع الجمهور المستهدف وعدده وخصائصه والرسائل الاتصالية المراد نقلها وخصائص الوسائل الاتصالية ، والمخصصات المالية اللازمة للاستفادة من هذه الوسائل والإمكانات الفنية المتوفرة في الوسائل من حيث التصميم والمونتاج والإخراج .

الجدول رقم (14) يوضح تقويم العلاقات العامة لبرامجها :

الفئات	ك	%
نعم	6	30%
لا	14	70%
المجموع	20	100%

من خلال الجدول أعلاه والذين يتناول تقييم العلاقات العامة لبرامجها ، اتضح أن غالبية المبحوثين أجابوا بلا ويمثلون نسبة 70% ، بينما الذين أجابوا بنعم يمثلون نسبة 30% ، وهذا مؤشر سلبي يدل على عدم الاهتمام بعملية التقييم والتقييم للبرامج، ومن المهم جداً قياس مدى نجاح برامج العلاقات العامة أو فشلها ، ثم معالجة الانحرافات في البرامج أما قبل أو أثناء أو بعد التنفيذ ، ويمكن القول أن التقييم والتقييم للبرامج مهمان جداً ، لتدعيم الإيجابيات والعمل على معالجة الأخطاء في الخطط والبرامج الحالية والمستقبلية ، وينبغي الإشارة إلى أن التقييم والتقييم عمليتان متلازمتان ، لا تغني إحداهما عن الأخرى .

الجدول رقم (15) يوضح مدى استخدام العلاقات العامة لأنواع التقييم :

نوع التقييم	الفئات	ك	%
التقييم القبلي	يستخدم دائماً	صفر	صفر
	يستخدم أحياناً	4	66.7
	لا يستخدم	2	33.3
	المجموع	6	100
التقييم المرحلي	يستخدم دائماً	صفر	صفر
	يستخدم أحياناً	3	50
	لا يستخدم	3	50
	المجموع	6	100
التقييم البعدي	يستخدم دائماً	3	50
	يستخدم أحياناً	2	33.3
	لا يستخدم	1	16.7
	المجموع	6	100

اتضح من الجدول أعلاه أن الذين أجابوا بأن التقييم القبلي يستخدم دائماً لا يوجد، وأجاب 66.7% أنه يستخدم أحياناً ، بينما أجاب 33.3% أنه لا يستخدم . أما عن استخدام التقييم المرحلي فلا يوجد اجابات بأنه يستخدم دائماً ، وأجاب 50% أنه يستخدم أحياناً ، بينما أجاب 50% أنه لا يستخدم . أما عن استخدام التقييم البعدي فقد أجاب 50% أنه يستخدم دائماً ، وأجاب 33.3% أنه يستخدم أحياناً ، بينما أجاب 16.7% أنه لا يستخدم .

والوضع الطبيعي هو أن تستخدم العلاقات العامة كل أنواع التقييم قبل وأثناء وبعد التنفيذ لأن كل نوع له مزايا وفوائد لا تتوفر في غيره ، لأن التقييم عملية وقائية وعلاجية وتشخيصية .

الجدول رقم (16) يوضح معوقات عمل العلاقات العامة في الشركة :

المعوقات	وحدات	موافق	محايد	غير موافق	المجموع
عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة	ك	13	6	1	20
	%	65	30	5	100
عدم التنسيق مع الإدارات الأخرى	ك	3	16	1	20
	%	15	80	5	100
عدم وجود كوادر بشرية متخصصة	ك	16	4	0	20
	%	80	20	0	100
ضعف التدريب الداخلي والخارجي	ك	18	2	0	20
	%	90	10	0	100
عدم مواكبة الأجهزة الاتصالية للتطور التقني	ك	12	7	1	20
	%	60	35	5	100
ضعف الميزانيات وعدم تناسبها مع حجم البرامج والأنشطة	ك	12	6	2	20
	%	60	30	10	100

اتضح من الجدول أعلاه أن المبحوثين الموافقين على أن عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة من المعوقات ويمثلون نسبة 65%، والمحايدون فيمثلون نسبة 30%، بينما غير الموافقين يمثلون نسبة 5%. أما عن عدم تنسيق العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى فإن الموافقين يمثلون نسبة 15%، أما المحايدون يمثلون نسبة 80%، بينما غير الموافقين يمثلون نسبة 5%. أما عن ضعف الكادر البشري وعدم التخصص فإن الموافقين يمثلون نسبة 80%، والمحايدون يمثلون نسبة 20% بينما غير الموافقين فلا يوجد. أما عن ضعف التدريب في الداخل والخارج فإن الموافقين يمثلون نسبة 90%، والمحايدون فيمثلون نسبة 10%، بينما غير الموافقين فلا يوجد.

أما عن عدم مواكبة الأجهزة الاتصالية للتطور التكنولوجي فإن الموافقين يمثلون نسبة 60%، والمحايدون يمثلون نسبة 35%، بينما غير الموافقين يمثلون نسبة 5%. وعن ضعف الميزانيات لتكلفة البرامج والأنشطة فإن الموافقين يمثلون نسبة 60%، والمحايدون يمثلون نسبة 30%، بينما غير الموافقين فيمثلون نسبة 10%. وهذا مؤشر سلبي له دلالة على أن العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية، تواجه عقبات وصعوبات تحول بينها وقدرتها على تحقيق أهدافها وأهداف الشركة، ومن خلال المعوقات السابق ذكرها نجد أن هذه المعوقات وغيرها سببها الأساسي هو عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة في الشركة، لأن ذلك يؤثر على معايير اختيار الموظفين الأكفاء، وينعكس على ضعف الاهتمام بتدريب العاملين في الداخل والخارج، وتخصيص ميزانية لا تتناسب مع البرامج التي ترغب العلاقات العامة في تنفيذها، وعدم الاهتمام بتطوير منظومة الاتصالات بال جماهير الداخلية والخارجية.

النتائج والتوصيات

من خلال الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من خلال هذا البحث ، فقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والتوصيات وهي كما يلي :

أولاً : النتائج :

- 1/ أوضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين هم من فئة الذكور .
- 2/ أبانت الدراسة أن أغلب المبحوثين من حملة المؤهلات الجامعية .
- 3/ أثبتت الدراسة أن الموقع المناسب للعلاقات العامة هو أن تكون تابعة للمدير العام.
- 4/ أظهرت الدراسة أن أنشطة العلاقات العامة تزداد أكثر في مناسبات الشركة .
- 5/ أوضحت الدراسة أن أنشطة العلاقات العامة تفيد في توفير المعلومات والتنبيه للمخاطر والنصح والإرشاد .
- 6/ كشفت الدراسة أن العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية لا تهتم بإجراء البحوث لجمع المعلومات عن المشكلات والاستفادة منها في عملية التخطيط .
- 7/ أثبتت الدراسة أن العلاقات العامة لا تهتم بالتخطيط لبرامجها .
- 8/ أبانت الدراسة أن العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية فرع سبها تستخدم معظم الأشكال الاتصالية السابق ذكرها وهي : " الاجتماعات - الندوات - إقامة المعارض أو المشاركة فيها - الصحف - الإذاعة - التلفزيون - الانترنت " . أما بقية الأشكال الاتصالية التي لا تستخدمها أو تستخدمها أحياناً فهي : " المؤتمرات - المقابلات - اللقاءات التفكرية " .
- 9/ أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة لا تهتم بتقييم وتقويم برامجها التي تنفذها .
- 10/ كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من المعوقات التي تؤثر على فاعلية العلاقات العامة في تحقيق أهداف شركة الخطوط الجوية الليبية تتمثل في الآتي :

- عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة .
- عدم وجود كوادر بشرية متخصصة .
- ضعف التدريب الداخلي والخارجي .
- عدم مواكبة الأجهزة الاتصالية للتطور التقني .
- ضعف الميزانيات وعدم تناسبها مع حجم البرامج والأنشطة .

ثانياً : التوصيات :

- 1/ ضرورة أن تكون أنشطة العلاقات العامة دورية ومستمرة لا تقف على مناسبات الشركة فقط .
- 2/ زيادة الاهتمام بإجراء البحوث لأنها مفيدة عند التخطيط للبرامج التي تقوم العلاقات العامة بتنفيذها ، ومن المهم الاستفادة من المعلومات التي تم جمعت عن طريق البحوث في وضع الخطط .
- 3/ زيادة الاهتمام بالتخطيط للأنشطة والبرامج بمختلف أنواع التخطيط .
- 4/ زيادة استخدام الأشكال الاتصالية التي لا تستخدمها العلاقات العامة أو تستخدمها أحياناً وهي : " المؤتمرات - المقابلات - اللقاءات التفاعلية " ، ويجب اختيار وسائل الاتصال وفقاً : لخصائص الجمهور المستهدف ، وطبيعة الرسائل الاتصالية ، وخصائص الوسائل الاتصالية ، والمخصصات المالية المتاحة ، والإمكانات الفنية المتوفرة كالتصميم والمونتاج والإخراج .
- 5/ تقييم وتقويم الخطط والبرامج التي تنفذها العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية الليبية ، واستخدام جميع أنواع التقويم في كل البرنامج الواحد قبلي ومرحلي وبعدي .
- 6/ علاج المعوقات التي تواجه العلاقات العامة وتؤثر على برامجها ، وذلك من خلال الآتي :
- زيادة اهتمام الإدارة العليا للخطوط الجوية الليبية العلاقات العامة.

- تدريب موظفي العلاقات العامة في الداخل والخارج.
- تعيين المتخصصين والمؤهلين في العلاقات العامة .
- تخصيص الميزانية التي تتناسب مع حجم البرامج المطروحة للتنفيذ .
- الاستعانة بوسائل الاتصال المواكبة للتطور التكنولوجي.
- الاهتمام بالتنسيق بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى .

الهوامش:

- 1- محمد نجيب الصرايرة ، العلاقات العامة : الأسس والمبادئ (عمان : مكتبة الرائد العالمية ، 2001 م) ص 13 .
- 2- محفوظ أحمد جودة ، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، ط4 (عمان: دار الزهران للنشر ، 2005 م) ص 20
- 3- جلال إبراهيم العبد ، إدارة الأعمال (الإسكندرية : " د . ن " ، 2003) ص 19.
- 4- محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة : المدخل العام ، ط1 (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1992م) ص 28 .
- 5- موقع ويكيبيديا /<https://ar.wikipedia.org/wiki/>، يوم الثلاثاء الموافق 5/ يناير /2016/ عند الساعة 10:30 صباحاً .
- 6- هدى سيد لطيف ، تقييم وظائف العلاقات في شركات الطيران في البيئة التنظيمية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بنها ، كلية التجارة ، قسم إدارة الأعمال ، 1985م .
- 7- أماني حسن مصطفى ، أهداف العلاقات العامة ووظائفها في منشآت القطاع العام في السودان، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، 1996م .
- 8- يوسف محمد زين محمد يوسف ، وظيفة العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للشركات الخدمية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، 2005م .

الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي

أ. علي العماري سالم

كلية الفنون والإعلام / جامعة طرابلس

المقدمة :

جَدَّت في حياة الناس في العصر الحديث الكثير من الأوضاع والأحوال والمخترعات التي لم تكن معروفة عند أسلافهم ، ولذلك لم يرد فيها نصوص فقهية بخصوصها ، وإن كانت الشريعة الإسلامية تدل عليها بعموم نصوصها ، أو بمفاهيم دلالتها ، ولكن ذلك لا يدركه إلا علماء الفقه.

وتطورت مستجدات اليوم في حياة الإنسان وتطلبت فهم حكم الشريعة، ومدى انطباق النصوص على فهم هذه المستجدات، ولعل من سمات عصرنا الحديث ما شهده من تطور لوسائل الإعلام المختلفة ، وتقنياتها المتعددة ، التي سهلت وصول الرسالة الإعلامية لأكثر عدد من الجمهور .

ولا يخفى علي أي مسلم اهتمام الشريعة الإسلامية بالضرورات الخمس، واتخذت الكثير من الوسائل التي تؤدي لحفظها وحمايتها ، ولعل أهمها العقل مناط التفكير والتكليف ، وما يصدر عنه من رأي ، وجعلت للفرد الحق في التعبير عن رأيه وفق ما يحفظ الجماعة ، ورعاية ما يحفظ مصالحها العامة ، وضبطت بضوابط تمنع التعدي عليها .

وبتطور المجتمعات البشرية ونشوء الدولة الحديثة ، وظهر المجتمعات المدنية ، وما نتج عن ذلك من تعاون وتبادل للمصالح والمنافع ، ونشوء العلاقات الدولية ، أصبحت وسائل الإعلام المختلفة لاعب مهم في هذه العلاقات الدولية ، وبروز مفاهيم جديدة للرأي العام ، وحرية الرأي والتعبير ، وحقوق الإنسان ، وأصبح النشر الصحفي

والإلكتروني والبت الإذاعي يلعب دورا مهما في صنع السياسات الداخلية والخارجية للدول ، وارتفع مؤشر ذلك إلى حدود التدخل في شؤون الغير ، من خلال المعالجات الإعلامية الموجهة للعديد من القضايا ، ولذلك ظهرت الحاجة الملحة لتنظيم الممارسات الإعلامية خاصة في المجتمعات المسلمة ، حتى لا تتحول إلى جرائم تنال من المواطنين وحقوقهم وحياتهم ، وتحديد المسؤولية لأركان العملية الإعلامية ، ومعايير تمييزها، لدرء الخطر، وإبعاد شبح تهديد البناء الاجتماعي وتماسكه .

لا خلاف في أن التعبير عن الرأي حق من حقوق الأفراد ، ولكنه ليس مطلقا ، فعندما تتجاوز ممارسة هذا الحق وفق الشريعة فإنه يتحول إلى جريمة الاعتداء على حقوق الآخرين ، وحياتهم ، سواء بالإساءة لهم أو لمصالحهم أو لخصوصياتهم .

وبما أن وسائل الإعلام المختلفة تقع عليها مسؤولية اجتماعية ، فهي أدوات نشر أو بث إذاعي ، وهذا يجعلها تراعي ألا تقع في التضليل الإعلامي ، مهما كانت صحة ممارسة حق الرأي والتعبير ، لأن التضليل الإعلامي في حد ذاته جريمة لترويج الباطل .

ومن حق الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية على وسائل الإعلام المختلفة أن لا تتعدى على حياتهم الخاصة و إفشاء أسرارهم، ونشرها وإذاعتها ، أو التشهير بهم ، أو التحريض بأي صورة من صوره المختلفة .

العملية الإعلامية ضرورة لعصرنا هذا لانتشار وسائل الإعلام المختلفة ، سواء عن المستوى المحلي أو الدولي ، لأنها تعمل على التغطية الإعلامية للأحداث المختلفة ، ولها جمهور متعدد وكبير ، ويحرص على متابعتها واستهلاك ما تنشر وتذيع ، وبذلك فهي تحمل من التأثير أوجه متعددة ، والتنافس بينها للاستيلاء على الرأي العام أصبح ظاهراً ، الأمر الذي يدفع بعض الوسائل الإعلامية والقائمين عليها لتحقيق تلك

الغايات إلى التعدي لانتهاك الضرورات التي حفظتها الشريعة، والمبادئ و القيم والأخلاق والآداب العامة التي صانتها الشريعة، والتجاوز في ممارسة حق حرية الرأي والتعبير .

ونحاول من هذه الورقة تحديد مفهوم الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي ، والمسؤولية الجنائية عن جرائم وسائل الإعلام المختلفة ، والإجابة على عدد من التساؤلات التي تثار حول طبيعة الجريمة الإعلامية ، وأثرها على الممارسة الإعلامية، وعلى حق الرأي والتعبير للفرد والجماعة ، وذلك وفق خطة منهجية تم تقسيمها لمبحثين هما :

خصص المبحث الأول : مفهوم الجريمة الإعلامية .

وتناول المبحث الثاني : أنواع الجرائم الإعلامية .

وانتهى البحث بخاتمة تضمنت أهم النتائج والتوصيات .

المبحث الأول

مفهوم الجريمة الإعلامية :

الجريمة في اللغة : من الفعل جرّم ، بمعنى تعدّى ، ويقال يجرّم ، جرماً ، وأجرّم ، واجترّم ، فهو مجرم وتجرّم على فلان أي أدعى عليه ذنباً لم يفعله ، وجرّم عليهم أي جنى عليهم جناية فالجّارم الجاني والمجرّم المذنب(1)، ومن خلال ذلك يمكن القول انه من أطلق لفظ الجريمة، فان المعنى ينصرف الى المعنى الجنائي ،وهو التعدي والتهجم، والسلوك الإجرامي هو ارتكاب فعل معين، يترتب عليه اثر قانوني (2).
والجريمة تعني الجنائية والذنب (3) ، فالجريمة والجّارم بمعنى الكاسب ، وأجرّم فلان أي أكتسب الإثم (4).

أغلب التشريعات الجنائية ومنها التشريع الليبي لم تعطي تعريفاً للجريمة، وتركت للفقهاء ورجال القانون مهمة استخلاص تعريف لها وفقاً لفلسفة التشريع ، وهذا

طبيعي جداً الفقهاء لم يجمعوا على تعريف موحد للجريمة نظراً لاختلاف تصوراتهم لها شكلياً ومادياً .

ويمكن تعريفها موضوعياً وفقاً للاتجاه الألماني بأنها " الخرق المادي للقانون الجنائي " ويقصد بذلك أن الشخص يرتكب جريمة حينما يتصرف تصرفاً مخالفاً للقانون الجنائي (5) .

وهناك اتجاه آخر يريد أن يدخل في تعريف الجريمة "جميع العناصر الموضوعية والشخصية للمسؤولية الجنائية " وهو التحليل الفرنسي حيث يرى أن الجريمة تتكون من الركن المادي والركن الشرعي والركن المعنوي، ولذلك فتعريف الجريمة لديهم ظهور الإرادة الآثمة بحيث تسلك مسلكاً مخالفاً للقانون ويترتب عليه عقوبة ، ويمكن الإشارة إلى تعريف الدكتور محمد الرازقي بان " الجريمة هي " الخرق غير المباح للقانون " والمخالفة غير المشروعة للقانون الجنائي(6).

الجريمة في الاصطلاح : بالرجوع إلى كتب الفقه فإن الكثير من الفقهاء يعبرون عن الجريمة في لفظ الجنائية فهي مرادف للفظ الجنائية (7) .

ويمكن استخلاص مفهوم الجريمة في الفقه الإسلامي وهي "محظورات شرعية زجر الله عنها بحد أو تعزير " (8) ، وعرفها الفقيه عودة عبد القادر بأنها " فعل أو ترك نصت الشريعة على تجريمه والعقاب عليه " (9) ، ولتوضيح هذا المفهوم فإن : المحظورات: تشمل كل محظور سواء بإتيان فعل أو ترك فعل .
الشرعية: قيد خرج به ما تعده القوانين الوضعية محظوراً زجر الله عنها بحد أو تعزير ، إشارة إلى العقوبات المقررة على إتيان الجريمة ، وهي إما عقوبة مقررة أو غير مقررة تفوض إلى المحاكم .

ومن خلال تعريف الجريمة نلاحظ أن الشريعة الإسلامية تنظر إلى الجريمة باعتبار العقوبة المقدرة لها سواء كانت حداً أو تعزيراً ، والمعتبر في كون الفعل جريمة أن تحظره الشريعة ، وتتفق في الظاهر القوانين الوضعية في تعريف الجريمة من حيث إنها توجب عقوبة على من يخالف القانون الوضعي تبعاً لمصلحة الجماعة .

وبما أننا نتناول في هذه الورقة الجريمة الإعلامية كان من الضروري تحديد مفهوم الإعلام :

- **الإعلام في اللغة :** مصدر علم ، والعلم صفة من صفات الله تعالى فهو العالم ، والعليم، والعلام (10) ، كما جاء في قوله تعالى : " (عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ الْكَبِيرُ الْمُتَعَالِ) " (11) ، وقوله تعالى " وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ " (12)، والعلم نقيض الجهل ، وعلى هذا فإن الإعلام في الوقت الحاضر يمثل تطوراً في وسائله المختلفة مما جعل تعريفات المهتمين والمفكرين تتوافق مع مدارسهم الفكرية ومجالات عملهم ، لذلك جاءت التعريفات مختلفة إلى حد ما فيما بينهم ، وباعتبار الاتصال أشمل وأعم ، وممارسة العملية الاتصالية لابد لها من مكونات هامة تبدأ من المرسل والرسالة والوسيلة والجمهور ، فإن مفهوم الاتصال هو: " عملية نقل المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات من المصدر " القائم بالاتصال إلى المتلقي (الجمهور) بغرض التأثير عليه لتحقيق هدف (13) .

والاتصال عبارة عن تفاعل وتبادل المعلومات بين الأفراد للحصول على النتائج المرجوة، وباعتبار أن الاتصال أعم وأشمل فإنه يمكن بيان مفهوم الإعلام كما بينه إبراهيم إمام في نقله عن الألماني أوتجرت في تعريفه " بأنها التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت (14).

ويعرف الإعلام " بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة إلى أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة " (15) .

- مشروعية الإعلام :

يعد الإعلام سلاح العصر ، وقوة لها تأثير على الرأي العام ولاعب مهم على مسرح العلاقات الدولية ، وله قدرة هائلة في التأثير على الثقافات ، والتفكير ، والسلوك للأفراد والجماعات ومن هنا فإن الأمر الشرعي أمر بالإعداد لكل قوة تحمي كيان الأمة بقوله تعالى : (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ) (16) .

ولا يخفى على كل صاحب عقل وبصيرة ما يمثله الإعلام من أسباب القوة في العصر الحديث من التأثير وإيصال صوت الحق ، ومواجهة الخصم ، ودحض ادعاءاته وأكاذيبه ورفع الروح المعنوية ، والتصدي للحرب النفسية ، ونشر الخير والفضائل ، والحث على التعاون والبر والأخلاق الفاضلة ، وهذا هو الأصل للإعلام الإسلامي .

ويعد الإعلام سلاح ذو حدين ، فهو بوسائله المختلفة أدوات وأوعية تنقل ما يوضع فيها من الفضائل ونقائضها من الرذائل ، فإن سخرت في نقل الخير بين الناس كان الاستخدام الحسن ، وإن كانت أدوات لنشر الرذائل وإشاعة الفواحش بين الناس كانت معول هدم لضرب القيم والأخلاق والآداب العامة ، ونشر الفتنة والصراع والتنازع والفرقة وتفكيك النسيج الاجتماعي .

وبالطبع من حرص الشريعة على التعاون والترابط الاجتماعي ، فإن الإعلام الإسلامي مقيد بضوابط الشريعة فما هو مباح مباح ، وما هو مجرم مجرم ، وهذا يعني أن الأصل أن يكون الإعلام الإسلامي يتصف بالصدق والوضوح والدقة في نقل

الأخبار ، وأن يراعى معايير الصدق ويلتزم بها وأن يقوم على التنقيف ونشر المعلومات الصحيحة لرفع مستوى تفكير الجمهور ، وتخضع عملية انتقاء الأخبار لنوع من التصفية الذاتية من القائم بالاتصال ، فهو بحكم مراقبته لله وخشيته ويحكم ضميره وإحساسه بمسؤوليته الذاتية حيال كل تصرفاته وما يصدر عنه من أقوال (17).

روى أبو سعيد الخدري رضي الله عنه ، عن النبي صل الله عليه وسلم أنه قال : " من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان " (18) ، والمقاصد الشرعية والغايات التي وضعتها الشريعة جلها لأجل تحقيق مصالح العباد عملاً بالقاعدة الفقهية "الأمر بمقاصدها " ذلك أن الأصل في الإعلام الإسلامي أنه يحقق مصلحة الجماعة من خلال مضمون الرسالة الإعلامية التي يقدمها بما ينفع الناس ويلبي ويشبع حاجاتهم (19) .

و جاءت الشريعة الإسلامية بالكلية والمبادئ العامة ، وتركت الجزئيات والتفصيلات للمجتهدين من فقهاء الأمة على مختلف العصور والبيئات الفقهية للاستنباط ن هذه الكليات ما يصلح لهذه الجزئيات ويحقق المصالح العامة .

وقد أقر الشارع حقوق الأفراد ، ومن بينها حق التعبير عن الرأي ، وبين أقوى الأدلة على إثبات الحرية للفرد في اختيار دينه كما جاء في قوله تعالى (لا إكراه في الدين) (20)، وقوله تعالى (فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ) (21) .

وإن كان ذلك من باب العقيدة والعبادة فمن باب أولى أن يجعل له الحرية فيما دون ذلك وهي الحرية الإعلامية وكيفية ممارستها، وقيدتها الشريعة بقيود وضوابط من شأنها أن تجعل العملية الإعلامية تسير على وجهة الصواب وتحقيق المصالح العامة. وتتنوع هذه القيود والضوابط للعملية الإعلامية يمكن إجمالها في الآتي :

- الالتزام بالأخلاق الحميدة والآداب العامة ، ومن بينها الصدق وعدم الكذب .

- أن يكون الإعلامي ملماً بالثقافة العامة والثقافة الفقهية ، وتتوفر لديه مهارات الاتصال .
- الدقة في مصادر معلوماته وإخباره وتحري الصدق والنزاهة في نقل المعلومات والحصول عليها بطرق مشروعة وموثوقة من مصادرها .
- عدم تناول المعلومات التي تحدث الضرر بالمصلحة العامة وحفظ خصوصيات الأفراد وعدم التعرض لحياتهم الخاصة .
- الشعور بالمسؤولية الاجتماعية الملقاة عليه والإحساس بأنه فرد من الجماعة ، وأنه حمل أمانة وكلف بمسؤولية وأنه محاسب عليها ، (إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا) (22) .
- المتلقي للرسالة " الجمهور " عليه ان يكون واعيا يمتلك القدرة على التمييز والاختيار .
- الموازنة في مخاطبة العقل والعاطفة .
- على كل العاملين في الإعلام الإسلامي أن يعوا ان القواعد التي تحكم العمل الإعلامي هي نصوص الشريعة العامة وما يتوافق معها من التشريعات والمواثيق التي تنظم المؤسسات الإعلامية .
- ومما سبق يتضح أن العملية الإعلامية ليست مطلقة بل تحكمها مسؤولية وقيم ومبادئ عامة وخاصة، ومقيدة بما يحقق الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام إلا وهي الموضوعية والمصادقية وأن الدعوة الإسلامية اهتمت بكافة عناصر العملية الإعلامية، وركزت على القائمين بالاتصال والدعاة ، ولتحقيق ذلك حثت على تأهيل الإعلاميين والدعاة وإنشاء مراكز الدراسات الإعلامية المختلفة ، باعتبار أن الدعوة أهميتها من أهمية الدين الإسلامي ، واتساع الرقعة التي يمتد إليها ، وتعدد المجالات التي يشملها (23) .

واختلف المعاصرون في تصنيف جرائم النشر والصحافة ، حيث يعد المسؤولية الجنائية في جرائم الصحافة بأنها "الفعل غير المشروع للنشر وعدمه ، عبر المطبوعات الدورية المنصوص على المعاقبة عليها في الأنظمة والقوانين الصحفية الصادر ممن يعلم بعدم مشروعية هذا الفعل ويكون إتيانه له بإرادته واختياره " (24).

وبهذا يمكن تعريف الجريمة الإعلامية بأنها " عدم التقيد بضوابط العملية الإعلامية ، وممارسة أفعال غير مشروعة ومعارضة للمصلحة العامة ، عبر وسائل الإعلام المختلفة ، أي التحلل من مجموعة الضوابط الشرعية والفقهية والقانونية .

ويمكن توضيح ذلك بأن ممارسة أفعال غير مشروعة : تشمل جميع الأفعال غير المشروعة كنشر ما يحرض على الفتنة ، ويمس حياة الأفراد الخاصة ، ومعارضة المصلحة العامة بأن يكون الفعل المرتكب مما يضر بالمصلحة العامة كنشر ما فيه من تحريض أو إشاعة أو تضليل ، والجريمة الإعلامية تحدث عند عدم تقيد وسائل الإعلام والإعلاميين العاملين فيها بالضوابط والقيود المفروضة على ممارسة العمل الإعلامي بحيث يتم نشر وإذاعة ما يخالف القواعد العامة عبر هذه الوسائل أو يمنع نشر ما لابد من نشره لتثقيف وتوعية المجتمع وتنويره .

تميز الجريمة الإعلامية :

يمكن تمييز الجريمة الإعلامية وفق الآتي :

- الظروف المكونة للجريمة : الاعتبار في كون الفعل جريمة عدة أمور منها :
 - . أن يكون هناك نص يجرم هذا الفعل لأنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص .
 - . إتيان الفعل المحظور أو الامتناع عن فعل واجب .
 - . أن يكون الجاني مكلفاً ومسئولاً عما فعل .

ـ الفرق بين الجريمة الجنائية وغيرها من الجرائم :

هناك بعض الجرائم تتفق مع الجريمة الجنائية في وجوه وتختلف معها في وجوه أخرى، وهي :

ـ الجريمة الجنائية والجريمة التأديبية :

المواطنون في المجتمع ينقسمون إلى فئات مختلفة منهم الموظفون والأطباء والمحامون والفلاحون والعمال وريبات البيوت ، فإذا أخل بعضهم بالقواعد التي تحكم عمل الفئة فإنه لا يمكن الإدعاء بأنه ارتكب جريمة جنائية لأنها عرفت بأنها تضر بالمصلحة العامة ، أما الجريمة التي تضر بمصلحة فئة معينة فهي جريمة تأديبية .

ـ الجريمة الجنائية والجريمة المدنية :

الجريمة الجنائية هي كل تصرف مخالف للقانون الجنائي "قتل سرقة ، خيانة الأمانة ، النصب ، الزنا ، انتهاك حرمة المساكن، غزو أطيان ، أما الجريمة المدنية هي كل خطأ سبب ضرراً للغير يلتزم مرتكبه التعويض مادة 166 مدني ،ومن هنا فإن الفرق بينهما فيما يتعلق بالأركان والآثار المترتبة على التصرف الجنائي أو المدني .

بالنسبة لأركان الجريمة الجنائية لا بد من قيامها من وجود تصرف مخالف لنص في القانون الجنائي " النص المتعلق بالسرقة ، القتل ، النصب ، وغيره ، الجريمة المدنية بحصول ضرر للغير .

الركن المادي للجريمة الجنائية قد تقع بدون وجود أي ضرر كما الشروع في حمل السلاح بدون ترخيص ، أما في الجرائم المدنية فلا بد من حصول الضرر ، الأثر على العقوبة الجنائية هو العقوبة ، والأثر المترتب على الجريمة المدنية هو التعويض (25) ، وعلى هذا يمكن بيان أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الجرائم:

أوجه الاتفاق :

تتفق الجرائم الجنائية والمدنية والإدارية (التأديبية) ، في أن كل منهم يعاقب عليها القانون عقوبة جنائية حدية أو تعزيرية .

أوجه الاختلاف :

تختلف الجرائم الجنائية على غيرها من الجرائم المذكورة من وجوه منها :
مصدر اعتبار الجريمة الجنائية هو القانون الجنائي ، ومصدر الجريمة المدنية هو القانون المدني ، ومصدر الجريمة الإدارية التأديبية هي القوانين الإدارية .
*من حيث المصلحة المعتدي عليها :

في الجريمة الجنائية يعتدي على المصلحة العامة والخاصة ، بخلاف الجريمة المدنية والإدارية التأديبية فإنه يتعدى فيها على فئة محدودة قد تكون فرداً أو جماعة أو هيئة إدارية ولا يكون فيها اعتداء على المصلحة العامة (26).

*من حيث العقوبة المقررة :

في العقوبة الجنائية تكون العقوبة متنوعة بين الحدود والقصاص والتعزير، وهذا يمكن أن يوجد في الجرائم الأخرى.

ولكن ليس دائماً فقد تكون العقوبة مقتصرة على التعويض المالي كما هو في الجريمة المدنية أو التأنيب والإنذار أو العزل كما في الجريمة الإدارية ، كما أن العقوبة في الجرائم الجنائية تكون عامة تشمل شرائح المجتمع بخلاف الجرائم الأخرى تكون العقوبة خاصة بشريحة معينة .

_ موقف الشريعة الإسلامية من التفرقة بين الجرائم الجنائية ومنها:

لم تفرق الشريعة الإسلامية بين الجرائم الجنائية والإدارية فالجرائم في الشريعة إما أن تكون حدود أو قصاص أو تعزير، والجرائم الإدارية إذا لم تكن جرائم حدود أو قصاص فلا بد أن تكون تعزير .

والعقوبة في جرائم الحدود والقصاص مقدرة شرعاً ، وفي جرائم التعزير يقدرها الإمام أو القاضي(27) .

معيار تمييز الجريمة الإعلامية :

تعد جرائم الإعلام كغيرها من الجرائم الجنائية فيمكن أن تكون الجريمة الإعلامية مما يستوجب جداً ، كجريمة القذف مثلاً ، ويمكن أن يستوجب تعزيزاً كتحريم الاعتداء على الحياة الخاصة ، وتأخذ الجريمة الإعلامية صوراً وتقسيمات الجرائم بشكل عام فقد تكون عمدية ويمكن أن يكون ضد أفراد أو جماعات .

عليه فهي تختلف في وجوه الجريمة الإدارية التي ذكرناها من حيث الجريمة فالجريمة الإعلامية لا تختلف عن الجرائم الجنائية. ومن أهمها :

من حيث الوسيلة :

ترتكب الجرائم الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة ، بخلاف غيرها من الجرائم ، حيث يتم ارتكابها بعيداً عن وسائل الإعلام وبعيداً عن أعين المجتمع .

من حيث الخطر المترتب عليها :

تتفق الجريمة الإعلامية مع غيرها من الجرائم في أنها تقوم بنشر منكرات ورذائل ، وتختلف معها في مقدار الضرر الذي تحدثه من أذى وإشاعة هذه المنكرات على مستوى الأفراد والجماعات أو على المستوى الدولي.

من حيث ماهيتها :

تكون الجرائم بالتجاوز والإخلال والرأي من خلال الإعلان عن رأي يؤدي إلى التعدي على الأفراد أو المجتمع .

من حيث العفوية :

يعاقب على الجرائم الإعلامية بعقوبات يضاف إليها عقوبات تتضمن تعويضاً مالياً أو معنوياً بناء على طبيعة الجريمة ، وما ينتج عنها من ضرر .

المبحث الثاني

أنواع الجرائم الإعلامية

. جرائم الرأي :

الرأي في اللغة : مصدر الفعل رأي ، بمعنى نظر ، ثم غلب استعماله على المرء نفسه ، والرأي ، والاعتقاد ، العقل ، والنظر ، والتأمل ، والتدبر ، والرأي يعني مطلق النظر الحسي والمعنوي ، سواء كان بالعين أو القلب أو العقل ، وما نقصده هنا الرأي المعنوي ، الذي يراد به العقل بعد التفكير والتأمل ، وطلب المعرفة وجه الصواب .

الرأي في الاصطلاح : الناظر في الفكر المعاصر يجد أن العلماء لم يعرفوا الرأي كمصطلح مستقل ، إلا ما ورد عن بعضهم بأنه عمل ذاتي يقوم به الإنسان فيما بينه وبين نفسه ، حيث يتأمل ويبحث وينظر حتى يصل إلى ثمرة بحثه وجهده (28) .

والرأي أمر معنوي ، يصدر عن الإنسان بعد النظر والتأمل تجاه واقعة معينة ، وصولاً إلى الثمرة المرجوة من ذلك ، ولهذا فإن المعنى الاصطلاحي لا يخرج عن اللغوي ، فهو يطلق على النظر العقلي .

وقد عرف الرأي بتعريفات منها ، ما يصل إليه المجتمع الواعي بعد تغليب وجهات النظر المختلفة والآراء المتعارضة (29) ، وهو حصيلة الآراء والاتجاهات والمعتقدات التي تعكس نسبة مؤثرة من أفراد المجتمع إزاء موضوع بعينه (30) .

مفهوم حرية الرأي :

الشرع أقر حق الفرد في التعبير عن رأيه في كل الأمور ، فحرية الرأي في الإسلام ليست منحة أو عطية البشر ، وإنما هي فطرة ربانية فطر عليها الإنسان ، حرره بها من العبودية لغير الله ، وهي ليست حقاً فحسب بل هي واجبة ، فوكل إليه

باغتنامها وعدم تعطيلها ، فهي ليست كغيرها من الحقوق التي يخير فيها صاحبها بين استخدامها وعدم استخدامها إذ لا يجوز تعطيلها (31) .

والشواهد التي تؤكد مدى اعتبار حرية الرأي من قبل المشرع كثير ، حيث جاءت التعاليم الإسلامية تشريع الحرية والرأي ، ليست فقط لكونها حقا من حقوق المسلم بها، بل باعتبارها واجبا عليه ، وقد جعل القرآن الكريم حرية الرأي أساساً مهماً في قيام الأمة الإسلامية وتمكين وحدتها ، ومن أهم مظاهر حري الرأي العام في الإسلام : الشورى مقتضاها حرية الرأي ، وأساسها قوله تعالى (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ) (32)، وقوله تعالى (وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ) (33) ، هذه الآيات تدل على مشروعية الشورى كصورة لحرية الرأي ، ونهت عن الاستبداد بالرأي والانفراد به .

المناصحة ، وهي إحدى الصور الهامة لحرية الرأي وأساسها ، قوله تعالى (أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْقُرْآنَ) (34) ، وفيما رواه الإمام مسلم قوله صل الله عليه وسلم الدين النصيحة "ثلاثاً " قلنا لمن يا رسول الله ، قال : لله ، ولكتابه ، ولرسوله ، ولأئمة المسئولين وعامتهم (35) .

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، هذا الإطار العام لحرية الرأي وأساسها ، قوله تعالى " كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ" (36) .

ضوابط حرية الرأي :

– الإمام بنقافة القضية المراد إبداء الرأي اتجاهها ، والرجوع لأهل الاختصاص ، كما قوله تعالى "فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ" (37) .

- ألا يكون إبداء الرأي تعدٍ على حريات الآخرين ، فحدود الرأي عدم الإضرار بالآخرين وتعرضهم للخطر (38) .
- عدم التعصب للرأي والتراجع عند بيان خطئه ، واحترام رأي الآخرين ، قوله تعالى " ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ " (39) .
- تحري الصدق والأمانة في الرأي والمعلومة ، كما في قوله تعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا " (40) .
- لابد من الرفق واللين وإتباع أسلوب الإقناع وعدم التفحش في الرأي ، قوله تعالى " اذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى (43) فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا " (41) .
- عدم التجريح والإيذاء والسب والتهجم على الغير ، قوله تعالى " وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا " (42) .
- عدم التضليل ونشر وإذاعة الأخبار والمعلومات والآراء الكاذبة.

جريمة نشر الأشياء الفاضحة :

اعتبر المشرع أن القيام بنشر الأشياء الفاضحة بين الأفراد والمجتمع عن طريق توزيعها ونشرها وعرضها على الجمهور ، أو طرحها للبيع ، جرائم يعاقب عليها القانون بنفس عقوبة الفعل الفاضح، م 2/421 ع .

أركان الجريمة :

لقيام هذه الجريمة لابد من توفر العناصر الآتية :

- محل الجريمة : لا تقوم هذه الجرائم إلا إذا كان محلها رسائل أو صور أو أشياء فاضحة ، م 2/421 ع .

وما أشارت إليه المادة من رسائل أو صور ، وإنما هو على سبيل الحصر ، فيمكن أن يكون محلها أي شيء آخر فاضح ، كالكتب والأشرطة وأفلام الفيديو ، لما تبثه من أفكار مخلة بالحياء ، لذلك فإنه إذا كان فعله يتعارض مع الأخلاق والآداب

العامة بموجب المادة 500 من قانون العقوبات الليبي على أن " كل من عرض على مرأى الجمهور أو عرض للبيع أو وزع في محل عام أو مفتوح للجمهور محررات أو رسومات أو أي شيء منافع للحياة يعاقب (43) .

- السلوك الإجرامي : يتحقق هذا العنصر بنشر الأشياء الفاضحة بين الناس عن طريق توزيعها على الجمهور أو طرحها للبيع ، والتوزيع هو إعطاء الشيء الفاضح محل الجريمة إلى عدد من الأشخاص بدون مقابل أما التوزيع بمقابل فهو يعتبر بيعاً. والتوزيع هو نقل حيازة الأشياء الفاضحة لعدة أشخاص آخرين ، أما العرض على الجمهور فمعناه تمكين عدة أشخاص من مشاهدة الشيء بمقابل أو بدونه ، وعرض شيء واحد فاضح يكفي لقيام الجريمة مثل فيلم فاضح (44) .

- القصد الجنائي : يلزم لصاحبها توافر القصد الجنائي وبيان اتجاه إرادة الجاني إلى توزيع هذه الأشياء التي في حيازته ، أو عرضها على الجمهور أو طرحها للبيع ، مع علمه بأن تلك الأشياء فاضحة (45) .

- العقوبة : يعاقب مرتكب جرائم الفعل الفاضح بالحبس أو الغرامة ، وتطبق ذات العقوبة على مرتكب جرائم نشر الأشياء الفاضحة بين الناس (46) .

جرائم النشر :

النشر في اللغة : يعني الإذاعة والانبساط ، يقول تعالى "وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ " (47) .

والنشر في الاصطلاح : طبع أمور معينة وإذاعتها عبر وسائل الإعلام المختلفة .

دور النشر في التأثير على الرأي العام :

يعتبر مصطلح الرأي العام الذي يصعب تحديدها تحديداً دقيقاً، ويمكن تعريف الرأي العام بأنه "مجموعة الآراء التي يدين بها الناس إزاء القضايا و الموضوعات التي تهتم المجموعة و تؤثر فيها(48).

ويعرف د. احمد أبوزيد الرأي العام "هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه رأى آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا في إطار هذه الجماعة " (49) ، والرأي العام بشكل عام هو خلاصة الآراء المجموعة من الناس، أو الرأي الغالب، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الناس تجاه ظاهرة أو قضية في الحياة العامة، و الرأي العام له تأثير علي الحياة السياسية وتطور الحياة الاجتماعية وهو نتاج لعملية اتصال وتأثير متبادل بين الجماعة والأفراد في المجتمع (50) .

وتلعب وسائل الإعلام دورا في التأثير على الرأي العام ذلك أنها تغير اتجاهات الجمهور وآرائه وتساهم في تكوين هذه الاتجاهات فهي تمد الجمهور بالأخبار و المعلومات و القضايا لتكوين معارف وثقافة عام متنوعة.

مفهوم جرائم النشر:

أقرت الشريعة الإسلامية حق الإنسان في تعبير عن رأيه وكلفت هذا الحق في أن ينشر ما يشاء ويعلن عنه بوسائل الإعلام المختلفة ، و الشريعة اذ تقرر هذه الجريمة فهي لا تطلقها بدون حدود أو قيود أو ضوابط تمنعها من التعدي على حريات الغير، ذلك بأن الحرية تعنى ان تجد حدا يكفل حق كل فرد في التمتع بحريته على حرية الآخرين (51) .

الضوابط التي تضبط عملية النشر:

- المصداقية والموضوعية: يعد الصدق والأمانة من القواعد الجوهرية الأساسية التي يلتزم بها ممارس العمل الإعلامي ، فلا بد من الصدق في القول والأمانة في النقل ، وينبغي تحري الصدق والدقة في نقل المعلومات ، والآراء والأخبار، ولا يكون الحرص على تحقيق سبق الصحفي والتنافس مانعا من التثبت من المصداقية للمادة

الإعلامية التي يراد نشرها ، يقول تعالى «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ» (52).

- الحرص على التمسك بالمبادئ والآداب العامة والقيم التي حددتها الشريعة والمحافظة عليها حماية للمصالح العامة .

- عدم نشر ما يتعلق بالحياة الخاصة للغير أو التعدي على الخصوصية للأفراد ، أو نشر الأسرار وكل ما من شأنه أن يمس الشرف والاعتبار .

- عدم نشر المعلومات المشوهة وغير موثوقة أو تشويه المعلومات الصحيحة أو نسبة الأقوال الصادرة إلى أشخاص أو جهات دون الرجوع إليها (53) .

- الحيادية ، وهي عدم الانحياز لأي دعوات متعصبة وعدم إخراج التعصب المذهبي أو الفكري أو الحزبي أو ما يحض على الفتنة ويثير الفرقة (54) .

أنواع جرائم النشر :

تنقسم جرائم النشر إلى نشر ما يمس مقام الآخرين وشرفهم والخوض في أعراضهم بالقذف والسب والإهانة، وإظهار الأشخاص بفعل أو صفة أو عيب لفضحهم والتشهير بهم بين الناس، والتشهير هو إظهار الأشخاص حقيقياً أو معنوياً بأجر معين ، وإذاعة السوء عليهم ، حيث يفضح وقائع لشخص ما برئ منها .

. جريمة التشهير :

هي إسناد وقائع معينة أو غير معينة لشخص ما ، مسئولاً كان أو من أحاد الناس ، يلزم عليها العقاب فيما لو فعلها .

صور التشهير :

- التشهير بالنفس :

المسلم مطالب بالستر على نفسه ، روى الإمام أبي هريرة رضي الله عنه قال ، سمعت النبي صل الله عليه وسلم قال " كل أمتي معافى إلا المجاهرين " (55) .

وجه الدلالة : في الحديث دلالة على ستر النفس ، وعدم كشف السر ، فالحديث يذم المجاهرين بالمعصية.

- التشهير بالغير :

تشهير الناس بعضهم ببعض ، إما بفعل وقع فيهم ، وإما بفعل لم يفعلوه كذباً و زوراً ، قال تعالى " إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ " (56) .

وجه الدلالة : في الآية وعيد وذم لمن يشيع الفاحشة، وفيه دلالة على عدم جواز إشاعة الكلام السيئ أو التحدث به، ويعد التشهير غيبة محرقة باتفاق الفقهاء ، يقول تعالى " وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا " (57) .

وجه الدلالة : يتوعد الله الذين ينسبون إلى المؤمنين ما ليس فيهم ، ولم يفعلوه ويرمونه به على سبيل العيب والتنقص فيهم بأنهم أتوا كذباً و زوراً فاستحقوا العقاب. وهذه الجرائم كثيرا ما تقع في وسائل الإعلام بأشكال متعددة ، يمكن بيان أهمها :

- جريمة القذف :

فالقذف هو مطلق الرمي سواء كان مادياً أو معنوياً والمراد هو الرمي المعنوي .
و في الاصطلاح الإعلامي : بأنه إسناد وقائع أو أمور محددة ولو صحت لوجوب احتقار من استندت إليه ومعاقبته قانوناً (58) .

وتعد جريمة القذف من جرائم الكلمة ، التي تمس الاعتبار والشرف ، والقذف يكون بإسناد الفعل ونسبته إلى شخص معين ، على سبيل اليقين والقطع ، فإنه أيضا يكون بالأخبار عن ذلك ونشره عبر وسائل الإعلام المختلفة ، وهو يتحقق بالصيغة الكلامية والكتابية ، ويتحقق بالصيغة التشكيلية ، ولا يشترط أن تكون عبارات القذف واضحة الدلالة ، فقد يكون على سبيل التلميح .

والشريعة الإسلامية تجرم المساس بالإنسان وخدش كرامته ، وإلحاق الأذى به وكل ما يفيد احتقاره وازدراءه ، لأن القذف فيه إشاعة للفاحشة والترويح لها ، فقد منع الشارع من ذكر عيوب الغير ، والتشهير بهم ، فكيف الأمر غير وسائل الإعلام.

- جريمة السب :

يقول تعالى " وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ " (59).

السب هو الشتم للغير ورميه بمنقصة ، و السب إسناد وقائع غير معينة إلى الغير يتضمن خدشاً للشرف والاعتبار (60) .

بينت الشريعة حماية الشرف والاعتبار ذلك بأنه حفظ للكرامة الإنسانية ، يقول تعالى " وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا " (61) .

الرسول صل الله عليه وسلم يقول " سباب المسلم فسوق وقتاله كفر " (62)، ونهى عن السخرية والاستهزاء من الغير وذكر عيوبهم ، يقول تعالى " (يا أيها الذين آمنوا لا يسخر قوم من قوم عسى أن يكونوا خيرا منهم)" (63) .

- جريمة الإهانة :

وهي إسناد قول أو فعل الغير بغرض الانتقاص منه ، ويعد من الجرائم التي تصيب الاعتبار لأنها تتضمن تحقير الغير والاستخفاف بهم (64) .

العقوبة المقررة على جريمة التشهير :

يعد التشهير بالغير جريمة يسأل عنها الفاعل إذا احتوت على ما يخدش الشرف للغير ويسيء إلى سمعتهم وإيذائهم ، وإذا تحقق القصد الجنائي وترتبت عليه جريمة إساءة الغير واحتقارهم ، فيجب في حقه عقوبة ، وهي باختلاف حجم كل صورة من صور التشهير ، وجريمة التشهير بوسائل الإعلام تجعل الجريمة تأخذ طابعا لحجم الضرر

الذي تحدثه ، وعظم المفاصد التي تلحق بالمجتمع بأكمله ، الأمر الذي يستدعي أن تكون العقوبة منسجمة و حجم الجريمة .

. جريمة التحريض :

التحريض هو حث الغير على أمر معين ، وتهيئة الظروف والأسباب لإتاحة هذا الأمر وتحقيقه (65)، ويختلف التحريض باختلاف موضوعه ، وجريمة التحريض هي حث الغير عن ارتكاب جرائم معينة من خلال مخاطبة العاطفة والشهوة ، ومجانبة العقل والمنطق (66) ، وهي عملية نفسية يقوم بموجبها المحرض بالتأثير على إرادة الجمهور ، وحثه على أفعال من شأنها أن تضر بالمصالح المحمية شرعاً وقانوناً .

عناصرها :

. الحث والإيحاء لارتكاب جريمة من خلال العاطفة والشهوة .

. موضوع التحريض .

. متلقي التحريض "الجمهور" .

. المجني عليه .

ويشترط فيها :

. أن يكون التحريض مباشر ، لدفع الغير لارتكاب جرائم معينة .

. أن تقع الجرائم كنتيجة للتحريض .

. أن يوجه التحريض لجمهور محدد .

وباعتبار أن التحريض جريمة إعلامية تقع عبر وسائل الإعلام المختلفة ، نجد أن هذه الشروط تتحقق ، وذلك وفق ما تقتضيه العملية الإعلامية وقدرتها على التأثير ، فالتحريض يكون جريمة إعلامية ، حتى لو لم يكن مباشراً.

صور التحريض :

- التحريض على جرائم وقعت بالفعل، حث الجمهور على ارتكاب جرائم تمس المصلحة العامة .

- . التحريض على جرائم لم تقع ، كالتحريض على جرائم القتل أو النهب .
- . التحريض على عدم الانقياد للقوانين أو تحسين أمر يعد جريمة ، كالتحريض على الخروج على الهيئات الحاكمة ، والقوانين والتشريعات ، وتصوير الأفعال الإجرامية على أنها مشروعة .
- . تحريض الجنود على عدم الطاعة ، وعدم القيام بالواجب العسكري ، وقيام وسائل الإعلام بالحث على عدم الانصياع لأوامر قادتهم ، وعدم أداء الواجب .
- . التحريض على بعض الطوائف بالمجتمع وقيام وسائل الإعلام عن تفريق أواصر المجتمع الواحد ، وتعمل على حث الجمهور على ازدراء بعض الطوائف وكرهيتهم .

جريمة التضليل الإعلامي :

- الكذب والتضليل في وسائل الإعلام قد يقع على عنصر أو أكثر من المضمون ، بحيث يدفع الجمهور إلى الإقبال والتصديق عن المضمون .
- التضليل الإعلامي هو إخفاء الحقيقة لصرف انتباه الجمهور عن موضوع معين أو إخفاؤه عنه " .

أشكال التضليل الإعلامي :

- وسائل الإعلام من خصائصها التأثير على الجمهور ويمكن أن يأخذ التضليل الإعلامي في تلاعبه بعواطف الجمهور أشكال منها :
- الدعاية : وهي ممارسة التأثير في الأفراد والجماعات للسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها (67) .
- الإشاعات : وهي نقل خبر غير صحيح أو يحتوي على جزء من الصحة ، بقصد التأثير في الجمهور ،
- وهي من أكثر أشكال التضليل الإعلامي ، ترويجا للباطل ونشر الأكاذيب (68) .

_ الحرب النفسية : وهي أنشطة متعددة وفق خطط معينة توجه للغير من أجل التأثير عليهم لتحقيق أهداف القوائم بها ، وتعدد أساليبها منها : افتعال الأزمات والتحريف على التخريب والتدمير ، وإثارة الرعب ، وغسيل الدماغ ، وتحريف الحقائق وقلبها .

. أهداف التضليل الإعلامي :

- 1 - التعتيم على الأخبار .
 - 2 - حجب المعلومات .
 - 3 - إخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية .
 - 4 - تهميش القضايا الهامة و صرف اهتمام الجمهور عليها .
 - 5 - صرف الأمة عبر قضاياها الأساسية وإشغالها بما دون ذلك .
 - 6- إحداث الاضطرابات الذهنية .
 - 7 - إحداث تغيير سريع في سلوك الأفراد والجماعات .
- فالشارع قرر العقوبات على مثل هذه الجرائم منعا من ارتكابها أو معاودة ارتكابها ، وجعل هذه العقوبات عقوبات تعزيرية يوكل تقريرها للإمام أو القاضي، مختار ما يناسب حجم الضرر الناتج عن ارتكابها ويتحقق الزجر به .

مبادئ الضرورات في تصوير وسائل الإعلام

مبدأ عدم جواز تصوير الشخص دون رضائه :

الأصل العام هو عدم جواز تصوير الشخص دون رضائه ، ونظراً لاتصال تصوير الشخص بحياته الخاصة ، فرضا الشخص ضروري لإمكان تصويره أو نشر صورته، فالرضا يزيل التدخل في الحياة الخاصة بصفة غير مشروعة ، باعتبار أن الشخص يقرر بنفسه عندما يقبل التصوير أو النشر ، والكشف عن بعض جوانب شخصيته وصفاته الخاصة بمحض إرادته ، والرضا بالتصوير لا يعني الرضا بالنشر فكل رضا منهما مستقل عن الآخر .

مبدأ التصوير للعمل الإعلامي :

من ضرورات العمل الإعلامي التصوير وإلا استحال أي إعلامي صحفي أو إذاعي بدون صور موضوعية أو شخصية لتغطية الأحداث، وهذا الاستثناء بجواز التصوير لوسائل الإعلام ويشترط بعدم إظهار الأفراد في أوضاع ساخرة أو تقلل من اعتبارهم ، فهذه الصور تنشر إما لمشاركتهم في الأحداث العامة أو بحكم المراكز الاجتماعية وضرورات الإعلام تستلزم ذلك ، ورضاء هؤلاء الأشخاص لالتقاط صور لهم ونشرها مفترض ضمنا (69) .

فالتقاط هذه الصور ونشرها مشروط باستخدامها في النطاق الذي يتصل بنشاطهم العام ، أو الأحداث التي شاركوا فيها .

الجزاء على العدوان على الحق في الصورة :

الحماية المكفولة لحرمة الحياة الخاصة تجد لها مصادر متعددة ، فقد حرصت المواثيق الدولية على النص على حرمة الحياة الخاصة من ذلك ما نصت على المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1948 ، من حماية الفرد ضد كل تدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه ، وقانون العقوبات في باب القذف والسب وقد جُرمَت عدة أفعال تمثل حرمة الحياة الخاصة منها التصوير والنشر .

مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية:

تعزيزا لمقاصد العمل الإعلامي العربي المشترك التي احتواها ميثاق جامعة الدول العربية ، وتهدف الوثيقة التي تنظم البث وإعادته واستقباله في المنطقة العربية وكفالة احترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتفعيل الحوار الثقافي من خلال البث الفضائي .

وتلتزم هيئات البث ومقدمو خدمات البث الفضائي وإعادة البث بمراعاة القواعد العامة الآتية :

- علانية وشفافية المعلومات وحماية حق الجمهور في الحصول على المعلومات السليمة .

_ حماية المنافسة الحرة في مجال خدمات البث .

- حماية حقوق ومصالح متلقي خدمات البث .

- توفير الخدمة الشاملة للجمهور .

- عدم التأثير على السلم الاجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة .

- التقيد بضوابط وأنماط خدمة البث الفضائي ، وما ينص عليه ميثاق شرف الإعلامي العربي .

وتلتزم هيئات البث ومقدمو خدمة البث تطبيق المعايير والضوابط الآتية:

- الالتزام باحترام حرية التعبير بوضعها ركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي

العربي ،وان يمارس بالوعي والمسؤولية ، والالتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام .

- الالتزام بمبدأ السيادة الوطنية لكل دولة على أراضيها .

- حق المواطن في متابعة الأحداث الوطنية والدولية .

- الالتزام بحقوق الملكية الفكرية .

- الامتناع عن بث كل ما يسيء إلى الأديان .

- حماية الأطفال من كل ما يمس نموهم الذهني والأخلاقي .

- الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي .

- الامتناع عن بث المواد التي تحتوي على مشاهد فاضحة أو حوارات إباحية أو جنسية صريحة (70).

القرار رقم 176(19/2) مجلس المجمع الفقهي الإسلامي رابطة العالم الإسلامي

بشأن حرية التعبير عن الرأي ضوابطها وأحكامها

قرر ما يأتي:

أولاً : المقصود بحرية التعبير عن الرأي : تمتع الإنسان بكامل إرادته في الجهر بما يراه صواباً ومحققاً النفع له وللمجتمع ، سواء تعلق بالشؤون الخاصة أو القضايا العامة .

ثانياً: حرية التعبير عن الرأي حق مصون في الإسلام في إطار الضوابط الشرعية.

ثالثاً: من أهم الضوابط الشرعية لممارسة حرية التعبير عن الرأي:

- عدم الإساءة للغير بما يمس حياته أو عرضه أو سمعته أو مكانته الأدبية مثل الانتقاص والازدراء والسخرية، ونشر ذلك بأي وسيلة كانت .

- الموضوعية ولزوم الصدق والنزاهة والتجرد عن الهوى .

- الالتزام بالمسؤولية والمحافظة على مصالح المجتمع وقيمه .

- أن تكون وسيلة التعبير عن الرأي مشروعة، فلا يجوز التعبير عن الرأي ولو كان صواباً بوسيلة فيها مفسدة ، أو تتطوي على خدش الحياء أو المساس بالقيم ، فالغاية المشروعة لا تبرر الوسيلة الغير مشروعة.

- أن تكون الغاية من التعبير عن الرأي مرضاة الله تعالى وخدمة مصلحة من مصالح المسلمين العامة أو الخاصة .

- أن تؤخذ بالاعتبار المآلات والآثار التي قد تنتج عن التعبير عن الرأي، وذلك مراعاة لقاعدة التوازن بين المصالح والمفاسد، وما يغلب منها على الآخر .

- أن يكون الرأي المعبر عنه مستنداً إلى مصادر موثوقة وأن يتجنب ترويح الإشاعات التزاماً بقوله تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (71) .

- أن لا تتضمن حرية التعبير عن الرأي أي تهجم على الدين أو شعائره أو شرائعه أو مقدساته .

- أن لا تؤدي حرية التعبير عن الرأي إلى الإخلال بالنظام العام للأمة وإحداث الفرقة بين المسلمين .

ويوصي بما يلي :

- تأمين الضمانات الكافية لحماية حرية التعبير عن الرأي المنضبطة بالشرعية والمراعية للمسؤولية بسن القوانين الحامية لذلك ، والتشريعات ، وبالقضاء العادل .
- اتخاذ الوسائل المتاحة لمنع استخدام حرية التعبير عن الرأي أداة للإساءة إلى الثوابت والمقدسات الإسلامية ، أو بث الفتنة بين المسلمين .
- العمل على تطبيق ما اشتملت عليه المواثيق الدولية من قيود لمنع الإساءة إلى الأديان ورموزها مع استبعاد الازدواجية في تعامل المجتمع الدولي مع القضايا الإسلامية والقضايا الأخرى .
- عمل الدول الإسلامية إلى إصدار تشريع دولي يحمي المشاعر والمقدسات الدينية بوجه عام من التناول عليها ، والسخرية بها ، والتشويه لها ، تحت ستار الفن أو حرية التعبير عن الرأي أو غيرها(72) .

أهم النتائج

يمكن بيان أهم النتائج التي تم التوصل إليها :

- تعرف الجريمة الإعلامية بأنها عدم التقيد بضوابط العملية الإعلامية وممارسة أفعال غير مشروعة ومعارضة المصلحة العامة عبر وسائل الإعلام .
- أن المعيار المميز للجريمة الإعلامية باعتبارها جريمة جنائية عن غيرها من الجرائم أنها ترتكب عبر وسائل الإعلام المختلفة ، الأمر الذي يزيد من عظم حظرها على المجتمع .
- يمكن النظر إلى الجريمة الإعلامية أنها تتنوع إلى جرائم متعددة .
- لا يجوز خداع الجمهور وتضليله إعلامياً .
- تؤثر جرائم النشر والبث على الرأي العام .

- للإنسان حرمة خاصة لا يجوز المساس بها أو التعرض لخصوصياته من وسائل الإعلام.

- تجمع جريمة التحريض بين غالبية جرائم الإعلام ، على أنها تشيع الفساد وخداع الجمهور وتعرض الأفراد للإنذار .

- العقوبة المقررة على الجرائم الإعلامية غالباً ما تكون عقوبات تعزيرية توكل تقريرها للقضاء فيحدد ما يناسب مع كل الجرائم وصحتها .

التوصيات

بعد البحث والنظر في المسائل التي كتبت عن الجريمة الإعلامية فإن الباحث يوصي:

- . أن يأخذ هذا الموضوع بكل قضاياه عناية بالغة لبيان الأحكام الشرعية المتعلقة به .
- أن تقوم الدول الإسلامية والمجامع الفقهية بتشريع قانون موحد للعمل الإعلامي
- يجمع بين أحكام ممارسة المهنة والعقوبات المترتبة على الإخلال بها .
- تحصين النشء الجديد ضد الدعاية المغرضة وتوعية العاملين بالعمل الإعلامي
- بأصول الفقه الإسلامي تجاه ممارسة العمل الإعلامي .

الهوامش:

- 1 - الجوهري ، الصحاح 5 -1885،1886 أبو المنصور ،لسان العرب ، حالة جَرم ، 92/91/12 .
- 2 - د.محمد الرازقي ، محاضرات في القانون الجنائي ، القسم العام ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، بيروت ، طبعة 2 -1999 ، ص 44 .
- 3 - الفيروز أبادي ، القاموس المحيط ، مكتبة الحياة بيروت لبنان - جزء 4 ص88 .
- 4 - محمد بن أحمد بن فرج القرطبي ، تفسير القرطبي - دار الشعب القاهرة 1972 ط 2 ، الجزء 6 ص 45 .
- 5 - محمد الرازقي ، نفس المرجع السابق ص 94
- 6 - محمد الرازقي ، الأحكام العامة ، الجريمة ، المسؤولية الجنائية، دار الكتاب الجديدة المتحدة، 1999 ص . 110

- 7 - أبن رشد ، بداية المجتهد ونهاية المقتصد 394/2 ، الزحيلي ، الفقه الإسلامي وأدلته 6 / 215 .
- 8 - محمد الرازقي ، مرجع سبق ذكره ص 111 .
- 9 - عبدالقادر عودة ، التشريع الجنائي الإسلامي - مكتبة التراث ، القاهرة 2005 ، ص 57.
- 10 - المارودي ، الأحكام السلطانية ، دار الفكر العربي ، بيروت، 2002 ص 119 .
- 11 - سورة الرعد الآية (9-13) .
- 12 - سورة التوبة ، الآية (78) .
- 13 - شاهيناز طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية ، مكتبة الانجلو المصرية 1980 ص.8
- 14 - إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بال جماهير ، القاهرة ، مكتبة الانجلو 1969 ص 11 .
- 15 - د.محمد كمال الدين ، الإعلام الإسلامي ، دار الجامعة الجديدة ، القاهرة ، 2004 ، ص 6 .
- 16 - د.محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، المبادئ النظرية لتطبيق ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2003 ص 42-44 .
- 17 - أخرجه مسلم في صحيحه كتاب الإيمان ، بيان النهي عن المنكر ج 40/ص 69.
- 18 - أخرجه مسلم في صحيحه ، كتاب الإيمان ، بيان النهي عن المنكر ج 40/69 .
- 19 - ابن عمر بن صالح ، مقاصد الشريعة عند العز عبد السلام ، دار النقاش ، ص 84 وما بعدها ، الأردن 2003 .
- 20 - سورة البقرة ، الآية (256)
- 21 - سورة الكهف ، الآية (29) .
- 22 - سورة الإسراء ، الآية 36
- 23 - د.محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، ص 119 .
- 24 - خالد بن عبدالعزيز النذير، المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة في أنظمة دول عمل التعاون الخليجي ، رسالة ماجستير غير منشورة 2006 ، ص 124 ، جامعة نايف للعلوم الأمنية .
- 25 - د.محمد الرازقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 113-114 .
- 26 - عبدالقادر عودة ، التشريع الجنائي الإسلامي مقارناً بالقانون الوصفي ، مكتبة دار الكتب العلمية ، القاهرة 2009 ، 1 / 65،66 .
- 27 - عبدالقادر عودة، المرجع السابق ، 1 / 64 .
- 28 - عبدالمجيد النجار، نور حرية الرأي في الوحدة الفكرية ،المعهد العلمي للفكر الإسلامي 1992 ، ص 43 .
- 29 - عبداللطيف حمزة ، الإعلام والدعاية ، دار الفكر العربي ، 1984، ص 16 .
- 30 - إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 263 .

- 31 - عبدالمجيد النجار ، مرجع سبق ذكره ، ص . 38 .
- 32 - سورة آل عمران ، الآية 159 ..
- 33 - سورة الشورى ، الآية 38 .
- 34 - سورة محمد ، الآية 24 .
- 35 - صحيح مسلم ، كتاب الإيمان ، حديث 205 .
- 36 - سورة آل عمران ، الآية 110 .
- 37 - سورة الأنبياء ، الآية 7 .
- 38 - الفهد ، الموجب والسالب في الصحافة العربية ، دراسات وآراء في قضايا الصحافة ، مطابع الأديب دمشق ، 1986 .
- 39 - سورة النحل ، الآية 125 .
- 40 - سورة الحجرات ، الآية 6 .
- 41 - سورة طه ، الآية 43، 44 .
- 42 - سورة الأحزاب ، الآية 58 .
- 43 - د.محمد رمضان بارة ، القانون الجنائي الليبي القسم الخاص ، الشركة العامة للورق والطباعة ، طرابلس 2001 ، مطابع الخمس ، ص 360، 361 .
- 44 - نفس المرجع السابق ، ص 362 .
- 45 - نفس المرجع السابق . 362
- 46 - نفس المرجع السابق .
- 47 - سورة التكوين ، الآية 4
- 48 - د.سمير محمد حسين ، الرأي العام ، عالم الكتب القاهرة 1997 ، ص 17 .
- 49 - سمير حسين ، نفس المرجع السابق ص 19 .
- 50 - نفس المرجع السابق ، ص 20
- 51 - إبراهيم محمد سعد ، حرية الصحافة ، دراسة السياسة التشريعية وعلاقتها بالتطور الديمقراطي ، دار الكتب العلمية بالقاهرة 1997 ، ص 21.
- 52 - سورة التوبة الآية 19
- 53 - سهيل حسين ، موسوعة القانون الدولي ، حقوق الإنسان ، دار الثقافة ، عمان 2007 ص 155.
- 54 - عبدالفتاح مراد ، شرح قوانين الصحافة والنشر ، ص 96 .
- 55 - أخرجه البخاري في صحيحه ، ج 2/1990 ، 4/219911 .
- 56 - سورة النور ، الآية 19 .

- 57 - سورة الأحزاب ، الآية 58 .
- 58 - المهدي وغيره ، جرائم الصحافة والنشر ، دار الكتب القانونية ، مصر 2005 ، ص 192.
- 59 - سورة الأنعام ، الآية 108 .
- 60 - أبو حبيب سعدي ، القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً ، دار الفكر بدمشق ط 2 - 1988 ، ص 163
- 61 - سورة الإسراء ، الآية 70 .
- 62 - أخرجه البخاري في صحيحه ، ج 48 ، 22/1 .
- 63 - سورة الحجرات ، الآية 11 .
- 64 - إبراهيم محمد سعد ، حرية الصحافة ،دراسة السياسة التشريعية وعلاقتها بالتطور الديمقراطي ، دار الكتب العلمية القاهرة 1997، ص 263.
- 65 - إبراهيم محمد سعد ، نفس المرجع السابق ص 276 .
- 66 - إبراهيم محمد سعد ، نفس المرجع السابق ص 276 .
- 67 - عبداللطيف حمزة ، الإعلام والدعاية ، مرجع سبق ذكره ص 132 .
- 68 - القحطاني ، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع ، دار طريق الرياض ،، 1997، ص 12 .
- 69 - يمكن الرجوع إلى د. عبدالفضيل محمد أحمد ، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة ، القاهرة 1191 ، ص 136-137 .
- د. هشام محمد فريد ، الحماية الجنائية لحق الإنسان في صورته ، مكتبة الألات الحديثة أسبوط ، 1986 ص 5-6 .
- د. ممدوح بحر ، حماية الحياة الخاصة في القانون الجنائي ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية 1983 ص 236.
- 70 - جامعة الدول العربية ، قطاع الإعلام والاتصال ، وثيقة البث الإذاعي 13/فبراير / 2008 .
- 71 - سورة الحجرات الآية 6 .
- 72 - د. علي أحمد السالوس ، موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي ، مكتبة دار القرآن، ط 12 - القاهرة 2010 - ص 953 .

الصعوبات التي تواجه حرية الصحافة والصحفيين في ليبيا بعد عام 2011م

دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بصحيفتي فبراير والوقت الليبية

أ. نوري علي بالحاج
كلية الآداب/ جامعة صبراتة

أولاً: الإطار المنهجي :

مقدمة :

تباينت الآراء والتشريعات الصحفية في أنظمة الحكم سواء الدكتاتورية أو غيرها حول مفهوم حرية الصحافة والتعبير وفق آراء وأفكار تضاربت شكلاً ومضموناً بين المنح والحجب ، ولذلك نجد الموازنة بين حرية الصحافة وبين قيمة الأمن داخل حدود البلد هي موازنة مرجحة لصالح الكفة الثانية .⁽¹⁾

ففي أوقات الأزمات والكوارث أياً كان نوعها يحتاج الجمهور إلى المعلومات الواضحة والكافية عما أيضاً إلى تفسير لما يحدث وتصور بالسيناريو المستقبلي لتطور الأزمة أو الكارثة، وتوضيحاً وافياً لما ينبغي القيام به وإتباعه في التعامل مع هذه الأزمة.

ووسائل الإعلام عموماً هي الآلية المنوط بها توفير المعلومات وتقديم الشروح والتفسيرات بل والتصورات المستقبلية، وأيضاً هي المسئولة عن توعية الجماهير بالسلوك الأمثل في التعامل مع الأزمة⁽²⁾، واعتماد مبدأ الأخذ بحرية الرأي والرأي الآخر وكذلك مساعدة الصحفي في السعي لحصوله على مصادر المعلومات واحترام حقوق الإنسان وفق ما تتضمنه الأعراف الدولية .

ولذلك فإن المعيار العلمي الدقيق لفعالية الصحافة يتجسد في نقطتين أساسيتين مترابطتين لا يمكن الفصل بينهما ، الأولى تتجسد في علاقة جماهير القراء الواسعة بالصحافة بالذات ، وهذه العلاقة مرتبطة بمقدرة الصحافة على خلق وتكوين اهتمام الناس بوسائل الإعلام وإحراز ثقتهم ، أما النقطة الثانية فتتجسد في تأثير الصحافة في ثقافة وحياة وعادات جماهير القراء أي بمستوى التغيير الذي أحدثته في قناعات وأفكار وآراء وسلوك الجماهير .⁽³⁾

غير أن الصحفي في ليبيا بعد ثورة 17 فبراير مرّ بمراحل مختلفة لعل أبرزها انتهاك حرية الرأي والتعبير ومن ثم تطور الأمر حتى وصل إلى التهديد والقتل حسب منظمات محلية ودولية وثقت لمثل هذه الجرائم . وفي هذه الدراسة سعى الباحث إلى الوقوف على أبرز الصعوبات التي تواجه الصحفي أثناء تأديته عمله المهني في الصحافة الليبية .

مشكلة الدراسة :

إن أهمية الصحافة تزداد بوفرة المعلومات والأفكار وملايين الصور والكلمات التي تتجه إلى المتلقي ولذلك فإن الصحافة لها دور كبير وفعال في قلب أنظمة الحكم الدكتاتورية في بلدان الربيع العربي ولازال دورها مهم في مراحل التنمية المختلفة المستقبلية ، ولذلك فإن دورها المهم يرتبط ارتباطا وثيقا بكم الحرية المسموح لها لمخاطبة العقول بلغة الصحافة الجريئة التي تقدم الحقائق وتكشف الأخطاء والملاسلات ، وبناء عليه فقد تحددت مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي : ما الصعوبات التي تواجه حرية الصحافة والصحفيين بعد عام 2011 ؟

أهمية الدراسة :

أن الخلل في الأداء الإعلامي خاصة أثناء الأزمات يرتبط بالتحديات والمشكلات التي تواجه الصحفيين من جانب، وإلى مدى إدراكهم ووعيهم بالدور المنوط بهم في التعامل مع الأزمات في ظل بيئة إعلامية تفاعلية تغير فيها دور الجمهور من مجرد متلقي أو حتى مستخدم للرسالة الإعلامية إلى منتج لها ، وفي ظل الانتهاكات والتهديدات التي يتعرض لها الصحفيون في ليبيا من مجموعات مسلحة تمتن القتل خاصة كل من يخالفهم الرأي والتعبير تكمن أهمية هذه الدراسة في تمكين القائمين بالاتصال في الصحف الليبية موضع الدراسة (فبراير والوقت الليبية) من تقييم حرية الصحافة وتقييم حريتهم كصحفيين في تناول بعض الأحداث والقضايا ، وان تساهم مثل هذه الدراسات في وضع مقترحات لتجاوز بعض الصعوبات التي تواجه حرية الصحافة والصحفيين وكذلك التعريف بالظروف التي يعمل بها الصحفيون في ليبيا والضغوطات والصعوبات التي يتعرضون لها والتي تعيق أدائهم الصحفي .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الآتي :

- التعرف على الصعوبات التي تواجه حرية الصحفيين والصحافة بعد ثورة 17 فبراير
- معرفة القضايا والأحداث التي تهتم بهما الصحافة في ليبيا .
- التعرف على دور الصحفيين (القائم بالاتصال) في صحيفتي فبراير والوقت الليبية ومدى تأثيرهم في الرأي العام من خلال المواضيع والمواد المنشورة .

تساؤلات الدراسة :

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية :-

- ما هي أبرز الصعوبات التي تواجه حرية الصحافة والصحفيين في ليبيا بعد ثورة

17 فبراير ؟

- ما هي القضايا التي تهم الشأن الليبي والتي تناولتها الصحف الليبية بكل حرية دون تقيد من أي جهة ؟
- إلى أي مدى استطاعت أن تنتقد الصحف الليبية بكل حرية ما يجري في ليبيا الآن؟
- هل وجود وزارة للإعلام يقيد من حرية الصحافة ؟
- هل استطاعت الصحف الليبية موضع الدراسة أن تتناول جميع الأحداث الجارية في ليبيا ؟

مفاهيم الدراسة :

- 1- الصعوبات : يقصد بها العراقيل والمشاكل والتحديات التي تواجه عمل الصحفي في صحيفتي فبراير والوقت الليبية والتي تتعدد وتتنوع من منطقة إلى أخرى والمتمثلة في التهديد أو السب أو القذف أو الشتم أو القتل والترهيب .
- 2- الصحافيين : والمقصود بهم الصحفيين والصحفيات الذين يعملون بإحدى صحف الدراسة فبراير والوقت من الجنسين الذكور والإناث بمختلف أعمارهم .
- 3- صحيفة فبراير : هي إحدى الصحف التي تأسست عام 2012 والتابعة لهيأة دعم وتشجيع الصحافة والممولة من خزانة الدولة الليبية .
- 4- صحيفة الوقت الليبية : تأسست عام 2014 والتابعة لهيأة دعم وتشجيع الصحافة الليبية والممولة من خزانة الدولة .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على وصف وطبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة (4) والتي تسعى إلى الكشف عن وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف موضع الدراسة .

منهجية الدراسة :

طالما كانت الدراسة وصفية كان ضروريا إجراء استبيان عن القائمين بالاتصال بهدف الحصول على بيانات لموضوع الدراسة .

أداة الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استمارة استبيان للقائم بالاتصال استهدفت عينة من الصحفيين العاملين بالصحافة الليبية والمتمثلة في الصحف الصادرة عن هيئة دعم وتشجيع الصحافة بليبيا وهي (صحيفة فبراير ، صحيفة الوقت الليبية) .

ولقياس صدق هذه الاستمارة تم عرضها على الأستاذ الدكتور عابدين الدردير الشريف لتحكيمها وإجراء بعض التعديلات عليها والأخذ بالنصائح والتوجيهات حتى تكون صالحة للتطبيق بما يحقق أهداف الدراسة .

مجتمع الدراسة :

إن " اختيار عينة البحث أمر حيوي ، لأن البيانات يجمعها الباحث من عينة ولا يستطيع جمعها في معظم الأحوال من مجتمع كامل " (5) و تتكون عينة الدراسة من 30 مفردة من الجنسين الذكور والإناث العاملين بصحيفتي الدراسة فبراير والوقت الليبية ، ووزع عليهم الاستبيان في عام 2015 وتم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة وذلك حسب انتظام وصدور كل صحيفة .

أسباب اختيار العينة العشوائية المنتظمة :

أعتمد الباحث على استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة لعدة أسباب أبرزها :
- إن استخدام العينة العشوائية المنتظمة يعني أن لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية لاختياره في العينة .

- أنها تمثل المجتمع تمثيل صادق وأمين .
- العينة العشوائية المنتظمة تعطي تمثيلاً أفضل لمجتمع الدراسة .⁽⁶⁾

ثانياً : الإطار النظري :

مقدمة

عاشت ليبيا طفرة إعلامية كبيرة أواخر عام 2011 عقب ثورة فبراير وبروز عدد من الصحفيين والإعلاميين مع انتشار عدد من الصحف والمجلات الورقية وكذلك تأسيس عدد من القنوات المرئية والمسموعة والمراكز الإعلامية، لكن سرعان ما تلاشت هذه الطفرة الإعلامية نتيجةً للأوضاع الأمنية الهشة التي تمر بها ليبيا إضافة إلى عدم محاسبة ومعاقبة الذين ارتكبوا جرائم ضد الصحفيين وحرية الصحافة وتتبعهم جنائياً مما أدى لظهور الجماعات المسلحة ذات الأيدولوجيات المختلفة والمتنوعة التي خلقت بيئة متوترة وصعبة للغاية لعمل الصحفيين بكافة المدن وخصوصاً في الشرق الليبي وبالتالي تزايد حدة العنف والانتهاكات ضد حرية الصحافة.

ومن المؤكد أن الحكومات والأنظمة تسعى من خلال امتلاكها وسائل الإعلام الرسمية والسيطرة عليها لتقديم خطاب يخدم توجهاتها المختلفة، خطاب أحادي غالباً، همه الوحيد إرضاء المؤسسة الرسمية دون الاكتراث لأراء ورؤى الجمهور أو الاهتمام بمخاطبة عقله وإقناعه، ما يجعل وسائل الإعلام الرسمية تفقد الكثير من مصداقيتها. وباتت صفات الترهل والابتعاد عن النقدية وعن قواعد ومبادئ العمل الصحفي المهني ومعاييرها سمات ملازمة لمؤسسات الإعلام الليبية ومن بينها الصحافة .⁽⁷⁾

حرية الصحافة والتعبير :

ورد الحق في حرية الرأي والتعبير وتم التأكيد عليه في العديد من الاتفاقيات والمواثيق الدولية والإقليمية، وهو ما انعكس في نصوص وردت بأشكال وصياغات

متباينة في دساتير وقوانين معظم البلدان وتم التأكيد على الحق في الرأي والتعبير، الذي يعتبر إحدى الركائز الأساسية لبناء المجتمع الديمقراطي، كأحد الحقوق الإنسانية الأساسية في المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقر عام 1948، وأعيد التأكيد عليها بالتفصيل في العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، الذي أقر عام 1966 .

ويعتبر الفيلسوف جون ستيوارت ميل (1873 - 1806) وهو فيلسوف واقتصادي بريطاني، من أوائل من نادوا بحرية الصحافة والتعبير عن أي رأي مهما كان هذا الرأي.

وهنا تكمن قيمة وأهمية حرية الصحافة والتعبير وضرورة رعايتها والدور المجتمعي الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام الحرة كمنصة للنقاش المجتمعي والتقاء مختلف الآراء دون قيود، وأهمية رفض الاستبداد العقلي ومنع الفكرة من الخضوع للنقاش، واعتبار الفكرة السائدة هي الحقيقة المطلقة.

الحق في الوصول إلى المعلومات:

ويمثل الحق في الوصول إلى المعلومات ونشرها أحد أهم أسس حرية الرأي والتعبير، وهو حق يجب أن يشمل الحق في الوصول إلى معلومات من مصادر حكومية وقضائية، لاسيما وأن معظم عمليات الملاحقة المتصلة بالعمل الصحفي خاصة في ليبيا مرتبطة بدور الصحافة الرقابي ونشرها معلومات معينة تتعلق بجهات رسمية أو أشخاص ذوي نفوذ، ما يمثل بالمحصلة انتهاكا لحقوق الصحفيين ولحق الجمهور في المعرفة.

القيود على وسائل الإعلام:

من أسس تحقيق حرية الصحافة عدم وضع القيود التي لا مبرر لها على وسائل الإعلام ، فالقيود مثلا والتي فرضت على الصحافة في ليبيا هي قيود غير مؤرخة أو

تحمل قرارات بعينها لكن ما يتعرض له الصحفيون في ليبيا من انتهاكات وتهديدات جعلتهم مجبرون أن يفرضوا على أنفسهم قيودا وإطار معين يتحركون وفقه .
حيث أن هامش الحرية ضيق في الواقع مقارنة بالشعارات المتكررة والتي تنادي بحرية الصحافة والصحفيين في ليبيا .

وهنا يمكن القول أن إشكاليات الإعلام أو الصحافة في ليبيا تكمن في أمرين أساسيين: الأمر الأول: هو غياب التشريعات التي تنظم عمل مؤسسات الإعلام أو الصحافة في ليبيا بعد عام 2011 ، أما الأمر الثاني فهو غياب دور الجهات التنفيذية في وضع خطط إستراتيجية تنظم المؤسسات الصحافية والعمل الصحفي في ليبيا .

الانتهاكات التي تعرض لها الصحفيون في ليبيا بعد 2011 :

قد عاش قطاع الصحافة والإعلام العديد من الإشكاليات بين عامي 2011-2016 يمكن تلخيصها بالتالي:

- 1- تداخل في إدارة المرافق الإعلامية العمومية المختلفة وعدم استقرارها ووضوح سياساتها التحريرية .
- 2- تدني في جودة الأداء والمحتوي الإعلامي للوسائل الإعلامية والصحف العمومية وتوقف العديد منها .
- 3- غياب الإطار التشريعي والتنظيمي الحازم والواضح في ملكية وإدارة وسائل الإعلام المختلفة .
- 4- سذاجة الخطاب الإعلامي وعجزه الوسائل الإعلامية في مواجهة التضليل الذي يمارس بوسائل الإعلام⁽⁸⁾

وبالتالي يمكن القول أن الصحفيين في ليبيا بعد عام 2011 تعرضوا إلى عدة انتهاكات وجرائم ضد حرية الصحافة والصحفيين في ليبيا حيث رصدت منظمات

دولية ومحلية حجم هذه الانتهاكات والتي وصل بعضها إلى قضايا قتل وغيرها ولعلنا نرصد حجم هذه الانتهاكات وفق تقارير موثقة للمركز الليبي لحرية الصحافة في ليبيا ففي تقرير المركز لعام 2014 فقد سجلت أرقاما مخيفة ومفزعة فقد بلغت حالات اغتيال الصحفيين إلى (8) حالات والشروع في القتل إلى (17) حالة وحالات الاختطاف والتعذيب إلى (21) حالة ، وحالات التعدي بالضرب ومنع عمل الصحفيين والمراسلين إلى (28) حالة ، وبلغت حالات الاعتداء على المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية إلى (50) حالة .

وفي عام 2015 سجل المركز أيضا أرقاما قد تزايدت نتيجة الأحداث التي تمر بها ليبيا فقد وصلت حالات القتل بالنسبة للصحفيين إلى (8) حالات ، وحالات الشروع في القتل بلغت (3) حالات ، وحالات الاختطاف والاعتقال القسري بلغت (9) حالات ، وبلغت حالات الاعتداء على الوسائل الإعلامية إلى (8) حالات ، وتم حجب عدد اثنين من المواقع الالكترونية في هذا العام ، وبلغت حالات الملاحقة القضائية حالتين .

وفي عام 2016 بلغت حالات القتل حالة واحدة ، وحالات الإصابات الجسدية (8) حالات، ووصلت حالات الاختطاف والتعذيب (10) حالات ، وحالات الاعتقال القسري (2) والاحتجاز والاعتداء الجسدي واللفظي (4) حالات ، ووصلت حالات الاعتداء على وسائل الإعلام (5) حالات .

ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية :

الجدول رقم 1 يوضح توصيف عينة الدراسة

اسم الصحيفة	ك	%
فبراير	17	56.66
الوقت الليبية	13	43.33
المجموع	30	%100

الجدول رقم 2 يوضح متغير النوع لعينة الدراسة

النوع	ك	%
ذكر	20	66.7
أنثى	10	33.3
المجموع	30	%100

يتضح من بيانات الجدول رقم (2) أن الصحفيين الذكور هم أكثر عددا من الصحفيات وبالتالي هذا قد يجعل الصحفيين الذكور أكثر عرضة للتهديد والانتهاكات.

الجدول رقم 3 يوضح الفئة العمرية لعينة الدراسة

الفئة العمرية	ك	%
أقل من 30 عام	13	43.33
من 30 إلى أقل من 40 عام	12	40
من 41 فما فوق	5	16.66
المجموع	30	%100

توضح بيانات الجدول رقم (3) أن أكثر الصحفيين العاملين بصحيفتي الدراسة لم يتجاوزوا الثلاثين عاما ، وهذا يؤكد أن هناك عدد كبيرا من الشباب المهتمين امتهنوا مجال الإعلام والصحافة بعد عام 2011 ، تأتي بعدها الفئة العمرية ما فوق 30 والتي بلغت نسبتها 40% وهذه الفئة لديها على الأقل فكرة أو خبرة في هذا المجال .

الجدول رقم 4 يوضح تخصص عينة الدراسة

التخصص العلمي	ك	%
إعلام	11	36.66
هندسة	2	6.66
اقتصاد وعلوم سياسية	6	20
قانون	4	13.33
طب	4	13.33
لغات	2	6.66
أخرى	1	3.33
المجموع	30	%100

من خلال بيانات الجدول رقم (4) يتضح أن نسبة 36.66% من الصحفيين العاملين بصحيفتي الدراسة تخصصهم إعلام ، وهذا ينعكس على طبيعة أداء ومهنية الصحفيين ، ويأتي في المرتبة الثانية تخصصات الطب والقانون والهندسة مما يؤكد بيانات الجدول رقم (3) أن هناك عدد من المهتمين التحقوا بمجال الإعلام عقب عام 2011 .

الجدول رقم 5 يوضح المؤهل العلمي لعينة الدراسة

المؤهل العلمي	ك	%
تعليم أساسي	صفر	صفر
تعليم متوسط	4	13.33
تعليم جامعي	20	66.66
ما فوق الجامعي	6	20
المجموع	30	%100

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (5) أن أغلب الصحفيين لديهم مؤهلات علمية حيث بلغت نسبة ممن يحملون مؤهلات جامعية إلى 66.66% بينما كانت نسبة الصحفيين الذين يمتلكون مؤهلات عليا 20% وهذا يؤكد أن هناك صحفيين يمتلكون مؤهلات جامعية وعليها ويحتاجون إلى توظيف هذه المؤهلات في الحياة

المهنية و الصحفية ، بينما بلغت نسبة الصحفيين الذين يمتلكون مؤهلات متوسطة أدنى مستوياتها حيث جاءت بنسبة 13.33 % .

الجدول رقم 6 يوضح مدة الخبرة لعينة الدراسة في مجال الصحافة

مدة الخبرة	ك	%
من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات	12	40
من ثلاث سنوات إلى أقل من سبع سنوات	10	33.33
من سبع سنوات إلى أقل من عشر سنوات	6	20
من عشر سنوات فأكثر	2	6.66
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (6) أن ما نسبته 40% من العاملين في صحيفتي الدراسة لم تتجاوز خبرتهم من سنة إلى ثلاث سنوات معنى ذلك أنهم لازالوا جدد في هذا المجال والتحقوا بالمجال بعد عام 2011 ، في حين بلغت نسبة الذين لديهم خبرة تفوق عشر سنوات فما فوق 6.66% .

الجدول رقم 7 يوضح القسم الذي يعمل به الصحفي

القسم الذي يعمل به الصحفي	ك	%
المحليات	10	33.33
السياسي	7	23.33
الاقتصادي	5	16.66
الرياضي	3	10
الاجتماعي	2	6.66
الثقافي	3	10
أخرى	صفر	صفر
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (7) أن أغلب الصحفيين في صحيفتي فبراير والوقت الليبية يعملون في قسم المحليات الذي يهتم بالشأن المحلي سواء السياسي أو الاقتصادي أو

الرياضي بنسبة 33.33% ، بينما سجل القسم الاجتماعي أدنى نسبة بلغت 6.66%.

الجدول رقم 8 الصعوبات التي تواجه الصحفي أثناء تأدية عمله

الصعوبات	ك	%
عدم توفر الإمكانيات	صفر	صفر
عدم توفر مساحة كافية من الحرية	9	30
عدم وجود حماية أثناء تأدية عملك	8	26.66
غياب دور نقابة الصحفيين أثناء تعرضك لبعض المشاكل في عملك	5	16.66
التهديد بالسلاح	8	26.66
تدخل رئيسك في عملك	صفر	صفر
أخرى تذكر	صفر	صفر
المجموع	30	100%

يتضح من بيانات الجدول رقم (8) أن من ابرز الصعوبات التي تواجه الصحفيين في ليبيا تتمثل في عدم توفر مساحة كافية من الحرية والتي بلغت نسبتها إلى 30%، وكذلك عدم وجود حماية أثناء تأدية العمل الصحفي والتهديد بالسلاح والتي بلغت نسبتهما 26.66% وهذا يؤكد أن هناك خطر حقيقي يواجه الصحفيين العاملين في ليبيا .

الجدول رقم 9 يوضح القضايا والأحداث الجارية في ليبيا التي يتناولها الصحفي دون قيود

القضايا والأحداث	ك	%
نعم	10	33.33
لا	20	66.66
المجموع	30	100%

بيانات الجدول رقم (9) تؤكد ان هناك قيود وضغوطات تتم ممارستها ضد الصحفيين أثناء تغطيتهم للأحداث الجارية بلغت نسبتها 66.66% ، بينما بلغت

نسبة الصحفيين الذين أكدوا من خلال استمارة الاستبيان انه لا تمارس ضدهم قيود أثناء تغطيتهم للأحداث الجارية ما نسبته 33.33%.

الجدول رقم 10 يوضح القضايا والمواضيع التي يتناولها الصحفي في صحيفته

القضايا والمواضيع	ك	%
انتشار السلاح	5	16.66
التشكيلات المسلحة	2	6.66
ضعف أداء السلطة التشريعية والتنفيذية	7	23.33
قضية النازحين داخل ليبيا وخارجها	7	23.33
غياب القانون	2	6.66
تأخر بناء الجيش والشرطة	2	6.66
التفجيرات والاغتيالات التي حدثت في ليبيا	5	16.66
حقوق الإنسان	صفر	صفر
أخرى	صفر	صفر
المجموع	30	100%

تشير بيانات الجدول رقم (10) أن ابرز المواضيع والقضايا التي ركز عليها الصحفيين في صحيفتي فبراير والوقت الليبية هو ضعف أداء السلطة التشريعية والتنفيذية والتي بلغت نسبتها 23.33% ، جاءت بعدها ظاهرة انتشار السلاح والتفجيرات والاغتيالات التي حدثت في ليبيا والتي بلغت نسبتها 16.66% ، بينما لم تهتم صحف الدراسة بالمواضيع التي تهتم بحقوق الإنسان وغيرها من المواضيع الأخرى.

الجدول رقم 11 يوضح إن كانت الصحيفة تنتقد ما يجري في ليبيا من أحداث أدت

إلى تأخر بناء المؤسسات وأبرزها الجيش والشرطة

إجابة المبحوثين	ك	%
نعم	5	16.66
لا	25	83.33
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (11) أن صحيفتي الدراسة لم تستطع أن تنتقد ما يجري في ليبيا من أحداث أبرزها تأخر بناء المؤسسات حيث بلغت نسبة 83.33% ، بينما استطاعت الصحيفة في أوقات معينة أن تنتقد تأخر بناء المؤسسات وجاءت بنسبة 16.66% .

الجدول رقم 12 يوضح مدى توفر هامش حرية الرأي والتعبير في الصحيفة التي يعمل بها أفراد العينة

درجة توفر هامش الحرية والتعبير	ك	%
ممتاز	4	13.33
جيد جدا	5	16.66
جيد	5	16.66
متوسط	10	33.33
ضعيف	6	20
المجموع	30	%100

بيانات الجدول رقم (12) تبين أن هامش الحرية التي تتمتع بها صحيفتي الدراسة متوسط أي بنسبة 33.33% ، وفي بعض القضايا والمواضيع قد يرتفع ليلبلغ ما نسبته 16.66% ، وفي أحيان أخرى قد يرتفع أكثر ليلبلغ ذروته ليلبلغ ما نسبته 13.33% ، وهذا يشير إلى أن هامش الحرية متفاوت حسب المواضيع وحسب المنطقة الجغرافية للحدث.

الجدول رقم 13 يوضح ما إذا كان وجود وزارة للإعلام يقيد من حرية الصحافة

إجابة المبحوثين	ك	%
نعم	9	30
لا	10	33.33
إلى حد ما	11	36.66
المجموع	30	%100

بيانات الجدول رقم (13) تبين أن ما نسبته 36.66% من الصحفيين عينة الدراسة يرون أن وجود وزارة للإعلام يقيد إلى حد ما حرية الصحافة ، بينما بلغت نسبة الصحفيين الذين يؤيدون وجود وزارة للإعلام ما نسبته 33.33% ، مما يؤكد على رغبة الصحفيين في التأكيد على جسم ينظم ويؤطر المؤسسات الإعلامية والصحفية الليبية .

الجدول رقم 14 يوضح تقييم عينة الدراسة حرية الصحافة والتعبير بعد عام 2011

التقييم	ك	%
ممتاز	صفر	صفر
جيد جدا	8	26.66
جيد	8	26.66
متوسط	10	33.33
ضعيف	4	13.33
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (14) أن الصحفيين يرون حرية الصحافة والتعبير بعد عام 2011 متوسطة حيث بلغت نسبتها 33.3% من حجم العينة ، فيما يرى عدد آخر من الصحفيين أنها كانت جيد جدا أي بنسبة 26.66% ، بينما يرى صحفيين آخرين أنها ضعيفة حتى بلغت نسبتها 13.33% من حجم العينة ، وهذا يقف على نوع القضية أو الموضوع وطرق تناولها .

الجدول رقم 15 يوضح ما إذا استطاعت الصحيفة التي يعمل بها أفراد عينة الدراسة أن تتناول جميع الأحداث الجارية في ليبيا دون ضغوطات من أي جهة

إجابة المبحوثين	ك	%
نعم	7	23.33
لا	9	30
إلى حد ما	14	46.66
المجموع	30	%100

بيانات الجدول رقم (15) توضح أن ما نسبته 46% من حجم العينة موضع الدراسة يرون أن صحيفتهم استطاعت إلى حد ما تناول الأحداث الجارية في ليبيا دون تقيد ، بينما كانت نسبة الذين يرون أن هناك قيود وضغوطات مورست على الصحفيين أثناء تناولهم لبعض الأحداث في ليبيا بلغت 23.33% وهي بالتالي قد تكون الأحداث التي اهتمت بالسلطة التنفيذية وانتقادها بشكل بسيط دون التعمق في التفاصيل التي قد تعرض الصحفيين للتهديد .

الجدول رقم 16 يوضح ما إذا أفراد عينة الدراسة قد تعرضوا للتهديد بالسلاح أو الضرب أو الخطف أثناء تأدية عملهم ؟

إجابة المبحوثين	ك	%
نعم	20	66.66
لا	10	33.33
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (16) أن الصحفيين الذين تعرضوا للتهديد والخطف بلغت نسبتهم من حجم العينة 66.66% وهي مؤشر خطير يهدد حرية الصحافة والصحفيين العاملين في ليبيا ، بينما بلغت نسبة الذين لم يتعرضوا للتهديد 33.33% وهؤلاء قد يكونون يعملون في أقسام الرياضة والاقتصاد وغيرها .

الجدول رقم 17 يوضح أين يذهب أفراد عينة الدراسة إذا تعرضوا للتهديد أو الضرب أو الخطف لتسجل محضرا بذلك ؟

إجابة المبحوثين	ك	%
السرايا المسلحة	7	23.33
مركز الأمن الوطني	8	26.66
نقابة الصحفيين	3	10
وزارة الإعلام	3	10
بعض أو كل ما سبق	9	30
المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (17) أن الصحفيين الذين يتعرضون للتهديد أو الضرب أو الخطف قد يتوجهون إلى مركز الأمن الوطني حيث جاءت نسبتهم 26.66% وهذا قد يرجع لثقة الصحفي في مراكز الأمن الوطني لتسجيل الواقعة ، وبعضهم قد يلجأ إلى السرايا المسلحة والتي بلغت نسبتهم 23.33%، وبعضهم قد يلجأ إلى أكثر من موقع لتنشيط الواقعة حيث بلغت نسبة ذلك 30% .

الجدول رقم 18 يوضح ما إذا هناك قضايا ومواضيع قام أفراد عينة الدراسة بتغطيتها ولم يتم نشرها بالصحيفة التي يعملون بها

إجابة المبحوثين	ك	%
نعم	15	50
لا	10	33.33
حسب نوع التغطية	5	16.66
المجموع	30	%100

بيانات الجدول رقم (18) توضح أن القضايا والمواضيع التي قام الصحفي بتغطيتها لا تنشر حيث بلغت نسبة ذلك 50% مما يؤكد أن هذه المواضيع والقضايا لا تتماشى مع بعض الجماعات أو الأحزاب السياسية مما يعرض الصحفي للتهديد .

أهم النتائج :

- تتلخص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في الآتي :
- 1- إن أكثر العاملين في مجال الصحافة هم من فئة الذكور وهم أكثر عرضة من الإناث للتهديد أو الخطف أو القتل .
- 2- أغلب العاملين في مجال الصحافة لم تتجاوز خبرتهم ثلاث سنوات وبالتالي هم لا يدركون عواقب هذه المهنة .
- 3- أغلب الصحفيين يعملون في القسم المحلي الذي يهتم بالأخبار المحلية والاستطلاعات .
- 4- تتركز الصعوبات التي تواجه عمل الصحفيين في عدم توفر المساحة الكافية من الحرية والتهديد بالسلاح وعدم وجود حماية أثناء أداء العمل الصحفي .
- 5- تركزت القضايا التي تناولها الصحفيين أثناء فترة الدراسة على انتشار السلاح وضعف أداء السلطات التشريعية وقضية النازحين في الداخل والخارج والتفجيرات والاعتقالات في ليبيا ، وأهملت بشكل كامل حقوق الإنسان وعدة قضايا مهمة أخرى .
- 6- إن هامش الحرية للصحفيين متوسط ولا يرقى للمستوى المطلوب .
- 7- وجود وزارة للإعلام لا يقيد من حرية الصحافة بل ينظمها ويحمي حقوق الصحفي.

مقترحات الدراسة :

- 1- ضرورة الاهتمام بحقوق الصحفيين والإعلاميين وأبرزها الحق في حرية التعبير والصحافة .
- 2- تفعيل دور نقابة الصحفيين في حماية العاملين في المجال الصحفي للدفاع عن حقوقهم والانتهاكات التي قد يتعرضون لها .
- 3- تفعيل دور وزارة الإعلام في تنظيم العمل الصحفي وفقا لمعايير وضوابط المهنة.

- 4- تجنب الصحفيين الذين ليس لديهم توجهات التجاذبات السياسية على اعتبار أنهم ناقلين للإحداث فقط .
- 5- ضرورة الالتزام بقواعد العمل الصحفي والابتعاد عن التحيز في نقل الأحداث والقضايا التي تهم امن الوطن .
- 6- تمكين الصحفي من الحصول على المعلومات من المصادر الأصلية للحدث .
- 7- ضمان حرية الرأي والتعبير للصحافيين أثناء تغطيتهم للأحداث .

الهوامش:

- 1- صلاح الدين رمضان : تشريعات الصحافة الليبية ،دراسة تحليلية مقارنة ، رسالة ماجستير ،أكاديمية الدراسات العليا ،مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 45، عام 2009 ، ص 246 .
- 2 - مها عبد المجيد : التحديات التي تواجه إعلام الأزمات والكوارث وتأثيرها في الأعراف المهنية ، دراسة مقارنة ، القاهرة ، ص 1 .
- 3 - أديب خضور : أدبيات الصحافة ، جامعة دمشق ، دمشق ، عام 1992، ص 191 .
- 4 - ميرفت محمد الطرابيشي : دوافع الصحف المصرية المستقلة وإشباعها لدى الجمهور المصري ، دراسة ميدانية خلال عام 1997، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد التاسع يوليو 1998 ، ص 63.
- 5 - رجاء محمود أبو علام : مدخل الى مناهج البحث التربوي ، ط2 ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت ، الإمارات ،1998، ص82 .
- 6 - اللافي إدريس عبد القادر : تحليل المضمون وإشكالياته المنهجية ، مجلة البحوث الإعلامية ،العدد 25-26، طرابلس ،ليبيا ، ص 156 .
- 7 - غازي احمد : الإعلام الفلسطيني الرسمي وحرية التعبير ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ، 2014 ، ص 6 .
- 8 - محمد علي الأصفر : الإصلاح الهيكلي والقانوني لقطاع الإعلام وتعزيز استقلاليته ، ورقة عمل منشورة عام 2016 .

تجربة الدولة الليبية

من ثورة فبراير 2011م حتى الاتفاق السياسي 2015م

د. محمد جبريل بن طاهر

كلية الفنون والإعلام/ جامعة مصراته

مقدمة

الدولة الليبية الحديثة منذ نشأتها في 24 ديسمبر 1951⁽¹⁾ وهي تعاني مشاكل متعددة في مقدمتها انعدام مواردها الطبيعية وانتشار الأمية بين صفوف المجتمع الليبي، بالإضافة لغياب مفهوم الدولة عن المجتمع الذي وقع تحت نير الاحتلال والصااية لعقود متتالية من الزمن، ناهيك عن اتساع الرقعة الجغرافية والتي تفصل الصحراء القاحلة بين أقاليمها وتشغل الصحراء نسبة تفوق 90% من مساحة البلاد.

سيركز البحث على دراسة تجربة الدولة الليبية عام 2011م مع ضرورة استعراض المراحل التي سبقت الفترة لتأصيل الموضوع والوقوف على إشكالية الفشل في البناء بعد فبراير 2011م، ورصد أزمات المرحلة قبل 2011م.

ينقسم البحث على النحو التالي: أولاً/ مفهوم الدولة، ثانياً/ تعريف الدولة، ثم دراسة مراحل الدولة الليبية بداية مع مرحلة الدولة الملكية ومن تم الانتقال إلى دراسة الدولة في عهد القذافي وصولاً لنهايتها في فبراير 2011م؛ لمحاولة الإجابة على سؤال جوهرى للبحث، لماذا فشل الذين جاءوا بعد القذافي في إعادة بناء الدولة الليبية؟

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في ضبابية مفهوم الدولة الليبية الحديثة منذ ولادتها في 1951م مما أدى إلى سقوط تلك الدولة في 1969 وحل نموذج دولة جديد كان أطول عمراً من النموذج الأول، وعلى اثر ضبابيته وعوامل أخرى سقط هذا النموذج في

2011م ودخلت ليبيا في دوامة اللادولة، حيث يحاول الباحث دراسة إشكالية بناء الدولة الليبية بعد فبراير 2011م.

أهداف البحث:

- 1- محاولة التوصل لأسباب عدم نجاح تجربة الدولة الوطنية الليبية بعد فبراير 2011م.
- 2- رصد النماذج المقترحة للدولة الوطنية بعد فبراير والتعرف على معوقات عدم النجاح.
- 3- ماهية الدولة الليبية الوطنية المقترحة في الاتفاق السياسي.

تساؤلات البحث:

- 1- لماذا فشلت تجربة بناء الدولة الليبية بعد فبراير 2011م ؟
- 2- هل سينجح الاتفاق السياسي الليبي في إرساء دعائم الدولة الليبية ؟
- 3- ما مستقبل الدولة الليبية في ظل الأوضاع الراهنة ؟

أهمية البحث:

تتبلور الأهمية في محاولة التركيز على نموذج الدولة الوطنية الليبية بعد فبراير 2011م ذلك النموذج متعدد الأوجه، والذي تحاول حل التيارات المتصارعة على الساحة السياسية الليبية فرضه بالعنف، ناهيك عن التدخلات الإقليمية والدولية في محاولة فرض وصاية إقليمية ودولية على ليبيا.

منهج البحث:

يفرض المنهج الوصفي نفسه على البحث، وذلك لأهميته مع توظيف المنهج التاريخي كضرورة لا بد منها لتتبع مراحل البحث.

حدود البحث:

تقع حدود البحث في الفترة من 17 فبراير 2011م حتى 18 ديسمبر 2015م كحدود زمنية وكمحدود موضوعية تتمثل في دراسة تجربة بناء الدولة الليبية بعد فبراير 2011م.

أولا : مفهوم الدولة

الدولة تلك المفردة التي عرفت المجتمعات الزراعية القديمة، لكن مفهوم الدولة الحديثة ظهر في أوروبا قبل حوالي خمسمائة عام، ذلك النموذج المنظم عبر مؤسسات تمتلك السلطة وتحتكر القوة وتفرض هيبتها على المجتمع ويعد أول من استخدم الدولة بمفهومها المتعارف عليه حاليا المفكر الايطالي نيقولا مكيافيللي ورد ذلك في السطر الأول من كتابه الأمير " كلها دول وهي إما جمهوريات أو إمارات " ويقصد بها الدولة الحديثة وأنظمة حكمها التي لازالت متعارف عليها لغاية الآن، كما تكلم في ثنايا كتابه عن الدول القوية والضعيفة ونصح الأمير بكيفية المحافظة على دولته من الغزو الخارجي والمؤامرات الداخلية.

كما نظر لمفهوم الدولة الحديثة فلاسفة مثل هيجل وجون بودان وهوبز وجون لوك وجان جاك روسو وديكارت ... نظريا، حيث وضعوا أفكارا لشكل الدولة الحديثة حيث يقول هيجل " إن الدولة هي الفكرة المقدسة التي تعيش فوق الأرض " هنا أسس هيجل لمفهوم الدولة وقديسيته باعتبارها تسموا فوق كل التنظيمات البشرية والإنسانية الأخرى، كما نظر هوبز ومن بعده روسو لفكرة العقد الاجتماعي الذي أسس فكرة الدولة المدنية الديمقراطية في أوروبا.

نموذج الدولة الحديثة عرف ظاهرة تحديد السلطة وإخضاع الشعب لها في إطار دولة قطرية لديها حدود واضحة المعالم ولها سيادة تعلو جميع الهيئات الاجتماعية

الأخرى وذلك لان لها الحق في إجبار هذه الهيئات على طاعتها دون أن تجبر هي على شيء، كما توجد للدولة سلطة إلزامية لها سموها من الناحية القانونية على أي فرد أو أية جماعة أخرى⁽²⁾.

الدولة في أبسط مفاهيمها هي التمييز بين الحاكم والمحكومين، وبوجود هذا التمييز توجد الدولة. وهذا المفهوم الواقعي للدولة ، ما ينادي به العميد دكي ويؤكد عليه. " هناك دولة، يقول دكي، كل مرة يوجد في مجتمع معين تمييز سياسي مهما كان بسيطاً أو مهما كان معقداً و متطوراً .. فحيث نقر في مجموعة معينة وجود قوة إرغام نستطيع أن نقول ويجب أن نقول بوجود دولة. ففي كل مجتمع بشري كبيراً أو صغيراً، حيث نرى أفراداً أو مجموعة أفراد يقبضون على قوة إرغام يفرضونها على الآخرين، أن نقول بوجود سلطة سياسية (أي) دولة".⁽³⁾

ثانياً: تعريف الدولة

دولة، بفتح الدال، جماعة من الناس منظمة سياسياً تبسط سيطرتها على إقليم محدد يتمتع بالسيادة .. جذور دولة يفيد بالدوران والتعاقب. يقال دالت الأيام اي دارت وتبدلت. ودالت دولة فلان: ذهبت وجاء غيرها. ومناطق التسمية موقوتية الدولة حسب الوعي العربي لماهيتها وانتقالها من يد إلى أخرى.⁽⁴⁾

كلمة دولة في الإيطالية *Stato* وفي الألمانية *Staat* وبالإسبانية *Estado* وبالإنجليزية *State* وبالفرنسية *État*⁽⁵⁾ نلاحظ أن مفردة الدولة في جل اللغات الأوروبية تقارب في النطق والحروف؛ وذلك يعود للإرث اللغوي والحضاري والسياسي اليوناني القديم حول تصور نموذج المدينة الفاضلة (دولة المدينة *City*) *State*، الذي وضعه أفلاطون ومن بعده أرسطو في أثينا قديماً.

تتعدد تعريفات الدولة كل ينظر إليها من زاويته الفكرية والأيدولوجية والفلسفية، كل ذلك وأكثر جعل صعوبة وضع تعريف محدد للدولة، رغم المحاولات الحثيثة ومنها ما يلي:

تعريف "ديجي" : الدولة عبارة عن مجموعة من الناس الاجتماعيين بينهم طبقة حاكمة وأخرى محكومة، بذلك فإن ديجي يطلق على كل تنظيم للجماعة السياسية القديم منها والحديث، المتأخر والمتحضر، أي أن كل مجتمع سياسي مهما كانت صورته يسمى دولة.⁽⁶⁾

تعريف " جارنر " : الدولة كمفهوم في علم السياسة والقانون العام، هي مجموعة من الناس يزدون أو يقلون عددا، ويشغلون بصفة دائمة قطعة محددة من الأرض، ويكونون مستقلين تماما أو تقريبا من السيطرة الخارجية، لهم حكومة منظمة تدين لها هيبة المواطنين بالطاعة المعتادة.⁽⁷⁾

رغم تعدد تعريفات الدولة إلا أنها تتفق في نقاط تعد بمثابة أركان للدولة مهما كان حجمها أو قوتها، وهي السكان والإقليم والسلطة السياسية والسيادة والاعتراف الدولي.

ثانيا: الدولة الليبية الملكية 1951-1969

ناضل الليبيون لأجل الاستقلال والتخلص من نير الاستعمار الإيطالي ومن ثم الوصاية الإنجليزية والفرنسية، كان نضالهم بالبندقية والقلم والفكر والعمل السياسي، كل ذلك وأكثر أدى إلى ميلاد الدولة الليبية الوطنية الحديثة في 24 ديسمبر 1951⁽⁸⁾، بشكل الدولة المركبة الاتحادية الذي استمر حتى 1963 شمل أقاليم الدولة الثلاثة (طرابلس، برقة ، فزان) بنظام حكم ملكي على رأسه الملك الراحل إدريس السنوسي، في تلك المرحلة من عمر الدولة الليبية كان لكل إقليم حكومة محلية وبرلمان تشريعي وللدولة الليبية الاتحادية الملكية حكومة مركزية ومجلس أمة يتكون

من غرفتين (مجلس الشيوخ ومجلس النواب)، كما عملت الدولة الليبية ومؤسساتها وفق دستور ولد قبل إعلان استقلال الدولة الليبية الملكية عرف بدستور 1951⁽⁹⁾، جاء في الفصل الأول : شكل الدولة ونظام الحكم فيها بالمادة الأولى " ليبيا دولة حرة مستقلة ذات سيادة لا يجوز النزول عن سيادتها ولا عن أي جزء من أراضيها "⁽¹⁰⁾.

نلاحظ هنا تأكيد الاسم " ليبيا " ذو المدلول التاريخي العميق، وأن ليبيا دولة حرة ومستقلة ذات سيادة كاملة غير منقوصة. المادة الثانية " ليبيا دولة ملكية وراثية شكلها اتحادي ونظامها نيابي وتسمى (المملكة الليبية المتحدة)"⁽¹¹⁾، تحدد شكل الحكم ونظامه وشكل الدولة السياسي واسمها الرسمي في نص هذه المادة بشكل واضح.

بعد اكتشاف البترول عدل الدستور في سنة 1963 ومن أهم التعديلات التي وقعت به جاءت في شكل الدولة الليبية من دولة مركبة إلى دولة بسيطة موحدة وإنهاء النظام الفيدرالي، جاء ذلك في المادة الثانية ما نصه " ليبيا ملكية وراثية ونظامها نيابي وتسمى " المملكة الليبية "⁽¹²⁾. استمر هذا الشكل حتى سقطت المملكة الليبية في 1969. قبل اكتشاف البترول وتصديره من ليبيا، كانت الدولة الفتية الليبية من ضمن أفقر الدول في العالم، ما دفع الساسة إلى قبول وجود قواعد عسكرية أجنبية أمريكية وبريطانية وفرنسية مقابل إيجار سنوي كان حينها بمثابة الدخل القومي للدولة بالإضافة إلى بعض المساعدات الدولية عن طريق الأمم المتحدة، اعتبر بعض المعارضين السياسيين وجود القواعد العسكرية على الأراضي الليبية بمثابة انتقاص من سيادة الدولة الليبية، قابل ذلك دفاع رجال الدولة عن تلك المعاهدات والاتفاقيات باعتبارها مصدر مهم لتمويل الدولة الوليدة.

حاول الملك إدريس السنوسي أن يعدل نظام الحكم من ملكي إلى جمهوري لكنه فشل ومن أسباب فشله في ذلك تعنت زعماء القبائل الشرقية وبعض رجال السياسة

التقليديين، تكلم السيد مصطفى بن حليم رئيس الوزراء الليبي في الفترة من (1954-1957) وأحد المكلفين من قبل الملك عن تلك المحاولات،⁽¹³⁾ ما يهمننا من محاولات التغيير هو إحساس الملك بأن النظام الملكي لم يعد مجدي وأنه زهد في الحكم كما انه ليس لديه أولاد من صلبه حتى يرثوا عرشه بعد غيابه.

بعد وصول عبد الناصر إلى السلطة في 1952 بدأت مرحلة المد القومي العربي التي ناصبت العداء للأنظمة الملكية التقليدية في المنطقة من ضمنها المملكة الليبية، فاستوردت الحكومات الليبية حينها النموذج المصري للتعليم والذي حوى بين طياته الخطاب القومي العربي، يلقنه أساتذة وشيوخ علم مصريون، موظفا وسائل الإعلام بمختلف أنواعها (مرئية، مسموعة، مقروءة) للدعاية لهذا الخطاب القومي، كما وظف عبد الناصر الصراع العربي الإسرائيلي لمهاجمة المملكة الليبية وملكها ورجال حكوماتها، قابل ذلك عدم استدراك الملك ورجال حكوماته لخطورة المرحلة والعمل على تجديد الخطاب وآليات العمل السياسي الليبي الداخلي وبتجاه الدول العربية، ولم تقم الصحافة في تلك الفترة بالمساهمة في تجديد الخطاب وآلية العمل السياسي الليبي حيث لم يرتقي تأثيره إلى مستوى تأثير الإعلام المصري.

لقد سيطر على المملكة الليبية زعماء القبائل ورجال السياسية التقليدية، الذين تتحدر أصول معظمهم من عائلات كبيرة وغنية، كما أن الملك لم يعمل على الانفتاح بقوة مع الأجيال اللاحقة، والتي تأثرت بمرحلة المد القومي الناصري، وقع الملك في خطأ تاريخي بإلغائه للعمل الحزبي السياسي في ليبيا بسبب ما تزامن مع أول انتخابات تشريعية في فبراير 1952م من مشاكل على أثرها طرد الزعيم بشير السعداوي⁽¹⁴⁾، كل ذلك وأكثر أثر على الدولة الملكية الليبية وسارع في سقوطها من أول ضربة تلقفتها قام بها صغار الضباط من الجيش الليبي في الأول من سبتمبر 1969.

ثالثا: الدولة الليبية 1969-2011

بدأت معالم انهيار النظام الملكي وشكل الدولة بالظهور، حتى باتت مطلب شعبي ليبي، ما دفع بمجموعة من ضباط الجيش الليبي في التفكير بالقضاء على النظام الملكي وتغيير شكل ونظام حكم الدولة الليبية من ملكي إلى جمهوري، جاء ذلك في البيان الأول الذي أذيع من مقر الإذاعة ببنغازي أعلنه معمر القذافي، حمل ذلك البيان اسم الدولة الليبية الجديد "... وهكذا أصبحت ليبيا جمهورية حرة ذات سيادة تحت اسم " الجمهورية العربية الليبية..." في إشارة لنهاية العهد الملكي ونظامه وبداية مرحلة الحكم الجمهوري للدولة الليبية⁽¹⁵⁾.

تأثر الذين استولوا على الحكم في ليبيا بالمد القومي الناصري الذي بدأ منذ 1952، ما يسمى بثورة يوليو بقيادة جمال عبد الناصر، بارك الأخير ما حصل في ليبيا، ودعمهم، حيث عملوا على محاكاة نموذج الدولة المصرية⁽¹⁶⁾.

ظل القذافي يطلق الوعود في لقاءاته وخطاباته بأن يكون هناك دستورا للبلاد ومجلس شعب وأنهم " مجلس قيادة الثورة " وسوف يسلمون السلطة للشعب ويرجعون إلى ثكناتهم لأنهم عسكريون وليسوا ساسة، فمثلا في يوم 6 نوفمبر 1969 عقد معمر القذافي حوار مع طلبة جامعة بنغازي، حيث سأل أحد الطلبة سؤاله التالي: لاشك أن مجلس قيادة الثورة عاكف على وضع دستور للبلاد، فمتى يصدر هذا الدستور؟ وهل سيطرح على الشعب للاستفتاء؟

أجاب القذافي على السؤال بالآتي: " هي عادة الدستور المؤقت، و الإعلان الدستوري، والبيان في كل الثورات، لا يدعو إلى الاستفتاء ... وكذلك رئاسة الجمهورية في المدة الأولى لا تطرح للاستفتاء، لأن الثورة قامت تعبيرا عن الإرادة الشعبية ... " ⁽¹⁷⁾.

بعد اجتماعات ومداولات بين بعض أعضاء ما يسمى مجلس قيادة الثورة وبعض رجال القانون من مصر والسودان، وضابط المخابرات المصري فتحي الديب الذي لازم القذافي ومن معه ناصحا وموجها لهم موفدا من عبد الناصر، نتج عن تلك الاجتماعات صدور الدستور المؤقت في 11 ديسمبر 1969 تحت اسم " الإعلان الدستوري " الذي جاء في ديباجة وسبع وثلاثون مادة.⁽¹⁸⁾ في الباب الأول "الدولة" المادة الأولى ما نصه " ليبيا جمهورية عربية ديمقراطية حرة، السيادة فيها للشعب، وهو جزء من الأمة العربية، وهدفه الوحدة العربية الشاملة، وإقليمها جزء من أفريقيا وتسمى الجمهورية العربية الليبية"⁽¹⁹⁾.

استمر النظام الجمهوري الليبي حتى 2 مارس 1977 التاريخ الذي أعلن فيه القذافي عن نظام وشكل الدولة الليبية الجديد المسمى " الجماهيرية" جاء ذلك في المادة الأولى من إعلان قيام سلطة الشعب ما نصه " يكون الاسم الرسمي لليبيا (الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية)⁽²⁰⁾. لقد مهد القذافي لهذا اليوم عبر الإعلان الدستوري المؤقت الصادر في 11 ديسمبر 1969 وأيضا بخطابه في زواره 15 إبريل 1973 وإصداره لكتابه الأخضر مطلع العام 1976.

نظريا في الكتاب الأخضر يوضح القذافي رؤيته حول الدولة فيقول " الدولة نظام سياسي واقتصادي واجتماعي وأحيانا عسكري لا علاقة للإنسانية به .. ولا دخل لها فيه .. تكون العوامل السياسية والاقتصادية والعسكرية كيفت مجاميع من الأسر في دولة، فهذا لا صلة للإنسانية به"⁽²¹⁾ يتضح هنا إشارة القذافي إلى أن الدولة مصنوعة من عدة نظم فرضت على المجتمع والأسرة متناسيا أن تلك النظم هي وليدة الحراك المجتمعي الطبيعي الهادف إلى التنظيم والتهذيب للسلوك البشري، ويقول أيضا " ثم هناك تكوين سياسي يكون الدولة هو الذي يشكل خريطة العالم السياسية أما العوامل الأخرى لتكوين الدولة غير البسيطة (الدولة القومية) هي عوامل دينية واقتصادية

وعسكرية" ⁽²²⁾ يؤكد مرة أخرى على تلك العوامل التي تكون الدولة وتصنعها وبالتالي تكون مجموع دول العالم السياسية ويفرق بين عوامل تكوين الدولة القومية التي ربطها بالعامل الديني مثلاً " فالدين الواحد قد يكون دولة من عدة قوميات...". ⁽²³⁾

واقعيًا عانت الدولة الليبية في نظامها وشكلها تقلبات ارتبطت بمزاج القذافي وتطلعاته القومية، حيث ميع شكل الدولة التي ربطها بالبعد العربي وأدخلها في مشاريع وحدوية عربية فاشلة؛ بعد يأسسه من العرب انطلق نحو العمق الإقليمي الأفريقي، في محاولات للسيطرة والحكم وإنشاء اتحاد أفريقي، كما ربط الدولة الليبية بشخصه ومنع العمل الحزبي ⁽²⁴⁾، في حين أشرف على تأسيس حركة اللجان الثورية التي عملت كالحزب الحاكم، وعمل على عدم تأسيس الدولة بإلغاء مؤسسات عريقة كالجيش الليبي وبناء كتائب أمنية تعمل على حراسته شخصيًا، بالإضافة إلى ضم مؤسسات لأخرى وتغيير مسمياتها بين الحين والآخر، كما حكم القذافي ليبيا نظريًا بالسلطة الشعبية (مؤتمرات شعبية تحكم ولجان شعبية تنفذ) وفي الواقع حكمها عبر لجانه الثورية ورجال الخيمة " أهل الثقة" مركزًا على البعد القبلي الليبي، وقد وظف وسائل الإعلام بدرجة عالية في ترسيخ أفكاره، وأصبح الإعلام أداةً للدعاية لصالح نظامه.

عندما ضاق الخناق على القذافي من قبل الغرب خلق معارضة من رحم النظام قادها ابنه الأكبر سيف الإسلام الذي رفع شعارات من ضمنها " من الثورة إلى الدولة، من الثورة إلى الوطنية، من الأممية إلى ليبيا" ⁽²⁵⁾ حيث أعلن عن "مشروع ليبيا الغد" الإصلاحية في 20 أغسطس 2006، بعدما تخلص القذافي من جل إشكالياته مع الغرب في محاولة لاستمرار نظام حكمه. رغم كل محاولات سيف الإسلام ومن كانوا معه في المشروع إلا أنها باءت بالفشل؛ وذلك لتعنت القذافي ورفضه مواكبة ما حصل من تغيرات دولية وداخلية، ناهيك عن الصراع الذي حصل بين الحرس القديم والجديد

داخل خيمة القذافي⁽²⁶⁾، والتي سقطت وسقط نظام حكمه معها بانطلاق ما يسمى بالربيع العربي في سنة 2011 بداية بدولة تونس ثم مصر ثم ليبيا في 17 فبراير 2011.

خامسا: الدولة الليبية بعد ثورة فبراير 2011 م إلى 2017م

كما أوضحنا في الفقرة السابقة كيف عملت الدولة الليبية في عهد القذافي حتى وصلت لنهايتها بعد حكم استمر ما يقارب 42 سنة متواصلة كان على رأس الدولة الليبية معمر القذافي كرئيس متفردا ومستاثرا بالسلطة، رغم المحاولات المتعددة لإسقاط نظامه إلا أنها باءت بالفشل الذريع، ربما لقوة القبضة الأمنية للنظام، كما عادى القذافي الغرب بشكل معلن حتى وصلت العلاقات الدبلوماسية للقطيعة والحصار الجوي بسبب اتهام النظام السياسي الليبي بالتورط في قضايا دعم الإرهاب كقضية لوكربي التي تعد من أشهر القضايا التي واجهت النظام وقيادته السياسية.

تفاعل الشعب الليبي مع أحداث ما يسمى الربيع العربي التي انطلقت في منتصف فبراير 2011، حيث خرجوا للشوارع والميادين مطالبين بإصلاح النظام السياسي؛ لكن القذافي ورجاله رفضوا الاستماع لرغبة شريحة عريضة من المجتمع الليبي؛ بل واجهوهم بالرصاص، ما غير مسار الحراك إلى ثورة مسلحة راح ضحيتها آلاف الشباب الليبي من الطرفين وما دفع المجتمع الدولي للتدخل وفرضه عقوبات قاسية⁽²⁷⁾ على القذافي مع شن حملة عسكرية استمرت ثمانية أشهر متواصلة سقط على إثرها نظام القذافي بمقتله في 20 أكتوبر 2011.

تأسس المجلس الانتقالي الليبي في بواكير الثورة الليبية بشرق البلاد شرارة الثورة الليبية، تكون من ممثلين عن المدن الليبية، دوليا تحصل المجلس على اعترافات الدول الكبرى في مقدمتها الجمهورية الفرنسية، ما يهمننا في عمل المجلس الانتقالي هو إصداره للإعلان الدستوري بتاريخ 4 أغسطس 2011، يتكون الإعلان الدستوري من

ديباجة و37 مادة، وفيما يحض موضوع بحثنا جاء في " الباب الأول: أحكام عامة مادة (1) ليبيا دولة ديمقراطية مستقلة، الشعب فيها مصدر السلطات، عاصمتها طرابلس، " (28) هذه المادة وصفت الدولة الليبية بأنها ديمقراطية كإشارة على انتهاء مرحلة حكم القذافي، وأنها دولة مستقلة، الشعب فيها مصدر السلطات وذلك تناغما مع ما تنص عليه جل الدساتير العالمية. في " مادة (4) تعمل الدولة على إقامة نظام سياسي ديمقراطي مبني على التعددية السياسية والحزبية، وذلك بهدف التداول السلمي الديمقراطي للسلطة" (29) يتضح من هذه المادة أن الدولة الليبية المقبلة ستعمل على إقامة نظام سياسي ديمقراطي متعدد وحزبي يتم فيه التداول السلمي للسلطة كإشارة على أن الدولة المقبلة لن تكون دولة سلطوية دكتاتورية.

تكررت مفردة الدولة أكثر من مرة في مواد الإعلان الدستوري، كما جاء باب كامل لبيان آلية ونظام الحكم في المرحلة الانتقالية، ما نصه في مادة 17 " المجلس الوطني الانتقالي المؤقت هو أعلى سلطة في الدولة الليبية ... " (30) كما أوضح هذا الباب في المادة 30 نهاية تلك المرحلة ومتى تبدأ المرحلة اللاحقة المرتبطة بإعلان التحرير والتي يشرع بعدها الشعب الليبي في الانتخابات لاختيار الجسم السياسي الجديد المسمى " المؤتمر الوطني العام " والذي انتخب يوم 7 يوليو 2011 واستمر كأعلى سلطة تشريعية في ليبيا حتى تاريخ انتخاب مجلس النواب الليبي في 25 يونيو 2014 الذي لازال مستمرا في السلطة (31).

لم تكن تلك المراحل التي تلت انتهاء نظام القذافي بالمراحل السهلة، فقد سقطت دولة القذافي وفشل لغاية اليوم من أثوا بعده في إرساء دعائم الدولة الليبية المقبلة بل تقاتلوا في أكثر من مناسبة ومكان، ناهيك عن تنامي حجم الفساد المالي والإداري والسرقات التي طالت جل مؤسسات الدولة، كما تخطى المجتمع الدولي والدول الكبرى

على مساعدة الشعب الليبي في بناء الدولة الليبية وتثبيت دعائم الاستقرار على الأراضي الليبية.

بعد تدخل الأمم المتحدة في الأزمة السياسية الليبية وتكليف مندوب خاص بالملف الليبي للتشاور مع الأطراف السياسية الليبية، توصلت في نهاية المطاف إلى توقيع الاتفاق السياسي الذي اصطلح على تسميته " باتفاق الصخيرات" نسبة لمدينة الصخيرات المغربية التي وقع فيها الاتفاق بتاريخ 17 ديسمبر 2015، تضمن الاتفاق مقدمة وديباجة وثلاثون نقطة سميت " مبادئ حاكمة" و 67 مادة وعدد خمسة ملاحق، كما أفرز الاتفاق ثلاثة أجسام سياسية للدولة الليبية هي البرلمان والمجلس الأعلى للدولة والمجلس الرئاسي.

فيما يخص بحثنا جاء في النقطة الأولى من " مبادئ حاكمة" ما نصه " الالتزام بحماية وحدة ليبيا الوطنية والترايبية وسيادتها واستقلالها، وسيطرتها التامة على حدودها الدولية ورفض أي تدخل أجنبي في الشؤون الداخلية الليبية"⁽³²⁾ربما لم يرد مصطلح الدولة هنا لكن وردت كلمة ليبيا ذات المدلول التاريخي للرقعة الجغرافية للدولة الليبية، كما أكدت على وحدة ليبيا في إشارة لعدم السماح لأي مشروع يسعى لتقسيم البلاد مع رفض التدخلات الأجنبية في الشؤون المحلية، ما يؤكد سيادة الدولة الليبية المقبلة وسموها فوق أي إرادة أخرى، كما جاء في النقطة الثانية ما نصه " الالتزام بالإعلان الدستوري والعملية السياسية المبنية على مبادئ الديمقراطية والتداول السلمي للسلطة"⁽³³⁾نرى هنا أن الإعلان الدستوري الذي أشرنا له سابقا يعد مرجعية مهمة لهذا الاتفاق، مع التأكيد على مدنية الدولة الليبية المقبلة وضرورة التداول السلمي للسلطة.

رغم توقيع الاتفاق السياسي وتأييد المجتمع الدولي له، ودخول المجلس الرئاسي لمدينة طرابلس، ومباشرة أعماله منها منذ منتصف مارس 2016، إلا أن مجلس

النواب⁽³⁴⁾ لم يمنح الثقة لحكومة الوفاق المقترحة من قبل المجلس الرئاسي، كما نص الاتفاق السياسي على ذلك، ما دفع بالمجلس الرئاسي لتسمية وزراء وتفويضهم بممارسة مهامهم، حتى لا يحصل فراغ سياسي باعتبار الاتفاق السياسي دخل حيز التنفيذ من تاريخ التوقيع عليه واعتبرت الحكومات السابقة للاتفاق في حكم الملغى.

الدولة الليبية المدنية مطلب شعبي بعد فبراير 2011م، لكن العراقيل كثيرة كما استعرضنا سابقا والتحديات أكبر، ربما في مقدمتها أزمة الثقة بين الليبيين وانتشار السلاح والإرهاب والميليشيات التي تعمل فوق الدولة رافضة العمل على تكوين مؤسسة عسكرية، ناهيك عن الأزمة الاقتصادية الخانقة التي تمر بها البلاد من ثلاث سنوات، وإذا رجعنا للخلف قليلا سنجد أن المؤسسات التي كانت قائمة في عهد القذافي كانت مؤسسات هشة مبنية على أفراد جلهم من أعضاء حركة اللجان الثورية وأهل الثقة والمقربون من القذافي بحكم علاقاتهم الشخصية والقبلية، ذلك ما جعلها تنهار مع أول ضربة تعرضت لها، قابل ذلك التدمير الممنهج لتلك المؤسسات من قبل تيارات رافضة لفكرة الدولة الوطنية، مع صعود تيار ينادي بالفيدرالية وآخر يشدد على المركزية، كل ذلك أضعف التيار الوطني الذي يؤمن بالدولة الوطنية الموحدة ويرفض استعمال التيارات سابقة الذكر للعنف اللفظي والمادي لفرض فكرة الدولة، بالإضافة لصراع الأحزاب السياسية الليبية التي ولدت على عجل⁽³⁵⁾ بعد قطيعة من العمل الحزبي دامت خمسة وستون عاما منذ 1952، جاءت برامج الأحزاب السياسية متشابهة كما عكست البيئة الليبية القلقة⁽³⁶⁾.

خاتمة

يتضح من خلال البحث أن إشكالية بناء الدولة الليبية بعد فبراير 2011 تعد معقدة للغاية، مع تعنت كل الأطراف السياسية الليبية لإيجاد حل سلمي للأزمة، كما باتت البلاد منقسمة على نفسها سياسيا - فكريا - اجتماعيا - جغرافيا، رغم كل المحاولات

التي بذلت ورغم توقيع الاتفاق السياسي " اتفاق الصخيرات" الذي لم يتم تطبيق جل بنوده والتي ظلت حبرا على ورق، كما أن للتدخلات الإقليمية والعربية والدولية دورا في عدم إيجاد تسوية سياسية حقيقية للزمة لانحيازها لأطراف ضد أخرى.

لعل الحلول الناجعة لبناء الدولة الليبية تتم عبر تحويل الاتفاق السياسي لأرض الواقع بتنازل كل الأطراف الليبية لأجل الوطن، والعمل على عقد سياسي اجتماعي على نهج العقد الاجتماعي عند هوبز الذي يقول: " الدولة كالمجتمع نتيجة عقد مبرم بين المواطنين، يتضمن تنازلا عن حقوقهم، وتعهدا بالخضوع لسلطة حكم هي بمثابة الشخص الثالث ليس طرفا بالعقد"⁽³⁷⁾، ينتج عن العقد الاجتماعي سلطة تعمل على بناء الدولة والمحافظة علي سيادة القانون وفرض هيبتها وتفويضها لاستخدام القوة دون سواها من التنظيمات والجماعات داخل الدولة، إذ بالضرورة ستعمل الدولة على تأسيس المواطنة ومنح الفرص بالتساوي للكل.

الهوامش.

1. صدر قرار هيئة الأمم المتحدة/ الجمعية العامة بمنح ليبيا استقلالها يحمل الرقم 289 بتاريخ 21 نوفمبر 1949.
2. هارولد لاسكي، الدولة نظريا وعمليا، القاهرة، الهيئة العامة لقصور الثقافة، ط2، 2012، ص 18.
3. منذر الشاوي، فلسفة الدولة، عمان، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 33-34.
- (4) - هادي علوي، قاموس الدولة والاقتصاد، لبنان، دار الكنوز الأدبية، ط1، 1997، ص 11.
5. GOYARD-FABER, Simone, *L'État*, Paris, Armand Colin, 1999, p. 7.
6. مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، الزاوية، جامعة السابع من إبريل (سابقا)، ط1، 2007، ص 113.
7. المرجع نفسه، ص 113.
8. في هذا التاريخ أعلن الملك إدريس السنوسي استقلال ليبيا من مدينة بنغازي بقصر المنار.
- 9 - نص قرار الأمم المتحدة بمنح ليبيا استقلالها رقم 289 الصادر في 21 نوفمبر 1949 في النقطة الثالثة منه على " أن يقر ممثلو السكان في برقة وطرابلس وفران دستورا يتضمن شكل الحكم".

- 10 - سالم الكبتي، الدستور الليبي تاريخ وتطورات، بنغازي، دار الساقية للنشر، ط 1، 2012، ص 98.
- 11 - المرجع نفسه، ص 98.
- 12 - ألغى النظام الاتحادي بالقانون رقم 1 لسنة 1963.
- 13 - مصطفى بن حليم، صفحات مطوية من تاريخ ليبيا السياسي، كولونيا، منشورات الجمل، ط1، 2003، ص 127.
- 14 - **Mohamed. Ben Taher**, la formation de l'état libyen : contradictions et enjeux sociopolitiques 1911 -2011, Thèse pour obtenir le grade de docteur , **université de perpignan via domitia**, 2015 p. 288.
- 15 - صدر هذا البيان يوم 1 سبتمبر 1969 من مدينة بنغازي بعد سيطرة ضباط الجيش على مقر الإذاعة بالمدينة.
- 16 - زار جمال عبد الناصر ليبيا بتاريخ 22 يونيو 1970، وقال قولته المشهورة " ... أترككم وأنا أشعر أن أخي معمر القذافي هو الأمين على القومية العربية وعلى الثورة الليبية وعلى الوحدة العربية". للمزيد اطلع على الرابط التالي:
<http://www.elw3yalarabi.org/samy-sharaf/S-N-Facts-3.html>
- 17 - السجل القومي المجلد الأول 1969-1970، ص، 122-123.
- 18 - محمد يوسف المقرئ، ليبيا من الشرعية الدستورية إلى الشرعية الثورية، القاهرة، دار الاستقلال ومكتبة وهبة، ط1، 2008، ص 183-184.
- 19 - سالم الكبتي، الدستور الليبي تاريخ وتطورات، مرجع سبق ذكره، ص 250.
- 20 - للإطلاع على نص الإعلان كاملاً أنظر محمد يوسف المقرئ، ليبيا من الشرعية الدستورية إلى الشرعية الثورية، مرجع سبق ذكره ص 842-843.
- 21 - أنظر الفصل الثالث من الكتاب الأخضر، ص 127/128.
- 22 - المرجع نفسه، ص 140.
- 23 - المرجع نفسه، ص 139.
- 24 - أصدر مجلس قيادة الانقلاب القانون رقم 71 لسنة 1972 بشأن تجريم الحزبية بتاريخ 30 مايو 1972.
- 25 - للمزيد أنظر معا من أجل ليبيا الغد، طرابلس، مؤسسة القذافي للتنمية، شركة واحد تسعة للإعلام، 2006، ص 1.

- 26- للمزيد أنظر يوسف محمد الصواني، ليبيا الثورة وتحديات بناء الدولة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2013، ص 94-95-96-97-98-99-100.
- 27- أصدر مجلس الأمن الدولي بتاريخ 19 مارس 2011 قراراتين 1972-1973 لحماية المدنيين من قوات القذافي مع فرض حظر على الأجواء الليبية.
- 28 - للإطلاع على الإعلان الدستوري أنظر الرابط التالي:
https://www.constituteproject.org/constitution/Libya_2012.pdf?lang=ar
- 29 - للإطلاع على الإعلان الدستوري أنظر الرابط التالي:
https://www.constituteproject.org/constitution/Libya_2012.pdf?lang=ar
- 30 - للإطلاع على الإعلان الدستوري أنظر الرابط التالي:
https://www.constituteproject.org/constitution/Libya_2012.pdf?lang=ar
- 31 - أنظر فحوى القانون رقم 10 لسنة 2014 بشأن انتخاب مجلس النواب الصادر عن المؤتمر الوطني العام في 31 مارس 2014.
[http://security-legislation.ly/sites/default/files/583-Law%20No.%20\(10\)%20of%202014_ORG.pdf](http://security-legislation.ly/sites/default/files/583-Law%20No.%20(10)%20of%202014_ORG.pdf)
- 32 - أنظر إلى الاتفاق السياسي الليبي على الرابط التالي:
<https://www.temehu.com/GNA/Libyan-Political-Agreement-17-December-2015-arabic.pdf>
- 33 - أنظر إلى الاتفاق السياسي الليبي على الرابط التالي:
<https://www.temehu.com/GNA/Libyan-Political-Agreement-17-December-2015-arabic.pdf>
- 34 - في يناير 2016 أقر مجلس النواب الاتفاق السياسي لكنه رفضه لاحقا محتجا على المادة الثامنة منه.
- 35 - صدر قانون تنظيم الأحزاب السياسية رقم 29 في 2 مايو 2012، بالإضافة إلى القانون بشأن ضوابط الكيانات السياسية الرقم 30 الصادر في 24 أبريل 2012.
- 36 - زاهي بشير المغيربي، "المشهد السياسي الليبي: صعود قوى جديدة" مدونة خواطر، أكتوبر 2011،
http://khawatter-ly.blogspot.com/2011/10/blog-post_12.html
- 37 - فاروق سعد، تراث الفكر السياسي قبل الأمير وبعده، المغرب، دار الآفاق الجديدة، ط 20، 1994، ص 257.

مناقشة الوسط الطلابي للأخبار- دراسة لطلبة جامعة طرابلس

د. إبراهيم علي عمر

كلية الفنون والإعلام /جامعة طرابلس

مشكلة الدراسة

إن تلقي الأخبار ومتابعتها لا يقتصر فقط على مجرد استقبالها وتلقيها بل هو عملية مركبة حيث لا ينتهي دور المتلقي وأهميته عادة كطرف في عملية الاتصال بوصول الرسالة واعتبارها مرحلة نهائية.

إن المتلقي طرف فاعل وبشكل خاص حين يتعلق الأمر بمحتويات الأخبار والتي تتصل باهتمامات المتلقي ومحيطه في الغالب. حيث تكون مناقشة الأخبار والتعليق عليها واتخاذ موقف منها جزء من عملية تواصلية واجتماعية تتسم بالتعقيد. ان مناقشة الأخبار خاصة داخل وسط يتسم بدرجة كبيرة من التجانس ولديه درجة كبيرة من التعليم والمعرفة ألا وهو الوسط الطلابي مسألة تقع ضمن مجالات التواصل بين أفراد هذه الفئة المهمة من المجتمع.

وقد قسم عمر بشير الطويبي الأغراض من المناقشة الجماعية إلى فئتين. " الأغراض الشخصية وهي التي تتصل بإشباع الحاجات النفسية. والأغراض الوظيفية وهي تتصل بإنجاز الأعمال والمهام وهي لذلك موضوعية وغير شخصية".⁽¹⁾

وحسب هذا التصنيف فأننا يمكن ان ندرج مناقشة الأخبار بين الطلاب ضمن الفئة الأولى باعتبار أن المناقشة تتم بشكل تلقائي في الغالب ونابع من دوافع شخصية بغية توسيع المدارك أو لتحقيق اشباعات نفسية أو اجتماعية يمارسها عادة الأفراد داخل الجماعة.

وحسب عمر الطويبي فإن الفرد تدفعه عدة أسباب للدخول في المناقشة للأغراض الشخصية وهذه الأسباب هي:

أولاً: أسباب اجتماعية تنبع من حاجة الفرد وارتباطه وانتمائه بالآخرين.

ثانياً: أسباب تتعلق بالحاجة للتفيس عن ضغوطات اجتماعية مختلفة.

ثالثاً: أسباب تعليمية حيث يسعى الفرد للانغماس في المشاركة مع الآخرين بهدف توسيع مداركه وزيادة معلوماته. (2)

وفي علم النفس التجريبي فإن تأثير المجموعة كان موضوع دراسات منتظمة لما يقارب من نصف قرن ورغم انه لا توجد نظرية محددة لتفسير كيف يعمل التأثير الاجتماعي فإن هناك مبادئ ومفاهيم تطورت عبر الوقت واحدة من الاكتشافات المهمة قدمت بواسطة ديوتش وجيرارد Deutsch Gerard & يفرقان بين شكلين من التأثير الاجتماعي: سلوكي، وتعليمي.

" التأثير الاجتماعي السلوكي يقع حين يكون شخصا ما مدفوعا بالرغبة للامتثال للتوقعات الايجابية للآخرين. والدوافع لتحقيق هذه التوقعات السلوكية يكمن في جملة من المكافآت يمكن تحقيقها كالثقة بالنفس والقبول الاجتماعي وتجنب العقوبات السلبية التي تنتج عن السلوك المنحرف كالعزل الاجتماعي او الاغتراب. ان الأثر الاجتماعي السلوكي هو جوهر نظرية نيومان حول الأقلية الصامتة في مواجهة ضغط الأغلبية.

" التأثير الاجتماعي التعليمي بالمقابل يقع حين يتقبل الأفراد آراء وأفعال الآخرين كدليل ملموس عن الواقع. الأفراد يتعلمون عن العالم جزئيا من الاختلاف مع الآخرين ويقعون تحت تأثير الجماعة ليس بسبب مبادئ الجماعة ولكن أيضا بسبب النقاش والحوار الذي يبرز داخل الجماعة ، ومن خلال مقارنة الآراء بآراء الآخرين". (3)

المناقشة حظيت باهتمام كبير وكانت محور دراسات هابر ماز في نظريته حول المجال العام الذي يرى بأنه نشأ أول الأمر في المقاهي والصالونات في أوروبا حيث كان الناس يلتقون في الأماكن العامة ويناقشون قضايا الساعة التي تشغل بالهم. النقاش والقضايا المطروحة هنا هي انعكاس لما يتابعونه في وسائل الإعلام . (4)

أما تومبسون Thompson فيرى بأن الأفراد يناقشون مضمون وسائل الإعلام ويحولون هذا المضمون ويعيدون صياغته حين يتناقشون. فيعلقون عليه أو يفسرونه أو يسخرون منه، إن المناقشة لدى تومبسون هنا هي نوع من تنمية المهارات. (5) جون تومبسون يشدد على أن الأفراد يقومون بنوع من هضم الرسائل الإعلامية ويعيدون فهمها وتفسيرها حيث "يتشاركونها مع مجموعات كبيرة من الأفراد والذين قد يكونوا أو لا يكونوا قد انغمسوا في عملية التلقي لتلك الرسائل الأصلية. ولهذا فالرسائل الإعلامية تمتد ابعداً من سياق التلقي الأولي وتتحول من خلال عملية مستمرة من السرد وإعادة السرد والتفسير وإعادة التفسير والتعليق عليها والسخرية منها وانتقادها. إن هذه العملية قد تحدث في ظروف متعددة: في المنزل أو الهاتف أو مكان العمل وقد تشمل عدد كبير من المشاركين". (6)

حسب تومسون فإن الرسائل الإعلامية توسع فهم ومدارك الأفراد كما أنها ومن خلال إعادة سردها فإن الرسائل الإعلامية تحمل وجهات وقراءات مختلفة .

وقد ميز تومبسون بين ثلاثة أنواع من أشكال التفاعل بين الأفراد وهي التفاعل وجها لوجه بشكل مباشر كما هو الحال أثناء تبادل الأحاديث المباشرة وحين تلقي الناس في الأماكن العامة كالأسواق والتجمعات الأخرى وهذا النوع من الأحاديث عادة غني بالإيماءات والإشارات.

أما النوع الثاني حسب تومبسون هو التفاعل عبر الوسائط و الوسائل المختلفة الوسيطة في عملية الاتصال من استخدام الكتابة على الورق أو الأشكال الأخرى الالكترونية. وهذا النوع يفتقر إلى حد كبير للحميمية ولغة الإشارة وإن كان يمتد في الزمان والمكان والأحاديث عادة مباشرة وتتجاوز المكان كما هو الحال في الاتصالات الهاتفية مثلا أما النوع الأخير حسب تومبسون فهو شبه التفاعل بالوسائط وهو التفاعل الذي يتم عبر وسائل الإعلام حيث يمكن مشاهدة برنامج ثم التعليق عليه مثلا .

أما النوع الأخير هو تواصل أحادي الجانب في اغلب الأحيان. والفكرة المهمة عند تومسون هو أن هناك تزايد في المناقشات لمضمون الرسائل الإعلامية.(7)

ويتضح لنا أن المناقشة ليست مجرد تعليقات أو نوع من المسيرة أنها عملية معقدة تبدأ بتلقي الرسالة الإعلامية ثم بإعادة سردها والتعليق عليها وأثناء تبادل هذه الرسائل مع الآخرين فإنها حسب تومسون تصبح جزء من نسيج حياة الأفراد وليس فقط سردهم لها.

إن دراسة مثل هذه الظاهرة في الوسط الجامعي تأخذ أهمية كبرى إذ إن فئة الطلاب هم فئة واعية ومتقفة وملمة وبالتالي فإن دراسة مناقشة مضامين الوسائل الإعلامية داخل هذا الوسط تكتسي أهمية بالغة دون ادني شك.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة في كونها تختبر مدى متابعة الطلاب للأخبار وأهمية المناقشة في استيعاب وفهم جذور وتداعيات القصص الإخبارية من خلال المناقشة. حيث تكون المناقشة داخل الوسط الطلابي شاملة لعدد من القضايا ومن ضمن مواضيع النقاش الجوانب المتعلقة بمتابعة الأخبار وذلك باعتبار فئة الطلاب فئة متعلمة من ناحية ومن ناحية أخرى فإن جامعة طرابلس كحالة للدراسة تشمل فئات وشرائح اجتماعية

مختلفة وهي بالتالي من أكثر المؤسسات ملائمة لدراسة الفئات المتعلمة وتعكس طيف اجتماعي واسع.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات وهي:

- 1- ما إذا كانت المناقشة تعد سلوك وممارسة لدى الأوساط المتعلمة
- 2- هل لعامل الثقة أهمية في المناقشة
- 3- ما إذا كانت المناقشة ممارسة تعزز استيعاب الأخبار وتسهم في رفع الوعي السياسي لدى فئة الطلاب .

الفرضيات

- صاغ الباحث عدد من الفرضيات والتي تسعى الدراسة للتحقق من صحتها.
- الفرضية الأولى: اغلب طلاب الجامعة يناقشون الأخبار بدرجة كبيرة.
- الفرضية الثانية : عامل الثقة عنصر أساسي لعملية المناقشة.
- الفرضية الثالثة : المناقشة الصحية تتم بين عدد محدود من الطلاب.

منهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية، لذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي للدراسة من خلال وصف وتفسير الظاهرة محل الدراسة لغرض الوصول إلى لنتائج التي تساعد على التحقق من فرضيات الدراسة.

أدوات الدراسة

تم استخدام استمارة الاستبيان لجمع المعلومات، وتكونت من 15 سؤال اندرجت في ثلاثة محاور رئيسية.

المحور الأول: يتعلق بمتابعة الأخبار ودرجة المواظبة على المتابعة والوسائل المفضلة لمتابعة الأخبار ونوعية الأخبار المفضلة.

المحور الثاني: يتعلق بمناقشة الأخبار ودرجة المواظبة عليها.

المحور الثالث: أجواء المناقشة ومكانها أهمية عامل الثقة وعدد الأفراد المفضلين في المناقشة .

وتم استخدام عينة تجريبية لاختبار صلاحية ودقة الاستبيان وتم توزيعه على عينة من 30 مفردة، كما تم عرض الاستمارة على محكمين، وتم إجراء تعديلات على صياغة وترتيب الأسئلة.

مجتمع الدراسة والعينة

أجريت الدراسة بجامعة طرابلس في أكتوبر 2016 وهي اكبر الجامعات الليبية وتم توزيع استمارات الاستبيان في أربع كليات هي الهندسة والقانون والآداب والاقتصاد والعلوم السياسية. وتم إتباع أسلوب العينة المتاحة وهو احد أنواع العينات غير الاحتمالية. وتستخدم العينة غير الاحتمالية خاصة بأسلوب العينة المتاحة حين يكتفي الباحث بما هو متاح. وتبدو العينات غير الاحتمالية مناسبة في تلك البحوث التي لا يهدف من ورائها إلى تعميم النتائج على مجموع السكان. كما تتسم بأنها توفر الوقت والكلفة.⁽⁸⁾

وتكونت العينة من 160 مفردة تم اختيار 40 من كل كلية. وتم الغاء 25 استمارة واحتساب العينة من 135. وتم إجراء الدراسة في مارس - ابريل 2016 .

عرض وتحليل البيانات

جدول رقم(1) يبين توزيع نسبة العينة بين الجنسين

الجنس	ك	%
ذكر	62	45.93
أنثى	73	54.07
المجموع	135	100

من خلال الجدول رقم(1) الذي يحدد جنس المبحوثين نجد أن هناك تفاوتاً بسيطاً وزيادة في نسبة الإناث بنسبة 54.07% بينما الذكور 45.93%.

جدول رقم (2) يوضح مدى متابعة الأخبار بين أفراد العينة

درجة المتابعة	ك	%
دائماً	21	15.56
أحياناً	34	25.18
نادراً	26	19.26
حسب الأحداث	54	40
المجموع	135	100

نلاحظ أن النسبة الأعلى تتابع الأخبار حسب الأحداث بنسبة 40% مما يعطي أيضاً تأكيداً لما سبق أن اشرنا إليه وهو أن الظروف الحالية لليبيا ترفع من درجة الاهتمام والمتابعة للأخبار وبلغت نسبة المواطنين على متابعة الأخبار نسبة بلغت 15.56% فيما تبلع الذين أجابوا بأنهم نادراً ما يتابعون الأخبار بنسبة 19.26% ويمكن بشكل عام أن نلاحظ أن نسبة متابعة الأخبار مرتفعة بين أفراد العينة الأمر الذي يعود بالدرجة الأولى لطبيعة أفراد العينة وارتفاع مستوى التعليم والوعي .

جدول رقم (3) بين عادات متابعة الأخبار لدى أفراد العينة

مشاهدة الأخبار	ك	%
نعم	95	70.37
لا	40	29.63
المجموع	135	100

نلاحظ ارتفاع نسبة الذين يتابعون الأخبار حيث بلغت نسبتهم 70.37% وهو أمر يعود لطبيعة أفراد العينة والتي تمثل فئة الطلاب الجامعيين وعامل التعليم هنا عامل مهم إضافة إلى عامل العمر ومرحلة الشباب والطموح وإذا أخذنا في اعتبارنا أيضا ظروف ليبيا السياسية والاقتصادية الصعبة حاليا سنجد أن الإقبال على متابعة الأخبار أمر يتسم بالأهمية لكل أفراد العينة.

ويثبت كل من الجدول رقم 2 و 3 صحة الفرضية الأولى التي وضعها الباحث والتي تقول أن اغلب الطلاب يناقشون الأخبار بدرجة كبيرة.

جدول رقم (4) بين مصادر الأخبار لدى أفراد العينة

المصدر	ك	%
التلفزيون	65	48.15
الراديو	11	8.15
الصحف	4	2.96
الانترنت	55	40.74
المجموع	135	100

يبين الجدول السابق أن التلفزيون يحتل المكانة الأولى كمصدر للأخبار بنسبة 48.15% من أفراد العينة ويلها الانترنت بنسبة مقاربة وهي 40.74% تقريبا. فيما المصادر الأخرى الراديو والصحف هي أقل أهمية. ونلاحظ تقارب درجة الاعتماد على التلفزيون والانترنت كمصادر للأخبار وهو أمر يمكن تبريره باعتبار فئة العينة هي فئة ذات تعليم جيد وقادرة على استخدام والانترنت بشكل يجعله مصدر مهم للأخبار.

جدول رقم (5) درجة تفضيل مناقشة الأخبار

المدامومة	ك	%
نعم	20	14.81
لا	36	26.67
أحيانا	45	33.33
حسب الأحداث	34	25.19
المجموع	135	100

يظهر الجدول أن غالبية أفراد العينة تناقش الأخبار ولكن تختلف في درجة المواظبة على المناقشة فنسبة 14.81% تقريبا تناقش الأخبار بينما نسبة 33.33% تناقشها أحيانا ونسبة 25.19% تناقش الأخبار حسب الأحداث في المقابل فان الذين لا يناقشون الأخبار هم 26.67% تقريبا. وهذا يثبت صحة الفرضية الأولى التي وضعها الباحث القائلة بان أفراد العينة يناقشون الأخبار.

جدول (6) الأطراف المفضلة في مناقشة الأخبار

الأطراف	ك	%
الأصدقاء	49	36.30
زملاء الجامعة	22	16.30
زملاء العمل	18	13.33
الأسرة	46	34.07
المجموع	135	100

يبين الجدول السابق رقم (6) أن النسبة العالية للأطراف الذين تتم المناقشة معهم حول الأخبار عم الأصدقاء بنسبة 36.30% والأسرة بنسبة مقاربة جدا 34.07% فيما زملاء الدراسة وزملاء العمل نسبة اقل ويعود الأمر لطبيعة الظروف السياسية التي تمر بها ليبيا والانقسام الذي يتحول بين الوقت والآخر لصدامات مسلحة بين المدن والقبائل والمليشيات وهذه الاضطرابات التي أعقبت سقوط نظام القذافي سنة 2011. لها انعكاسات على الوسط الطلابي في الجامعات مما يعني أن النقاشات والاختلافات لها تبعات خطيرة مما يجعل الطلاب يعتمدون على العلاقات

الحميمة الأصدقاء والأسرة كضمان مناسب لتجنب تبعات النقاشات المفتوحة. وهذا يؤكد صحة الفرضية الثانية التي وضعها الباحث والقائلة بأن الفرضية الثانية : إن عامل الثقة عنصر أساسي لعملية المناقشة.

جدول (7) أهمية عامل الثقة في المناقشة

أهمية الثقة	ك	%
ضرورية جدا	62	45.93
ضرورية	47	34.81
ليست ضرورية	26	19.26
المجموع	135	100

يبين الجدول رقم (7) الأهمية التي يوليها أفراد العينة لعنصر الثقة كشرط تبني عليه المناقشة الصحيحة والتلقائية حيث يعتبر نسبة 45.93% أنها ضرورية جدا للمناقشة فيما يعتبرها 34.81% أنها ضرورية ونسبة قليلة جدا حوالي 19.26% ترى الثقة ليست مهمة.

وهذا الجدول يفسر لنا سبب تفضيل أفراد العينة لمناقشة الأخبار إما مع الأصدقاء أو الأسرة وأن عامل الثقة واضح كشرط أساسي للمناقشة. ويثبت كل من الجدول رقم 5 و 6 صحة الفرضية الثانية التي وضعها الباحث والتي تقول أن عامل الثقة عنصر أساسي في عملية المناقشة.

جدول رقم (8) العدد المفضل للمناقشة

العدد	ك	%
شخصين	54	40
3 أشخاص	29	21.48
4 أشخاص	26	19.26
5 أشخاص فأكثر	26	19.26
المجموع	135	100

يبين الجدول رقم (8) أن نسبة الذين يفضلون أن يكون النقاش بين شخصين نسبة مرتفعة بينما تقل نسبة الذين يفضلون المناقشة داخل مجموعة مكونة من أربعة أشخاص أو خمسة أشخاص فأكثر، وهو تأكيد للفكرة السابقة أن الجو الملائم للمناقشة وتبادل الآراء والإفصاح عن المواقف يتم عادة في جو الثقة من ناحية وأيضاً التوافق والحذر من ناحية أخرى. ويثبت الجدول رقم 8 صحة ما نصت عليه الفرضية التي وضعها الباحث والتي تقول أن المناقشة الصحية تتم بين عدد محدود من الطلاب..

جدول(9) نوعية الأخبار موضوع المناقشة

نوعية الأخبار	ك	%
سياسية	60	30
ثقافية	33	16.5
رياضية	34	17
علمية	20	10
فنية	35	17.5
اقتصادية	18	9

الجدول السابق يظهر نوعية الأخبار الأكثر مناقشة بين أفراد العينة وتظهر النسبة أن 30% يناقشون المواضيع السياسية في حين الأخبار الفنية والرياضية والثقافية هي بنسب متقاربة. واضح أن الاهتمام الأكبر للمواضيع السياسية وهذا له عدة أسباب أولها الوضع الذي تمر به ليبيا من حروب وصدامات وخلافات. إما السبب الثاني فيعود لطبيعة أفراد العينة الذين هم كوادرن وخب المستقبل الذين يولون بالضرورة اهتماماً للشأن السياسي كما أن احتلال الأخبار السياسية للإعلام المحلي وشبكات التواصل الاجتماعي يجعل المواضيع السياسية تحظى باهتمام أكبر بالضرورة. كما يمكن أن يفسر لنا ارتفاع نسبة المواضيع السياسية في المناقشة بين أفراد العينة حرص أفراد العينة على أهمية عامل الثقة كما سبقت الإشارة نظراً لحساسية المرحلة التي تمر بها ليبيا وحجم وخطورة الانقسامات.

جدول (10) المكان المفضل للمناقشة

المكان	ك	%
المقهى	26	19.26
الجامعة	19	14.07
المنزل	34	25.19
لا مكان محدد	56	41.48
المجموع	135	100

يبين الجدول السابق توزيع أهمية المكان للمناقشة. وتظهر النسب أن أفراد العينة لا يرون أن للمكان أهمية تذكر ما يقارب 41.48% لا مكان محدد لديهم للمناقشة حيث يمكن أن تتم في أي مكان وهذا يعود لطبيعة أفراد العينة وهم من الشباب القادر على التواصل والحوار في أماكن وبوسائل مختلفة.

مناقشة النتائج

أظهرت الدراسة اهتماما ملحوظا بمتابعة الأخبار إن نسبة الذين يتابعون الأخبار بلغت ما يقارب 70% . وهو أمر ايجابي باعتبار أن ذلك يعكس اهتمام أفراد العينة بالشأن العام. وتذهب بعض الدراسات إلى إن متابعة الأخبار ليست مسألة الحصول على معلومات فحسب. بل أنها تقدم العالم للمتلقي. لكن ذلك لا يخلو من خطر تقديم تصور عن العالم للمتلقي.⁽⁹⁾

ومن هنا فإن أهمية المناقشة تأتي لتعطي بعد أعمق للأخبار فهي تعيد تفسيرها ضمن سياق اجتماعي تتم فيه تبادل لوجهات النظر واتخاذ موقف مختلفة من الموضوعات الإخبارية موضوع المناقشة.

رغم أن التلقي في ذاته هو شأن فردي كما هو الحال في مشاهدة التلفزيون لكن التجربة الحاصلة من المشاهدة والتي ينقلها الأفراد إلى دائرة التفاعل الاجتماعي حين

تتم مناقشة البرامج ومحتوياتها فيتحول الفعل هنا إلى فعل اجتماعي يعتبره البعض أساسيا للمجال العام وفق مفهوم هامبرماس.

وبينما المشاهدة في أغلبها تتم في البيت والذي يعتبر مجال شخصي فان الحديث والمناقشة هي مرحلة تالية في الغالب وهي تدخل في إطار التفاعل الاجتماعي والثقافي (sociocultural interaction).⁽¹⁰⁾

كما بينت الدراسة أن مناقشة الأخبار نشاط يقوم به أغلب أفراد العينة حيث يتبن أن نسبة قليلة هم من لا يناقشون الأخبار ونسبتهم تقارب 27% فيما أفراد العينة الذين يفضلون مناقشة الأخبار نسبتهم 15% والذين يناقشون الأخبار أحيانا 33% أما 25% فيناقشون الأخبار حسب طبيعة وأهمية الأحداث.

وهذا يعكس مسألتين أولهما نسبة الوعي والاهتمام لدى أفراد العينة وأهمية المناقشة كسلوك يترتب على متابعة وتلقي الأخبار وهذا يحيلنا إلى مسألة مهمة وهي أن الجمهور هنا ليس متلقي سلبي يتلقى ويصدق الأخبار إنما هو متلقي يتفاعل مع الأخبار ويتخذ موقف منها يترجمها بشكل ما من خلال مناقشتها مع الآخرين.

"إن أفراد الجمهور يعيدون بناء الأخبار في أدمغتهم كي تعطي معنى و يوسعونها أو يبسطونها ويضمنون أجزاء منها ضمن مخزوننا تهم المعرفية بينما أجزاء أخرى يتم استبعادها"⁽¹¹⁾

أما العنصر الآخر المهم فهو درجة الحذر التي يتسم بها سلوك المناقشة حيث يفضل أفراد العينة أن يناقش الأخبار إما مع الأصدقاء بنسبة 36% أو مع أفراد الأسرة بنسبة 34% وهذا يعكس درجة من الحذر لدى أفراد العينة.

وقد أظهرت دراسة أخرى نتائج مقارنة إذ أظهرت أن نسبة عالية من الذين يتابعون الأخبار السياسية يفضلون مناقشتها بنسبة ما يقارب 48%.⁽¹²⁾

وتشير نفس الدراسة إلى أن نسبة 51% من أفراد العينة يفضلون مناقشة الأخبار مع الأصدقاء بينما نسبة 40% يفضلون الأسرة. وهو ما يفسر على أن الأفراد عادة ما يشعرون بالراحة والصراحة أكثر مع الأصدقاء وأفراد الأسرة. حيث يجنبهم ذلك تقييم الآخرين أو السخرية منهم كما أن الثقة تضمن شعور الأفراد بالسرية وهو عنصر مهم خاصة في القضايا السياسية التي تتطوي عادة على اتخاذ مواقف أو ممارسة نقدية قد تعرض الأفراد للمضايقة أو الخطر. (13)

وما يدعو للتوقف هنا هو كون الدراسة المشار إليها قد تمت في صيف 2006. مما يعني أن الخوف كان بسبب أجهزة الدولة الأمنية. في حين الدراسة الحالية أجريت 2016 والخوف هنا ليس من الأجهزة الأمنية إنما من الأطراف المسلحة المختلفة والمليشيات.

و من خلال المناقشة فإن الأفراد بإمكانهم أن يصلون تجاربهم الخاصة مع عالم السياسة. والحديث السياسي يحدث دائما في مجال خاص. ولكن مدخلاته من معلومات ومواضيع ومسائل تأتي من عوالم خارج المجال الخاص خصوصا من المنظومة السياسية وعالم السياسة. ومخرجاته كالرأي العام موضوعات التفصيلات الانتخابية ونشاطات المشاركة. هي تغذية راجعة للمنظومة السياسية وعالم السياسة. (14)

وحسب هذا الطرح فإن الحديث في الشأن السياسي أو المناقشات ذات الطابع السياسي هي مفيدة للأفراد باعتبارها تخلق جسورا بين تجاربهم الخاصة وعالم السياسة والمنظومة السياسية كلها. فموضوعات النقاشات من مسائل وموضوعات ومعلومات تأتي من مجالات أكثر اتساعا من العالم الشخصي تأتي من المحيط من وسائل الإعلام من الإطلاع والمتابعة. وحين يتمخض عن هذه الأحاديث والنقاشات رأي عام

أو مواقف جمعية فإنها تتبلور في شكل تغذية راجعة أو ضاغطة على كامل البنية السياسية أو النظام السياسي.

وفق هذا الطرح فإن المناقشة في المسائل السياسية ليست مجرد حديث، ولا تقتصر موضوعات المناقشة بين أفراد العينة على الأمور السياسية فحسب ، فقد أظهرت الدراسة أن أفراد العينة يتابعون بنسب متفاوتة نوعيات أخرى من الأخبار الفنية بنسبة 17.5% والأخبار الرياضة بنفس النسبة تقريبا الأخبار الثقافية بنسبة 16% وهذا يعود لطبيعة العينة فهي من فئة الشباب الجامعي الذي يعطي اهتمام لنوعيات مختلفة من الأخبار خاصة الثقافية والفنية والرياضية وإن كانت الظروف العامة التي تمر بها ليبيا في هذه المرحلة من التاريخ تجعل الأخبار السياسية أكثر حضورا بحكم تأثير مجريات الأحداث على الوضع الشخصي والمعيشي للأفراد؛ لهذا فإن دراسات أخرى مستقبلا قد تظهر بعض الدلالات والنتائج المختلفة.

اختلاف الاهتمامات بنوعية معينة من الأخبار هو بالتأكيد ظاهرة أخرى تتعلق بالثقافة والتكوين والميول. وذلك لا ينعكس على نوعية الأخبار فقط بل يذهب البعض إلى أنه يؤثر في تفسير واستيعاب الأخبار نفسها "إن هناك بنى معرفية مختلفة بين الأفراد تؤثر في تفسيراتهم وفهمهم للأخبار. إن نفس موضوعات الأخبار قد ينجم عنها تفسيرات مركبة بين مختلف المشاهدين باعتبار أن ظروفهم الشخصية تختلف. وباعتبار أن المعرفة تختلف والتجربة الشخصية والاهتمامات والموقف الاجتماعي للمتلقين له انعكاسات على الشكل الذي هو أو هي يقوم به بتفسير الموضوع الإخباري". (15)

إن ما يمكن أن نخلص إليه هو أن مناقشة الأخبار هي سلوك مهم يجعل للمتلقي موقف من مواضيع الأخبار كما أن ظروف وأجواء المناقشة داخل مؤسسة علمية

كبيرة في ليبيا تعطي مؤشرات هامة عن طبيعة المناخ السياسي بشكل عام إذ أن الحذر وتفضيل الأجواء الخاصة والحميمة يعكس درجة من القلق والتخوف لدى أفراد العينة من تبعات مناقشاتهم ومواقفهم. أما اهتمام أفراد العينة بالأخبار ومناقشتها بشكل عام هو لا شك ظاهرة ايجابية تعكس درجة من الاهتمام والنضج لدى أفراد العينة.

الهوامش:

- 1- عمر الطويبي- المناقشة الجماعية أصولها ومبادئها- الدار العربية للكتاب- طرابلس 1984 ص 17
- 2- المرجع السابق ص 17
- 3- Price v, Nir L &cappella j, Normative and Information Influence in online political Discussion, 16(2006) communication Theory , 47-74.
P49
- 4- انتوني غدنز- علم الاجتماع ترجمة فايز صايغ- مركز دراسات الوحدة العربية -بيروت-2005 ص12
- 5- المرجع نفسه ص 516
- 6- Thompson J 1995The media and modernity A social theory of the media, polity Press, Oxford.pp42-43.
- 7- انتوني غدنز مرجع سابق ص 516،517
- 8-Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). Mass media research: an introduction.9th Edition. Belmont [Calif.], Wadsworth Pub.p90
- 9-D Buckingham(2000)The Making of Citizens Young people news and -
17.18politics. ROUTLEDGE London. PP

10–Dahlgren, Peter. 2000. Television and the Public Sphere. London: SAGE
p18

11–C.Schaap (2009) Interpreting Television News, Walter de -
GruyterGmbH&Co.KG,Berlin. P61

12–Ali Omer, Ibrahim (2009) Libya and News Media: the production and
reception of new-media news output. unpublished phd thesis, Northumbria
University.P227

13-. المرجع نفسه ص228

14–JoohanKim,Robert O.Wyatt&Elihu Katz " News, Talk, Opinion, Participation:
The Part Played by Conversation in Deliberative Democracy" in Political
Communication ,16 (1999) 361–385.p362

15–C.Schaap (2009) P: 65

التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك

(دراسة ميدانية)

د. آمنة محمد عبد القادر القندوز

كلية الآداب/ جامعة مصراتة

المقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة في تكنولوجيا الاتصال ما أثر في كافة مجالات حياتنا، وساهم في حل الكثير من المشكلات، ولعل التجارة الإلكترونية أحد أهم تقنيات تكنولوجيا الاتصال للحصول على السلعة بأقل جهد وأدنى تكاليف وأقصر وقت، وبهذا تكون شبكة الإنترنت قد أعطت فرصة للمتسوقين من مواقع التجارة الإلكترونية الشراء في أي وقت يشاءون دون الخروج من منازلهم.

إن التجارة الإلكترونية لا تقتصر فقط على مستخدمي الإنترنت المستهلكين، وإنما أيضا تضم التبادلات التجارية عبر الإنترنت التي تتم بين الشركات، وهذا الأمر من شأنه مضاعفة مبيعات الشركات من خلال الدخول في اتصالات مع بعض المهتمين على شبكة الإنترنت.⁽¹⁾

وتشمل الدراسة ثلاثة فصول وهي على التوالي: الفصل الأول: الإطار العام للبحث، الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث، الفصل الثالث: الإطار الميداني للبحث.

الإطار العام للبحث

مشكلة البحث:

إن التطور في تكنولوجيا الاتصال سهل عملية التبادل التجاري للسلع، حيث أدرك المستهلكون المزايا المرتبطة بالتسوق عبر الإنترنت، فالمستهلك يستطيع شراء عبر الإنترنت بواسطة بدائل كثيرة متاحة تساعد في عملية التسوق، لأنه يوفر تكاليف التنقل لاختيار السلعة التي يريدون بالسعر المناسب ودون مغادرة المنزل.

وتساهم التجارة الإلكترونية في تعديل اتجاهات المستهلكين، ويصاحب ذلك أنماط استهلاك جديدة مما يفرض أعباء استهلاكية قد تدفع الناس إلى استهلاك أكثر من حاجتهم الفعلية، حيث إن الإعلان عن السلعة عبر الإنترنت يدفع الناس إلى اتخاذ قرار الشراء دون النظر إلى جودة السلعة، فالإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت مثلاً يساهم في التعريف بالسلعة وجذب الاهتمام إليها.

هذا وقد انعقد المؤتمر الأول للتجارة الإلكترونية في ليبيا يومي السبت والأحد (1-2 ديسمبر 2012)، حيث يهدف المؤتمر إلى تطوير آليات التجارة الإلكترونية في الاقتصاد وتسويق الخدمات الليبية الصناعية والسياحية والعقارية، وأيضاً التأكيد على أن التجارة الإلكترونية قد فرضت نفسها بقوة في سوق العمل، وبالتالي أصبح من الضرورة استعمالها في جميع المجالات (المصارف، المصانع، الشركات... الخ)، وأيضاً يهدف إلى ضرورة تعليم المؤهلين من خريجي الجامعات والمعاهد هذا العلم، حيث إنه أحد الحلول المثلى للحد من البطالة، وقد خرج بتوصيات منها تشغيل شباب الوطن والحد من البطالة، وزيادة عائدات وتنشيط السياحة الليبية، وتفعيل هذا العلم للصحافة الإلكترونية، ودور هذا العلم في الرقي بالمصارف، واستخدام آليات هذا العلم

في زيادة الصادرات الليبية، وإلزام تعيين مسوق إلكتروني بكل شركة ومصنع ومصرف.⁽²⁾

وتتبلور مشكلة البحث في تساؤل رئيس هو: ما هو دور التجارة الإلكترونية في سلوك المستهلك؟

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

1- تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تتناول مجالا جوهريا يتعلق بالتجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في توجيه السلوك الشرائي للمستهلك، وتحديد درجة تأثير التجارة الإلكترونية مثل تغيير اتجاهات المستهلكين، أو تكوين اتجاهات جديدة نحو السلع المعروضة على مواقع التسوق الإلكتروني.

2- إثراء الرصيد النظري المتراكم في مجال علم الاجتماع الاقتصادي، وعلم اجتماع الاتصال.

الأهمية التطبيقية:

1- تكتسب الدراسة أهميتها التطبيقية كونها تحاول الوصول إلى حقائق عن واقع التجارة الإلكترونية والاستهلاك عبر الإنترنت في المجتمع الليبي.

2- رصد دوافع سلوك المستهلك الذي يتسوق عبر الإنترنت كوسيلة لشراء حاجياته.

أهداف الدراسة:

معرفة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (نوع المستهلك-عمر المستهلك-المستوى التعليمي للمستهلك-الحالة الاجتماعية للمستهلك-دخل المستهلك-مهنة المستهلك-

حجم أفراد أسرة المستهلك-مهارة المستهلك في استخدام الإنترنت-عدد ساعات استخدام الإنترنت) ومدى درجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.

فرضيات الدراسة:

- 1-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 2-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمر المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 3-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعليم المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 4-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية للمستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 5-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دخل المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 6-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مهنة المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 7-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم أفراد أسرة المستهلك ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 8-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مهارة المستهلك في استخدام الإنترنت ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 9-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد ساعات استخدام المستهلك للإنترنت يوميا ودرجة التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.

الإجراءات المنهجية للبحث:

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

نوع الدراسة وصفية تحليلية، والمنهج المستخدم في الدراسة منهج المسح الاجتماعي ، ويبدو للباحثة أن أنسب المناهج لتحقيق أهداف الدراسة هو المسح الاجتماعي باستخدام العينة.

مجالات الدراسة:

- 1-المجال المكاني: يتحدد المجال المكاني(الجغرافي) للدراسة في مدينة مصراته.
- 2-المجال البشري: لقد تحدد المجال البشري للدراسة في المتسوقون من مواقع الإنترنت في مدينة مصراته في ليبيا.
- 3-المجال الزمني: لقد أقيمت الدراسة الميدانية في الفترة ما بين 2016/7/1 إلى 2016/7/30.

حجم مجتمع البحث والعينة المختارة:

أُجريت الدراسة على المتسوقين عبر الإنترنت في مدينة مصراته، ولصعوبة تحديد حجم مجتمع الدراسة فقد تم الاعتماد على العينة العمدية لأنها الأنسب من أجل جمع البيانات، حيث تم وبشكل مقصود اختيار مفردات عينة الدراسة، ونظرا لصعوبة الوصول إليها فقد تم الاعتماد على 50 مفردة فقط وهم الأفراد الذين يتسوقون من الإنترنت ضمن حدود مدينة مصراته.

إجراءات جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات، وبعد الإطلاع على كل ما يتعلق بموضوع البحث من مراجع تم عرض الاستبيان على

عدد من المحكمين، وتم تعديل صياغة بعض الأسئلة، ومن ثم تم إجراء الدراسة الاستطلاعية على عينة من مجتمع الدراسة وحجمها 15 مفردة، حيث بلغ معامل الفا كرونباخ (0.794) مما يدل على الثبات المرتفع، ومن هنا أصبح الاستبيان جاهز للتطبيق وتم توزيع الاستبيان واسترداده خلال شهرين، ومن ثم بدأ الباحث بتفريغ البيانات وذلك من خلال البرنامج الإحصائي بـ (SPSS).

الأساليب المستخدمة في عرض وتحليل البيانات:

بالنسبة لعرض البيانات فقد تم الاعتماد على الجداول البسيطة (الوصفية) وهي التي تعرض متغيرا واحدا، والجداول المتقاطعة والتي تعرض العلاقة بين أكثر من متغير، وبالنسبة للأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات فقد تم الاعتماد على اختبار كاي المربع لمعرفة ما إذا كانت العلاقة بين المتغيرين حقيقية ولا ترجع لعامل الصدفة، ولمعرفة قوة العلاقة بين المتغيرين فقد تم الاعتماد على معامل الارتباط، وتم الاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) Statistical Package for Social Sciences في تحليل البيانات.

المفاهيم الواردة في البحث:

1- مفهوم التجارة الإلكترونية:

إن مصطلح التجارة الإلكترونية يُعبر عن استخدام الحاسوب وتكنولوجيا الاتصالات في تبادل السلع والخدمات والمعلومات، إذ يتم من خلال هذه التكنولوجيا الربط بين البائعين والمشتريين وتبادل المنتجات والمعلومات وتحويل الأموال، وتناولت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بوصفها توزيع السلع والخدمات وتسويقها بالوسائل الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية مفهوم جديد يعني "بيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكة الكمبيوتر ومنها شبكة الإنترنت، وأيضاً هي استخدام وسائل الاتصال المعلوماتية لأطراف التجارة لإتمام الأعمال والصفقات".⁽³⁾

وقد عرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها "إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع السلع والخدمات أو تسليمها عبر الوسائل الإلكترونية"، وقد قسمتها إلى ثلاثة مراحل هي: مرحلة الدعاية والبحث، ومرحلة الطلب والسداد ومرحلة التسليم.⁽⁴⁾

التجارة الإلكترونية إجرائيا:

هي تنفيذ عمليات شراء وبيع السلع عبر مواقع الشبكة العنكبوتية، وهذه المواقع قد تكون أجنبية مثل أمازون، إي باي، أو مواقع محلية، أو حتى التجارة عن طريق صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كالخدمات والسلع التي تعرض عبر صفحات الفيس بوك.

2- سلوك المستهلك:

"هو سلوك إنساني ينتج عن حاجة من أجل تحقيق رغبة إنسانية معينة قبل أن يكون سلوك استهلاكيا، وهو أيضا مجموعة التصرفات التي تتضمن الشراء واستخدام السلع والخدمات وتشمل أيضا القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات".⁽⁵⁾

سلوك المستهلك إجرائيا:

هو التصرفات والأفعال التي يسلكها الليبيون في التخطيط لشراء المنتج عبر مواقع الإنترنت ومن ثم استهلاكه، ونوعية الاستهلاك عبر مواقع الإنترنت تختلف نوعا ما عن الاستهلاك من السوق التقليدي، خاصة وأنه يلاحظ على السوق التقليدي في

مدينة مصراته يتشابه في السلع المعروضة على المشتري، لذلك يلجأ المستهلك لشراء حاجياته من مواقع التجارة الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تدور حول التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك، وهنا سنتطرق لعدد من هذه الدراسات التي لها صلة بموضوعنا، وهي كالتالي:

-الدراسة الأولى: التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك: (6)

الدراسة من إعداد مي أسامة الهطيل سنة 2013، حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التجارة الإلكترونية في تنامي ثقافة الاستهلاك، نوع الدراسة وصفية تحليلية، ونوع العينة عمدية، وتم استخدام أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، ومن أهم نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في التسوق، وأنه تم استخدامه عدة مرات، وأن خبرات الأصدقاء وتجاربهم لها دور في قرار الشراء من الإنترنت، وأنه يتم الشراء من الإنترنت بواسطة مشاهدة الإعلانات الإلكترونية، وأن هناك رضى عن السلع المقدمة عبر مواقع التسوق الإلكتروني، وبالنسبة لطريقة الدفع فهناك من يستخدم البطاقات الائتمانية وهناك من يفضل الدفع كاش، وأن المشتري يتأثر بالإعلان الإلكتروني للسلع، وهو عامل جذب لشراء السلع المعلن عنها، وأن الدخل يؤثر في عملية الشراء، وأن الماركة العالمية تؤثر على خيارات الشراء والاستهلاك عند مشاهدة إعلان الإنترنت، واتضح أن استخدام الإنترنت يساهم في إيجاد أنماط استهلاكية جديدة.

- الدراسة الثانية: تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد: (7)

الدراسة من إعداد زواوي عمر حمزة سنة 2013، وتهدف الدراسة إلى التعرف على واقع الإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت في سلوك الفرد الاستهلاكي، ومن أهم فرضيات الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (مدى استخدام الإنترنت - الإعلان الإلكتروني) والسلوك الاستهلاكي للفرد، ونوع الدراسة وصفية تحليلية، ونوع المنهج المستخدم دراسة الحالة، وتم الاعتماد على الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع البيانات، وحجم عينة الدراسة 700 فرد، ومن أهم نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة من الذكور، وغالبيتهم من فئة الشباب، وأن مستوياتهم العلمية جامعية، وأن غالبيتهم موظفين أو عمل حر، وأن غالبيتهم يستخدمون الإنترنت يوميا، وأن غالبيتهم يستخدمون الإنترنت لمدة ساعة يوميا، واتضح أن غالبيتهم لا يتابعون الإعلانات الإلكترونية، واتضح أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدام اليومي للإنترنت وتأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد، واتضح أيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان الإلكتروني والسلوك الاستهلاكي.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من العرض العام للدراسات السابقة المغذية للدراسة الراهنة أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات في عدد من المحاور الهامة نوجزها في عدد من المؤشرات، وسوف نستعرض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية، وما تضيفه الدراسة الحالية، حيث نتناول ذلك في عدة محاور:

- صياغة العنوان: اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في صياغة شكل عنوان الدراسة كونها تحمل متغيرين رئيسيين هما المتغير المستقل والمتمثل في التجارة الإلكترونية، والمتغير التابع والمتمثل في سلوك المستهلك.

• الإجراءات المنهجية: اتضح من مسح الدراسات السابقة غلبة البحوث الوصفية التحليلية، وغلب على الدراسات الأسلوب الكمي وذلك باستخدامها لأداة الاستبيان، حيث كان هناك اتفاق على نوع الدراسة المستخدم في الدراسة الحالية والدراسات السابقة وهي وصفية تحليلية، وبالنسبة لأداة الدراسة فقد استخدمت الدراسة الحالية أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وقد اتفقت في ذلك مع الدراسات السابقة.

•المجال الموضوعي:

- الدراسات السابقة تناولت دور التجارة الإلكترونية والإعلانات الإلكترونية عبر الإنترنت، والدراسة الحالية ركزت على الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في سلوك المستهلك، حيث اتضح قلة الدراسات التي تستهدف دور التجارة الإلكترونية في سلوك المستهلك.

-الدراسات السابقة ركزت على التجارة الإلكترونية في ظل الظروف الطبيعية، إلا أن الدراسة الحالية ركزت على التجارة الإلكترونية في ظل التحول السياسي الكبير الذي تمر به الدولة الليبية، ومع ذلك نجد حضور للتجارة الإلكترونية في ظل الظروف السياسية والاقتصادية للبلاد.

-الدراسات السابقة هي حديثة نسبيا وتهتم بواقع التجارة الإلكترونية وسلوك المستهلك.

•المجال المكاني:

الدراسات أجريت خارج ليبيا كون البلاد كما أوضحنا سلفا تعاني من ظروف سياسية واقتصادية صعبة، أثرت على مدى التجارة الإلكترونية، وكان هذا هو السبب الرئيسي في قلة الدراسات السابقة عن هذا الموضوع.

• **المجال الزمني:** كل الدراسات التي أجريت حول هذا الموضوع كانت دراسات حديثة.

• **المجال البشري:** أجريت هذه الدراسة على المتسوقين عبر الإنترنت، وكذلك الدراسات السابقة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

يمكن القول أن الدراسات السابقة ساهمت في توفير بيانات ومعلومات ساعدت الباحثة في بلورة مشكلة الدراسة ومفاهيم الدراسة، أي أنها كانت بمثابة نقطة انطلاق للدراسة الحالية، كما أنها ساهمت في تحديد وفهم الخطوات المنهجية بدء من تحديد مجتمع الدراسة وحجم العينة، وتحديد نوع المقاييس والمعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة، واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة فرضيات الدراسة، وأيضاً استفادت منها في معرفة مدى اتفاق واختلاف نتائج الدراسة الحالية مع تلك الدراسات، وأيضاً الاستفادة منها في صياغة استمارة الاستبيان.

نظرية الدراسة (التبادل الاجتماعي):

جوهر هذه النظرية يؤكد على دخول الأفراد في علاقات اجتماعية تأتي لهم بمردود يشبع حاجاتهم، والتبادل هنا هو عملية اجتماعية تستهدف التفاعل الاجتماعي مع الآخرين من أجل تحقيق المنفعة المرجوة، وقد ارتبطت نظرية التبادل الاجتماعي بكل من (هو ما نز وبلو)، حيث كانا مهتمان بصياغة أنماط السلوك من خلال العلاقات الاجتماعية التبادلية، ويرى كل منهما أن التبادل كعملية تفاعلية هو سلوك إنساني يهدف إلى الحصول على مكافآت. (8)

ولقياس مدى استجابة المستهلك الليبي للمنتجات التي تعرضها مواقع التجارة الإلكترونية من خلال نظرية التبادل، فإنه من الممكن تفسير عملية الشراء من مواقع

التجارة الإلكترونية باستخدام نظرية التبادل الاجتماعي، حيث إن المستهلك يقوم بشراء السلع المعروضة على مواقع التجارة لكي يحصلوا على المنفعة التي يريدون، وقد اعتمد العديد من الباحثين على نظرية التبادل كمقاربة نظرية يمكن من خلالها دراسة سلوك المستهلكين وتحليل استجاباتهم وقراراتهم الشرائية المختلفة، ووفقاً لنظرية التبادل تستطيع أساليب تنشيط المبيعات أن تؤثر في قرارات المستهلكين الشرائية من خلال مفاهيم الربح أو الخسارة، أي أن المستهلك يرى العروض الخاصة وتخفيضات الأسعار مكسب أو خسارة، ويتوقف ذلك على قاعدة مهمة وهي "ما إذا كان هذا السعر أو التخفيض أعلى أو أقل من السعر الذي يعتقد المستهلك أنه أنسب سعر للسلعة.

ثانياً الإطار النظري للدراسة

- أنواع التجارة الإلكترونية:

- 1- خدمة المعلومات: وهي توفر خدمة البحث عن المعلومات واسترجاعها وتخزينها.
 - 2- خدمة التسوق: وهي توفير ما يتاح من سلعة للفرد وشرائها من خلال مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
 - 3- المشروعات الافتراضية: وهي تلك المشروعات التي تتم بين أطراف منفصلة جغرافياً، وهذه الأطراف تتمثل في رجال الأعمال ومورديهم، وهي تتم من خلال الاتفاقيات التجارية التي تعقد عبر شبكات الإنترنت، والتجارة الإلكترونية من أهم الوسائل التكنولوجية التي تحقق مثل هذه المشروعات.⁽⁹⁾
- وتعتبر التجارة الإلكترونية أحد أنماط الأعمال الاقتصادية في عصر المعلوماتية، وتنقسم التجارة الإلكترونية إلى عدة أنماط نعرض بعضها:

- 1- تعاملات بين المنشآت الاقتصادية والمستهلكين: بواسطة شبكة الإنترنت يستطيع أي شخص زيارة المواقع الإلكترونية التجارية والتعرف على منتجاتهم المعروضة والشراء منهم عن طريق الإنترنت، وهذا النمط هو الذي ركزت عليه الدراسة الحالية، حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة من المشتريين الذين تسوقوا من مواقع الإنترنت.
- 2- تعاملات بين المنشآت الاقتصادية والأجهزة الحكومية: هذا النمط يمكن أن يكون له دور مستقبلي مثل تسديد الضرائب والفواتير الحكومية عن طريق الإنترنت.
- 3- التعامل بين الأفراد والأجهزة الحكومية: ويتم فيها تقديم خدمات للأفراد من قبل الأجهزة الحكومية.
- 4- تعاملات تتم بين المستهلكين والمستهلكين: وهنا يتم التبادل بين المستهلكين بعضهم البعض للسلع والخدمات. (10)

- مراحل تطور التجارة الإلكترونية:

يرجع مفهوم التجارة الإلكترونية إلى بداية السبعينات من القرن العشرين وذلك عندما قامت شركات أمريكية باستخدام شبكات خاصة تربطها بعملائها ، وفي أوائل السبعينات بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في التحويلات الإلكترونية للأموال، لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات، وفي السبعينات أيضا جاء مفهوم تبادل البيانات إلكترونياً الذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وامتدت التقنية من مؤسسات مالية إلى مؤسسات أخرى .

بدأ انتشار البريد الإلكتروني مع العمل الشبكي وزاد انتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس، ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات الاقتصادية والتعليمية والسياسية، ومع تحول

الإنترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينيات القرن العشرين وانتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية .

بانتشار شبكة الإنترنت ودخولها الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات ، ثم ظهور شبكة ويب خلال النصف الثاني من التسعينات، وبدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها. (11)

التجارة الإلكترونية تمر بثلاثة مراحل هي:

- 1-مرحلة تقديم المعلومات: عن طريق أحد مواقع التجارة الإلكترونية ويقوم الطرف الأول وهو التاجر على سبيل المثال في الدعاية والإعلان عن السلع المتوفرة.
- 2-مرحلة التفاعل: وهنا يقوم الموقع الإلكتروني بجمع وتقديم المعلومات وذلك حتى يتفاعل الزبائن مع الموقع من خلال استخدام البريد الإلكتروني حتى يتعرف الزبائن المنتجات المتاحة.
- 3-مرحلة التكامل: تسعى المؤسسة إلى تمكين الزبائن من الحصول على المنتجات التي يريدون وأسعارها وطرق شحنها وطريقة الدفع. (12)

- أهداف دراسة سلوك المستهلك:

- 1-تمكن دراسة سلوك المستهلك من فهم ما يتخذه من قرارات شرائية ومساعدته ليعرف ماذا يشتري، بمعنى التعرف على كل السلع والخدمات المعروضة، والتعرف على الأهداف التي من أجلها يقدم على الشراء، والتعرف على العمليات والأنشطة التي تحدث نتيجة عملية الشراء.
- 2-تمكن دراسة سلوك المستهلك من فهم العوامل الشخصية والبيئية التي تؤثر على سلوكيات المستهلكين، حيث يتحدد سلوك المستهلك نتيجة تفاعل هذين العاملين.

3-تمكن دراسة سلوك المستهلك مواقع التجارة الإلكترونية من معرفة سلوك المشتريين، والتأثير عليهم بطريقة تتماشى وأهداف المؤسسة. (13)

لا شك أن عملية تنظيم استهلاك السلع والخدمات للمجتمع لها دور كبير في زيادة إشباع الحاجات، وبالتالي زيادة الشعور بالسعادة، وتقاس سعادة الإنسان بالمنفعة التي يتحصل عليها بسبب امتلاكه للسلع والخدمات التي يرغبها. (14)

الجدير بالذكر بأن الاستهلاك يعتمد على مستوى دخل الفرد، ويعتمد كذلك على مدى استهلاك الفرد، إلا أنه لوحظ أن انخفاض استهلاك الفرد يقل مع ارتفاع الدخل، حيث إن ارتفاع الدخل وزيادة القابلية الاستهلاكية تؤثران إيجابيا في حجم الاستهلاك. (15)

- أنواع المستهلكين:

هناك نوعان رئيسيان من المستهلكين:

1-المستهلك الفرد: هو الفرد الذي يبحث عن سلعة أو خدمة لشرائها واستخدامها لأغراض شخصية.

2-المستهلك المؤسسي: وهو المستهلك الذي يضم كافة المؤسسات الخاصة والعامة، حيث تقوم هذه المؤسسات بالبحث وشراء السلع والمواد والمعدات التي تمكنها من تنفيذ أهدافها، كما تقوم بشراء المواد الخام الأولية ومكونات أخرى نصف مصنعة، وذلك من أجل إنتاج وتسويق سلعة نهائية. (16)

وهناك تصنيف لأنواع سلوك المستهلك والذي يتمثل في الآتي:

1-السلوك الظاهر للمستهلك وهو الأفعال الواضحة والتي يمكن ملاحظتها مثل اتخاذ قرار الشراء، أما السلوك المستتر يتمثل في التفكير لاتخاذ قرار الشراء.

2-السلوك الفطري وهو السلوك المصاحب للإنسان منذ ميلاده، والسلوك المكتسب هو السلوك الذي يتعلمه الفرد خلال مراحل حياته.

- 3- السلوك المستحدث وهو السلوك الناتج عن حالة جديدة وهو يحدث أول مرة، والسلوك المكرر هو السلوك المعتاد والمتكرر أكثر من مرة.
- 4- السلوك الفردي وهو السلوك الذي يتعلق بشخصية الفرد دون غيره، والسلوك الجماعي هو السلوك الذي يخص مجموعة من الأفراد، فهو يمثل علاقة الفرد بغيره من الأفراد. (17)

- المتغيرات المؤثرة في سلوك المستهلك:

هناك العديد من العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك تدفعه إلى التصرف بشكل معين، ويتأثر السلوك الاستهلاكي للفرد بالعديد من المتغيرات الشخصية والاجتماعية، وتعمل هذه المتغيرات معا في تحديد السلوك الاستهلاكي للفرد، ومن هذه المتغيرات:

1- المتغيرات الداخلية:

- الدوافع والحاجات: لكل فرد حاجات متنوعة، وقد يشكل الدافع الذي يدفع الفرد لاتخاذ فعل معين من أجل إشباع تلك الحاجات إلى اتخاذ قرار لإشباع تلك الحاجة.
- الشخصية: هناك علاقة بين شخصية المستهلك وقراراته الشرائية.
- التعلم: كلما اكتسب الفرد خبرة كلما أدى ذلك إلى تغيير في سلوكه وقراراته الشرائية. (18)

2- المتغيرات الخارجية: وهي المتغيرات البيئية التي تؤثر على سلوك المستهلك وتوجه تصرفاته:

- الثقافة: نتيجة لتفاعل العديد من العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فإن ذلك يؤدي إلى تغير في ثقافة المجتمعات، إضافة إلى أن اختلاف الثقافات بين الأفراد تعكس أنماط استهلاك مختلفة فيما بينهم، وأيضا فإن التقدم العلمي والتطور التكنولوجي والتغيرات في مستوى التعليم والوعي للأفراد ووقت الفراغ يساهم بشكل كبير في القرارات الشرائية للمستهلك.

-الطبقات الاجتماعية: الإعلان يتوجه إلى كل طبقات المجتمع العليا والوسطى والدنيا، ويختلف الإعلان تبعاً للطبقة الموجه لها، فهناك سلع لن يشتريها إلا ذوو الطبقات العليا، وأخرى لن يشتريها إلا ذوو الطبقات الدنيا، وهكذا فإن أنماط الاستهلاك تتحدد تبعاً لاختلاف الطبقات.

-الأسرة: قد يوجه الإعلان إلى الأطفال، باعتبار أن لهم تأثير كبير على الأسرة خاصة فيما يتعلق بالألعاب، فيتم توجيه الإعلان إلى الأطفال لكي يؤثر فيهم بعد على الأهل من أجل الشراء، أو إعلان موجه للمراهقين ومن ثم التأثير على الأسرة لاتخاذ قرار الشراء. (19)

الإطار الميداني للدراسة

تتناول الباحثة في الإطار الميداني للدراسة إجراءات التحليل الإحصائي والأساليب التي تم استخدامها في تحقيق أهداف البحث، بداية من اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق محتوى استبيان الدراسة، ثم الإحصاء الوصفي Descriptive Statistics فيتناول في الدراسة الوصفية كل من التكرارات والنسب المئوية، وذلك لتحديد سمات عينة البحث، والأساليب الإحصائية التحليلية تمثلت في معامل كا2 Cross tabs ومعامل الارتباط Contingency Coefficient لإيجاد مدى استقلالية وقوة العلاقة طبقاً لمتغيرات الدراسة "التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك".

ويعتبر اختبار مربع كاي من أهم المقاييس الإحصائية التي تستخدم وبكثرة في العلوم الاجتماعية، وذلك من أجل اختبار العلاقة بين ما هو متاح للباحث لاختبار الفرضيات الإحصائية للبيانات الوصفية، ومن مميزات مربع كاي أنه بالإمكان استخدامه مع العينات الصغيرة جداً، وأيضاً يستخدم مع البيانات الاسمية والترتيبية والكمية وهذا ما لا نجده في المقاييس الأخرى. (20)

تحليل النتائج:

1- : إجراءات وأساليب التحليل الإحصائي:

قامت الباحثة في بداية الأمر بإدخال ومعالجة البيانات، حيث قامت الباحثة بمراجعة استمارة الاستبيان للتأكد من اكتمالها وصلاحياتها لإدخال البيانات والتحليل الإحصائي، ثم قامت بتكويد (ترميز) المتغيرات والبيانات، ثم تفريغها بالحاسب الآلي وفقاً لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package for Social Sciences ثم تأتي مرحلة الإحصاءات الوصفية، حيث قامت الباحثة فيها باستخراج الإحصاء الوصفي للمتغيرات الخاصة بسمات مفردات عينة البحث ثم الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث آنفة الذكر، هذا ويشمل الإحصاء الوصفي كل من التكرارات والنسب المئوية، وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية: اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق محتوى استبيان الدراسة، واستخدام معامل كاي 2 Cross tabs ومعامل الارتباط Contingency Coefficient لإيجاد مدى استقلالية وقوة العلاقة طبق المتغيرات الدراسة "التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك"، وأخيراً يأتي دور ثبات وصدق المحتوى لمتغيرات الدراسة، حيث قامت الباحثة باستخدام معامل الثبات الفا كرونباخ، لقياس ثبات المحتوى لمتغيرات الدراسة، وقد تبين أن معامل الثبات لإجمالي أسئلة "التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك" قد بلغ (0.794) مما يدل على الثبات المرتفع لعينة الدراسة، الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي (الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات) حيث بلغ (0.891)، وذلك طبقاً لعينة الدراسة.

2- توصيف عينة البحث:

توصلت الباحثة إلى تحديد بعض سمات مفردات عينة الدراسة باستخدام المقاييس الإحصائية الوصفية كما سبق الإشارة إليها وذلك على النحو التالي:

1- اتضح أن 14% من المبحوثين أعمارهم أقل من 20 سنة، وأن 54% ما بين 21-31، وأن 28% ما بين 32-42، وأن 4% أكثر من 43 سنة، ويتضح من عينة البحث أن غالبيتهم من الشباب وهي الفئة الأكثر جلوسا على الإنترنت وبالتالي يتأثرون بما يتم عرضه على مواقع التجارة الإلكترونية، وبالتالي يستهلكون حاجياتهم عبر الإنترنت.

2- اتضح أن 42% من المبحوثين كانوا من الذكور، وأن 58% كن من الإناث، ويتضح أن أكثر من نصف العينة كن من الإناث، وذلك لسهولة الوصول لمفردات العينة خاصة وأنها عينة عمدية.

3- اتضح أن 58% من المبحوثين متزوجون، وأن 42% غير متزوجون، ويتضح أن غالبية أفراد العينة من المتزوجون وهذا يدل على أن الحياة الأسرية لم تشكل أي عائق أمام الشراء من مواقع الإنترنت.

4- اتضح أن 6% من المبحوثين مستواهم التعليمي دون الثانوي، وأن 62% جامعي، وأن 32% عالي، ويتضح أن غالبية المتسوقون من الإنترنت كانوا من ذوي المستويات الجامعية، وهذا يوضح أن التعليم له دور في معرفة المبحوثين لكيفية استخدام مواقع التجارة في التسوق.

5- اتضح أن 42% من المبحوثين هم من الطلبة، وأن 28% هم موظفون في القطاع العام، وأن 14% هم أساتذة جامعة، وأن 4% من الأطباء، وأن 12% أعمال حرة، ويتضح من ذلك أن الطلبة هم الأكثر تسوقا من الإنترنت، وللتوضيح فإن جزء من هؤلاء الطلبة هم طلبة دراسات عليا، وبالتالي فإنه على الأغلب لديهم مصدر رزق يستخدمونه في التسوق.

6- اتضح أن 26% من المبحوثين دخلهم الشهري أقل من 400 دينار، وأن 8% دخلهم الشهري ما بين 401-601، وأن 34% دخلهم ما بين 602-802، وأن 6% ما بين 803-1003، وأن 8% ما بين 1004-1204، وأن 4% 1205-1405، وأن 14% أكثر من 1406، ويتضح من ذلك أن غالبية أفراد مجتمع البحث دخلهم الشهري ما بين 600-800 وهذا هو المتوقع، حيث إن غالبية العينة هم من فئة الموظفين وبالتالي فإن مرتباتهم لن تكون من ذوي المرتبات المرتفعة، وحجم الدخل الشهري يؤثر على مدى تسوق المبحوث من مواقع التجارة الإلكترونية، خاصة وأن الكثير من المواقع والعالمية على وجه الخصوص تطلب السداد بالفيزا كارد (الدولار)

7- اتضح أن 50% من المبحوثين حجم أفراد أسرهم أقل من 4 أفراد، وأن 24% ما بين 5-7، وأن 18% ما بين 8-10، وأن 8% أكثر من 11 فرد، ويتضح من ذلك أن غالبية عينة البحث حجم أفراد أسرهم لم يكن كبيراً وبالتالي لم يشكل أي عائق في تسوقهم من الإنترنت، أي أنه لا توجد التزامات وأعباء يفرضها الحجم الكبير لأفراد الأسرة.

8- اتضح أن 12% من المبحوثين يقضون ساعة فأقل من وقتهم يومياً على الإنترنت، وأن 20% ساعتين، وأن 14% ثلاثة ساعات، وأن 18% أربعة ساعات، وأن 36% خمس ساعات فأكثر، ويتضح أن غالبية أفراد عينة البحث يقضون وقتاً طويلاً أمام الإنترنت، وهذا بدوره يساهم في تحديد اتجاهات وتوجهات المبحوث، ويؤثر على قراراته.

9- اتضح أن 68% من المبحوثين لديهم مهارة ممتازة في استخدام الإنترنت، وأن 28% مهارتهم جيدة، وأن 4% ليس لديهم مهارة تكفي لاستخدام الإنترنت، وبالإشارة للنقطة رقم (8) فإن قضاء أكثر من 5 ساعات يومياً أمام الإنترنت من شأنه أن يعطي مستخدم الانترنت المهارات اللازمة لاستخدامه وبالتالي التأثير على آرائه وقراراته.

10- اتضح أن 52% يفضلون الدفع بالبطاقة الائتمانية، وأن 48% الدفع عند التسليم، ويتضح من ذلك أن طريقة الدفع الأكثر شيوعاً لدى المستهلكين هي البطاقة الائتمانية ولكن بنسب متقاربة جداً مع الدفع عند التسليم خاصة إن كانت هذه المواقع في نفس البلد، إلا أن الدفع عن طريق البطاقة الائتمانية هي أكثر أماناً للمستهلك، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة مي أسامة الهطيل (التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك)

11- اتضح أن 12% من المبحوثين تعرضوا لعملية اختراق لحساب بطاقتهم الائتمانية، وأن 88% لم يتعرضوا لأي اختراق، ويتضح من ذلك أن غالبية المبحوثين لم يتعرضوا لاختراق حساباتهم، لذلك فإنه ينبغي على المستهلك أن يعرف كيف يحمي نفسه من الاختراق.

12- اتضح أن 46% من المبحوثين الخدمات التي يقومون بشرائها من مواقع التسوق عبر الإنترنت الخدمات السياحية والسفر، وأن 34% الخدمات التعليمية، وأن 30% خدمات تقنية، واتضح من ذلك أن الغالبية يشتررون الخدمات السياحية والسفر خاصة وأن مثل هذه الخدمات قد تقدم تخفيضات للمستهلكين من أجل جذبهم.

13- اتضح أن 60% من المبحوثين يؤكدون أن مواقع التسوق عبر الإنترنت تقدم خدماتها بأكثر من لغة، وأن 14% لا تقدم خدماتها بأكثر من لغة، وأن 26% تقدم خدماتها بأكثر من لغة في بعض الأحيان، والمبحوثين في تسوقهم من الإنترنت يعتمدون على المواقع الأجنبية وهي مواقع عالمية وبالتالي فإنها سوف تقدم أفضل الخدمات ومن الطبيعي أن تكون بأكثر من لغة.

14- اتضح أن 30% يرون أن مواقع التسوق توفر منتجات أرخص ثمناً من السوق التقليدي، وأن 32% لا توفر منتجات أرخص ثمناً، وأن 38% أحياناً تقدم خدمات أرخص ثمناً من السوق التقليدي، ويتضح من خلال ذلك أن مواقع التجارة الإلكترونية تقدم في غالبية الأحيان منتجات أرخص ثمناً من السوق التقليدي وهذا ما يدفع

المستهلك إلى الشراء من الإنترنت، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة مي أسامة الهطيل، التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك.

15- اتضح أن 82% من المبحوثين يرون أن مواقع التجارة الإلكترونية تساعد في سرعة البحث عن المنتج المطلوب، وأن 2% لا تساعد، وأن 16% أحيانا تساعد في البحث عن المنتج المطلوب، ويتضح من ذلك أن المستهلك أصبح يفضل أسهل الطرق في الوصول إلى ما يريد، ولعل مواقع التجارة توفر المطلوب للمستهلك دون أن يغادر مكانه.

16- اتضح أن 10% من المبحوثين درجة استهلاكهم عالية، وأن 54% متوسطة، وأن 36% قليلة، وهذه النتيجة تؤكد على أن الظروف الاقتصادية والسياسية التي تمر بها ليبيا اليوم والتي دون شك لها تأثير على درجة استهلاك المستهلك الليبي.

17- اتضح أن 8% من المبحوثين يصدقون الدعاية عن المنتج المعروض بدرجة كبيرة، وأن 72% بدرجة متوسطة، وأن 20% بدرجة قليلة، ويتضح من ذلك أن الدعاية الإلكترونية تولد حالة من عدم الثقة بين المستهلك ومواقع التجارة الإلكترونية، وقد يضطر المستهلك إلى شراء المنتج وهو غير واثق من مدى جودة المنتج المباع، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة زواوي عمر حمزة (تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد).

18- اتضح أن 64% تعتبر أن الإنترنت يمثل عامل جذب للمشتري، وأن 4% لا يعتبرونه كذلك، وأن 32% في بعض الأحيان يرون أنه عامل جذب للمشتري، وهذا يؤكد أن الإنترنت أصبح يشكل عصب الحياة، ليس في مجال التجارة الإلكترونية فحسب، وإنما أيضا حتى في حياتنا الاجتماعية وعلاقاتنا بالعائلة والأصدقاء وزملاء العمل، فأصبح وسيلة التواصل الأسرع، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة مي أسامة الهطيل، التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك.

19- اتضح أن 36% يرون أن استخدامهم للماركة يجعلهم أكثر تميزاً، وأن 36% يرون أن استخدامهم للماركة لا يجعلهم أكثر تميزاً، وأن 28% يرون أن استخدامهم للماركة قد يجعلهم متميزين في بعض الأحيان، ويتضح من خلال ذلك أن المستهلك عندما يلجأ إلى شراء الماركات العالمية فإنها بوجهة نظره ستميزه عن غيره، إضافة إلى كونها خالية من أي عيوب، وهي منتجات منفردة وغير مكررة، خاصة وأننا نلاحظ التقليد في العديد من المنتجات غير المعروفة والتي توهي وكأنها جاءت من نفس المكان.

20- اتضح أن 58% من المبحوثين يرون أن مواقع التجارة الإلكترونية ساهمت في وجود سلوكيات استهلاكية جديدة، وأن 10% يرون أنها لم تساهم في ذلك، وأن 32% يرون أن تلك المواقع ساهمت في بعض الأحيان في وجود سلوكيات استهلاكية جديدة، ويتضح من ذلك أن مواقع التجارة الإلكترونية ساهمت في شراء المستهلك في أي وقت يشاء، فبعد أن كان الشراء ينحصر في وقت خروج المستهلك للسوق التقليدي وبالتالي فإن معدلات استهلاكه لن تكون عالية، ولكن مع السوق الإلكتروني فقد أصبح التسوق متاح في كل الأوقات، لدرجة أن المستهلك قد يبتاع أشياء زائدة عن حاجته وقد لا تكون ذات قيمة وتشكل عبء اقتصادي عليه، إضافة إلى التسهيلات التي تتيحها تلك المواقع ما يدفع المستهلك إلى الشراء منهم، ونتج أيضاً عن مثل هذه المواقع ظاهرة المجتمع الاستهلاكي الذي يتبنى مبدأ حرية المستهلك وبالتالي اكتساب عادات وسلوكيات استهلاكية سيئة مثل شراء سلع لم تكن في ذهن المشتري قبل الدخول إلى مواقع التجارة الإلكترونية، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة مي أسامة الهطيل، التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك.

21- اتضح أن 30% من المبحوثين يرون أن سبب قيامهم الشراء من المواقع الإلكترونية هو انخفاض الأسعار، وأن 46% يرون أن الدافع هو اختصار الوقت، وأن 16% يرون أنه تجربة جديدة، وأن 54% يرون أنه تعدد الخيارات، وأن 26%

يرون أنه سهولة الوصول للسلعة، وأن 54% يرون أن الدافع هو توفر سلع غير موجودة في السوق المحلي، ويلاحظ تعدد الأسباب وراء الشراء الإلكتروني إلا أن أقوى الأسباب بحسب النسب المئوية في هذه النتيجة يرون أن تعدد الخيارات وتوفر سلع غير موجودة في السوق المحلي، وهذه الأسباب تعتبر أسباباً قوية في ظل الظروف التي تعيشها ليبيا اليوم، حيث إن هناك قيوداً مفروضة على عملية الاستيراد ما يقلل وجود المنتجات المطلوبة في السوق التقليدي.

22- اتضح أن 10% يرون أن تدني مستوى الأمان هو ما يمنعهم من الشراء عن طريق الإنترنت، وأن 26% يرون أنه التكلفة المادية، وأن 30% يرون أنه قلة الثقة في مواقع البيع، وأن 32% يرون أنه تأخر وصول المنتج، وأن 6% يرون أن السبب انعدام خصوصية المعلومات الشخصية، وأن 12% يرون أن السبب توفر البديل في السوق المحلي، وأن 26% يرون أن السبب صعوبة الحصول على بطاقة الائتمان، وأن 8% يرون أن اللغة الإنجليزية هي ما يمنعهم من الشراء الإلكتروني، ويتضح من خلال ذلك أن أقوى الأسباب التي تمنع المستهلك من الشراء الإلكتروني تأخر وصول المنتج وكما وضحنا سابقاً فإن الظروف التي تمر بها ليبيا اليوم سياسياً واقتصادياً لها دور في تأخر وصول المنتج.

3- فرضيات الدراسة:

توجد علاقة ارتباطية بين الخصائص الديموغرافية، ومدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية وتتنضح من خلال العلاقات التالية:
متغيرات العلاقة:

- 1- الخصائص الديموغرافية متمثلة في (نوع المستهلك - عمر المستهلك - مستوى التعليم - حجم أفراد الأسرة - دخل المستهلك - مهنة المستهلك - عدد ساعات استخدام المستهلك للإنترنت - مهارة المستهلك - الحالة الاجتماعية للمستهلك) .

2- مدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.

الأسلوب الإحصائي المستخدم:

اختبار علاقة " باستخدام معامل كا² ومعامل الارتان .

هنا عرض للجدول البسيطة المستهدفة في معرفة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية:

الجدول التالية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة طبقا للمتغيرات الديموغرافية

الجدول رقم (1) يبين نوع المستهلك

الترتيب	%	ك	نوع المستهلك	
2	42	21	ذكر	1
1	58	29	أنثى	2
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (2) يبين عمر المستهلك

الترتيب	%	ك	عمر المستهلك	
3	14	7	أقل من 20	1
1	54	27	21 - 31	2
2	28	14	32 - 42	3
4	4	2	أكثر من 43	4
	100	50	المجموع	

الجدول رقم (3) يبين المستوى التعليمي للمستهلك

الترتيب	%	ك	المستوى التعليمي للمستهلك	
3	6	3	دون الثانوي	1
1	62	31	جامعي	2
2	32	16	ما فوق الجامعي	3
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (4) يبين الحالة الاجتماعية للمستهلك

الترتيب	%	ك	الحالة الاجتماعية للمستهلك	
1	58	29	أعزب	1
2	42	21	متزوج	2
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (5) يبين دخل المستهلك

الترتيب	%	ك	دخل المستهلك	
2	26	13	أقل من 400	1
4	8	4	401 - 601	2
1	34	17	602 - 802	3
5	6	3	803 - 1003	4
4	8	4	1004 - 1204	5
6	4	2	1204 - 1404	6
3	14	7	أكثر من 1405	7
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (6) يبين مهنة المستهلك

الترتيب	%	ك	مهنة المستهلك	
1	42	21	طالب	1
2	28	14	موظف في القطاع العام	2
3	14	7	أستاذ جامعي	3
5	4	2	طبيب	4
4	12	6	عمل حر	5
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (7) يبين حجم أفراد أسرة المستهلك

الترتيب	%	ك	حجم أفراد أسرة المستهلك	
1	50	25	أقل من 4	1
2	24	12	5-7	2
3	18	9	8-10	3
4	8	4	أكثر من 11	4
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (8) يبين مهارة المستهلك في استخدام الانترنت

الترتيب	%	ك	مهارة المستهلك في استخدام الإنترنت	
1	68	34	ممتاز	1
2	28	24	ضعيف	2
3	4	2	جيد	3
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (9) يبين عدد ساعات استخدام المستهلك للانترنت يوميا

الترتيب	%	ك	عدد ساعات استخدام المستهلك للإنترنت يوميا	
5	12	6	أقل من ساعة	1
2	20	10	ساعتين	2
4	14	7	ثلاثة ساعات	3
3	18	9	أربعة ساعات	4
1	36	18	خمس ساعات فأكثر	5
-	100	50	المجموع	

الجدول رقم (10) يبين مدى تسوق المستهلك من مواقع التجارة الإلكترونية

الترتيب	%	ك	مدى تسوق المستهلك من مواقع التجارة الإلكترونية
3	10	5	دائما
1	62	31	أحيانا
2	28	14	نادرا
-	100	50	المجموع

الجدول رقم (11) يوضح العلاقة بين " الخصائص الديموغرافية ومدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت باستخدام معامل كا2 ومعامل الارتقان.

القرار		درجات الحرية	معامل الارتقان	قيمة كا2	الخصائص الديموغرافية
الدالة	مستوى المعنوية				
دالة	0.006	3	0.498	12.385	نوع المستهلك
غير دالة	0.470	6	0.335	5.599	عمر المستهلك
دالة	0.04	4	0.445	9.886	المستوى التعليمي للمستهلك
غير دالة	0.476	2	0.172	1.484	الحالة الاجتماعية للمستهلك
غير دالة	0.271	12	0.583	14.486	دخل المستهلك
دالة	0.006	8	0.652	21.277	مهنة المستهلك
غير دالة	0.08	6	0.469	10.994	حجم أفراد أسرة المستهلك
دالة	0.02	4	0.473	11.194	مهاره المستهلك في استخدام الإنترنت
دالة	0.03	12	0.669	22.405	ساعات استخدام المستهلك للإنترنت يوميا

- دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)
- دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)

يتضح من الجدول رقم (11) ما يلي:

1- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع، المستوى التعليمي، المهنة، مهارة المستهلك، عدد الساعات وبين مدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث بلغ معامل كا2 (12.385)، (9.886)، (21.277)، (11.194)، (22.405) بمستوى معنوية أقل من 0.05 ومعامل الارتقان (0.498)، (0.445)، (0.652)، (0.473)، (0.669) على التوالي.

اتضح من عينة الدراسة أن الذكور أكثر استخداما وتسوقا لمواقع التجارة الإلكترونية من الإناث، وبالنسبة للمستوى التعليمي فقد اتضح أن من مستواهم التعليمي جامعي هم الأكثر تسوقا من مواقع التجارة الإلكترونية، وبالنسبة لمتغير المهنة فقد اتضح أن الطلبة هم الأكثر تسوقا من مواقع التجارة الإلكترونية، وبالنسبة لمتغير المهارة فقد اتضح أن من لديه المهارة والخبرة في استخدام الإنترنت هو الأكثر تسوقا من مواقع التجارة الإلكترونية، وبالنسبة لعدد ساعات استخدام الإنترنت يوميا فقد اتضح أن من يجلس على الإنترنت ساعات أطول هم الأكثر تسوقا من مواقع التجارة الإلكترونية.

وهذا يدل على قوة العلاقة بين النوع ومدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث إن الذكور أكثر تسوقا من الإناث، ويعزو ذلك إلى أن ثقافة المجتمع المفروضة علينا والتي تسمح بإعطاء مساحة وحرية للشباب بالتعرف على كل ما هو جديد، والاشتراك في المصرف ببطاقة السحب الآلي فيزا كارد والتي تسمح له بالتعرف على المواقع العالمية والتسوق منها.

وتتضح قوة العلاقة بين المستوى التعليمي والتسوق في أن المستويات التعليمية العليا وبالأخص خريجي الجامعات هم الأكثر تسوقا، فالتعليم يؤثر على مدى التسوق، حيث إنه متى ما كان المتسوق من مواقع التجارة الإلكترونية متعلما ازداد استهلاكه من الإنترنت، فالتعليم يتيح الفرصة لمستخدم الإنترنت التعرف على مواقع الإنترنت وبالأخص مواقع التجارة الإلكترونية والتسوق منها خاصة وأنها تختصر عليه الوقت والجهد.

العلاقة قوية بين المهنة والتسوق، حيث إن الطلبة هم الأكثر تسوقا، وهؤلاء الطلبة في جلهم طلبة دراسات عليا، إضافة إلى أنهم يستخدمون هذه المواقع من أجل شراء

الكتب والمراجع التي تهمهم، وأيضا هم يستخدمون هذه المواقع من أجل شراء الأجهزة الإلكترونية مثل الحاسوب المحمول والذي يعتبر أساسا مهما في الدراسات العليا.

وتتضح العلاقة بين مهارة المستهلك في استخدام الإنترنت ومدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت في أن الأكثر مهارة هم الأكثر استخداما، حيث إن الخبرة تلعب دورا مهما في عملية التسوق، والبحث عن كل ما هو جديد عبر الإنترنت.

وتتضح العلاقة بين عدد ساعات استخدام المستهلك للإنترنت يوميا والتسوق من مواقع التجارة الإلكترونية في أن الأكثر جلوسا على الإنترنت والذين يستخدمونه لساعات أطول هم الأكثر استهلاكاً لمنتجات مواقع التجارة الإلكترونية، ومن الطبيعي فإن طول التعامل مع الإنترنت ومع التعرف على المواقع الإلكترونية عبر الإنترنت فإنه بطبيعة الحال سوف يجد نفسه يخوض تجربة التسوق، فالجلوس على الإنترنت فترات وساعات طويلة من شأنه أن يؤثر في اتجاهات مستخدم الإنترنت، ولعل تجربة الشراء من الإنترنت تأتي نتيجة التعامل وبشكل دائم مع الشبكة العنكبوتية.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر، الحالة الاجتماعية، الدخل، حجم أفراد الأسرة وبين مدى التسوق من مواقع التجارة الإلكترونية، بمستوى معنوية أكبر من (0.05)

اتضح أن غالبية الفئات العمرية تسوقهم من مواقع التجارة الإلكترونية محدود، وأيضا فإن الحالة الاجتماعية لم تشكل أي فرق بالنسبة للمستهلك الإلكتروني، فسواء كان المستهلك متزوج أم غير متزوج فإن الأمر لم يكن ذا أهمية، وأن الأسرة والتزاماتها لم تشكل أي عائق بالنسبة لعملية التسوق، حيث تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بينهما، وكذلك فإن كل فئات الدخل تتسوق من الإنترنت بنفس المستوى،

وأيضاً فإن حجم أفراد الأسرة لم يكن يشكل أي تأثير في عملية التسوق وبالتالي فإن من كان حجم أسرته كبير أو صغير فإنه يتسوق من الإنترنت بنفس المدى والحجم.

بشكل عام اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من العمر، الحالة الاجتماعية، الدخل، حجم أفراد الأسرة وبين مدى التسوق الإلكتروني عبر الإنترنت، حيث إن كل هذه المتغيرات لم تشكل أي تأثير على مدى التسوق والاستهلاك من الإنترنت.

وقد اختلفت دراسة مي أسامة الهطيل، التجارة الالكترونية وتنامي ثقافة الاستهلاك، عن الدراسة الحالية في افتراض وجود دور للدخل في عملية التسوق، حيث ترى الدراسة الحالية أنه لا يوجد دور في حين أن دراسة مي أسامة تؤكد وجود علاقة بين الدخل والتسوق من مواقع التجارة الإلكترونية.

التوصيات والمقترحات:

في ضوء أهداف الدراسة والنتائج التي توصلت إليها الباحثة، نختتم هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات والمقترحات، والتي تم وضعها بناء على نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- سن القوانين والتشريعات اللازمة لخلق بيئة إلكترونية مناسبة.
- 2- توعية الناس بكيفية استخدام الحاسب الآلي والتعامل مع التكنولوجيا الإلكترونية وأجهزة الاتصال العالمية.
- 3- دعم المشاريع التقنية عبر الإنترنت، وتشجيع القطاع التكنولوجي من خلال استخدام التقنيات الإلكترونية والبرمجيات المتطورة.
- 4- تبني سياسة التثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع، وذلك من خلال برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية.

5- تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدماتها بأسعار تنافسية.

6- تعزيز ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال تسهيل إتمام وتحصيل المدفوعات والحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين.

7- تقديم المعلومات الكافية للمستهلكين عن السلع والخدمات من خلال المواقع الإلكترونية ومحركات البحث والرسائل الإلكترونية.

الخاتمة:

بحمد الله وتوفيقه أتمت الباحثة دراستها الحالية بعنوان التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك، التي بدأتها الباحثة بهدف التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التجارة الإلكترونية في إطار التحول الذي تمر به ليبيا، وتم تحديد مجموعة من النقاط التي يتعين مراعاتها من قبل المتعاملين على شبكة الإنترنت، وقد كشفت الدراسة عن الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في سلوك المستهلك الليبي ومن أهم النقاط ما يلي:

1- ضعف انتشار واستخدام تقنية المعلومات في ليبيا، والذي يعد مؤشرا مهما في المقدرة التكنولوجية لاقتصاديات البلاد، وهذا يشير إلى انخفاض إسهام تكنولوجيا الاتصال في الاقتصاد الليبي، وغياب الاستثمارات المخصصة في قطاع تقنية المعلومات. وهذا كان له أثره في محدودية انتشار استخدام الحاسبات الآلية في المجتمع الليبي وبالتالي انخفاض فرص الدخول على الإنترنت والتي تعد وسيلة للتجارة الإلكترونية.

2- أهمية توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية الإلكترونية والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال

وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الإنترنت والحاسبات ومزود بخدمات الإنترنت، وهذا ما تعاني منه ليبيا اليوم في ظل قصور هذا القطاع الحيوي.

3- التجارة الإلكترونية سواء بين الأشخاص أو في البنوك أو في التبادلات التجارية، أصبح واقعاً يتطلب مناقشة مقومات نجاحه، وذلك من خلال الاستفادة من تجارب الدول التي اقتحمت هذا القطاع بالإضافة إلى التخلص من المعوقات.

4- التجارة الإلكترونية حولت العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.

الهوامش:

- 1- الصادق رايح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 143
- 2- منير إشميلة، التجارة الإلكترونية في ليبيا، (1-2/ديسمبر 2012)، بنغازي، www.monir.ly، تاريخ وساعة الدخول إلى الموقع: 2016/1/25 س: 12:30.
- 3- محمد علي حسن مصطفى، التجارة الإلكترونية وأثرها على المتطلبات التسويقية، جامعة جوبا - الخرطوم، مركز الدراسات العليا، كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية، مدرسة العلوم الإدارية - إدارة أعمال، 2005، ص 7.
- 4- محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي، مصر، شركة الوسيط التجاري، 2005، ص 10.
- 5- عبد الله محمد الهرش، دور برامج تنشيط المبيعات في التأثير على السلوك الاستهلاكي السلبي عند المستهلك، الأردن، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد 2، 2014، ص 148.
- 6- مي أسامة الهطيل، التجارة الإلكترونية وتنامي ثقافة المستهلك، جامعة طنطا، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2013.
- 7- زواوي عمر حمزة، تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، قسم التسويق، 2013.
- 8- خالد كاظم أبو دوح، رأس المال الاجتماعي - آفاق جديدة في النظرية الاجتماعية، (ط1)، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، (2014)، ص 150.

- 9-تهاني محمد عبد الرحمن فقيه ،التسوق الإلكتروني وأثره على اتجاهات الأسرة الاستهلاكية في عصر المعلوماتية، رسالة ماجستير،جامعة أم القرى ،كلية الفنون والتصميم الداخلي، قسم السكن وإدارة المنزل، 2013، ص 9.
- 10- تهاني محمد عبد الرحمن فقيه ،مرجع سابق،ص 49/48
- 11-محمد علي حسن مصطفى،مرجع سابق، ص 10.
- 12- تهاني محمد عبد الرحمن فقيه ،مرجع سابق،ص 46/45
- 13-محمد الصالح مفتوح،_تأثير الإعلان على سلوك المستهلك النهائي، جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمي، 2013،ص 9.
- 14-نوري عبد السلام بربون، المدخل إلى التفكير الاقتصادي-المبادئ والاقتصاد الجزئي، طرابلس، منشورات أكاديمية الدراسات العليا، 2003،ص 44-45.
- 15-إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع الاقتصادي،الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005،ص 134.
- 16-آمنة علي أحمد الرباعي،الإعلان التلفزيوني والسلوك الاستهلاكي، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،كلية الآداب، تخصص الإعلام، 2008،ص 37.
- 17- تهاني محمد عبد الرحمن فقيه ،مرجع سابق،ص 73.
- 18-محمد الصالح مفتوح، مرجع سابق،ص 12.
- 19-آمنة علي أحمد الرباعي،مرجع سابق،ص 44-45.
- 20-محمد سعيد عبد المجيد وممدوح عبد الواحد الحيطي، الاستدلال الإحصائي في البحوث والدراسات الاجتماعية (ط2)، طنطا،دار ومكتبة الإسراء لطباعة ونشر وتوزيع الكتب الجامعية والعلمية، (2013)،ص159-160.

الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية

"دراسة ميدانية لطلبة كلية الآداب بجامعة سرت"

د. عبد الله محمد عبد الله اطيبة.. كلية الآداب /جامعة سرت

د. دليلة مصباح حامد مصباح .. كلية الآداب /جامعة سرت

مقدمة:

شهد العالم توسعا وانتشارا كبيرين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اغلب دول العالم ، لتصبح واحدة من أهم استخدامات شبكة الإنترنت والعالم الرقمي، حيث يقدر عدد حسابات مختلف مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم اليوم بأكثر من ملياري حساب ⁽¹⁾، حيث ذكرت دراسة صادرة عن برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية أن قاعدة مستخدمي هذه الشبكات الاجتماعية في العالم العربي زادت وتوسعت لتتجاوز مع نهاية شهر أيار (مايو) 2014 الـ 81.3 مليون مستخدم، يتواصلون وينشرون الحالات والأخبار والأحداث بالمحتوى المكتوب او بالصور والفيديوهات حول ما يدور في حياتهم الشخصية بسهولة ويسر، متجاوزين كافة الحواجز الجغرافية⁽²⁾، وبحسب التقرير الذي نشرته مؤسسة الدراسات والأبحاث العالمية "غارنتر" فإن عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم بلغ نحو 3.4 مليارات شخص، وارتفع عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 29% خلال العامين 2015 و2016⁽³⁾.

نظرا لهذا الانتشار المتسارع لمواقع التواصل الاجتماعي كان لابد من وجود دراسات إعلامية لقياس تأثيرها على الأفراد وخصوصاً طلبة الجامعات ، لما تمثله هذه

الفئة من أهمية كبرى في تطور المجتمعات والنهوض بها ، أو أن تكون معول هدم وتدمير في حالة استخدامها بشكل خاطئ.

الدراسات السابقة:

1. **Brittany Hanna, Kerk F. Kee , Brett W. Robertson(2017): Positive Impacts of Social Media at Work: Job Satisfaction, Job Calling, and Facebook Use among Co-Workers .⁽⁴⁾**

تهدف هذه الدراسة لفحص وجود علاقة ايجابية بين الزملاء الذين يستخدمون الفيسبوك للتواصل مع بعضهم البعض، تم توزيع الاستبيان على الانترنت حول تأثير استخدام الفيسبوك في العمل من قبل الموظفين حيث بلغ حجم العينة (70) مبحثاً في اثنين من شركات التكنولوجيا في شمال كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. **كشفت النتائج:** أن الرضا الوظيفي يرتبط ارتباطاً إيجابياً مع شدة استخدام الفيسبوك بين زملاء العمل ، والشعور بالرضا من العمل كان إحصائياً أعلى بكثير لمجموعة من الموظفين الذين قضوا أكبر قدر من الوقت في التفاعل عبر الفيسبوك مع زملائهم في العمل من المجموعة التي أنفقت أقل قدر من الوقت، وتشير هذه النتائج إلى أن الشركات يمكن أن تبدأ في استكشاف فوائد إيجابية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أماكن العمل.

2. **Ikoni J. Ogajia, Paula C. Okoyeukwub, Irene Wanjiru Wanjikua, Edith Adhiambo Osiroa, Diana Akoth Ogutua. (2017) Pattern Of Use Of Social Media Networking By Pharmacy Students Of Kenyatta University, Nairobi, Kenya⁽⁵⁾**

تهدف هذه الدراسة للتعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلاب الصيدلة في جامعة كينيا في نيروبي كينيا لفهم طبيعة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، والغرض من استخدامها، فضلاً عن الوقت الذي يقضيه الطلاب يومياً على الشبكات الاجتماعية، من خلال الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات.

كشفت النتائج: أن طلاب الصيدلة يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية بشكل جيد للغاية للتواصل مع الأصدقاء الحقيقيين والافتراضيين ولكن ليس كثيرا للتطوير الأكاديمي، فالغالبية العظمى من الطلاب يستخدمون الفيسبوك وتويتر لمدة تقل عن 30 دقيقة يوميا، و قضاء وقت أطول على تطبيقات الواتس اب ويوتيوب، في هذه الدراسة كان الواتس اب الأكثر استخدامًا بين الطلاب للتواصل مع أصدقاء حقيقيين على عكس الفيسبوك الذي كان يعمل أساساً على التواصل مع الأصدقاء الحقيقيين والافتراضيين، وأظهرت الدراسة مقارنة عقلانية لاستخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الطلاب الصيدلة حيث أن معظم الطلاب يستخدمون الشبكات الاجتماعية خلال عطلة نهاية الأسبوع أكثر من أيام الأسبوع التي هي محملة بالأنشطة الجامعية .

3- عادل دياب العلي، بشرى رفيق عوض (2015): الآثار الاجتماعية والسياسية لشبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين من الشباب الجامعي "طلبة الدراسات العليا في الكليات النظرية في جامعة تشرين أنموذجاً" (6).

هدف البحث إلى التعرف على الآثار السياسية والاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين من الشباب الجامعي، وكيف أثرت هذه الشبكات على العلاقات الاجتماعية للشباب وعلى تكوين آرائهم السياسية .وتكونت عينة البحث من (157) طالبا وطالبة منهم (70) ذكورا و (78) إناثا تم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة، واستخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

وتوصل البحث إلى النتائج التالية:

- أ. إن الإناث أكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي من الذكور.
- ب . كثرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى التأثير على مجريات المتغيرات السياسية.

ج . كثرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى زيادة مشاركة الشباب في القضايا الوطنية.

4- عبد الصادق حسن عبد الصادق (2014): تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية⁽⁷⁾.

سعت الدراسة إلى تعرف استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية" التلفزيون، الإذاعة، التلفزيون"، وذلك من خلال تعرف عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال التقليدية والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام .وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة بالتطبيق على عينة قوامها عمدية قوامها 452 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون وجامعة المملكة في مملكة البحرين، للوصول إلى إجابات عن أسئلة الاستبانة والعلاقة بين متغيرات الدراسة .

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

أ. زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، حيث تتعرض نسبة 79.42 % لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة 52.21% للتلفزيون، ونسبة 50.44 % للإذاعة، ونسبة 16.18 % للصحف.

ب . تفضيل الشباب الجامعي لموقعي اليوتيوب والفيس بوك، وموقع تويتر بصفة أساسية، وتتنوع العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب ما بين الصداقة، العلاقات العاطفية، الدراسة والبحث العلمي .

ج . كانت دوافع التعرض النفعية في مقدمة دوافع الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والصحف مثل تعرف آراء الآخرين في مختلف القضايا في المجتمع الذي نعيش فيه تسمح بعمل روابط على صفحات أخرى على شبكة الإنترنت.

د . وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية.

5- محمد العوض محمد وداعة لله (2014): مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي "دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من يناير 2013 م - ديسمبر 2013 م" (8).

تهدف الدراسة التعرف على :

- أ . مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- ب. طبيعة القضايا التي يتناولها الشباب الجامعي من خلال هذه المواقع.
- ج. عادات التعرض للوسائل الحديثة، من حيث كم الوقت المخصص لها وطبيعة التعامل مع هذه المواقع.
- د. إلى أي مدى نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في تناول الإيجابي لقضايا الشباب الجامعي.
- هـ. أهم المقترحات التي يمكن من خلالها إحداث نوع من الضبط القيمي والسلوكي للشباب الجامعي.

زواج الباحث بين منهجي المسح في إطار البحوث الوصفية بغرض جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج ، والمنهج المقارن لإجراء مقارنات كمية وكيفية، كما استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسة بالإضافة إلى أداتي

الملاحظة والمقابلة، اقتصر البحث مكانياً على عينة من طلاب الجامعات السودانية بولاية الخرطوم (السودان للعلوم والتكنولوجيا - السودان العالمية).

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج اهمها:

أ. أن أفراد العينة المبحوثة يستخدمون مواقع التواصل بنسبة عالية.

ب. أظهر البحث الدور الاجتماعي الذي تقوم به مواقع التواصل من خلال تناولها لقضايا الشباب الجامعي.

ج. ضعف تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الطلاب الأكاديمية.

6- خالد بن علي بن عباد القرشي(2014): أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية⁽⁹⁾.

هدفت الدراسة إلى :

أ. التعرف على أهم أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني الذي يجب الالتزام بها عند طلاب الجامعات السعودية.

ب. الكشف عن واقع التزام طلاب الجامعات بالمملكة العربية السعودية بهذه الأخلاقيات.

ج. التعرف على مدى اختلاف هذه الأخلاقيات باختلاف متغيرات: المكان، العام الدراسي، التخصص

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أداة الاستبيان ، لعينة عشوائية طبقية قوامها (1939) طالباً من خمس جامعات.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. هناك استخدام إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في مستوى الأخلاقيات الإيمانية.

ب. وجود استخدام سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني.

ج. نشر الفضائح على الفيس بوك .

د. انتشار الغيبة في تويتر .

7- سامي أحمد شناوي ومحمد خليل عباس (2014): استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين ⁽¹⁰⁾.

هدفت هذه الدراسة التعرف على مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وعلاقتها مع التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين ، وقد تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي، إذ تم تطوير مقياس للكشف عن علاقة استخدام الفيسبوك في التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين، وقد تكونا المقياس من 63 فقرة موزعة على أربعة مجالات، هي: التوافق الشخصي، والتوافق الاجتماعي، والتوافق الأسري، والتوافق الأكاديمي، وتم التحقق من الصدق باستخدام الصدق الظاهري، أما بالنسبة للثبات، فقد تم التحقق منه بطريقة الاختبار وإعادته 76%، و بطريقة كرونباخ ألفا 89% ، وتم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من 466 طالبا وطالبة ونسبتهم 18% من مجتمع الدراسة من صفوف العاشر والحادي عشر والثاني عشر في القرى التابعة لسهل البطوف في الجليل، ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).

وقد أظهرت نتائج الدراسة:

أ. أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيسبوك، والتي حصلت على أعلى تكرار هي الفترة أقل من ساعتين يوميا.

ب. أن مستوى التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين الذين يستخدمون الفيسبوك جاءت بدرجة مرتفعة.

ج. وجود علاقة سلبية دالة إحصائيا بين الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيسبوك ومستوى التوافق النفسي.

د. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس على فترة استخدام الفيس بوك لدى الطلبة المراهقين، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس التوافق النفسي تعزى لأثر الجنس، ولصالح الذكور في مجال التوافق الشخصي، بينما كانت لصالح الإناث في مجالات التوافق الأسري والتوافق الاجتماعي والتوافق الأكاديمي وفي الدرجة الكلية.

8- إيمان محمد حسني عبدالله (2013): التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري (11).

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي و أسلوب المقارنة المنهجية، وتنتمي عينة الدراسة إلى ما يطلق عليه العينات متعددة المراحل، فهي عينة عمدية على ملتسمي المعلومات السياسية من صفحات شبكات التواصل الاجتماعي من طلاب جامعة القاهرة ، وعنقودية عشوائية على الكليات ذات التخصص النظري والعملي ، وقد تم تطبيق الدراسة على 400 طالب ، موزعين بالتساوي، بواقع 200 مفردة لكل من الكليات النظرية والعملية.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

أ. وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين مدى تقدير الشباب المصري الجامعي للصفحات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي، كمصدر للمعلومات، ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين.

ب. وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين نوعية مصادر التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين، بمكوناتها الثلاث المعرفي والوجداني والسلوكي.

ج. وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين استراتيجيات ما قبل و أثناء وما بعد التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين، بمكوناتها الثلاث المعرفي والوجداني والسلوكي.

د. وجود فروق دالة إحصائية بين التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين وفقا لعدد من المتغيرات المعرفية والاتصالية الديموغرافية.

9- فهد بن علي الطيار (2014): شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود⁽¹²⁾.

تهدف الدراسة إلى التعرف على :

أ. الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ب. الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ج. أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة الحالية من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغت العينة النهائية 2274 طالباً .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

أ. أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في :التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشرائع الدينية.

ب. أن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل.

ج. أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

10- عبدالكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات(2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية⁽¹³⁾.

تتلخص أهداف الدراسة في معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات .واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أ. انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة .
- ب. وان تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابية مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبي مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تنبئه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو

الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

11- خالد بن محمد البدر (2013): نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁴⁾.

انحصرت مشكلة الدراسة في التعرف على علاقة نسق القيم الاجتماعية باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي، تشكل مجتمع الدراسة من جميع الآباء والأبناء في مدينة الرياض، وتم اختيار عينة عمدية مقدارها (200) مفردة، بواقع (100) من الآباء، و(100) من الأبناء، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق مدخل المسح بالعينة وباستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

أ. لنسق القيم الفكرية تأثير قوي جداً على اتجاهات الآباء نحو شبكات التواصل الاجتماعي، بينما كان هذا التأثير قوي فقط على اتجاهات الأبناء نحو تلك الشبكات.

ب. لنسق القيم الاقتصادية والجمالية والسياسية والاجتماعية الأخرى تأثير قوي على اتجاهات الآباء أو الأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

ت. لنسق القيم الدينية تأثير قوي جداً على اتجاهات الآباء أو الأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

ث. أن الاتجاهات المؤيدة بشدة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي : تيسير التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بتكلفة منخفضة، ودعم ثقافة الحوار البناء القائم على قبول الآخر واحتوائه، والتواصل مع أبناء الحضارات والثقافات الأخرى.

ج. أن الاتجاهات الراضة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي : إمكانية ارتكاب جرائم نصب والتزوير الإلكتروني، وضعف التواصل الاجتماعي المباشر، وفتح المجال أمام ابتزاز النساء.

12- رائد بن حزام الكرناف(2014): تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (15).

تهدف الدراسة التعرف على طبيعة الشائعات ألكترونية وكيفية مكافحتها، ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصور إستراتيجي لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف حماية المجتمع السعودي، تشكل مجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل ألاجتماعي وتمثلت العينة في مجموعة من المختصين في الأجهزة الأمنية والمؤسسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي ووظف المقابلة والاستبانة كأداتين لجمع البيانات والمعلومات من الميدان.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أ. من الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز.
- ب. تساعد الشائعة على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع.
- ج. المجتمع المتمتع بالشفافية والصراحة يستطيع مواجهة الشائعة دون عناء، لأن الحقائق تقتل الشائعة في مهدها.
- د. موقع تويتر ذو صلة أساسية بترويج الشائعات.
- هـ. تكون الشائعات على موقع تويتر أكثر سرعة منها على مواقع التواصل الأخرى.

13- حنان بنت شعشوع الشهري (2012): أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك وتويتر نموذجا" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة (16).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة و البحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا. كما تبين أيضا أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج- أيضا - إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحثان من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة من خلال:
- أ- محاولة الاستفادة من المنهج المستخدم (المنهج الوصفي) و أداة الدراسة (الاستبيان) الخاصة بالدراسة الميدانية للعينة التي قام الباحثان بدراستها.
 - ب- محاولة التعرف على أهم الآثار التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي .
 - ج- مقارنة نتائج الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من خلال معرفة أوجه التشابه والاتفاق.

مشكلة الدراسة:

نظراً لانتشار مواقع التواصل الاجتماعي فقد اختلفت أسباب استخدامها تبعاً لمن يستخدمها، سواء أكان من ناحية الاستفادة الإيجابية أو الاستخدام المفرط والمؤذي في كثير من الأحيان إلى مشاكل سواء للمستخدم أو للمجتمع المحيط ، وزادت من سهولة الحديث والحصول على المعلومات والأخبار، بالإضافة إلى التعرف على الأشخاص والانضمام لكيانات قد تهدد حياة الآخرين ، وتؤثر على حياتهم بالسلب أو الإيجاب، لذا جاءت مشكلة للدراسة في التساؤل التالي : ما هي الآثار الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية ؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في كونها تتوجه نحو دراسة الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية من خلال القيام بدراسة ميدانية لطلبة كلية الآداب بجامعة سرت .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على:

- أ. الخصائص الديموغرافية لطلاب كلية الآداب بجامعة سرت .

- ب. ساعات استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ج. فترة استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي.
- د. طريقة دخول طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي.
- هـ. مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب كلية الآداب بجامعة سرت.
- و. الآثار الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلاب كلية الآداب بجامعة سرت .
- ز. مقترحات طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لمجابهة الآثار السلبية شبكات التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي، ولذلك استخدم الباحثان المنهج الوصفي لهذه الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحثان على أداة الاستبيان للإجابة على تساؤلات الاستمارة الخاصة بالدراسة الميدانية .

عينة الدراسة :

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على العينة العمدية "ووضح هنا أن الاختيار عمدي، وأن هذه الطريقة تستلزم معرفة المعالم الإحصائية للمجتمع الأصلي"⁽¹⁷⁾؛ فقد اختار الباحثان عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة سرت البالغ عددهم 2000 طالب وطالبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث شملت الدراسة عينة عمدية لعدد 321 طالب وطالبة بمختلف أقسام كلية الآداب بجامعة سرت .

حدود ومجالات الدراسة:

- المجال المكاني: كلية الآداب بجامعة سرت بمدينة سرت الليبية .
- المجال الزمني: الفترة من 2015/5/16 إلى 2015/5/22 م .
- المجال البشري: طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بمدينة سرت وعددهم 321 .

اختبار الصدق والثبات :

1- اختبار الصدق :

أجرى الباحثان لاختبار الصدق الإجرائيين التاليين :

أ- الصدق الظاهري :

من خلال استطلاع ميداني أولي يعرف بـ Per_Test على عينة قوامها 10% من حجم عينة الدراسة الكلية , وذلك على عينة قوامها (30) من طلبة كلية الآداب , وتضمن هذا الاستطلاع جميع الأسئلة الواردة في الاستمارة , وقد دلت النتائج على فهم المبحوثين (الطلاب) وقدرتهم على الإجابة على الأسئلة المعروضة عليهم , مع إبداء بعض الملاحظات بخصوص الأسئلة .

ب- الصدق المنطقي :

من خلال مراجعة مدى مطابقة الأسئلة الواردة في استمارة الاستبيان لأهداف الدراسة, وعرضها على عدد من أساتذة الإعلام وعلم الاجتماع (المحكمين) وعلى ضوء ملاحظاتهم القيمة , قام الباحثان بالإعداد النهائي للاستمارة بعد تحكيمها.

2- اختبار الثبات :

يقصد بالثبات: الحصول على النتائج نفسها عند تطبيق الأداة أكثر من مرة على الأفراد أنفسهم⁽¹⁸⁾، قام الباحثان بعمل اختبار عبر أسلوب إعادة التطبيق Test-re-Test على (10%) من حجم العينة، من خلال التوزيع على نفس المبحوثين بعد

فترة (30) يوم من التطبيق الأول (per-test) (10%) من الحجم الكلي للعينة (30) ؛ حيث طبق الباحثان معادلة هولستي، وأظهر التطبيق أن معامل الثبات في نتائج الاستبانة بلغ 0,93، وكما هو موضح في تطبيق المعادلة الآتية :

$$0,93 = \frac{28 \times 2}{30 + 30}$$

فبلغت قيمة الثبات الكلية (93%)، مما يعني: أن للأداة معامل ثبات عال.

نظرية الدراسة :

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات من خلالها لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة (19)، يرى رورنجرين أن مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والاشباعات والتي تبدأ من حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان ، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد ، ينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثتها ، وحلول محتملة لتلك المشكلات ، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو اشباع الحاجات ، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام ، يؤدي ذلك إلى اشباعات أو عدم اشباع ، تم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة (20).

مصطلحات الدراسة:

يرى الباحثان أن هناك مجموعة من المصطلحات الواجب تعريفها وهي :

أ. الآثار الاجتماعية:

هي العواقب على الإنسان نتيجة مشروع مقترح والذي يغير حياة الإنسان، عمله، علاقاته مع الأشخاص بعضهم ببعض، تنظيم أنفسهم والتعامل مع الأفراد منفردين أو مع المجتمع (21).

ب. مواقع التواصل الاجتماعي:

يقصد بها الباحثان مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي يتم من خلالها التعرف أو التواصل وتبادل المعلومات والأخبار .

ج. طلاب الجامعات الليبية :

يقصد بها الباحثان الفئة العمرية التي تبدأ من 18 سنة فاكتر وفي أحيان أخرى أقل من 18 سنة ، والتي تحصلت على الشهادة الثانوية بقسميها العلمي والأدبي والتي دخلت الجامعة وفي مراحل أولى أو متقدمة من الدراسة الجامعية.

د. كلية الآداب جامعة سرت:

تأسست كلية الآداب سنة 1989م وهي إحدى كليات جامعة قاريونس (سابقاً) فرع سرت، وكانت في تلك الفترة تعرف بكلية الآداب والعلوم ، وفي عام 1991م صدر قرار اللجنة الشعبية العامة (سابقاً) رقم 745 بإنشاء جامعة سرت ، حيث أصبحت الكلية إحدى الكليات التابعة للجامعة بمسمى كلية الآداب والتربية وفي عام 2012م تغير اسمها لتصبح كلية الآداب جامعة سرت تتكون من 9 أقسام علمية هي : الإعلام وعلم الاجتماع واللغة العربية واللغة الانجليزية واللغة الفرنسية والتاريخ والجغرافيا والفلسفة والدراسات الإسلامية (22).

عرض نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1)

الخصائص الديموغرافية لطلاب كلية الآداب بجامعة سرت

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكور	30.6
	إناث	69.4
	المجموع	100
الحالة الاجتماعية	متزوج	11.5
	غير متزوج	88.5
	المجموع	100
الفئات العمرية	أقل من 18 سنة	6.5
	من 18 - أقل من 20 سنة	52.6
	من 20 - أقل من 22 سنة	18.6
	22 سنة فأكثر	22.3
	المجموع	100
الفصل الدراسي في الجامعة	الفصل الأول والثاني	35.2
	الفصل الثالث والرابع	26.1
	الفصل الخامس والسادس	19.0
	الفصل السابع والثامن	17.1
	دراسات عليا	2.6
	المجموع	100

تشير بيانات الجدول السابق المتعلق بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من طلاب كلية الآداب بجامعة سرت في مدينة سرت الليبية محل الدراسة الى أن :

أ. أن الطالبات أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (69.4%) ، فيما بلغت نسبة الطلبة (30.4%) .

تختلف هذه النتيجة مع دراسة Anna Christine McCauley Ohannessian , Vannucci, Kaitlin M. Flannery, Sarosh Khan (2017) في أن الذكور أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من الإناث. (23)

ب. أن الحالة الاجتماعية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هي غير المتزوجين بنسبة (88.5%) ، فيما بلغت نسبة المتزوجين (11.5%) .

ج. أن الفئة العمرية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هي من 18 سنة - اقل من 20 سنة بنسبة (52.6%) ، فيما بلغت الفئة العمرية 22 سنة فأكثر نسبة (22.3%) ، فيما بلغت الفئة العمرية من 20 - اقل من 22 سنة نسبة (18.6%) ، فيما بلغت الفئة العمرية اقل من 18 سنة نسبة (6.5%) .

د. أن للفصول الدراسية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هي الفصل الأول والثاني بنسبة (35.2%) ، فيما بلغت نسبة الفصل الثالث والرابع (26.1%) ، فيما بلغت نسبة الفصل الخامس والسادس (19.0%) ، ، فيما بلغت نسبة الفصل السابع والثامن (17.1%) ، فيما بلغت نسبة الدراسات العليا (2.6%) .

جدول رقم (2)

الأقسام العلمية لطلبة كلية الآداب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

القسم العلمي	ك	%
اللغة العربية	66	19
علم الاجتماع	59	16.8
الإعلام	54	15.2
الجغرافيا	41	12.7
التاريخ	37	11.5
اللغة الانجليزية	25	7.78
الفلسفة	22	6.85
الدراسات الإسلامية	17	5.29
المجموع	321	100

* شملت الدراسة 8 أقسام من 9 أقسام تتكون منها كلية الآداب بجامعة سرت.

يتضح من الجدول (2) الأقسام العلمية لطلبة كلية الآداب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي: إن طلاب قسم اللغة العربية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (19%) ، فيما حل بالمرتبة الثانية طلاب قسم علم الاجتماع بنسبة (16.8%) ، فيما حل بالمرتبة الثالثة طلاب قسم الإعلام بنسبة (15.2%) ، فيما حل بالمرتبة الرابعة طلاب قسم الجغرافيا بنسبة (12.7%)، فيما حل بالمرتبة الخامسة طلاب قسم التاريخ بنسبة (11.5%) ، فيما حل بالمرتبة السادسة طلاب قسم اللغة الانجليزية بنسبة (7.78%) ، فيما حل بالمرتبة السابعة طلاب قسم الفلسفة بنسبة (6.85%) ، فيما حل بالمرتبة الأخيرة طلاب قسم الدراسات الإسلامية بنسبة (5.29%) .

جدول رقم (3)

ساعات استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لمواقع التواصل الاجتماعي

ساعات الاستخدام	ك	%
من 3 ساعات فأكثر	197	61.5
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	73	22.7
أقل من ساعة	51	15.8
المجموع	321	100

يتضح من الجدول (3) ساعات استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي: إن عدد الساعات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من 3 ساعات فأكثر بنسبة (61.5%) ، فيما حلت بالمرتبة الثانية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات بنسبة (22.7%) ، فيما حلت بالمرتبة الأخيرة أقل من ساعة بنسبة (15.8%).

جدول رقم (4)

فترة استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لمواقع التواصل الاجتماعي

فترة الاستخدام	ك	%
ما بعد منتصف الليل	97	30.2
المساء	90	28.04
الصباح	64	20
العصر	47	14.6
الظهر	23	7.16
المجموع	321	100

يتضح من الجدول (4) فترة استخدام طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي: إن فترة ما بعد منتصف الليل الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (30.2%) ، فيما حلت بالمرتبة الثانية فترة المساء بنسبة (28.04%) ، فيما حلت بالمرتبة الثالثة فترة الصباح بنسبة (20%) ، فيما حلت بالمرتبة الرابعة فترة العصر بنسبة (14.6%)، فيما حلت بالمرتبة الأخيرة فترة الظهر بنسبة (7.16%) .

جدول رقم (5)

طريقة دخول طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لمواقع التواصل الاجتماعي

طريقة الدخول	ك	%
الهاتف	191	59.5
الكمبيوتر	90	28
الاثنين معاً	40	12.5
المجموع	321	100

يتضح من الجدول (5) طريقة دخول طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لشبكات التواصل الاجتماعي: إن الهاتف هي الطريقة الأكثر استخداماً للدخول لمواقع التواصل

الاجتماعي بنسبة (59.5%) ، فيما حلت بالمرتبة الثانية الكمبيوتر بنسبة (28%) ،
فيما حلت بالمرتبة الأخيرة الاثنين معاً بنسبة (12.5%) .

جدول رقم (6)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب كلية الآداب بجامعة سرت/ ن=321

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الفيس بوك Facebook	279	87
الفايبر viber	256	79.7
الجي ميل Gmail	189	61.3
واتس اب WhatsApp	183	57
التويتر twitter	138	43
التانغو tango	132	41.1
وي شات we chat	107	33.3
لاين line	91	28.3
الياهو yahoo	89	27.7
الانستغرام instagram	71	22.1
لينكدن LinkedIn	69	21.4
فري بي بي freePP	67	20.8
كوكو coco	63	19.6
سناپ شات snap chat	53	16.5
تيليغرام telegram	47	14.6
الهوت ميل hotmail	39	12.1
راوندس rounds	11	3.42
تيك توك tictoc	07	2.18
جس تالك jus talk	03	0.93

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يتضح من الجدول السابق : إن الفيس بوك Facebook أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (87%) ، يليه الفايبر viber بنسبة (79.7%) ، فيما حل بالمرتبة الثالثة الجي ميل Gmail بنسبة (61.3%) ، يليه واتس اب whatsapp بنسبة (57%) ، فيما حل بالمرتبة الخامسة التويتر twitter بنسبة (43%) ، يليه تانغو tango بنسبة (41.1%) ، فيما حل بالمرتبة الأخيرة جس تالك jus talk بنسبة (0.93%) .

تختلف هذه النتيجة مع دراسة C. Matthew Hawkins, Sumir S. Patel , James V. Rawson, Jenny K. Hoang (2017) في أن ينكدين كان الأكثر مواقع التواصل شيوعاً بين جميع المستخدمين المحترفين (24).
في حين تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Jessica Rebecca Smith , Morgan', Claire Monks (2017) في أن الفيس بوك كان المنصة الأكثر شيوعاً بين طلاب المدارس والجامعات (25).

تختلف هذه النتيجة مع دراسة آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان (2012) في تفضيل الشباب السعودي لخدمات محركات البحث في المقام الأول يليها يوتيوب ثم تويتر بينما يغيب فيسبوك عن ساحة منافسة التفضيل (26).

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Namsu Park, Kerk F. Kee, and Sebastián Valenzuela (2009) في أن الفيس بوك كان الأكثر شيوعاً بين طلاب الجامعات للاستخدامات الإعلامية أكثر من الاستخدامات الترفيهية (27).

جدول رقم (7)

الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب كلية الآداب بجامعة سرت ن=321

درجات الموافقة					الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية
لا أوافق بشدة	أعارض	محايد	أوافق إلى حد ما	تماماً بشدة	
7	3	28	32	30	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في سهولة الحصول على المراجع العلمية للبحوث الأكاديمية.
4	2	26	55	13	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل داخل المنزل عبر الوسائل الاتصالية
54	3	18	2	23	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إقامة العلاقات المرفوضة دينياً واجتماعياً
28	15	33	10	14	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الانغماس مع أفكار الآخرين
20	16	11	49	4	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين جماعات مغلقة.
51	9	17	13	7	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفكك العلاقة مع الأسرة
08	05	19	32	36	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشوء حواجز جديدة مع الإدمان على الانترنت
03	04	39	29	25	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفكك العلاقة مع المجتمع
09	36	11	28	16	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الجراءة في اتخاذ القرار
15	08	16	37	24	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اقتحام خصوصية الأفراد
23	10	17	11	39	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة والأخبار الكاذبة
13	06	21	41	15	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة بين الطلاب
صفر	20	27	31	22	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على أشخاص من دول مختلفة
07	13	39	27	14	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الهروب من ضغوط الحياة اليومية
04	21	37	18	44	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة الفتن بهدف زعزعة الأمن الوطني

تابع جدول رقم (7)

الآثار الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلاب كلية الآداب بجامعة سرت

درجات الموافقة					الآثار الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية
لا أوافق بشدة	أعارض	محايد	أوافق إلى حد ما	تماماً بشدة	
25	08	31	24	12	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التحريض على العنف
صفر	15	30	18	37	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في قذف بعض الأفراد والتشهير بهم
11	37	18	14	20	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه وتحريف الحقائق
17	03	14	13	53	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات
07	صفر	23	19	51	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الانضمام لجماعات إرهابية تهدف إلى تشويه الدين الإسلامي
02	06	19	61	12	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات متنوعة
17	04	22	26	31	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بشكل مجاني سواء داخل ليبيا أو خارجها.
13	27	11	24	25	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن مختلف الآراء بحرية
12	51	13	24	صفر	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في قطع العلاقات المباشرة بين الأصدقاء المقربين
21	06	34	24	15	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في ازدياد حالات الزواج بين الأشخاص.
15	10	09	14	52	تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار حالات الطلاق
10	16	Article I. 13	34	27	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تقوية الوازع الديني
2	8	Article II. 42	28	30	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في سهولة تبادل الحديث في الموضوعات الغير أخلاقية أو استعراضها ومشاهدتها
صفر	صفر	Article III. 26	29	45	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في عرض جرائم الاغتصاب للشخصيات بالكلمة والصورة وأفلام الفيديو

درجات الموافقة					الآثار الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية
لا أوافق بشدة	أعارض	محايد	أوافق إلى حد ما	تماماً بشدة	
19	صفر	Article IV. 22	38	40	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في ابتزاز الأشخاص .

دلت نتائج الجدول السابق على إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (تماماً بشدة) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في سهولة الحصول على المراجع العلمية للبحوث الأكاديمية بنسبة 32%، كما يوافقون (إلى حد ما) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في التواصل داخل المنزل عبر الوسائل الاتصالية بنسبة 55%، ولا يوافقون (بشدة) على أنها تساهم في إقامة العلاقات المرفوضة دينياً واجتماعياً بنسبة 54%، و محايدون في كونها تساهم في الانغماس مع أفكار الآخرين بنسبة 33%، ويوافقون (إلى حد ما) في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تكوين جماعات مغلقة بنسبة 49%.

في حين دلت النتائج على إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لا يوافقون (بشدة) في كون مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تفكيك العلاقة مع الأسرة بنسبة 51%، ويوافقون (تماماً بشدة) في أنها تؤدي إلى نشوء حواجز جديدة مع الإدمان على الانترنت بنسبة 36%، في حين أنهم محايدون في أنها تساهم في تفكك العلاقة مع المجتمع بنسبة 39%.

في حين دلت النتائج على إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يعارضون في كون مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الجراءة في اتخاذ القرار بنسبة 36% ، ويوافقون (إلى حد ما) في أنها تقتحم خصوصية الأفراد بنسبة 37% ، ويوافقون (تماماً بشدة) في دورها في نشر الإشاعة والأخبار الكاذبة بنسبة 39%، ويوافقون (إلى حد ما) في أنها تساهم في نشر الثقافة بين الطلاب بنسبة 41%، ويوافقون (إلى حد ما)

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على أشخاص من دول مختلفة الطلاب بنسبة 31% .

إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت محايدون في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الهروب من ضغوط الحياة اليومية بنسبة 39% ، و يوافقون (تماما بشدة) في أنها تساهم في إثارة الفتن بهدف زعزعة الأمن الوطني بنسبة 44% ، و محايدون لكونها تساهم في التحريض على العنف بنسبة 31% ، يوافقون (تماما بشدة) كونها تساهم في قذف بعض الأفراد والتشهير بهم بنسبة 37% ، ويعارضون انها تساهم في تشويه وتحريف الحقائق بنسبة 37% .

في حين دلت النتائج على أن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (تماما بشدة) في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات بنسبة 53% ، يوافقون (تماما بشدة) أنها تساهم في الانضمام لجماعات إرهابية تهدف إلى تشويه الدين الإسلامي بنسبة 51%، يوافقون (إلى حد ما) أنها تساهم في تكوين صداقات متنوعة بنسبة 61% ، تتفق هذه النتيجة مع دراسة , Stephanie M. Reich, Natalia Kaveri Subrahmanyam , Waechter, Guadalupe Espinoza (2008) في مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الاتصال والتواصل مع الأصدقاء وبين أفراد الأسرة⁽²⁸⁾.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة Catherine Dwyer . Starr Roxanne Hiltz , Katia Passerini (2007) في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في بناء علاقات جديدة⁽²⁹⁾ .

إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (تماما بشدة) في دور مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بشكل مجاني سواء داخل ليبيا أو خارجها بنسبة 31% ، ويعارضون أنها تساهم في التعبير عن مختلف الآراء بحرية بنسبة 27% ، و يعارضون كونها تساهم في قطع العلاقات المباشرة بين الأصدقاء المقربين بنسبة

51% ، ومحايدين أنها تساهم في ازدياد حالات الزواج بين الأشخاص بنسبة 34% ، ويوافقون (تماما بشدة) أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في انتشار حالات الطلاق بنسبة 53%.

ذلت النتائج على أن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (الى حد ما) في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تقوية الوازع الديني بنسبة 34% ، ومحايدين في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في سهولة تبادل الحديث في الموضوعات الغير أخلاقية أو استعراضها ومشاهدتها بنسبة 34% ، يوافقون (تماما بشدة) أنها تساهم في عرض جرائم الاغتيال للشخصيات بالكلمة والصورة وأفلام الفيديو بنسبة 45% ، ويوافقون (تماما بشدة) أنها تساهم في ابتزاز بعض الأشخاص بنسبة 40% .

جدول رقم (8)

مقترحات طلاب كلية الآداب لمجابهة الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي ن=321

المقترحات	ك	%
الاندماج مع المجتمع بشكل مباشر دون الحاجة للوسائل التواصلية	231	72
الانخراط في نشاطات اجتماعية تعالج الإدمان على الانترنت	192	59.8
الرقابة الوالدية والمجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي	169	52.6
الاعتماد على المواقع الموثوق في مصداقيتها في الحصول على المعلومات	117	36.4
تخفيض ساعات التصفح على الانترنت	113	35.2
تدريب الفرد نفسه للابتعاد عن شبكات التواصل الاجتماعي	97	30.2
المجموع	321	100

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يتضح من الجدول (8) مقترحات طلاب كلية الآداب بجامعة سرت لمجابهة الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي : إذ حصل على المرتبة الأولى الاندماج مع المجتمع بشكل مباشر دون الحاجة للوسائل التواصلية بنسبة (72%) ، فيما حلت بالمرتبة الثانية الانخراط في نشاطات اجتماعية تعالج الإدمان على الانترنت بنسبة (59.8%) ، فيما حلت بالمرتبة الثالثة الرقابة الوالدية والمجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (52.6%) ، فيما حلت بالمرتبة الرابعة الاعتماد على المواقع الموثوق في مصداقيتها في الحصول على المعلومات بنسبة (36.4%)، فيما حلت بالمرتبة الخامسة تخفيض ساعات التصفح على الانترنت بنسبة (35.2%) ، فيما حلت بالمرتبة الأخيرة تدريب الفرد نفسه للابتعاد عن شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (30.2%) .

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- أن الطالبات أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (69.4%) .
- 2- أن الحالة الاجتماعية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هي غير المتزوجين بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (88.5%) .
- 3- أن الفئة العمرية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هي (من 18 سنة الى اقل من 20 سنة) طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (52.6%) .
- 4- طلاب الفصول الأول والثاني هم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (35.2%) .
- 5- طلاب قسم اللغة العربية هم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (19%) .

6. أن عدد الساعات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت من 3 ساعات فأكثر بنسبة (61.5%) .
7. فترة ما بعد منتصف الليل الفترة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (30.2%) .
8. إن الهاتف هي الطريقة الأكثر استخداماً للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (59.5%) .
9. إن الفيس بوك Facebook الأكثر استخداماً بين طلاب كلية الآداب بجامعة سرت بنسبة (87%) ، يليه الفايبر viber بنسبة (79.7%) ، فيما حل بالمرتبة الثالثة الجي ميل Gmail بنسبة (61.3%) ، يليه واتس اب whatsapp بنسبة (57%) ، فيما حل بالمرتبة الخامسة التويتر twitter بنسبة (43%) .
10. إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (تماماً بشدة) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في سهولة الحصول على المراجع العلمية للبحوث الأكاديمية بنسبة 32% ، ولا يوافقون (بشدة) على أنها تساهم في إقامة العلاقات المرفوضة دينياً واجتماعياً بنسبة 54% .
11. إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (إلى حد ما) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الثقافة بين الطلاب بنسبة 41% ، يوافقون (إلى حد ما) في أنها تساهم في التعرف على أشخاص من دول مختلفة بنسبة 31% .
12. إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (تماماً بشدة) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات بنسبة 53% ، ويوافقون (تماماً بشدة) على أنها تساهم في الانضمام لجماعات إرهابية تهدف إلى تشويه الدين الإسلامي بنسبة 51% .
13. إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يوافقون (إلى حد ما) في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تقوية الوازع الديني بنسبة 34% ، ومحايدين في أن مواقع

التواصل الاجتماعي تساهم في سهولة تبادل الحديث في الموضوعات غير الأخلاقية أو استعراضها ومشاهدتها بنسبة 34% ، يوافقون (تماما بشدة) أنها تساهم في عرض جرائم الاغتتيال للشخصيات بالكلمة والصورة وأفلام الفيديو بنسبة 45% ، ويوافقون (تماما بشدة) أنها تساهم في الشهرة السريعة لبعض الأشخاص بنسبة 40% .

14- إن طلاب كلية الآداب بجامعة سرت يعارضون كون مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الجراءة في اتخاذ القرار بنسبة 36% ، ويوافقون (إلى حد ما) في أنها تقتحم خصوصية الأفراد بنسبة 37% ، ويوافقون (تماما بشدة) في دورها في نشر الإشاعة والأخبار الكاذبة بنسبة 39%، ويوافقون (إلى حد ما) في أنها تساهم في نشر الثقافة بين الطلاب بنسبة 41%، ويوافقون (إلى حد ما) أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على أشخاص من دول مختلفة الطلاب بنسبة 31% .

15- مقترحات طلاب الجامعات الليبية لمجابهة الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي : إذ حصل على المرتبة الأولى الاندماج مع المجتمع بشكل مباشر دون الحاجة للوسائل التواصلية بنسبة (72%) .

التوصيات:

هناك مجموعة من التوصيات التي ترى الدراسة ضرورة الأخذ بها من أهمها :

- 1- الرقابة الوالدية والمجتمعية حول لطلاب الجامعة من خلال مراقبتهم لطبيعة المواقع التي يستخدمونها .
- 2- الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب العلمي .
- 3- التوعية الدائمة للآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي والحث على الاستفادة منها من ناحية ايجابية .
4. التأكد من صحة المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

- 5- تقليص ساعات التصفح على الانترنت نظرا لما تسببه من إدمان وتخصيص هذه الساعات للدراسة و البحث العلمي في مجال التخصص .
6. إقامة الدورات الجامعية للتوعية من مواقع التواصل الاجتماعي .
7. استغلال وقت الفراغ في الأنشطة الجامعية المختلفة والتي من شأنها إفادة الطلاب في حياتهم العلمية والعملية.

الهوامش:

- 1- قناة سكاي نيوز العربية ، مواقع التواصل تكتسح العالم وفيسبوك بالصدارة، الاثنين 7 سبتمبر، 2015 - 19:19 بتوقيت أبوظبي ، نقلا عن : <http://www.skynewsarabia.com/web/article/773088/> ، تاريخ التصفح 2016/8/27م.
- 2- إبراهيم المبيضين، دراسة: عدد مستخدمي "الفيسبوك" العرب يرتفع 49% ، الغد صحيفة يومية عربية، الأردن ، تم نشره في الخميس 7 آب / أغسطس 2014، الساعة 12:00 صباحاً ، نقلا عن : <http://alghad.com/articles/818083> ، تاريخ التصفح 2016/8/27م، ب ص .
- 3- سيف الوليد ، بالإنفوجرافيك: عدد مستخدمي "التواصل الاجتماعي" في العالم، الخليج اون لاين 2017/1/19 م ، <http://alkhaleejonline.net/articles/1484752055076685500> / تاريخ التصفح الاثنين 2017/3/27م.

4- Brittany Hanna, Kerk F. Kee and Brett W. Robertson(2017): Positive Impacts of Social Media at Work: Job Satisfaction, Job Calling, and Facebook Use among Co-Workers. **SHS Web Conf.** Volume 33, 2017.pp1-7. (on line) Available:

http://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2017/01/shsconf_icone2017_00012.pdf

5- Ikoni J. Ogajia , Paula C. Okoyeukwub, Irene Wanjiru Wanjikua, Edith Adhiambo Osiroa , Diana Akoth Ogutua. Pattern of use of social media networking by Pharmacy students of Kenyatta university, Nairobi, Kenya. **Computers in Human Behavior**.Volume 66, January 2017, Pp 211–216(on line) Available:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563216306628>

6. عادل دياب العلي و بشرى رفيق عوض ، الآثار الاجتماعية والسياسية لشبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين من الشباب الجامعي " طلبة الدراسات العليا في الكليات النظرية في جامعة تشرين أنموذجاً " **مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية** ، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية ، المجلد 37، العدد2، 2015م. من ص 243 الى ص 258.

7- عبد الصادق حسن عبد الصادق ، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية ، **المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية** ، المجلد 7، العدد 1، 2014 م ، من ص 33 الى ص 59.

8. محمد العوض محمد وداعة الله ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي "دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من يناير 2013 م - ديسمبر 2013 م" **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، كلية علوم الاتصال ، قسم العلاقات العامة والإعلان، الخرطوم، 2014م .

9- خالد بن علي بن عباد القرشي .أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة أم القرى ، كلية التربية ، قسم التربية الإسلامية والمقارنة ، وزارة التعليم العالي ، المملكة العربية السعودية ، 2014م .

10- سامي أحمد شناوي ومحمد خليل عباس:استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، **مجلة الجامعة**، المجلد 18 العدد 2، 2014م، ص ص 75-118.

11- ايمان محمد حسني عبدالله ، التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري،**المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر "الإعلام وثقافة الديمقراطية"** كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مصر ، 23 - 25 ابريل 2013م

- 12- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، *المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب*، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014م. ص 193 - 226.
- 13- عبدالكريم علي الدبيسي و زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ، *مجلة دراسات* ، العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 40، العدد 1، 2013 م ، ص 66 - 81.
- 14- خالد بن محمد البدر، نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي ، *رسالة ماجستير غير منشورة* ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، 2013.
- 15- رائد بن حزام الكرناف، تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالملكة العربية السعودية ، *رسالة ماجستير غير منشورة* ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الإستراتيجية، قسم الدراسات الإستراتيجية، 2014.
- 16- حنان بنت شعشوع الشهري، 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 غير منشورة* ، جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، وزارة التعليم العالي، المملكة العربية السعودية، 2012.
- 17- محمد منير حجاب، *أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، طبعة 2، 2003م، ص 124.
- 18- بركات عبد العزيز محمد ، *مناهج البحث الإعلامي"الأصول النظرية ومهارات التطبيق"* ، دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر ، طبعة 1، 2012م ، ص 190.
- 19- حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد ، *الاتصال ونظرياته المعاصرة* ، الدار المصرية اللبنانية ، طبعة 1، 1998، ص 240
- 20- *المرجع السابق* ، ص 242.
- 21- برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، *تقييم التأثير الاجتماعي* - كتيب تدريب تقييم التأثير البيئي ، ص 4، نقلا عن شبكة المعلومات الدولية على www.unep.ch/etb/publications/elaman/arabic ، تاريخ التصفح 2016/8/27م.
- 22- *دليل كلية الآداب 2014/2015م* ، دار الكتب الوطنية ، منشورات جامعة سرت ، طبعة 1، 2015م ، ص 9 - 11.

23- Christine McCauley Ohannessian, Anna Vannucci, Kaitlin M. Flannery, Sarosh Khan(2017): Social Media Use and Substance Use During Emerging Adulthood. **Emerging Adulthood**. First Published January 17, 2017.pp1-7. (on line) Available:

<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2167696816685232>

24- Sumir S. Patel, C. Matthew Hawkins, James V. Rawson, Jenny K. Hoang(2017): Professional Social Networking in Radiology: Who Is There and What Are They Doing?**Academic Radiology**.Available online 30 January 2017.

(on line)

Available:<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1076633217300193>

25- Rebecca Smith, Jessica Morgan , Claire Monks. Students' perceptions of the effect of social media ostracism on wellbeing. **Computers in Human Behavior**.

Volume 68, March 2017, Pp 276-285(on line)Available:_____

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563216307828>

26- آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان، تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية "دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض" ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد ..التحديات النظرية والتطبيقية" جامعة الملك سعود، الرياض ، 23-24 جمادى الأولى ، 1433هـ الموافق 15-16 أبريل 2012م .

27- Namsu Park, Kerk F. Kee, and Sebastián Valenzuela, Being Immersed in Social Networking Environment : Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes.**CyberPsychology & Behavior**. December 2009, 12 (6) : pp729-733. (on line) Available:doi:10.1089/cpb.2009.0003.

28- Kaveri Subrahmanyam, Stephanie M. Reich, Natalia Waechter, Guadalupe Espinoza. Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults **Journal of Applied Developmental Psychology**.Volume 29,

Issue 6, November–December 2008, pp 420–433. (on line)

Available:<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0193397308000713>

29– Catherine Dwyer . Starr Roxanne Hiltz ., Katia Passerini: Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and

MySpace. **Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on**

Information Systems, Keystone, Colorado. August 09 – 12 .2007. (on line)

Available:: <http://aisel.aisnet.org/amcis2007>

مشاهدة القنوات الفضائية الليبية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية للمرأة الليبية.. دراسة تطبيقية

عرض: د. إبراهيم اشتيوي

نوقشت هذه الأطروحة يوم 20/4/2017م في قسم الإعلام بكلية الآداب / جامعة الزقازيق، للحصول على الإجازة الدقيقة "الدكتوراه" في الإعلام، للباحث عبد المولى ضو الصغير، عضو هيئة التدريس في كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة، وتكونت لجنة المناقشة من الأساتذة:

أ.د. إبراهيم عبد الله المسلمي (رئيساً ومناقشاً).

أ.د. ليلي حسين السيد (مشرفاً).

أ.د. هويدا سيد مصطفى (مناقشاً).

ملخص الأطروحة:

يُعد موضوع المعرفة السياسية من الموضوعات المهمة التي تشغل اهتمام الباحثين في مجال الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالوسائل التي تقدم هذه المعارف، كما تتبع أهمية المعرفة من ارتباطها بمطالب حياة الشعوب الايجابية؛ ذلك لان وجود المعرفة وإمكانية اكتسابها تعنى إحساس الفرد بقدرته على التأثير في الحياة، ولم يعد جاهلاً بمعارف البيئة التي أحيط به.

كما أن التزود بالمعارف من شأنها أن تساعد الأفراد على تحمل المسؤولية في صنع القرار، وبالتالي فإن البحث عن معرفة دور الوسائل التي من شأنها أن تسهم في زيادة فعالية المواطنة ودفعها للتزود بالمعرفة يكون مهماً، ليكون للأفراد دورٌ متميزٌ في المجتمع، ويتسع الدور ليستوعب مختلف مناحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وفي ضوء أهمية المرحلة التي تمرّ بها ليبيا حيث الانتقال السياسي،

فإن الأمر يتطلب مشاركة ايجابية فاعلة، تدلّ بشكل مباشر على النبض الاجتماعي في الكيان السياسي، وتساهم في التوازن بين الدولة والمجتمع وتدعم الاستقرار، إضافة إلى تعميق الشعور بالمسؤولية لدى أفراد المجتمع على حدٍ سواء.

ولأهمية التلفزيون في عالمنا اليوم كمصدر للمعرفة وأداة لتشكيل اتجاهات وسلوك الأفراد، وهو يقوم بدور ملموس حيث يعمل على تهيئة المناخ المناسب لنجاح عملية الانتقال الفكري، من خلال إشاعة الحوار وحرية الرأي وإبراز قيم الديمقراطية، إضافة إلى تعقب صور الانحراف والفساد في محاولات جادة لتضييق الفجوة المعرفية للأفراد والرفع من المستوى المعرفي، نشاء عن قيان النظام السياسي في ليبيا في فبراير 2011م مؤسسات إعلامية متنوعة الملكية، لم يشهدها الوضع الإعلامي في ليبيا من قبل، تولت الاختصاص بتقديم المعارف والأهداف السياسية والترويج للنظام الذي لازال في طور البناء، لتشكل بذلك قاعدة معرفية عن مفاهيم وآليات وقضايا أساسية لدى الجمهور، بهدف أن تصبح كل مكونات المجتمع على إدراك ووعي بما يمكنهم من ممارسة العملية السياسية.

وفي وسط فكرة دمج مكونات قوى المجتمع بما تحمله من معارف سياسية، وتمكنهم من ممارسة العملية السياسية، فإن الأمر يتطلب البحث عن درجة اعتماد عينة الدراسة على التلفزيون الليبي وتحديد المتغيرات التي يمكن أن تُمكن أو تشكل دافعاً لدى الأفراد في اكتساب المعارف، وذلك باختبار وقياس هذه المتغيرات ومعرفة أثرها في تشكيل المعارف ويخلق حالات النقاش والتحليل ويرفع من مستوى الاستيعاب؛ بما يساهم في الحد من اتساع الفجوة المعرفية تجاه قضايا وأحداث ومفاهيم على واقع النظام السياسي والذي أصبح فيه من الأهمية إدراك الأمور بما يتماشى والواقع السياسي الجديد.

وحيث أن المجتمع الليبي لم يمارس هذا النوع من السياسية من قبل، وأن معرفته في هذا السياق تكاد تكون مفقودة تماماً، جعل وسائل الإعلام المحلية أمام محك مهني يتطلب البحث عن السبل الكفيلة، وجهد مضاعف لشد انتباه المتلقي لما تقدمه من برامج وقضايا عامة ذات علاقة بحالة الانتقال السياسي. وبالتالي جاءت هذه الدراسة؛ للكشف عن مستوى التحول المعرفي للمرأة من خلال مشاهدة الفضائيات الليبية، وأثرها في احتواء الفجوة المعرفية لديها، وتداعيات ذلك على مسار الانتقال السياسي في إطار توصيف العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات الفضائية الليبية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية المحلية لديها، وذلك من خلال الكشف عن سمات وخصائص الفضائيات الليبية محل الدراسة، والوقوف على مدى اعتماد المرأة الليبية على تلك القنوات، من خلال اختبار دور المتغيرات الوسيطة في تلك العلاقة، بالإجابة على السؤال التالي: ما درجة اعتماد المرأة على القنوات الفضائية الليبية وعلاقتها بمستوى المعرفة السياسية المكتسبة في إطار نظرية فجوة معرفية؟ وبناء على مؤشرات الدراسة الاستطلاعية تم تحديد قناتي (ليبيا الوطنية - وقناة Libya TV) ممثلان للقنوات الحكومية والخاصة من خلال برنامجي (لمة خوت وقضايا اجتماعية) اللذان قدما من خلالهما قضيتي (الدستور والانتخابات) لأهميتهما المعرفية وذلك بتحليل 96 حلقة خلال دورتين إذاعيتين، اعتباراً من بداية شهر يناير حتى نهاية شهر يونيو 2014م.

تم اختيار عينة عمدية قوامها (400) مفردة من النساء الليبيات المقيمات في مختلف المناطق والمدن من اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية الليبية وتجاوز أعمارهن 18 سنة روعي فيها السمات الديموغرافية لعينة الدراسة وبما يتناسب وفروض ومتغيرات الدراسة بالمناطق التالية: درنة- البيضاء- بنغازي- سبها- مصراته- ترهونة- طرابلس- غريان- الزاوية- جنزور.

وتم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول على النحو التالي:

تناول الفصل الأول مشكلة الدراسة وأهميتها والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، كما تم تناول الدراسات السابقة وتم تقسيمها إلى محورين: تناول المحور الأول الدراسات التي ركزت على دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر المعرفة السياسية، بينما اهتم المحور الثاني بالدراسات التي ركزت على اختبار المتغيرات التي تؤثر في اكتساب الجمهور للمعرفة في ضوء نظرية فجوة المعرفة، كما تم تناول تساؤلات وفروض الدراسة ومتغيراتها مع توضيح نوع ومنهج الدراسة، والإجراءات المنهجية التي تضمنت توضيح لمجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات للدراسة التحليلية والميدانية، ثم عرض مفاهيم الدراسة وحدودها والدراسة الاستطلاعية.

وتناول الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية فجوة المعرفة، من حيث التأصيل النظري والفرص الرئيسي لكل نظرية وتوضيح أسباب اختيار هذه النظريات ومدى الاستفادة منها، وكيفية توظيفها في هذه الدراسة.

وتناول الفصل الثالث الإطار المعرفي للدراسة وتم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول: المعرفة من خلال توضيح مفهوم وتصنيف وأبعاد المعرفة، أبعاد المعرفة السياسية في الخطاب الليبي، أساليب اكتساب المعرفة، قيود حرية المعرفة، وتناول المبحث الثاني: الحق في المعرفة بوجه عام وحقوق المعرفة في الشريعة الإسلامية وفي التشريعات الدولية، وتناول المبحث الثالث: الوظائف السياسية والديمقراطية للإعلام، الإعلام الليبي ولمحة عن قنوات الدراسة، والقضايا السياسية في الفضائيات الليبية.

وتناول الفصل الرابع الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية، و تناول عرض تصميم استمارة تحليل المضمون وتحديد وحدات وفئات التحليل والتعريفات الإجرائية لصحيفة التحليل وإجراءات الصدق والثبات ومقاييس الدراسة وأسلوب تحليل البيانات و نتائج الدراسة التحليلية.

وتتناول الفصل الخامس الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية تناول فيه أهداف ومجتمع وعينة الدراسة وخصائصها، وتساؤلات وفروض ومتغيرات الدراسة، إضافة إلى أداة جمع البيانات واختبار الصدق والثبات لصحيفة الاستبيان، وأساليب التحليل، ونتائج الدراسة الميدانية.

وفي خلاصة الدراسة تم تناول نتائج الدراسة التحليلية والميدانية، تضمن الجزء الأول النتائج العامة للدراسة، وتناول الجزء الثاني: العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة الميدانية والمتغيرات المتعلقة بالاعتماد على التلفزيون، أما الجزء الثالث فقد تناول مستويات معرفة عينة الدراسة ودرجة الاهتمام بالقضايا السياسية. وتناول الجزء الرابع نتائج اختبارات الفروض.

وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

- اتفقت هذه الدراسة مع العديد من الدراسات حيث جاء تقدم البرامج السياسية في القنوات الفضائية الليبية على غيرها من البرامج، لاسيما وأن المجتمع الليبي يعيش حالة انتقال سياسي.
- اهتمام قناتي الدراسة بتقديم معارف سياسية جديدة بما يلبي احتياجات المجتمع الليبي.
- اعتمد برنامجي الدراسة على تعدد المفاهيم السياسية في تناول القضايا ومعالجتها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة منها:
- الحقوق الإنسانية، مصادر التشريع، مفهوم الدستور، الفصل بين السلطات، الانتخابات، أشكال الدولة، أنواع أنظمة الحكم، الأحزاب السياسية، العزل السياسي.
- من إيجابيات البرامج؛ عمق التحليل وسلاسة الطرح ووضوح مقترحات المعالجة للقضايا السياسية.
- ارتفاع مستوى التعبير عن قضايا المجتمع .

- ارتفاع مستوى مساهمة القنوات محل الدراسة في تشكيل المعارف السياسية.
- اعتمدت عينة الدراسة على القنوات الفضائية الليبية للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية الداخلية.
- توسط مستوى الاهتمام والفاعلية السياسية لعينة الدراسة في إطار المناقشات والمشاركة مع مكونات الشبكة الاجتماعية.
- تدني مستوى ارتياح عينة الدراسة تجاه الوضع السياسي في ليبيا لما بعد 2011.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي حسب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الليبية.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مشاهدة المبحوثات لقضيتي الدراسة باختلاف الحالة الاجتماعية.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف المهنة.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف المستوى التعليمي.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف السن.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مشاهدة القنوات الفضائية الليبية و المستوى المعرفي للعينات.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف دوافع المشاهدة.
- وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف درجة الاهتمام.

-عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية للبرامج السياسية باختلاف مستوى الثقة.

وبينما تشير نظرية فجوة المعرفة إلى أن اختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي بين الأفراد يؤثر في اتساع الفجوة المعرفية بين الأفراد، توصلت هذه الدراسة إلى وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات المعرفية باختلاف درجة الاهتمام.



Faculty of Arts and Media