



المجلة الليبية لبحوث الاعلام

كلية الاعلام - جامعة بنغازي

العدد 4
يناير 2024



المجلة الليبية لبحوث الإعلام

THE LIBYAN JOURNAL OF MEDIA RESEARCH

مجلة علمية محكمة متخصصة تُعنى بالدارسات الإعلامية
والاتصالية تصدر نصف سنوية عن كلية الإعلام بجامعة بنغازي

منشورات كلية الإعلام – جامعة بنغازي

العدد الرابع – يناير 2024 م

السنة الرابعة





الإيداع

جامعة بنغازي - كلية الإعلام

المجلة الليبية لبحوث الإعلام

THE LIBYAN JOURNAL OF MEDIA RESEARCH

رقم الإيداع الدولي: ISSN: 3005-5105

Linking ISSN (ISSN-L): 2791-3724

رقم الإيداع المحلي: 91 / 2019م

دار الكتب الوطنية بنغازي - ليبيا

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للمجلة الليبية لبحوث الإعلام

إن البحوث والدراسات والمقالات المنشورة تعبر عن آراء كتابها ولا تعكس
بالضرورة رأي المجلة أو كلية الإعلام بجامعة بنغازي

المراسلات: باسم رئيس التحرير على العنوان الإلكتروني:

libya.mjc@uob.edu.ly





المجلة الليبية لبحوث الإعلام

مجلة نصف سنوية محكمة تعني بنشر الأبحاث والدراسات الإعلامية والاتصالية

تصدر عن كلية الإعلام جامعة بنغازي

رئيس التحرير

سكينة إبراهيم بن عامر

قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Sakina Ibrahim Ben Amer

Journalism Department

Email: Sakina.benamer@uob.edu.ly

مدير التحرير

مي عبد الغني يوسف محمود

قسم الصحافة والنشر – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Mai Abd Algnae yousef Mahmoud

Journalism Department/ Communication College, Benghazi University, Libya

Email: mai.mahmoud@uob.edu.ly





هيئة التحرير

عبد الله حمدينة المرصي

قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Abdalh hmdina almrdy

PR Department Communication College, Benghazi University, Libya

Email: hmdnh73@yahoo.com

عبير فائز محمد زهري

قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Abeir F Mohamed Zhri

PR Department Communication College, Benghazi University, Libya

Email: abeirzehri@uob.edu.ly

محمد رجب محمد علي المجبري

قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Mohamed Rajab Mohamed Ali

PR Department Communication College, Benghazi University, Libya

Email: Mohamed.elmajbary@uob.edu.ly

نزار محمد إبراهيم الزبير

قسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Nizar Mohamed Ibrahim El Zubair

Department of Radio and Television– Communication College, Benghazi

University, Libya

Email: nizar.elzubair@uob.edu.ly





الهيئة الاستشارية بالترتيب الهجائي

أ. د. سعيد محمد الغريب ابراهيم النجار

قسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة- جمهورية مصر العربية

Prof. Saeed Mosmed Algharib Alnagar

drsaid_algharib@yahoo.com

أ.د. شريف درويش اللبان

قسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة- جمهورية مصر العربية

Prof. Sherif Darwish Allabban

sherifallabban59@gmail.com

أ.د. عابدين الشريف الدردير

كلية الفنون والإعلام - جامعة طرابلس- ليبيا

Prof. Abdin A. Sharif

abde.Sharif@Uot.edu.Ly

أ.د. عايدة إبراهيم السخاوي

كلية الإعلام- جامعة المنصورة - جمهورية مصر العربية

Prof. Aida Ibrahim Elsakhawy

Prof.elsakawy@gmail.com

أ.د. فوزي عبد الغني خلاف

Prof. Fawzi Eabd Alghani Khilaf

قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية- المملكة العربية السعودية





أ.د. مجدى محمد عبد الجواد الداغر

قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال – جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية – المملكة العربية السعودية

Prof. magdy Mohamed abdelgwad abdefath eldagher

eldagher@mans.edu.eg

أ.د. محمد علي الأصفر

كلية الإعلام – جامعة الزيتونة – ليبيا

Prof. Mohamed Ali Al-Asfar

al_asfar@hotmail.com

أ.د. مسعود حسين التائب

كلية الإعلام جامعة الزاوية – ليبيا

Prof. Masoud Hussin Eltaiab

m.eltaiab@zu.edu.ly

أ. د. مفتاح محمد اجعية

كلية الإعلام – جامعة مصراتة – ليبيا

Prof. Meftah Mohamed Belied

m.belied@media.misuratau.edu.ly





سياسات النشر بالمجلة

ترحب المجلة الليبية لبحوث الإعلام بالبحوث والدراسات العلمية الأصيلة في مجال الاتصال والإعلام التي لم يسبق نشرها، بالإضافة إلى عروض الكتب العلمية وملخصات الرسائل العلمية، وفق الشروط التالية:

1. تقدم البحوث والدراسات والعروض باللغة العربية الصحيحة الخاضعة إلى التصحيح اللغوي، وتكون مطبوعة بخط ((Simplified Arabic)) للبحوث المكتوبة باللغة العربية، بحجم خط 12 للمتن، وبحجم 14 أسود للعناوين، وبخط (Times New Roman) للبحوث والملخصات المكتوبة باللغة الإنجليزية، بحجم 12 للمتن، وحجم 14 للعناوين، وتكون المسافة بين الأسطر 1.5، على ألا يزيد حجم البحث عن (35) صفحة. ويترك في جميع صفحات البحث هامش علوي وسفلي (3 سم) وهوامش جانبية (2.5 سم). ويكون البحث أو التقرير في ملف مستقل بصيغة (pdf) و (word)

2. يرفق مع كل بحث ملخص باللغة العربية وملخص باللغة الإنجليزية، مع الكلمات المفتاحية، ويكون كل ملخص في ملف مستقل بصيغة (pdf) و (word)

3. تتضمن الصفحة الأولى من كل بحث: اسم الباحث وعنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية، وجهة عمل الباحث، ودرجته العلمية، ومعلومات الاتصال به (يفضل بريد إلكتروني أكاديمي).

4. تتلقى المجلة ثلاث نسخ ورقية من البحث مطبوعة بالكمبيوتر، إضافة إلى نسخة إلكترونية على CD بصيغة (pdf). و (word) وتكتفي بنسخة إلكترونية بالصيغتين المذكورة لمن لا يتمكن من الوصول لمقر المجلة.



5. توثق مصادر البحث بطريقة (هارفارد) في قائمة المصادر، ويشار إلى الهوامش والمصادر في المتن بأرقام متسلسلة، وترد قائمتها في نهاية البحث بشكل متسلسل بغض النظر عن الترتيب الهجائي للمصادر.

6. تخضع البحوث كلها للتحكيم العلمي، والأبحاث التي لا تقبل للنشر لا ترد إلى أصحابها.

7. يلتزم الباحث بترتيب البحث وفقاً للخطوات المنهجية المتعارف عليها بحيث يكون العنوان في الصفحة الأولى من البحث شرط ألا يتجاوز (15 كلمة). ثم المقدمة وتتضمن مشكلة البحث العلمية، والأهداف، والتساؤلات أو الفرضيات، ثم منهج البحث، ومجتمع البحث والعينة، ثم حدود البحث الزمانية والمكانية، ثم أدوات جمع البيانات، ثم المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالبحث، ثم إجراءات البحث وتطبيقاته، ثم التراث المعرفي للبحث، ثم تحليل البيانات وتفسيرها وتحليلها مع وضعها في جداول إحصائية، ثم عرض النتائج العامة والتوصيات، وقائمة مصادر البحث مرتبة حسب تسلسلها في المتن.





فهرس العدد

الصفحة	الموضوع
9-11	أفتتاحية العدد: طموحات متحققة وآمال مستقبلية منتظرة
	بقلم: رئيس التحرير
	أولاً: البحوث والدراسات العلمية
12-32	ماهية الصورة الذهنية المتكوّنة لدى الليبيين تجاه مؤسساتهم وأوضاعهم السياسية والاقتصادية. أ.أحمد عمر النايلى
63-33	إدراك النخبة الأكاديمية لتأثير خطاب الكراهية في الفضائيات الليبية علي الاستقطاب السياسي للجمهور وانعكاساته علي الانتخابات. د.جمال عيسى ميلود عبدالله
75-64	الصحافة المكتوبة والإلكترونية " الواقع والطموح" د.حامد سالم بو جبيرة
76-99	إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة أ.رحمة محمود سالم ثابت
124-100	استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا الوظيفي لديهم "دراسة ميدانية على مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي د.سالم محمد سالم بوسن
157-125	المؤسسات المعلوماتية ودورها في بناء السياسات الوطنية للمعلومات: دراسة تحليلية لواقع الحال بالدولة الليبية د.عزة بو بكر المنصوري
189-158	تقييم الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في القطاع الصحي الليبي – دراسة ميدانية - على مركز بنغازي الطبي د.محمد رجب محمد علي
	ثانياً: عروض الأطروحات والرسائل العلمية
209-190	ملخص رسالة ماجستير بعنوان: البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب: دراسة تحليلية محمد عبد اللطيف مفتاح البكاي





افتتاحية العدد

طموحات متحققة وآمال مستقبلية منتظرة

بقلم: رئيس التحرير

تبنّت المجلة الليبية لبحوث الإعلام منذ نشأتها استراتيجية بحثية مبنية على مبادئ الأصالة والابتكار في البحث العلمي لتكون بوصلة علمية واضحة؛ تتحدد وفق خطواتها المنطلقات والركائز التي تدعم البحث العلمي، وتعزز الثراء المعرفي في مجال الإعلام، وتشكل المعايير العلمية الدقيقة والعادلة التي تستند عليها أسرة التحرير في قبول الأبحاث العلمية ونشرها على صفحاتها.

هذه الخطة الاستراتيجية وُضعت على مرحلتين: الأولى خطة قصيرة المدى تنتهي في ديسمبر 2024م، وهي خطة مبنية على تحديد الغايات والأهداف البحثية للمجلة، وتتضمن مرحلة التأسيس والتوطين المكاني والمهاري من تجهيزات بمتطلبات الأداء، وتدريب لأسرة التحرير، واستقطاب الباحثين للمشاركة والنشر على صفحات المجلة، حيث بُنيت هذه الخطة القصيرة على نتائج التحليل الرباعي لأوضاع المجلة إبان انطلاقها، والذي استشرّف في طياته نقاط القوة التي تتميز بها المجلة وما يترتب عليها من فرص مستقبلية تفتح آفاق المعرفة لكل الباحثين عبر صفحات المجلة، بالإضافة إلى نقاط الضعف الفعلية التي أعاقّت عمل المجلة في بداياتها، ووضع الخطط العلمية والإدارية لتذليلها كي لا تتحول إلى مهددات مستقبلية تحد من استمرارية المجلة، وتحويل هذه النقاط المعيقة إلى فرص مستدامة تكفل وصول المجلة إلى غاياتها، وتحقيق أهدافها المرجوة.

وبفضل من الله تمكنت أسرة تحرير المجلة من تحقيق نسبة عالية من أهداف هذه المرحلة، وذلك عبر وضع نظام علمي وإداري وفني للمجلة يتناسب مع متطلبات جودة المجالات





العلمية، تمثل في اعتماد دليل النظام الداخلي للمجلة الليبية لبحوث الإعلام، وهو نظام يستند على لائحة شروط وضوابط إصدار المجلات العلمية المحكمة الصادرة عن لجنة اعتماد وضمان جودة المجلات العلمية المحكمة التابعة للهيئة الليبية للبحث العلمي، وعلى قرار مجلس جامعة بنغازي رقم (40) لسنة 2022م بشأن اللائحة التنظيمية للمجلات والدوريات العلمية بجامعة بنغازي، وعلى السياسة التحريرية الخاصة بالمجلة.

وتنظم بنود هذا الدليل سياسات إصدار المجلة، وشروط النشر وإجراءاته، والسياسات العامة التي تضمن استقطاب الباحثين للنشر على صفحات المجلة، كما تضع القواعد الأساسية لأساليب العمل والانجاز بالمجلة، بالإضافة إلى تحديد المسؤوليات والمهام الخاصة بلجنة التحرير التي تتضمن هيئة التحرير، والهيئة الاستشارية، ولجنة التحكيم، واللجنة الفنية، وبذلك يصبح هذا الدليل المعيار الخاص الذي تستند عليه هيئة التحرير في تسيير العمل، وترجع إليه في توحيد مسارات التعامل مع الأفراد والجهات داخلياً وخارجياً، وتبث من خلاله قراراتها، ويتم الاحتكام إليه في حال تعدد وجهات النظر، بالإضافة إلى إصدار أعداد المجلة بانتظام وتذليل صعوبات الأوضاع، وتحديات النشر.

أما الخطة طويلة المدى فقد وُضعت استناداً على رؤية المجلة ورسالتها وأهدافها بغية الوصول إلى الاعتماد العلمي والمؤسسي للمجلة محلياً وإقليمياً ودولياً. وهي تبدأ من يناير 2025، وتنتهي في ديسمبر 2033، وذلك لتواكب الإستراتيجية الوطنية للبحث العلمي والتطوير الابتكاري: 2023-2033م المقدمة من مجلس التخطيط الوطني، وبذلك تنطلق الخطة طويلة المدى للمجلة من أهداف المجلة وغاياتها الاستراتيجية بغية الحصول على معامل تأثير مشرف ينطلق من أصالة الأبحاث المنشورة بها، ومدى اعتماد جمهور الباحثين والكتاب على ما يتم نشره من أبحاث ومضامين علمية في أعداد المجلة.





أيضاً ترنو الخطة طويلة المدى إلى استحداث منظومة بحثية خاصة بالمجلة تكون مرتبطة بمتطلبات التنمية المستدامة في ليبيا، وفي ربط الملفات والموضوعات المطروحة في المجلة بالقضايا الإعلامية التي تمس مصالح الوطن، وتهتم أفراد المجتمع، واستثمار نتائج هذه البحوث في تقديم حلول تحقق أهداف التنمية الوطنية في مجال الإعلام، بالإضافة إلى تعزيز مكانة البحث العلمي الإعلامي في المجتمع.

إننا نتطلع من خلال هذه الاستراتيجية الواثقة إلى تحقيق رؤيتنا المتطورة في تطبيقات البحث العلمي، والمتجددة في اختيار مجالاته، والمنطقة نحو تبني الفكر المستقبلي المنفتح، وقيم التميز المستمر، وتحقيق أهدافنا البحثية، وتعزيز مكانتنا العلمية، والوصول بمجلتنا إلى مصاف المجالات المؤثرة والفاعلة في مجالات البحث العلمي.

وفقنا الله إلى تحقيق ما نصبوا إليه من العلم والمعرفة

والله ولي التوفيق





أولاً البحوث والدراسات العلمية





ماهية الصورة الذهنية المتكوّنة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسساتهم

أ. أحمد عمر النائلي

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المنطبعة لدى الليبيين تجاه دولتهم و أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسساتهم، معتمدة على استخدام المنهج المسحي، و من خلال استمارة استبانة شملت ثلاثة محاور وثلاثة وعشرين بُعداً وتسعة وأربعين عبارة، وزعت على 449 مواطناً ليبيا من الذكور والإناث في مدينة بنغازي عام 2019، حيث توصّلت الدراسة إلى أنّ: الصورة الذهنية المتكوّنة لدى الليبيين تجاه الدولة الليبية ومؤسساتها وأوضاعها السياسية والاقتصادية مجتمعةً هي صورة ذهنية متوسطة الإيجابية، و الصورة الذهنية المتكوّنة تجاه الوضع السياسي كانت متوسطة الإيجابية، و الصورة الذهنية المتكوّنة تجاه صورة الدولة الليبية ومؤسساتها كانت متوسطة الإيجابية، و الصورة الذهنية المتكوّنة تجاه الأوضاع الاقتصادية كانت متوسطة الإيجابية، والصورة الذهنية المتكوّنة لدى غير المتعلمين تجاه كلٍ من الأوضاع السياسية والاقتصادية والدولة ومؤسساتها مجتمعةً كانت ضعيفة الإيجابية، وكانت ذات الصورة لدى من يحملون الشهادة الإعدادية والثانوية والجامعية والمجستير والدكتوراه متوسطة الإيجابية .
الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، الليبيون، الاقتصاد، السياسة، مؤسسات الدولة .





The mental image that Libyans have regarding their political and economic conditions and institutions

Dr. AHMED OMER ELNAEILI*

Abstract:

This study aims to conclude the mental image that Libyans have regarding their country, their political and economic conditions, and their institutions. The questionnaire form included 49 questions and was distributed to 449 Libyan male and female citizens in the city of Benghazi in 2019.

The study reached the following results:

- The mental image that Libyans have of the Libyan state, its institutions, and its political and economic conditions taken together is a positive mental image on average.
- The mental image formed regarding the political situation was positive on average.
- The mental image formed regarding the image of the Libyan state and its institutions was positive on average.
- The mental image formed regarding the economic conditions was positive on average.
- The mental image formed by the uneducated towards both the political and economic conditions and the state and its institutions together was weakly positive. The mental image of the educated was average positive.

keywords: Mental image, Libyans, economy, politics, Libyan institutions

* Ahmed O Elnaeili, Lecturer, public relations and advertising department, faculty of mass communication, Benghazi university



مقدمة البحث:

تُعتبر بحوث الصورة الذهنية من البحوث الأساسية التي تقوم بها العلاقات العامة، لأن وظيفتها الأساسية تتمثل في بناء صورة إيجابية تجاه المؤسسة، أي أنها معنية في المقام الأول بتسويق المؤسسة ككل، والصورة الذهنية حظيت باهتمام الباحثين في الدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية والنفسية والسياسية، وذلك نظرًا للدور المحوري الذي تقوم به الصورة الذهنية في التأثير على مجالات اهتمام هذه الدراسات (شادن، نصير، 2004، ص 81).

وتُعد دراسة الصورة الذهنية من الدراسات البينية Interdisciplinary study ؛ لأنها تقع بين الدراسات الكيفية والكمية، وبين العلوم الاجتماعية والإنسانية، وبين الدراسات الثقافية والإدارية (شادن، نصير، 2004، ص 82)، فلقد اهتم بها علماء النفس المعرفي والاجتماع وعلماء السياسة والإعلام (الكحكي، عزة، 2002، ص 322). وتزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة أو على مستوى الدول، نظرًا لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك (القضاة، محمد ؛ خميس، سحر، 2008، ص 66)، وللصورة الذهنية دور كبير في تشكيل مدارك الفرد ومعارفه، مما يجعل لها تأثيرًا واضحًا على سلوك الفرد وقدراته وتوقعاته وردود أفعاله إزاء الكثير من القضايا الهامة، فالصورة الذهنية تؤثر على إدراكنا لما يدور حولنا من التجارب الحاضرة، كما تؤثر على توقعاتنا واستنتاجاتنا تجاه الآخرين وعلى التجارب المستقبلية (رشتي، جيهان، 1978، ص 96)، كما أنّ للصورة الذهنية دورًا بارزًا في حياة الأفراد، فهي تقوم أيضًا بدور في غاية الأهمية في حياة الدول والشركات والمؤسسات، الأمر الذي يُبرر حرص هذه الأطراف كافة على أن تكون صورتها الذهنية لدى الآخرين إيجابية وتخدم أهدافها ومصالحها، والسعي لإزالة أي معالم أو جوانب سلبية موجودة في هذه الصورة أو قد تطرأ عليها (قنديل، راجية، 1981، ص 54).

ومن خلال هذا البحث يسعى الباحث إلى توظيف مجال دراسات الصورة الذهنية في معرفة ماهية درجة إيجابية الصورة الذهنية المتمثلة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسساتهم، لمعرفة ما إذا كانت "ضعيفة جدًا أو ضعيفة أو متوسطة أو مرتفعة أو مرتفعة جدًا"، كما ينبغي الإشارة إلى أن هذا البحث لا يتناول الصورة النمطية Stereotype، التي تُعد أكثر رسوخًا في ذهنية الإنسان من الصورة الذهنية، مثل نمطية صورة اليهودي في الذهنية العربية على سبيل المثال، فالصورة الذهنية أكثر ديناميكية

وتغيّر وهي تقترب من الاتجاهات التي يكونها المرء تجاه المحيط ، والتي تُعد متغيرة مقارنة مع منظومة القيم التي تميل إلى الثبات، كما أن هذا البحث يرتبط ببحوث الصورة القومية National image، ولكن ليس من خلال معرفة صورة الليبيين لدى الشعوب الأخرى، بل من خلال معرفة صورة أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسّساتهم المتكونة لديهم ، التي هي حالة إدراكية جماعية للذات قد تتشابه مع إدراك الآخرين لها .

وهذه الدراسة هي إحدى المحاولات التي تهدف إلى معرفة الصورة التي انطبعت لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسّساتهم، حيث اقترح الباحث أداة لقياس الصورة الذهنية بشكل عام مقسّمة إلى ثلاثة محاور أساسية وثلاثة وعشرين بعداً وتسعة وأربعين عبارة، وهي تنطلق من رؤية أن مؤسسات الدولة والوضع الاقتصادي والسياسي تشكل مجتمعةً صورتنا نحو أنفسنا بصفتنا دولة وطنية تفترض وجود هُوية مشتركة، كما أن هذه الدراسة أُجريت في مرحلة انتقالية وظروف استثنائية، وعليه فمن المحتمل أن تتغير نتائجها بشكل معاكس في حالة وجود ظروف جيّدة ومستقرة، وهو يدين الصورة الذهنية باعتبارها حالة متغيّرة، وهذا دائماً ما يجعل المختصين في مجال العلاقات العامة وفي الشركات الكبرى يعملون بشكل مستدام على دعم أو تعديل أو تغيير الصورة الذهنية، وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا البحث باعتماده على عينة من بنغازي هو خطوة أولى، ليتم تطبيقه فيما بعد من قبل باحثين آخرين على مدن الجنوب والغرب الليبي لتكون إمكانية تعميم نتائجه على الليبيين أكثر قوة ، خاصة أن أحد أبعاد الدراسة يتضمن قياساً لوجود الهوية الليبية من عدمه ..

مشكلة البحث:

الصورة الذهنية السلبية تجاه بلادنا ومؤسّساتنا ووضعنا السياسي والاقتصادي تسهم في الإضرار بصحتنا النفسية، وتقلل من معدلات الأداء وتزيد من معدلات الهجرة، وتؤثر على الانتماء والهوية الوطنية، وخاصة في فترات الثورات والتغيّرات المجتمعية . فإحدى الدراسات العلمية ترى أن الصورة المجتمعية الجماعية تؤثر على صحتنا العقلية، خاصة لدى الأقليات والمهاجرين (Omizo، kim، 2005، ص 412) . لذلك صار من الضروري قياس الصورة الذهنية لدى الليبيين تجاه أنفسهم وخاصة تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسّساتهم، لمعرفة ما إذا كانت تحتاج إلى جهود اتصالية لتغييرها أو دعمها أو تعديلها، وهو ما ينطبق عليهم خلال السنوات الأخيرة، حيث إن الصراعات المسلحة والنزوح وصعوبة

الظروف الاقتصادية، التي ربما جعلت صورة الليبيين تجاه أنفسهم وبلادهم سلبية وزادت من التفكير السلبي لديهم، مما قد يقود إلى تبني صورة ذهنية لا تقف عند الواقع الراهن بل تمتد إلى المستقبل لذلك تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال التالي :

ما هي الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسستهم؟ .
أهمية البحث:

- تعتبر هذه الدراسة هي الأولى من حيث قياس الصورة الذهنية للأوضاع الاقتصادية والسياسية والدولة الليبية ومؤسستها المتكونة لدى الليبيين، وفق ما توافر من معلومات لدى الباحث.
- تسهم هذه الدراسة في معرفة الواقع الليبي وذلك من خلال رؤية الليبيين له، مما قد يساعد صانعي القرار في تحديد أوجه القصور لمعالجتها.

أهداف البحث:

❖ الهدف الرئيس للدراسة:

- التعرف على مستوى إيجابية الصورة الذهنية العامة، المتكونة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسستهم ودولتهم.

❖ الأهداف الفرعية.

- التعرف على درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع السياسي
- التعرف على درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع الاقتصادي.
- التعرف على درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الدولة الليبية ومؤسستها.
- التعرف على درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسستهم ودولتهم وفقاً للمستوى التعليمي.

حدود البحث:

- المجال المكاني: عينة من سكان مدينة بنغازي الكبرى.
- المجال الزمني: قام الباحث بإجراء الدراسة من 2019/3/15 وحتى 2019/4/15
- المجال البشري: ويشمل سكان مدينة بنغازي من الذكور والإناث الذين تجاوزوا سن الثامنة عشرة ، حيث كان مجمل عينة الدراسة وبعد توزيع 500 استمارة استبانة على المبحوثين هو 449،

حيث تم حذف 51 استمارة، كانت غير صالحة، حيث شملت عينة الدراسة أحياء مدينة بنغازي، معتمدة في توزيعها على تعداد سكان عام 2006، وبلغت نسبة الذكور 42.1% ونسبة الإناث 57.9%، وشكلت نسبة الذين أعمارهم فوق الأربعين عامًا 27.6%، ونسبة الذين تقل أعمارهم عن 40 عامًا هي 72.4%، وكانت نسبة الحاصلين على المؤهل الجامعي هي 64.4%، ونسبة الحاصلين على الثانوية وما يعادلها هي 12% ونسبة الحاصلين على الشهادة الإعدادية 6.0% ونسبة الحاصلين على الشهادة الابتدائية 3.1% ونسبة غير المتعلمين 3.6%.

الجدول رقم (1) يوضح توزيع العينة وفق النوع ومستوى التعليم

الخصائص	التصنيف	العدد	%
الجنس	ذكر	189	42.1
	أنثى	260	57.9
المستوى العلمي	غير متعلم	16	3.6
	ابتدائي	14	3.1
	إعدادي	27	6.0
	ثانوي أو ما يعادله	54	12.0
	جامعي أو ما يعادله	289	64.4
	ماجستير	38	8.5
	دكتوراه	11	2.4
	المجموع	449	100.0

تساؤلات البحث:

تمر ليبيا ومنذ سنوات بظروف استثنائية انتقالية أدت إلى حدوث صراعات مسلحة وموت الآلاف ونزوح أكثر من 200 ألف نسمة (موقع منظمة هيومن رايتس وواتش، 2018)، وزيادة معدلات الفساد؛ لتصبح ليبيا من أسوأ عشر دول فسادًا في العالم وفق مؤشر مدركات الفساد لعام 2022 (سعد، محمود، 2023)، واستفحال أزمة السيولة المالية، وتردي مستوى الخدمات الصحية والتعليمية والإدارية وزيادة معدلات التضخم وارتفاع الأسعار وتردي الظروف البيئية والبناء العشوائي وانخفاض مستوى الأمن



الشخصي، وغيرها من الظروف التي قادت الباحث إلى ضرورة معرفة ماهية صورة أوضاع الليبيين السياسية والاقتصادية ومؤسستهم المنطبعة لديهم، وهذه الظروف سألقة الذكر قادت الباحث إلى طرح السؤال الرئيس التالي:

- ماهو مستوى إيجابية الصورة العامة المتكونة لدى الليبيين تجاه أوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسستهم؟.

وهذا يقودنا إلى طرح الاسئلة الفرعية التالية:

1. ماهي درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع السياسي ؟
2. ماهي درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع الاقتصادي ؟
3. ماهي درجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الدولة الليبية ومؤسستها .

منهج البحث وإجراءاته:

المنهج العلمي هو من ضرورات إنجاز البحوث العلمية، فهو مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة (مرسلي، أحمد 2013، ص 282)، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة كان نوع هذه الدراسة وصفيًا، قائمًا على استخدام منهج المسح، باعتباره المنهج الملائم للإجابة عن أسئلة الدراسة، وهي تستخدم المسح الميداني متبعة أسلوب المسح بالعينة .

وللوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة والاجابة على أسئلتها، تمّ تصميم أداة لجمع البيانات وفق مقياس ليكرت الخماسي Likert Scale، مكونة من ثلاثة محاور (3) و ثلاثة وعشرين (23) بُغْدًا، و تسع وأربعين (49) عبارة، تضمنت قياسًا لدرجة إيجابية الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الدولة والمؤسسات الليبية، و تجاه الحالة الاقتصادية و تجاه الوضع السياسي، وخضعت هذه أداة الدراسة للتحكيم من قبل المحكمين (انظر المراجع) للتأكد من امكانية تحقيقها للأهداف والصدق الظاهري للعبارات والجدول التالي يوضح مكونات هذه الأداة .

جدول رقم (2) . عدد محاور وأبعاد وعبارات الدراسة

عدد العبارات	البعد	المحور	عدد العبارات	البعد	المحور
10	صورة الظروف المعيشية	صورة الوضع الاقتصادي	19	صورة الهوية الليبية	صورة الوضع السياسي
	صورة القطاع العام والخاص			صورة الحرية والديمقراطية	
	صورة فرص العمل			صورة العمل المدني والتطوعي	
	صورة العمل			صورة المستقبل السياسي	
	صورة نوع العمل			صورة الأحزاب	
20	صورة الكفاءة الليبية	صورة الدولة ومؤسساتها وكفاءة العاملين فيها		صورة العلم والنشيد	
	صورة ليبيا			صورة المشاركة السياسية	
	صورة القضاء			صورة السياسي الليبي	
	صورة المسؤول			صورة نظام الحكم	
	صورة الإعلام				
	صورة الحكومة				
	صورة الطبيب الليبي				
	صورة المؤسسات التعليمية				
	صورة البرلمان				

كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأساليب الإحصائية الوصفية المتمثلة في جداول التوزيعات التكرارية والمثنوية، بالإضافة إلى المتوسطات المرجحة لمعرفة الاتجاهات نحو أبعاد ومحاور الدراسة، والانحرافات المعيارية لتحديد درجة التشتت في تلك الاتجاهات.

الدراسات السابقة:

لم يجد الباحث دراسة مماثلة لذات الموضوع والعينة، رغم وجود بعض الدراسات التي تتناول بعض جوانب الدراسة مثل:

– د . محمد هدية درياق، د . الفيتوري صالح السطي (2019)، الاتجاهات السياسية للشباب في ليبيا، دراسة على عينة من الشباب الجامعي. شملت هذه الدراسة 400 طالب جامعي من 29 مدينة ليبية، تمثلت نتائجها في: وجود بعض الاتجاهات السياسية المرتفعة منها الاتجاهات نحو الديمقراطية والسلطة، والمواطنة والانتماء، والاتجاه نحو التعصب والفاعلية السياسية، بينما كانت هناك اتجاهات متوسطة مثل اتجاهات الاقتدار السياسي، والاتجاه نحو القانون، وتقبل أصحاب الأفكار المعارضة، وأخرى ضعيفة مثل الاتجاه نحو مؤسسات الدولة، والاتجاهات نحو المشاركة السياسية، كما تبين أن الإناث أكثر قبولاً للاتجاهات من الذكور، مع وجود علاقة عكسية بين قبول الاتجاهات وأصحاب الدخل



الضعيفة والمرتفعة، وكان سكان مراكز المدن والمدن اتجاهاتهم أكثر إيجابية من غيرهم (درياق، السطحي، 2019).

– مركز البحوث والاستشارات التابع لجامعة بنغازي (2015). التقرير النهائي للمسح الشامل لأراء الليبيين نحو القيم : وهو مسح للقيم قام به مركز البحوث والاستشارات التابع لجامعة بنغازي مطلع عام 2014، لصالح مؤسسة المسح العالمي للقيم ومقرها استكهولم، ضمن موجة المسح السادسة (من عام 2010 إلى 2014)، حيث شمل المسح 2131 مبحوثاً كانت أغلبيتهم الساحقة من الليبيين ومن 22 شعبية وفق تقسيم تعداد سكان 2006، وفق العينة الطبقية متعددة المراحل، حيث توصل المسح إلى عدد من النتائج نذكر منها: افتخار الليبيين بهويتهم الليبية واحترامهم للقيم، وكانوا غير متحمسين للعمل التطوعي، (منشورات مركز البحوث والاستشارات التابع لجامعة بنغازي، 2015)

المصطلحات الواردة في مشكلة الدراسة:

تحديد المفاهيم الرئيسة المستخدمة في الدراسة خطوة مهمة في عملية النشاط البحثي، وهي توضح الكيفية التي أستخدمت فيها هذه المفاهيم (التير، مصطفى، 1999، ص253) ولقد تضمنت هذه الدراسة المصطلحات التالية:

1) الصورة الذهنية

- **التعريف الاصطلاحي** Constructive definition. هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمة ما، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم (عجوة، علي، 2003، ص 10).
- **التعريف الإجرائي** Operational definition: هي الدرجة التي يتحصل عليها المبحوث من خلال إجابته على العبارات التي تقيس رأيه، والتي تحدد ما إذا كانت درجة إيجابية الصورة المتكونة لديه هي: ضعيفة جداً / ضعيفة / متوسطة / مرتفعة / مرتفعة جداً، وفق ماهو موضح في الجدول التالي .





الجدول (3) . درجات الصورة الذهنية

درجة الصورة الذهنية	قيمة الوسط المرجح	
مستوى ضعيف جداً	أقل من 1.8	1
مستوى ضعيف	أقل من 2.6	1.8
مستوى متوسط	أقل من 3.4	2.6
مستوى مرتفع	أقل من 4.2	3.4
مستوى مرتفع جداً	أقل من 5	4.2

(2) الليبيون: كل مواطن ليبي من ذكر أو أنثى بلغ سن الثامنة عشرة ومقيم في مدينة بنغازي.

(3) صورة الوضع السياسي : هي صورة عامة للصور الجزئية التالية : صورة الهوية الليبية، صورة الحرية والديمقراطية، صورة العمل المدني والتطوعي، صورة المستقبل السياسي، صورة الأحزاب، صورة العلم والنشيد، صورة المشاركة السياسية، صورة السياسي الليبي، صورة نظام الحكم .

(4) صورة مؤسسات الدولة . هي صورة عامة للصور الجزئية التالية : صورة الكفاءة الليبية، صورة ليبيا، صورة القضاء، صورة المسؤول، صورة الإعلام، صورة الحكومة، صورة الطبيب الليبي، صورة المؤسسات التعليمية، صورة البرلمان .

(5) صورة الوضع الاقتصادي : وهي صورة عامة للصور الجزئية التالية : صورة الظروف المعيشية، صورة القطاع العام والخاص، صورة فرص العمل، صورة العمل، صورة نوع العمل .

تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها:

وفق ما طرح سابقاً ولدراسة الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه اوضاعهم السياسية والاقتصادية ومؤسساتهم تم تقسيم الصورة إلى ثلاثة محاور، وكل محور ينقسم إلى عدد من الأبعاد، حيث كانت نتائج قياس الصورة الذهنية بشكل شامل وفقاً لكل مكوناتها كالاتي :

أولاً . الصورة الذهنية الكلية (الوضع السياسي والاقتصادي والدولة مؤسساتها) .

كانت الصورة الذهنية الكلية للمحاور الثلاث مجتمعة هي متوسطة الإيجابية بمتوسط مرجح

قدره (2.82) .

الجدول (4) . الصورة الذهنية الكلية للمحور السياسي والاقتصادي والدولة ومؤسساتها .

الصورة	المتوسط المرجح	نوع الصورة
صورة الوضع السياسي	2.98	متوسطة الإيجابية
صورة الوضع الاقتصادي	2.79	متوسطة الإيجابية
صورة الدولة ومؤسساتها	2.70	متوسطة الإيجابية
الصورة الذهنية الكلية	2.82	متوسطة الإيجابية

ثانيًا : الصورة الذهنية للوضع السياسي

كانت الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع السياسي متوسطة الإيجابية، بمتوسط مرجح (2.98)، وهذه نتيجة متوافقة مع الحالة الانتقالية التي يمر بها المجتمع الليبي عام 2019، حيث حالة عدم الاستقرار السياسي وشدة الاختلاف بين الليبيين حول طبيعة النظام السياسي، والخلاف بين أنصار النظام السابق والحالي وبين الإسلاميين والليبراليين، وسوء الظروف الاقتصادية .

وعند الاطلاع على نتائج أبعاد المحور السياسي، سيتبين لنا أن نتيجة بُعد الهوية الليبية كانت إيجابية مرتفعة بمتوسط (3.4135)، مقارنة ببقية أبعاد المحور، وهو ما يتفق مع نتائج مسح القيم لدى الليبيين (مركز البحوث والاستشارات التابع لجامعة بنغازي، 2015، ص 11)، كما رأى المبحوثون أن انتماءهم لليبيا يكون لديهم قبل الانتماء للقومية العربية، وهو ما يتفق مع دراسة درياق والسطي، (درياق، السطي، 2019، ص 47)، ويعزو الباحث ذلك إلى ضعف التيار القومي في المنطقة العربية لصالح التوجّه القُطري منذ وفاة الزعيم جمال عبدالناصر ونكسة 1967، كما أنّ الليبيين يشعرون بوجود هُوية واحدة تجمعهم، من خلال تبنيهم لمفهوم الهوية الواحدة، و في المقابل نجد أن صورة السياسي الليبي وصورة الأحزاب السياسية كانت ضعيفة، وربما نعزو ذلك إلى فشل السياسيين والأحزاب السياسية أو لعدم مقدرتهم في صنع التحوّل الديمقراطي والخروج من المرحلة الانتقالية، فضلا عن عدم وجود تجربة ديمقراطية وحزبية في ليبيا مستدامة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة السطي ودرياق ((درياق، السطي، 2019، 51) ونرى في المقابل صورة الحرية والديمقراطية، و صورة العمل المدني والتطوعي و صورة المستقبل السياسي و صورة العلم والنشيد و صورة المشاركة السياسية و صورة نظام الحكم كانت كلها متوسطة

الإيجابية ، رغم أن دراسة درياق والسطي توصلت إلى ضعف الاتجاه نحو مؤسسات المجتمع المدني الليبي، وكذلك رأى مسح القيم أن الليبيين ليس لهم حماس للعمل التطوعي ((مركز البحوث والاستشارات التابع لجامعة بنغازي، 2015، ص 12) وهذه النتيجة تتفق مع درجة صورة المحور بعامة، والصورة الذهنية المتوسطة لمحور الوضع السياسي تتفق مع طبيعة المرحلة الانتقالية كما أشرنا آنفا، نتيجة للفشل العام في بناء الدولة المرجوة والذي يجعلها أقرب إلى مفهوم الدولة الفاشلة Failing State .

الجدول رقم (5). عبارات صورة المحور السياسي

العبارة	الوسط المرجح	نوع الصورة	الانجراف المعياري
1. يرى الليبيون أنهم شعبٌ واحدٌ وهُوِيَتهم واحدة .	3.35	متوسط	1.415
2. يعتقد الليبيون أنّ انتماءهم الأول لليبيا .	3.36	متوسط	1.403
3. يؤمن الليبيون بالانتماء لليبيا قبل انتماءهم للأمة العربية	3.53	مرتفع	1.346
4. يؤمن الليبيون بحرية التعبير والاختلاف في الرأي .	2.93	متوسط	1.422
5. يرى الليبيون أنّ الانتخابات هي الوسيلة المثلى للوصول إلى السلطة .	3.29	متوسط	1.370
6. يحب الليبيون العمل التطوعي وبدون مقابل مادي .	3.08	متوسط	1.341
7. يحب الليبيون العمل في جمعيات ومنظمات المجتمع المدني .	3.36	متوسط	1.207
8. الليبيون متفائلون تجاه مستقبل ليبيا .	3.02	متوسط	1.377
9. الظروف السياسية الحالية تجعل الليبيين متفائلين تجاه مستقبلهم .	2.44	ضعيف	1.340
10. يرى الليبيون أن الأحزاب السياسية ضرورية لبناء المجتمع الديمقراطي .	2.56	ضعيف	1.214
11. يفضل الليبيون الانتماء لحزب سياسي	2.45	ضعيف	1.155
12. أغلب الليبيين راضون عن نشيد وعلم البلاد الحاليين	3.07	متوسط	1.298
13. يرى الليبيون أنه ليس من الضروري استفتاءهم حول علم البلاد ونشيدها	2.68	متوسط	1.290
14. يرغب الليبيون في المشاركة بالانتخابات القادمة	3.33	متوسط	1.290
15. يرى الليبيون أن الانتخابات تؤدي إلى اختيار المؤهلين	3.01	متوسط	1.318
16. يرى الليبيون أن لديهم سياسيين على دراية بالسياسة	2.69	متوسط	1.328
17. السياسيون الليبيون يعملون من أجل مصلحة الوطن	2.34	ضعيف	1.246
18. يرى الليبيون أن النظام الملكي هو الأفضل لليبيا	3.17	متوسط	1.358
19. يرى الليبيون أن النظام الجمهوري هو الأفضل لليبيا.	3.04	متوسط	1.316



الجدول رقم (6). أبعاد صورة المحور السياسي

ر	البعد	نوع الصورة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري
1.	صورة الهوية الليبية	إيجابية مرتفعة	3.4135	1.20762
2.	صورة الحرية والديمقراطية	إيجابية متوسطة	3.1136	1.20380
3.	صورة العمل المدني والتطوعي	إيجابية متوسطة	3.2194	1.12564
4.	صورة المستقبل السياسي	إيجابية متوسطة	2.7283	1.20717
5.	صورة الأحزاب	إيجابية ضعيفة	2.5056	1.09609
6.	صورة العلم والنشيد	إيجابية متوسطة	2.8786	1.11567
7.	صورة المشاركة السياسية	إيجابية متوسطة	3.1715	1.17098
8.	صورة السياسي الليبي	إيجابية ضعيفة	2.5156	1.14700
9.	صورة نظام الحكم	إيجابية متوسطة	3.1058	.89732
	محور صورة الوضع السياسي	إيجابية متوسطة	2.9851	.71097

ثالثاً. نتيجة المحور الاقتصادي:

يتضح من الجدولين اللاحقين أن صورة الأوضاع الاقتصادية كانت متوسطة الإيجابية، بمتوسط مرجح يُقدر بـ 2.7920، ويرى الباحث أن الصورة المتكونة لدى الليبيين تجاه المحور الاقتصادي لا تتعارض مع الواقع، من حيث إن الأوضاع الاقتصادية أثناء إجراء الدراسة ليست سلبية وليست إيجابية في ذات الوقت، فاستمرار منح المرتبات ومنح بيع الدولار بالسعر الرسمي للمواطنين أكثر من مرة، واستمرار دعم الوقود والدقيق وزيادة مرتبات بعض الفئات واستمرار الخدمات الصحية ولو في حدّها الأدنى، ساعدت جميعاً في أن تكون الصورة متوسطة الإيجابية، لطبيعة الاقتصاد الريعي الذي يضمن دفع المرتب دون وجود الجهد المقابل له، ويوفر فرص العمل لعدد كبير من سكانه، مما أدّى إلى التضخم الإداري، (حيث وصل عدد الموظفين في عام 2021 إلى مليونين وأربعمئة ألف موظف (موقع بوابة الوسط الإلكترونية، 2022) ، في دولة يقترب تعداد سكانها من سبعة ملايين نسمة)، رغم أن صورتهم تجاه قدرة مرتباتهم على تقديم الحياة الكريمة كان ضعيفاً، فكل هذه العناصر ساعدت في أن تكون الصورة متوسطة الإيجابية، ولم تصل إلى مستوى الصورة الذهنية الضعيفة أو الضعيفة جداً.



كما أشارت نتائج هذا المحور إلى أنّ صورة اتقان الليبيين للعمل متوسطة الإيجابية، ويعزو الباحث أحد أسباب هذه النتيجة إلى طبيعة الاقتصاد الريعي، الذي لا يعتمد المنافسة مع وجود ثبات واستمرار للدخل دون ضمان الجهد المقابل، وربما كانت صورة العمل في أي مجال وصورة تفضيل العمل المهني بدرجة إيجابية متوسطة، تعكس حالة عدم القبول للنظام الاقتصادي الريعي العام لدى متوسط العينة، رغم أن صورتهم للقطاع العام والخاص متقاربة لعدم التزام القطاع الخاص بحقوق العاملين فيه وثبات وعدم تنافسية القطاع العام، كما أن المبحوثين رأوا أن صورتهم لدى توفر فرص العمل كانت متوسطة الإيجابية.

الجدول رقم (7). عبارات صورة الوضع الاقتصادي

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	نوع الصورة	العبارات	
1.296	2.92	إيجابية متوسطة	الليبيون شعبٌ يحب العمل ويحترمه .	1.
1.235	2.98	إيجابية متوسطة	الليبيون يحرصون على إتقان العمل .	2.
1.352	3.33	إيجابية متوسطة	لا يخجل الليبيون من مزاولة أي عمل شريف يتفق مع القانون	3.
1.330	3.27	إيجابية متوسطة	يفضل الليبيون العمل في مجال الحرف والمهن	4.
1.306	2.62	إيجابية متوسطة	يرى الليبيون أن ظروفهم المعيشية الحالية جيدة	5.
1.350	2.57	إيجابية ضعيفة	يرى الليبيون أن مرتباتهم توفر الحياة الكريمة لأسرهم	6.
1.285	2.29	إيجابية ضعيفة	يفضل الليبيون الحصول على وظائف في مؤسسات الدولة الحكومية	7.
1.313	2.67	إيجابية متوسطة	القطاع الخاص في ليبيا يراعي حقوق العاملين فيه	8.
1.282	2.56	إيجابية ضعيفة	فرص العمل في السوق الليبي متوفرة	9.
1.225	2.71	إيجابية متوسطة	مؤهلات الليبيين تتناسب مع متطلبات سوق العمل	10.



الجدول رقم (8) . أبعاد صورة المحور الاقتصادي

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	نوع الصورة	البعد	
1.19571	2.9477	إيجابية متوسطة	صورة العمل	1.
1.20125	3.2996	إيجابية متوسطة	صورة نوع العمل	2.
1.18059	2.5924	إيجابية ضعيفة	صورة الظروف المعيشية	3.
.80265	2.4833	إيجابية ضعيفة	صورة القطاع العام والخاص	4.
1.09466	2.637	إيجابية متوسطة	صورة فرص العمل	5.
.77978	2.7920	إيجابية متوسطة	محور صورة الوضع الاقتصادي	

رابعاً. صورة الدولة الليبية ومؤسساتها:

يتضح من خلال نتائج هذا المحور أن الصورة المنطبعة لدى الليبيين تجاه صورة الدولة الليبية ومؤسساتها كانت متوسطة الإيجابية، بمتوسط مرجح قيمته 2.70، وهي نتيجة منطقية تتفق مع الظروف التي عاشتها ليبيا، والتي تمّ التطرق إليها سابقاً.

ونلاحظ أن أقل درجات الإيجابية من حيث الضعف في هذا المحور كانت تجاه بُعد المسؤول الليبي وبُعد البرلمان و بُعد الحكومة، أي أنّها تتمثل في السلطة، ولكن النتيجة المهمة في هذا المحور هي في بُعد الثقة في السلطة القضائية التي جاءت بمتوسط 2.76، وهي نتيجة تشير إلى نتيجة متوسطة الإيجابية، وهي تعتبر ضعيفة مقارنة مع طبيعة وأهمية دور هذه المؤسسة، رغم أنه لا توجد حالات تُشير إلى عدم نزاهة القضاة الليبيين تمّ تناولها إعلامياً أو من قبل الرأي العام وتمّ ادانتها قانونياً، وربما نعزو هذه النتيجة إلى اعتبار صورة القضاء كجزء من السلطة، التي نالت الدرجة المتوسطة الإيجابية لدى الليبيين، ولقد كانت صورة الطبيب الليبي وهي الصورة الإيجابية المتوسطة هي الأعلى في هذا المحور، حيث كانت قيمة المتوسط المرجح 3.1، رغم أن بعض وسائل الاعلام تتحدث عن فقدان الثقة بين المواطن الليبي والطبيب الليبي (موقع أخبار ليبيا 24، 2019)، والدليل على ذلك ازدياد حالات السفر إلى تونس ومصر لغرض العلاج، ومن النتائج المهمة في هذا المحور نتيجة الصورة الذهنية العامة المنطبعة لدى الليبيين تجاه ليبيا، والتي كانت متوسطة الإيجابية من حيث إنّها متوسطة الجمال ومستوى امتلاكها لشروط الحياة الأساسية ومستوى تطبيق القانون والنظام، حيث كانت مجتمعة ذات متوسط مرجح قيمته 2.97، فهل تأثرت هذه النتيجة

بظروف ما بعد 2011، أم أنها أقدم من ذلك، نتيجة لعدم تحقق النهضة والتنمية المرجوة منذ نشأة الدولة الليبية عام 1952 .

وتنطبق كذلك ذات الصورة الذهنية الإيجابية المتوسطة المنطبقة لدى الليبيين تجاه مستوى الكفاءة الليبية، حيث كانت متوسطة الإيجابية بمتوسط 2.9، ومستوى صورة المؤسسات التعليمية الليبية متوسطة الإيجابية بمتوسط 2.6، وصورة الإعلام كانت ضعيفة الإيجابية بمتوسط 2.5، وربما نعزو ذلك إلى أننا نرى أشكالا جديدة من الرقابة تمارسها السُّلط القائمة و المليشيات والفصائل الإسلامية المسلحة، إضافة إلى افتقار الصحفيين الليبيين للمهارات المهنية، وعدم تقبل المجتمع لمناخ الحرية وتأثر الاعلام الرسمي بحالة الصراع، وفي قطاع التعليم نرى الإضرابات وعدم استقرار الخطط الدراسية، وكثرة الاجازات وعدم اكمال المنهج الدراسي وكفاءة المعلم، وشيوع قيمة الحصول على الشهادة دون التعلّم(العيساوي،فاطمة، 2013)

الجدول رقم (9). عبارات محور صورة الدولة الليبية ومؤسساتها

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	نوع الصورة	العبارات	
1.326	3.07	إيجابية متوسطة	يملك الليبيون كفاءات قادرة على إدارة شؤون البلاد.	1.
1.238	2.74	إيجابية متوسطة	تتمتع مؤسسات الدولة في ليبيا بقيادات ذات كفاءة عالية	2.
1.396	3.27	إيجابية متوسطة	يرى الليبيون أن بلادهم جميلة ورائعة	3.
1.399	3.10	إيجابية متوسطة	يعتقد الليبيون أن بلادهم تمتلك شروط الحياة الأساسية	4.
1.388	2.54	إيجابية ضعيفة	ليبيا دولة مؤسسات وقانون ونظام.	5.
1.377	2.86	إيجابية متوسطة	مؤسسة القضاء الليبي عادلة.	6.
1.204	2.67	إيجابية متوسطة	كل القضاة الليبيين نزيهون.	7.
1.185	2.36	إيجابية ضعيفة	المسؤول الليبي يؤدي عمله على ما يرام.	8.
1.161	2.31	إيجابية ضعيفة	المسؤول الليبي نزيه وأمين.	9.
1.264	2.51	إيجابية ضعيفة	الإعلام الليبي يتوخى الصدق والموضوعية في نقل الأخبار	10.
1.260	2.62	إيجابية متوسطة	الإعلام الليبي يحرص على تنمية وتطوير البلاد.	11.
1.252	2.51	إيجابية ضعيفة	الحكومة التابعة للبرلمان تؤدي ما هو مطلوب منها وفق إمكانياتها.	12.
1.248	2.43	إيجابية ضعيفة	تمّ اختيار الوزراء ووكلائهم في الحكومة التابعة للبرلمان وفقا للكفاءات العلمية.	13.



1.372	2.61	إيجابية متوسطة	14. الليبيون راضون عن مستوى التعليم في الجامعات
1.319	2.69	إيجابية متوسطة	15. الليبيون راضون عن مستوى التعليم الابتدائي والإعدادي والثانوي
1.340	2.76	إيجابية متوسطة	16. مخرجات التعليم في ليبيا ذات كفاءة
1.319	2.34	إيجابية ضعيفة	17. يعتقد الليبيون أن البرلمان الليبي قام بدوره على الوجه الأمثل
1.285	2.33	إيجابية ضعيفة	18. يرى الليبيون أن أعضاء البرلمان الحاليين يعملون من أجل تحقيق مصالح الوطن
1.412	3.04	إيجابية متوسطة	19. الطبيب الليبي ماهر ومحترف
1.354	3.32	إيجابية متوسطة	20. الطبيب الليبي يبذل قصارى جهده في علاج المرضى

الجدول رقم (10). أبعاد صورة الدولة ومؤسساتها

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	نوع الصورة	العبارات	
1.13033	2.9042	إيجابية متوسطة	صورة الكفاءة الليبية	1.
1.16270	2.9718	إيجابية متوسطة	صورة ليبيا	2.
1.20454	2.7606	إيجابية متوسطة	صورة القضاء	3.
1.08645	2.3352	إيجابية ضعيفة	صورة المسؤول	4.
1.16861	2.5657	إيجابية ضعيفة	صورة الإعلام	5.
1.15530	2.4744	إيجابية ضعيفة	صورة الحكومة	6.
1.20949	2.6875	إيجابية متوسطة	صورة المؤسسات التعليمية	7.
1.19153	2.3385	إيجابية ضعيفة	صورة البرلمان	8.
1.28208	3.1804	إيجابية متوسطة	صورة الطبيب الليبي	9.
.89233	2.7048	إيجابية متوسطة	مجمّل نتيجة محور صورة الدولة ومؤسساتها وكفاءة العاملين فيها	



خامساً . الصورة الذهنية المتكونة لدى المبحوثين وفقاً لمستوى التعليم .

من خلال نتائج الجدول التالي يتضح أن الصورة الذهنية لدى غير المتعلمين كانت ضعيفة الإيجابية بمتوسط 2.443 (وهو ليس ببعيد عن مستوى متوسط الإيجابية)، و صورة حاملي الشهادة الإعدادية كانت متوسطة الإيجابية بمتوسط 2.864 ، وحاملي الشهادة الثانوية متوسطة الإيجابية بمتوسط 2.955 ، وصورة الطلبة الجامعيين متوسطة الإيجابية بمتوسط 3.0498، و حاملي شهادة الماجستير متوسطة الإيجابية بمتوسط 2.977 ، وكانت صورة جميع الفئات متوسطة الإيجابية، بمتوسط مرجح وقدره 2.8 و إن اختلفت لدى غير المتعلمين بفارق ليس بالكبير، وربما نعزو ذلك الاختلاف إلى أن المتعلمين أكثر حصولاً على المعلومات من غير المتعلمين، بالتالي القدرة على التحليل وامكانية التقييم العام وعدم الاختصار على التجربة الذاتية .

جدول رقم (11). الصورة الذهنية وفقاً للحالة التعليمية.

الحالة التعليمية	نوع الصورة	الوسط المرجح
غير متعلم	ضعيفة الإيجابية	2.443
إعدادي	متوسطة الإيجابية	2.864
الثانوي	متوسطة الإيجابية	2.955
الجامعي	متوسطة الإيجابية	3.0498
الماجستير	متوسطة الإيجابية	2.977
الصورة الذهنية لكل الفئات	متوسطة الإيجابية	2.8

النتائج العامة والتوصيات

النتائج العامة للبحث

ويتضح من العرض السابق النتائج التالية:

- 1) الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الدولة الليبية ومؤسساتها واطمئنانها السياسية والاقتصادية مجتمعة هي صورة ذهنية متوسطة إيجابية .
- 2) الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الوضع السياسي في ليبيا متوسطة الإيجابية.



(3) الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه صورة الدولة الليبية ومؤسساتها كانت متوسطة الإيجابية.

(4) الصورة الذهنية المتكونة لدى الليبيين تجاه الأوضاع الاقتصادية كانت متوسطة الإيجابية.

(5) كانت الصورة الذهنية المتكونة لدى غير المتعلمين ضعيفة الإيجابية وكانت لدى المتعلمين والذين يحملون الشهادة الإعدادية والثانوية والجامعية والمجستير والدكتوراه متوسطة الإيجابية.

توصيات الدراسة

- يوصي الباحث بإجراء دراسة علمية وبشكل دوري تشمل كل ليبيا، تقيس الصورة الذهنية المنطبعة لدى الليبيين تجاه ليبيا ومؤسساتها وأوضاعها السياسية والاقتصادية .
- العمل من خلال الحكومة والبرلمان ومؤسسات المجتمع المدني على تعديل الصورة الذهنية الحالية (متوسطة الإيجابية) إلى صورة مرتفعة الإيجابية .
- قيام مؤسسات الدولة التنفيذية والتشريعية ومؤسسات المجتمع بالانتباه إلى اتجاهات و آراء الناس حولها ، والالتفات إلى جوانب القصور، والذي سيخلق بدوره الصورة الإيجابية المرتفعة ويسهم في دعم الصحة النفسية للمواطنين .
- دعوة الإعلاميين والحكومة ومجلس النواب إلى العمل على تكريس الممارسة الإعلامية القائمة على المهنية والحرية، لخلق صورة مرتفعة الإيجابية تجاه الإعلام .
- الصورة الذهنية المتوسطة الإيجابية تجاه علم ليبيا ونشيدها ونظام الحكم تستدعي العمل على خلق توافق وطني حولها
- دعوة الأحزاب الليبية إلى العمل على تحسين صورتها الذهنية لدى الرأي العام الليبي .
- دعوة البرلمان الليبي إلى مراجعة أليات عمله لتحسينها والرفع من مستوى عمله كسلطة تشريعية .





هوامش البحث

1. شادن، نصير (2004)، صورة الشرطة عند الجمهور، مصر، منشورات ايتراك .
2. المرجع السابق .
3. الكحكي، عزة مصطفى (2002)، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، مصر، منشورات المؤتمر العلمي السنوي الثامن، كلية الإعلام، القاهرة، الجزء الأول .
4. القضاة، محمد ؛ خميس، سحر (2008)، الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية على طلبة جامعتي اليرموك وقطر،، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد الأول (الجامعة الأردنية) .
5. رشتي، جيهان، (1978) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي .
6. قنديل، راجية (1981)، صورة إسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 72،74،78، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام .
7. Bryan S K Kim . Omizo Michael M، Asian and European American Cultural Values ، Collective Self-Esteem ، Acculturative Stress ، Cognitive Flexibility ، and General Self-Efficacy Among Asian American College Students. **the American Psychological Association journal**. 2005، Vol. 52، No. 3، 412–419
8. موقع منظمة هيومن رايتس وواتش (2018)، التقرير السنوي، الرابط <https://www.hrw.org/ar/world-report/country-chapters/libya-1> تاريخ الدخول 20 مايو 2019 .
9. محمود سعد (2023)، موقع صحيفة الشاهد، [https:// lywitness.com/](https://lywitness.com/) ، نشر بتاريخ 2 نوفمبر 2023، تاريخ الدخول 20 مايو 2023 .
10. مرسل، أحمد (2013)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .



11. تم تحكيم استمارة البحث للتأكد من تحقيق أهداف الدراسة وصدق عباراتها الظاهري، من قبل
ا.د محمد الطبولي / كلية الآداب جامعة بنغازي و أ.د عبدالغفار المنفي . كلية العلوم / جامعة
بنغازي
12. درياق، محمد هدية : السطي، الفيتوري صالح (2019)، الاتجاهات السياسية للشباب في ليبيا
(دراسة على عينة من الشباب الجامعي)، المانيا، مجلة اتجاهات سياسية، العدد الثامن .
13. التقرير النهائي للمسح الشامل لأراء الليبيين في القيم (2015)، منشورات مركز البحوث التابع
لجامعة بنغازي، جامعة بنغازي .
14. التير، مصطفى عمر (1999)، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي، ط 5، ليبيا ، شركة
الجديد للطباعة والنشر.
15. عجوة، علي (2003)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، القاهرة، عالم الكتب .
16. التقرير النهائي للمسح الشامل لأراء الليبيين في القيم، مرجع سابق .
17. درياق، محمد هدية : السطي، الفيتوري صالح، مرجع سابق .
18. درياق، محمد هدية : السطي، الفيتوري صالح، مرجع سابق .
19. التقرير النهائي للمسح الشامل لأراء الليبيين في القيم، مرجع سابق .
20. بوابة الوسط الإلكترونية، نشر الخبر بتاريخ السبت 30 نوفمبر 2022، تاريخ الدخول 5 سبتمبر
2023. <https://alwasat.ly/news/libya/380470?author=1>.
21. استطلاع للرأي قام به موقع أخبار ليبيا 24 تجاه الثقة في الطبيب الليبي ، ، نشر نتائجه بتاريخ 14
ديسمبر 2018، www.akhbarlibya24.net .
22. فاطمة العيساوي، الاعلام الانتقالي في ليبيا، هل تحرر أخيرا ؟ (2013)، موقع مركز مالكوم كير-
كارينغي للشرق الأوسط، www.carnegie-mec.org، تاريخ الدخول 30 يونيو 2022 .



إدراك النخبة الأكاديمية لتأثير خطاب الكراهية في الفضائيات الليبية

علي الاستقطاب السياسي للجمهور وانعكاساته علي الانتخابات

Realization of the academic elite of the impact of hate speech on Libyan satellite channels on the political polarization of the audience and its repercussions on the elections

د. جمال عيسى ميلود عبد الله - Dr. Jamal Eissa Miloud Abdullah

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام مصدرًا أساسيًا للمعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن الشؤون العامة والقضايا السياسية كما تعد وسائل الإعلام أداة أساسية في صناعة الرأي العام وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا المختلفة، حيث إن وسائل الإعلام تسهم بشكل أساسي في خلق المعنى للقضايا المطروحة من خلال إمداد الجمهور بالأخبار والآراء إزاء تلك القضايا بما يمكن الجمهور من تكوين مواقف واتجاهات حيالها واتخاذ سلوكيات بشأنها.

ولكن أصبحت وسائل الإعلام في بعض الأحيان في عرضها وتفسيرها للأحداث والقضايا لا تقف موقفًا محايدًا ولكنها تعد نفسها طرفًا مشاركًا في تلك الأحداث، فقد تقوم بتعميق الصراع بين الأطراف المتنافسة وتأجيج الخلافات بين القوى السياسية المختلفة والجمهور، مما يعمل على خلق بيئة مستقطبة سياسيًا.

فوسائل الإعلام من خلال تحيزها أحيانًا لأحد جوانب الصراع في مقابل رفض الجانب الآخر وإلصاق الجوانب السلبية له، فإنها بذلك تعمل على تقسيم المجتمع إلى مجموعات متعارضة في آرائها السياسية ومعادية لأي آراء أخرى، وهو ما يعمل على فقدان أي نقطة مشتركة للتفاهم السياسي بين تلك المجموعات، وهذا من شأنه أن يعزز الانقسام السياسي بين الجمهور وتكريس حالة الاستقطاب السياسي. وقد انعكست حالة الاستقطاب الحاد بين الجماعات السياسية المتنافسة في ليبيا على الأداء المهني للإعلام، والذي يقوم في أغلبه على الملكية الخاصة، حيث إن هذا الإعلام افتقد في معظم وسائله وخاصة القنوات التلفزيونية الفضائية إلى الأسس الموضوعية في مقارنته للأحداث، وقد كان واضحًا الانحياز

¹ عضو هيئة التدريس جامعة عمر المختار- البيضاء - Member of the teaching staff at Omar Al-Mukhtar University



الصريح والدعائي لبعض المؤسسات لطرف دون طرف، وانهاج خطاب الكراهية في تناولها الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي.

مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الآتي: ما مدى إدراك النخبة الأكاديمية لتأثير خطاب

الكراهية في الفضائيات الليبية على الاستقطاب السياسي للجماهير وانعكاساته على الانتخابات؟.

أهمية البحث:

- تنبع أهمية هذا البحث من أنها تأتي استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية للمزيد من البحوث والدراسات الميدانية في موضوع الإعلام السياسي، وقضايا تبني المجتمع لمفاهيم الديمقراطية والمشاركة السياسية المتمثلة في الانتخابات، والعلاقة بين وسائل الإعلام والصراع السياسي الذي أحدثه التغيير السياسي في ليبيا بعد ثورة فبراير 2011.

- كما تتمثل أهمية هذا البحث في السعي إلى التعرف على الإشكاليات التي تواجه الحياة السياسية وتطبيق الديمقراطية والمشاركة السياسية في المجتمع الليبي، وكيفية مواجهتها، من أجل الخروج بتوصيات تمثل دليلا لمجابهة هذه المخاطر التي تتعاظم بسبب دور وسائل الإعلام والاتصال في التأثير على اتجاهات الجمهور بشكل جعلها ذات أثر كبير في بناء سلوكيات وممارسات سياسية قد لا تتوافق مع طموحات المجتمع الليبي.

- كما يكتسب هذا البحث أهميته من أنه يُشكل أساسًا يمكن أن يفتح الباب أمام المزيد من البحوث العلمية في مجال الإعلام السياسي، حيث يساعد هذا النوع من البحوث صناع القرار على كيفية الاستفادة من هذه البحوث في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في مجال الديمقراطية والمشاركة السياسية وخاصة في الانتخابات - كما تتجسد أهمية هذا البحث كونه يتصدى إلى موضوع غاية في الأهمية ألا وهو التحريض الإعلامي على الكراهية عبر الفضائيات الليبية، وانعكاس كل ذلك على شرائح ومكونات المجتمع الليبي الذي عانى من انعكاسات هذه الظاهرة لفترة ليست بالقليلة على الحياة اليومية للمواطن وعلى السلم الأهلي للمجتمع، فالبحث يقدم تصورات ومؤشرات واضحة ومتكاملة بشأن حجم هذه الظاهرة وأبعادها.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق ما يأتي:

- تشخيص طبيعة إدراك النخبة الأكاديمية لخطاب الكراهية في الفضائيات الليبية ومستوى تأثيره على الاستقطاب السياسي للجمهور الليبي وانعكاساته علي توجيه الجمهور نحو رؤيتهم للانتخابات.
- محاولة التعرف على دور النقد الذي توجهه النخبة الأكاديمية لسياسات الفضائيات الليبية في إثارة خطاب الكراهية على الاستقطاب السياسي للجمهور وانعكاساته علي الانتخابات، ومدى التزام القنوات الفضائية الليبية بالضوابط الأخلاقية والأداء المهني في تناولها الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي.
- معرفة أنواع وأساليب التحريض على الكراهية والاستقطاب السياسي الذي تمارسه القنوات الفضائية علي الجمهور وانعكاساته علي الانتخابات؟
- تقديم مقترحات تساعد على الارتقاء بمستوى البرامج في القنوات الفضائية الليبية التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي والتصدي لخطاب الكراهية.

تساؤلات البحث:

- ما مدى تعرض النخبة الأكاديمية للقنوات الفضائية الليبية ؟
- ما القنوات الفضائية الليبية المفضلة لدى النخبة الأكاديمية ؟
- ما دوافع تعرض النخبة الأكاديمية للقنوات الفضائية الليبية ؟
- ما نوعية البرامج المفضلة لدى النخبة الأكاديمية من تعرضهم للقنوات الفضائية الليبية ؟
- ما تقييم النخبة الأكاديمية للقنوات الفضائية الليبية في تناولها الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي؟
- ما تصور النخبة الأكاديمية في مدى التزام القنوات الفضائية الليبية بالضوابط الأخلاقية والأداء المهني في تناولها الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي ؟
- ما مدى إدراك النخبة الأكاديمية لتأثير خطاب الكراهية في الفضائيات الليبية في تناولها الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي، على الاستقطاب السياسي للجمهور وانعكاساته على الانتخابات؟
- ما مقترحات النخبة الأكاديمية في كيفية الارتقاء بمستوى البرامج في القنوات الفضائية الليبية التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي والتصدي لخطاب الكراهية ؟



نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى فئة البحوث الوصفية "Descriptive Research"، ويعتمد هذا البحث على منهج المسح الإعلامي، والبحوث المسحية هي وسائل فعالة لجمع البيانات من عدد ضخم من العينة دون بذل الجهد للحصول على المعلومات المطلوبة بشكل منظم وفعال بأسرع وأقل التكاليف. وقبل البدء في إجراء دراسة مسحية، لابد من تحديد ماذا نسعى للتعرف عليه، فبحوث المسح يمكن أن تستخدم في قياس الاتجاهات، الآراء، السلوكيات، أو النوايا السلوكية⁽¹⁾.

حدود ومجالات البحث:

يتمثل المجال المكاني للبحث في الجامعات الليبية، بينما يتمثل المجال البشري للبحث بالعاملين في الوسط الأكاديمي الليبي.

وتمثل المجال الزماني في المدة الزمنية من بداية شهر أبريل إلى منتصف شهر مايو من العام 2021.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في الوسط الأكاديمي الليبي من الإناث والذكور، لأنهم الأقدر على تشخيص أسباب الظاهرة بوعي كونهم مشاركين في إنتاجها أو في رصدها ونقدها. وتم اختيار عينة قصدية غرضية من الذين يتابعون القنوات الفضائية الليبية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الليبية من المتخصصين في مجالي الإعلام والعلوم السياسية. على اعتبار أنها تشكل مجتمع بحث ملائم لأغراض هذا البحث. وقد بلغ حجم العينة 50 مفردة. وقد تمت المعالجة الإحصائية للاستمارات المكتملة وعددها 50 استمارة.

أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات هذا البحث من خلال استمارة استقصاء طبقت على أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الليبية عينة البحث وذلك لقياس المتغيرات والأبعاد التي تحقق أهداف هذا البحث بعد وضع الأسئلة والمقاييس والعبارات التي تقيس متغيرات البحث المسحية غُرِضت الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدقها في قياس متغيرات الدراسة وأهدافها⁽²⁾.

المعالجة الإحصائية:

تمت المعالجة إحصائية مع بيانات البحث الميداني باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) من خلال عدد من الأساليب الإحصائية على النحو الآتي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.

- الوزن النسبي أو المثنوي، والذي يحسب من المعادلة التالية:

المتوسط الحسابي $100 \times \div$ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة.

مصطلحات ومفاهيم البحث:

الإدراك: عملية عقلية نفسية، تساعد الإنسان على معرفة عالمه الخارجي، والوصول إلى معاني ودلالات الأشياء، وذلك عن طريق تنظيم المثيرات الحسية، لتفسيرها وصياغتها في كليات ذات معنى.

التعريف الإجرائي: هو وعي النخبة الأكاديمية لكل ما يدور من حولها من تجاذبات سياسية وخاصة في مجال الإعلام، وما تقدمه الفضائيات الليبية من مضامين إعلامية تعمل على التأثير في الجمهور وتأسيس ثقافة الانقسام والكراهية بين فئاته.

النخبة الأكاديمية: هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع من الناحية الفكرية أو التعليمية، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة، وقدرة على اتخاذ القرار، ويقصد بها في هذه الدراسة أساتذة الجامعات وتعد هذه النخبة بمثابة الفئة الأكثر تعليماً والمسؤولة عن العلم والمعرفة، نظراً لكونها تضم متخصصين علميين يحملون درجات علمية عالية ودقيقة تمكنهم من تقديم المشورة والنصح وعمل الدراسات والأبحاث عن المشاكل والظواهر في المجتمع ورصدها ونقدها.

خطاب الكراهية: لا يوجد تعريف قانوني دقيق لـ "خطاب الكراهية"، إلا إنه يُعرّف عمومًا على أنه: أنماط مختلفة من أنماط التعبير العام التي تنشر الكراهية أو التمييز أو العداوة أو تحرض عليها أو تروج لها أو

تبررها ضد شخص أو مجموعة، على أساس من يكونون، بمعنى آخر، بناءً على الدين أو الأصل العرقي أو الجنسية أو اللون أو النسب أو الجنس أو أي عامل هوية آخر.

الاستقطاب السياسي Political Polarization: يُعرف الاستقطاب بأنه تثبيت الاهتمام على اتجاه واحد وفقدان النظر عن أي تنوع أو اتجاه آخر يمكن أن يوجد في سياق الأحداث وذلك بهدف تحقيق أهداف محددة سلفاً⁽³⁾.

ويقصد بالاستقطاب إجرائيا الطريقة التي تتناول من خلالها الفضائيات الليبية الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي، ومدى قيامها بتأصيل ثقافة الانقسام والكراهية بين فئات الشعب في معالجتها لتلك القضايا، ونوعية المعلومات التي تحرص على تقديمها في المعالجة والأسلوب الذي تقدم به الطرف الآخر في تلك الأحداث والصفات التي تنسبها إليه.

الدراسات السابقة:

- دراسة ميرال مصطفى⁽⁴⁾ استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى إدراك الجمهور المصري لتأثير برامج الرأي التلفزيونية في أنفسهم وفي الآخرين، من حيث الاستقطاب السياسي الذي يمكن أن تسببه هذه البرامج وتأثير ذلك في اتخاذ المبحوثين موقفاً من شأنه حماية الآخرين، وذلك بالتطبيق على نظرية الشخص الثالث، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم الاعتماد على منهج المسح (مسح الجمهور) وعلى أسلوب المسح بالعينة، وطُبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية تتكون من 400 مبحوثاً من الجمهور المصري الذين يتابعون برامج الرأي التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. وقد أكدت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين إدراك الأفراد لحدوث الاستقطاب السياسي لديهم، وبين إدراكهم لحدوث استقطاب سياسي لدى الآخرين جراء مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية، مما يشير إلى ثبوت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث في أن الأفراد ينسبون تقديرات أعلى لوسائل الإعلام في الآخرين بالمقارنة بأنفسهم.

- دراسة سارة طلعت عباس⁽⁵⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراهقين نحوها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي للعينة بشقيه التحليلي والميداني. كما استخدمت الباحثة في هذه الدراسة صحيفة تحليل المضمون للصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية

عينة الدراسة، وكذلك صحيفة الاستبانة على عينة قوامها 400 مبحوث من جامعتي (عين شمس/6 أكتوبر) من المراهقين في المرحلة الأولى الجامعية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: - تنوعت آليات الاستقطاب السياسي التي وظفتها الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية عينة الدراسة وجاء في مقدمتها آلية التنميط من خلال وصف الطرف الآخر بالصفات سلبية مثل خائن، يتآمر على البلد، يريد للبلاد الدمار والفشل.

- كان للاستقطاب السياسي الذي مارسه الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية تأثير كبير في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو أحداث العنف السياسي.

- دراسة سazan سامان عبدالمجيد وعبد الكريم على الديبسي⁽⁶⁾ هدفت الدراسة إلى معرفة تقييم النخبة العراقية، لدور وسائل الإعلام العراقية، في مواجهة الطائفية؛ استخدم الباحثان المنهج المسحي على عينة عمدية من 330 مفردة. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تحظى بالأولوية في المتابعة من النخبة، وأن وسائل الإعلام العراقية، تنشر بعض المواضيع التي تثير الصراع الطائفي، في حين أنها تولي اهتماماً منخفضاً للقضايا المرتبطة بمواجهة الطائفية أو الحد من انتشارها. وأن دورها كان ضعيفاً في التأثير على آراء الجمهور فيما يتعلق بوقف الصراع الطائفي، واستخدمت وسائل الإعلام العراقية خطاباً إعلامياً مؤججاً للصراع الطائفي.

نظرية تأثير الشخص الثالث: (Third Person Effect Theory)

تعود الجذور التاريخية لنظرية تأثير الشخص الثالث إلى عالم الاجتماع الألماني فيليب دافيسون (Philip Davison) عام 1983 ، الذي توصل إلى نظريته من خلال العديد من الملاحظات والتجارب التي ساعدته في تطوير النظرية من كونها ملاحظة لسلوكيات بعض الأشخاص في مواقف مختلفة، إلى مجال خصب في الدراسات الإعلامية.

فقد لاحظ دافيسون (Davison) أن الناس يميلون لتقدير تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات وسلوك الآخرين أكثر مما تحدثه عليهم أنفسهم، وبتعبير أكثر تحديداً فإن "الأشخاص الذين هم أفراد من الجمهور المعرض للاتصال الإقناعي (سواء كان هذا الاتصال ينوي الإقناع أم لا) يُتوقع أن يكون للاتصال تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيره عليهم أنفسهم.

ويرى دافيسون (Davison) أن أفراد الجمهور يعتقدون أنهم لا يتأثرون بشكل كبير بالرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها – باعتبارهم الشخص الأول – وينسحب نفس الحكم على أقرانهم الذين يشبهونهم – باعتبارهم الشخص الثاني - بينما يتأثر الآخرون ممن لا يشبهونهم اجتماعيا وثقافيا- باعتبارهم الشخص الثالث - تأثراً كبيراً⁽⁷⁾. ويعبر مصطلح الآخر أو الآخرين (Third Person) عن اعتقاد الفرد وأمثاله في نفس الشريحة الاجتماعية أو الثقافية أو المهنية أنهم لا تمتد إليهم تأثيرات وسائل الإعلام بيد أنها تنتج بفاعلية مع الآخرين من أفراد الجمهور.

وقد إنطلقت نظرية تأثر الشخص الثالث من منظور نفسي (سيكولوجي) يتعلق بالاختلاف في إدراك الفرد لتأثيرات هذه الوسائل التي تقع على ذاته مقارنة بالآخرين من أفراد الجمهور؛ فالفرد يعتقد أنه فريد ويختلف عن الآخرين على حين أن الآخرين من أفراد الجمهور العام يتسمون بالسلبية والانصياع لخداع وسائل الإعلام.

ويفترض دافيسون (Davison)، أن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على اتجاهات وسلوك الآخرين، ويتوقعون أن لتلك الرسائل تأثيرات أكبر على الآخرين من على أنفسهم هذا يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لحماية هؤلاء الآخرين، ومنذ أن صاغ دافيسون فروض نظرية تأثير الشخص الثالث قدمت مجموعة من الدراسات تؤكد وتتفق مع هذه الفروض، ويشمل مفهوم دافيسون (Davison) عن تأثير الشخص الثالث عنصران الأول يتوقع الأفراد أن يكون للاتصال تأثير أكبر على الآخرين عن تأثيره عليهم أنفسهم، الثاني التأثير المتوقع على الآخرين يمكن أن يؤدي إلى تنبؤات، ولا ترجع هذه التوقعات لتأثيرات الرسالة الاتصالية على الاتجاهات والسلوكيات إلى الرسائل نفسها ولكن إلى سلوك هؤلاء الذين يتوقعون استجابة ما، وهذا التأثير المدرك على الآخرين يكون أكبر من إدراك تأثير هذه الوسائل على الذات، ويعني هذا أن التأثير لن يكون على الذات أو عليك وإنما سيكون على الآخرين. وأيدت الدراسات التي أجريت فروض هذه النظرية وأن طبيعة مقارنة تأثر الذات بالآخرين ربما تكون هامة لحجم واتجاه إدراك مدى تأثر الآخرين وخصوصا فيما يتعلق بالمسافة الاجتماعية Social Distance بمعنى إدراك مدى القرب أو البعد الاجتماعي عن الآخرين، كما أشار بيرلوف (Perloff)⁽⁸⁾ ان الافراد الذين يتعرضون للرسائل الإعلامية يعتقدون أن الرسالة لن يكون لها تأثيرها الكبير على (الشخص الأول) أو عليك (الشخص الثاني) ولكن على الآخرين (الشخص الثالث)، أي أن الدافع الأساسي لدراسة تأثير الشخص الثالث يتمثل في أن

الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأن الآخرين يتأثرون بالرسائل أو الصور بشكل أكبر منهم أنفسهم، وهذه الظاهرة نتيجة احتياجنا لتعزيز مشاعرنا بقيمة الذات وهو الأمر الذي يتم تحقيقه من خلال التفكير في أننا نتمتع بقدرة على السيطرة على أفعالنا أكثر من الآخرين، أي أنه عندما تكون الرسالة الإعلامية إيجابية فإن الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأنهم أكثر تأثراً من الآخرين، وهذا ما يسمى بالتأثير العكسي للشخص الثالث أو ما يسمى بتأثير الشخص الأول (First Person Effect) متلازماً مع تأثير الشخص الثالث (Third Person Effect) حيث يرى الأفراد أنهم أكثر تأثراً بالرسالة الإعلامية من الآخرين ويحدث هذا في المواقف التي ينظر فيها إلى الرسالة الإعلامية على إنها إيجابية أو لها نتائج مفيدة ومرغوبة اجتماعياً.

مفاهيم النظرية: The Concepts of The Theory

- **الشخص الأول، (التأثير العكسي للشخص الثالث):** ويقصد بهذا المفهوم تصور الفرد لأثر وسائل الإعلام أو المضامين الإعلامية على ذاته، وخاصة عندما تكون المضامين الإعلامية إيجابية. ويتصور الفرد في هذه الحالة بأن التأثير الأكبر سيكون عليه أكثر مما يكون على غيره، وقام اينيس وزيتس (Zeitz, Innes) & (9) بتوثيق هذه الظاهرة لأول مرة سنة 1988، عندما لاحظا فرقا في تصور مجموعتين من الأفراد لأثر المضامين الإعلامية عليهم، حيث بينت النتائج في الحالة الأولى التي تعرض أفرادها لمضامين إعلامية عنيفة وجود التصور التقليدي لأثر الشخص الثالث، غير أنه في الحالة الثانية والتي تعرض أفرادها لإعلان خدمة عامة وجدوا أن تقدير هؤلاء لتأثير هذا المضمون عليهم سيكون أكبر مما هو على غيرهم، وهو ما دفعهم إلى تسمية هذا التصور بالتأثير العكسي للشخص الثالث. وعلى هذا الأساس فتأثر الشخص الأول يبرز في حالة ما إذا كان تقدير الفرد لأثر المضامين الإعلامية إيجابياً.

- **الشخص الثاني:** ويقصد به الأفراد الذين يتشابهون مع الشخص الأول في الخصائص ويكونون قريبين منه من حيث المسافة الاجتماعية، وحسب افتراض تأثر الشخص الثالث فإن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على الأنا، (الشخص الأول) أو عليك أنت (الشخص الثاني) وإنما يكون على الآخرين (الشخص الثالث) الذين لا يشبهوننا ويكونون بعيدين عنا من حيث المسافة الاجتماعية.

- **الشخص الثالث:** ويقصد به الأفراد الذين لا يتشابهون مع الشخص الأول من حيث الخصائص ويكونون بعيدين عنه من حيث المسافة الاجتماعية، ولذلك ينظر الشخص الأول لهؤلاء (الآخرين) بأنهم أكثر عرضة للتأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.

- التحيز الإدراكي: ومفاده اعتقاد الأفراد أنهم أكثر مقاومة لمحتوى الرسائل الإعلامية، عندما يشعرون أنّ محتوى هذه الرسائل قليل الأهمية، أو أنّ له تأثيرات سلبية أو خطيرة، فإن الأفراد يقدرون أن الآخرين أكثر قابلية لتأثير الرسائل الإعلامية أكثر منهم أنفسهم، لأن لديهم الحصانة الشخصية والسيطرة على الذات. فرضيات نظرية تأثر الشخص الثالث: طرح دافيسون (Davison)، فرضية مفادها أنّ هناك فجوة إدراكية لدى أفراد الجمهور في اعتقادهم عن تأثيرات وسائل الإعلام عليهم وعلى غيرهم، ذلك أنهم يعتقدون بعدم وجود تأثير كبير عليهم وعلى أقرانهم الذين يشبهونهم، عكس بقية الأفراد الذين لا يشبهونهم، وأطلق دافيسون على هذه الآلية من التأثير تسمية "تأثر الشخص الثالث"، والتي تعكس في منظوره ميلا بشريا لإدراك الذات بطريقة تجعل نظرتنا إلى أنفسنا أفضل من النظرة إلى الآخرين.

وعليه يشمل مفهوم دافيسون لتأثر الشخص الثالث عنصرين أساسيين هما: الأول؛ ويتمثل في توقع الأفراد بوجود تأثير قوي للرسائل الإعلامية على غيرهم أكثر مما يكون عليهم. والثاني؛ الذي يركّز على التأثير المتوقع على الآخرين يمكن أن يؤدي إلى تنبؤات، ولا ترجع هذه التنبؤات لتأثيرات الرسالة الاتصالية على الاتجاهات والسلوكيات إلى الرسائل نفسها ولكن إلى سلوك هؤلاء الذين يتوقعون استجابة ما بما يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لوقاية الغير من هذا التأثير المتوقع.

هذا وقد أثبتت الدراسات إن التباين في إدراك أفراد الجمهور لتأثير الرسائل الإعلامية على ذاتهم وعلى الآخرين يمكن تفسيره في ضوء عاملين أساسيين، هما:- التقليل من قيمة تأثيرات الرسائل الإعلامية على الذات.

- المبالغة في تقدير تأثيرات الرسائل الإعلامية على الآخرين.

يدعم ما سبق افتراض "دافيسون" الذي ذهب فيه إلى أن إدراك الأفراد أن الآخر هو أكثر تعرضا للتأثيرات الضارة لبعض المحتويات الإعلامية يجعلهم يتخذون قرارات بمراقبة وتنظيم التعرض لهذه المحتويات.

وتعتمد نظرية تأثر الشخص الثالث على افتراضيين أساسيين يتعلّق الأول بالجانب المعرفي الإدراكي والثاني بالجانب السلوكي للأفراد. حيث نجد أن الفرض الأول والأساس الذي صاغه مؤسس هذه النظرية يقوم على أن (الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين، بحيث يعتقدون أن التأثيرات الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على الشخص الثاني الذي هو أنت

(You: The second Person) وإنما عليهم الأشخاص الآخرين (On them: The third Person). في حين أن الفرض الأساس الثاني حسب هذه النظرية فإنه يشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذه الموقف الإدراكي سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناجمة عن التعرض لوسائل الإعلام. الفرض الإدراكي **Perceptual hypothesis**: أسماه بعض الباحثين مثل (Gunther 1995)⁽¹⁰⁾ بالتحيز الإدراكي Perceptual Bias ويعني أن الأفراد يدركون أن الرسائل الإعلامية ذات تأثير أكبر على الآخرين من تأثيرها عليهم أنفسهم، حيث يتحيز الفرد لذاته عند تقدير مدى تأثيره بالرسالة الإعلامية في مقابل تأثير الآخرين بالرسائل ذاتها. والفرض الإدراكي قائم على إدراك الناس للآخرين بأنهم أكثر تأثراً بالمضامين الإعلامية من أنفسهم وخاصة المضامين السلبية. هذا الإدراك سوف يؤدي إلى إتباع سلوكيات هادفة إلى حماية الآخرين الذين تعرضوا لتأثير وسائل الإعلام السلبية بشكل كبير، وذلك على أساس أن الفرد يؤمن بأنه قادر على حماية نفسه من تأثير هذه الرسائل الضارة، بينما الآخرون لا يملكون القدرة على حماية أنفسهم. ويفسر دافيسون (Davison) هذا الإدراك بأنه ينتج عن التقدير المبالغ فيه لتأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين بينما يأتي تقدير التأثير على الذات دقيقاً وموضوعياً، وهو قد يحدث نتيجة لمجموعة من العوامل وهي:

- أما المبالغة في تقدير الرسالة على مدركات الآخرين. (Overestimated)، ومن ثم يميل الفرد إلى التقليل من شأن الأشخاص الآخرين حيث يرى نفسه بطريقة أفضل من الآخرين.
 - أو التهوين من تأثير الرسائل الإعلامية على الذات (Underestimated)، بالتقليل من تأثير الرسائل على الذات ومن ثم يميل الفرد إلى إعلاء ذاته⁽¹¹⁾.
 - أو توليفة من المبالغة والتهوين في تأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين.
- ويرجع دافيسون (Davison) هذا الإدراك إلى ميل الفرد إلى التحيز لذاته، النابع من تقديره لشخصه وهذا الميل قد يؤدي إلى أن يعتبر الفرد نفسه يمتلك عقلاً راجحاً وبصيرة حادة تمنع عنه التأثيرات الضارة للرسائل الإعلامية، مما يؤدي إلى إدراكه بأن الآخرين معرضون بشدة للخطر نتيجة لتعرضهم لهذه الرسائل السلبية، كما أنه يمكن تفسير الاستهانة بتأثير الرسائل الإعلامية على الذات أن الأفراد بصفة عامة لديهم فهم محدود للعمليات المعرفية التي تحدث داخلهم ونتيجة لذلك فإنهم يعتقدون أنهم لا يتأثرون أبداً بالرسائل الإعلامية حتى لو كانوا يتأثرون بها فعلاً.

وقد فسر (Price) ذلك نفسياً بأن الأفراد لا يدركون مدى تأثير الرسائل الإعلامية على ذاتهم حتى لو كانوا يتأثرون بها فعلياً⁽¹²⁾.

الفرض السلوكي Behavioral hypothesis : لم يجد الفرض السلوكي اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين عكس الفرض الإدراكي، واستهدف دافيسون اختبار المكون السلوكي في نظرية الشخص الثالث، حيث وجد أن الناس تؤيد فرض القيود على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين "فالأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هو الأكثر تدعيماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية.

وفحوى هذا الفرض هو أنّ الفرض الإدراكي من الممكن أن يؤدي بالأفراد إلى القيام بأفعال لتقليل التأثيرات السلبية المتوقعة على الآخرين، وهو ما يشير إلى أن الأفراد نتيجة لاعتقادهم بأن الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بهم، أي أن الشخص الأول نتيجة لاعتقاده بأن الشخص الثالث أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة به، فإنه يسعى إلى اتخاذ إجراءات لحماية الشخص الثالث من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية مثل وضع قيود أو فرض رقابة على هذه المضامين⁽¹³⁾.

ويأتي الفرض السلوكي الذي يتجسد غالباً في تأييد فرض قيود على وسائل الإعلام أو المضامين الإعلامية ومراقبتها، شكلاً من أشكال التدخل الاجتماعي الأبوي (Paternalism explanation) والذي يقوم على وجود رقيب، بمثابة الأب، يعمل بقصد لحماية الآخرين من الآثار السلبية للمضامين الإعلامية. ويتحقق الفرض السلوكي أحياناً في شكل تفسير قائم على الدافعية الوقائية (Protection Motivated) التي تعني أنّ الحكم على مدى قابلية الشخص للتأثير بالتهديد المحيط به وتقييمه لقوة هذا التهديد، قد يدفعه إلى اتخاذ سلوك وقائي للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد.

وسائل الإعلام والاستقطاب السياسي

الاستقطاب السياسي هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تقسيم الأفراد إلى فئتين اجتماعيتين أو مجموعتين متناقضتين في المواقف والأهداف ووجهات النظر، مع وجود عدد قليل من الأفراد المحايدة أو التي تتخذ موقفاً وسطياً. ويُعرف أيضاً بأنه الانفصال أو التقسيم بين المجموعات في تفضيلهم لقضية ما وحشد هذه المجموعات حول محاور أيديولوجية.

كما يُعرف الاستقطاب بأنه جذب بعض فئات الجمهور لتأييد وجهة نظر معينة وإضفاء مميزات مختلفة لها.

وعلى ذلك يرى المختصون أن الاستقطاب السياسي يعمل على تثبيت الاهتمام على اتجاه واحد فقط، والتعظيم على أي اتجاه آخر يمكن أن يوجد في سياق الأحداث، وذلك لتحقيق أهداف معينة. ويُنظر إلى الاستقطاب السياسي بأنه العملية التي تقسم الرأي العام إلى أقطاب أو أطراف متباعدة حيث يذهب كل قطب إلى التطرف في رأيه، ويحدث الاستقطاب السياسي نتيجة لوجود خلاف جوهري بين القوى السياسية تجاه قضية جوهرية، حيث تأخذ كل قوة سياسية موقفاً مختلفاً عن القوى الأخرى. ونتيجة لهذا الاستقطاب تتسع دائرة ذوي الآراء السياسية المتطرفة وفي المقابل يتلاشى ذوو الآراء السياسية المعتدلة⁽¹⁴⁾.

وجوهر عملية الاستقطاب هو حشد طاقات الأفراد، وتعبئتها بطريقة منظمة؛ لدعم وتنفيذ برنامج سياسي محدد، "رؤية واحدة"، لذا فالاستقطاب لا يسمح بالتعدد، ولا بالتنوع، ولا يقبل باختلاف وجهات النظر؛ لأنه ينطلق من طهرانية الذات، وقداستها، وخطأ الغير وانحرافه.

كما أن الاستقطاب السياسي هو ما تقوم به وسائل الإعلام من إضفاء الشرعية على مجموعة معينة من وجهات النظر، والتعظيم على وجهات نظر أخرى، أو تناولها بشكل متحيز.

حيث تقوم وسائل الإعلام في بعض الأحيان بالتحيز لأحد الأطراف، وتقوم بمعالجة الأحداث بشكل انتقائي يخدم جانباً على حساب الجانب الآخر، وتعمل على نسبة الجوانب السلبية لذلك الطرف الآخر، بما يعمل على تعميق الاستقطاب السياسي بين الجمهور، ويجعل المواطنين أكثر تشبثاً بأرائهم، وأقل تسامحاً مع الأفراد ذوي وجهات النظر السياسية المختلفة.

وتمارس وسائل الإعلام دوراً هاماً في آلية الاستقطاب السياسي؛ حيث إن الاستقطاب الإعلامي يعد أحد أهم آليات تنامي الاستقطاب السياسي والترويج له بين المواطنين من خلال تأييد فئات معينة ومعارضة فئات أخرى، وتحيز وسائل الإعلام لجانب معين، بما يعمل على استقطاب أفراد المجتمع لهذا الجانب وتعميق الانقسام بين المواطنين.

وأشار الباحثون إلى وجود أكثر من بعد للاستقطاب السياسي الذي تمارسه وسائل الإعلام، وتحدد أبعاد الاستقطاب السياسي فيما يلي:

- الجانب العاطفي، وذلك من خلال توظيف وتوجيه مشاعر إيجابية تجاه الذات السياسية، وفي المقابل توجيه مشاعر سلبية تجاه الخصم السياسي.

- الجانب المعرفي، وذلك بتوظيف الحجج والأدلة التي تركز على نقاط الضعف للخصم السياسي، في مقابل تركيز الأدلة التي تبرز نقاط القوة ومزايا الذات السياسية.

- الجانب السلوكي، وذلك بإبعاد الأفراد عن الاتجاهات المعتدلة، وتركيز الاختيار ما بين مؤيد بشدة أو معارض بشدة، ثم يقوم الجمهور بتحويل هذه الاتجاهات إلى سلوكيات تدعم تلك الاتجاهات. إن الاستقطاب السياسي المدفوع بانتشار الدعاية الكاذبة وحملات التضليل من شأنها إضعاف الديمقراطية، وتمزيق المجتمعات وإشاعة حالة من عدم الثقة التي من شأنها أن تؤدي إلى مزيد من التوتر والصراعات.

أن الإعلام أداة مهمة للاستقطاب حينما يصبح جزءاً من اللعبة السياسية، ومن ثم يصبح الإعلام أداة قوية حينما يوظفها السياسيون ويستخدمونها في برامجهم السياسية، وينبه المختصون إلى أن الإعلام يمكن أن يكون أداة طيعة لتقسيم المجتمع حينما يتنازل عن قيمه المهنية في الاتزان والدقة والمصداقية. وان غياب معايير المهنية في الإعلام، وتحديدًا معايير التوازن وإدارة التحيز في المراحل الانتقالية، يجعل منه جسراً للانتقال من إدارة النقاش الوطني العام إلى حالة الاستقطاب الحاد، مؤكدين أن الإعلام المهني لا يكون طرفاً في أي صراع، بل مجرد شاهد ينقل الأحداث.

كما يعتبر المختصون أن الإعلام القائم على الاستقلالية والتنظيم الذاتي، هو أكبر مقاوم للاستقطاب مهما كانت إغراءات السياسة ورداءة سلوك السياسيين.

كما يرون أن الاستقطاب السياسي، أحد الأوجه المعبرة عن التطرف السياسي أو الثقافي أو الديني. إذ إن الاستقطاب يعكس فكرة المجانبة أو الطرفية والبعد عن الوسط، ومن ثم فالاستقطاب قد يكون في الأغلب في صلب عملية التطرف ووجه من أوجهها.

وأن الاستقطاب السياسي يحدث، عندما تنقسم آراء الناس ومواقفهم السياسية بشدة حول قضية معينة، وينقسم المجتمع بشكل صارخ على طول الخط تجاه تلك القضايا، ويكون الاعتدال والحيادية أبرز ضحايا الاستقطاب.

ويرى المختصون ان خطورة الاستقطاب السياسي والثقافي حينما يتحول إلى انقسام سياسي يقود إلى انقسام مجتمعي، ومن ثم يجعل أطراف في المجتمع على استعداد لممارسة العنف في سبيل الدفاع عن مواقفها⁽¹⁵⁾.

خطاب الكراهية في القنوات الفضائية الليبية:

خطاب الكراهية هو تعبير شفوي، أو مكتوب، ينطوي على رأي سلبي حيال فئة ما، وقد يكون موجّهًا ضدّ فرد، على محمل تمثيله لجماعة ما، ويستهدف خطاب الكراهية عِرْقًا بعينه، أو جنسًا، أو ميولًا جنسية، أو جنسيّات، أو مجموعات عرقية أو دينية، وبالمجمل؛ يمكن أن تكون أيّة فئة عُرضة لخطاب الكراهية، ولخطاب الكراهية سمات رئيسة بوسع المتلقي معرفته من خلالها، من بينها: الوصم، والتنميط، والتحريض، والتجيش، والقدح، والذم. وتشير التقارير أنه منذ العام 2011، سجلت زيادة في استخدام خطاب الكراهية، والتحريض على العنف والإرهاب، والتحريض على الانتقام والتعصب الجهوي والمناطقى، والتمييز ضدّ المرأة والأجانب والمهاجرين غير الشرعيين، بشكلٍ مقلق في وسائل الإعلام الليبية. وقد خلق الصراع الدموي على السلطة في ليبيا مناخًا عامًا يساعد على الفتنة والكراهية بين مكونات الشعب الليبي. وسيطرت دعوات الانتقام والإقصاء والتحييد بدلا من دعوات النقاش السياسي ومناقشة الخلافات الأيديولوجية، ممّا تسبب في تراجع مفاهيم مثل المصالحة والتسامح إلى الوراء كثيرًا، وحلّ مكانها مفردات ومصطلحات تحرّض بشكل كامل على الكراهية والقتل والتدمير والتعصب والجهوية. وقد لعبت وسائل الإعلام من جميع الأطراف دورًا في ذلك.

ويشير الباحثون إلى أن وسائل الإعلام الليبية بعد عام 2014 أصبحت (منصات) تعمل بشكل أوضح وهوية مباشرة دون إخفاء نفسها فأصبح الخطاب الموجّه ليس للسياسة فقط أو حكومة معينة بل صارت هذه المنصات تدعم أمراء حرب وتشكيلات مُسلحة للغزو على مدن ومناطق معينة – حيث كان الخطاب أكثر حدة وتحريضًا، فمن ناحية ما أصبح لدى هذه المنصات سُبل تمويل أجنبية تضخ لها بشكل مستمر كونها تدعم طرفًا واضحًا في تلك الحرب، كما أن موقفها أصبح مدعومًا من قاعدة جماهيرية لا بأس بها كونها تمثل آرائهم ووجهات نظرهم.

وتميزت هذه الفترة ب بروز وتنوع خطاب الكراهية حيث تمثل في تغطيات إخبارية مكذوبة وأشرطة أخبار مليئة بالمغالطات النصية والمعلوماتية، إضافة إلى أن تناول بعض المواضيع غالبًا، يكون بشكل وقي



وصريح دون عمل مراجعات أو مونتاج لتلك المواد المُحضرة مسبقاً، بل العكس، معظم القنوات تحاول إبراز أسوأ ما لديها من أسلحة إعلامية في تلك الفترة لتثبت فقط صحة الطرف الذي تساندته.

ويلاحظ الباحثون مدى القصور والتخبط الذي يعانيه الإعلام الليبي بكل وسائله، خاصة القنوات الفضائية الليبية، نظراً لدورها السلبي في تأجيج الصراع والحرب الأهلية بسبب تفشي خطاب الكراهية والتحريض على العنف من خلال الأشكال التلفزيونية المختلفة. وقد زادت حدة ذلك الخطاب الخطير في ظل الفوضى التي يعيشها قطاع الإعلام بسبب غياب السلطات المختصة المشرفة على وسائل الإعلام وعدم وجود لوائح لتنظيم الإعلام. كما يؤكد الباحثون على أن الإعلام الليبي خلال هذه الفترة تطّيع بأشكال وأدوات هي الأخطر في المنطقة إعلامياً من حيث تبني العنف اللفظي والتحريض على القتل والغزو والدعوة إلى الحرب بين المتنازعين، إضافة إلى اللغة الهجومية التي ساهمت في تأخير الوصول إلى مرحلة تناقل السلطة سلمياً بين الحكومات والمراكز القيادية في الدولة. ورغم تكرار حالات خطاب الكراهية واللغة التحريضية وحالات التشهير بشكل عام فإنه لم تُسن أي قوانين أو قرارات تحد من هذا الأمر. وقد أخفقت السلطات التشريعية المتعاقبة من مجلس انتقالي إلى مؤتمر وطني إلى مجلس النواب في إصدار قانون ينظم العمل الإعلامي. بل زادت حدة الاستقطاب الإعلامي والسياسي وأصبحت بعض وسائل الإعلام بمثابة أسلحة إضافية للأحزاب السياسية والمجموعات المسلحة.

ولذلك يعتبر الباحثون أن جل الانقسامات على الأرض في ليبيا هي امتداد لانقسامات إعلامية أولية عملت بشكل غير حيادي وفقاً لمصادر تمويلها المالي والجهة أو المنطقة التي تبث منها والتيار السياسي الذي تناصره. وعلى هذا الأساس يوجه كثير من المهتمين بالشأن الإعلامي في ليبيا الاتهام إلى القنوات الفضائية الليبية، باعتبارها سبباً من أسباب الصراع الدائر، اليوم، بين مختلف الأطراف، وهذا يعني أنه لم يعد الصراع سياسياً وعسكرياً فقط، بل إعلامياً أيضاً. وهذا الصراع الإعلامي تمثل في خطاب (الكراهية والحق)، الذي يدعو إلى تأجيج الصراع ويغذي العنف والتسبب في شرخ النسيج الاجتماعي⁽¹⁶⁾.



النتائج العامة للبحث الميداني

1- مدى متابعة المبحوثين للفضائيات الليبية

الجدول رقم (1) يوضح مدى متابعة المبحوثين للفضائيات الليبية

مدى متابعة المبحوثين	ك	%
دائماً	28	56%
أحياناً	20	40%
نادراً	2	4%
المجموع	50	100%

- تشير بيانات الجدول السابق أن الفضائيات الليبية تحظى بمعدلات متابعة عالية بين أفراد العينة، حيث أجاب جميع مفردات العينة أنهم يتابعون الفضائيات الليبية.

- وتؤكد هذه النتيجة على جماهيرية الفضائيات الليبية من ناحية كثافة متابعتها، حيث أكد المبحوثون بأنهم يتابعونها دائماً وبنسبة (56%) وأشارت النتائج بأن من يتابعونها أحياناً جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (40%)، في حين كان الذين يتابعونها بشكل نادر بنسبة (4%).

2- أهم الفضائيات الليبية التي يحرص المبحوثون على متابعتها:

الجدول (2) يوضح أهم الفضائيات الليبية التي يحرص المبحوثون على متابعتها

الموقع	التكرار	%
قناة ليبيا الوطنية	8	16%
قناة ليبيا الرسمية	12	24%
قناة ليبيا الأحرار	24	48%
قناة ليبيا 218 News	40	80%
قناة الجماهيرية	14	28%
قناة ليبيا الغد	4	8%

قناة ليبيا السلام	16	32%
قناة ليبيا On Tv	6	12%
قناة ليبيا روحها الوطن	24	48%
قناة ليبيا الحدث	38	76%
قناة ليبيا المستقبل	16	32%
قناة ليبيا التناصح	2	4%
قناة ليبيا فبراير	8	16%
قناة ليبيا ابناء البلد	2	4%
جملة من سئلوا	50	

يشير الجدول السابق إلى تصدر موقع الفيسبوك من حيث المتابعة بنسبة عالية بلغت (90%)، يليه موقع يوتيوب بنسبة (20%) يليه تويتر بنسبة (10%)، وأخيرا ماي سبايس بنسبة (05%).

3- رأي المبحوثين في نشر الفضائيات الليبية للكراهية بين الجمهور.

الجدول رقم (3) يوضح رأي المبحوثين في أن الفضائيات الليبية من تعرض على الكراهية وتنشرها بين الجمهور

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	36	72
أحيانا	12	24
لا	2	4
المجموع	50	100.0

تشير بيانات الجدول السابق بوضوح إلى أن المبحوثين يرون أن الفضائيات الليبية تعرض من خلال خطابها على الكراهية وتنشرها بين الجمهور حيث وصلت نسبة الذين أجابوا بنعم إلى (72%)، نسبة الذين أجابوا أحيانا (24%) أما الذين أجابوا لا فنسبتهم (4%).



4- رأي المبحوثين في الاستقطاب السياسي للفضائيات الليبية للجمهور.

الجدول رقم (4) يوضح رأي المبحوثين أن الفضائيات الليبية تعرض على الاستقطاب السياسي بين الجمهور

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	32	64
أحياناً	16	32
لا	2	4
المجموع	50	100.0

- تشير بيانات الجدول السابق بوضوح إلى أن المبحوثين يرون أن الفضائيات الليبية تعرض على الاستقطاب السياسي بين الجمهور. وصلت نسبة الذين أجابوا بنعم إلى (64%)، نسبة الذين أجابوا أحياناً (32%) أما الذين أجابوا لا فنسبتهم (4%).

5- الأساليب المستخدمة في برامج الفضائيات الليبية التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي

الجدول رقم (5) يوضح الأساليب التي تستخدمها الفضائيات الليبية في برامجها التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي حسب رأي المبحوثين

الأساليب	يوجد	محايد	لا يوجد	الحكم
الصدق في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا	1	18	31	لا يوجد
الموضوعية في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا	1	18	31	لا يوجد
الحياد في عرض جميع الحقائق	2	10	38	لا يوجد
التشكيك في إنجازات الطرف الآخر	40	10	0	يوجد
التضليل وعدم عرض جميع الحقائق	38	11	1	يوجد
تزيف الحقائق وفبركة الأخبار	36	14	0	يوجد
تشويه سمعة الخصوم	36	14	0	يوجد





الوقیعة بین الطرف الآخر ومناصريه	34	14	2	یوجد
تقديم الشعارات الجذابة ودغدغة عواطف الجمهور	32	16	2	یوجد
الكذب في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا	32	16	2	یوجد
بث الشائعات	32	14	4	یوجد
استخدام استمالات التخويف	32	14	4	یوجد
المبالغة في تقديم الأخبار والقضايا المتعلقة بالطرف الآخر	38	8	4	یوجد
جملة من سئلوا	50			

تبين بيانات الجدول السابق رقم(5)، أن المبحوثين يقرون بعدم وجود أساليب مثل؛ الصدق في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا الموضوعية في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا الحياد في عرض جميع الحقائق.

كما أن المبحوثين يقرون بوجود أساليب مثل؛ التشكيك في إنجازات الطرف الآخر، التضليل وعدم عرض جميع الحقائق، تزيف الحقائق وفبركة الأخبار، تشويه سمعة الخصوم، الوقیعة بین الطرف الآخر ومناصريه، تقديم الشعارات الجذابة ودغدغة عواطف الجمهور، الكذب في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا، بث الشائعات، استخدام استمالات التخويف، المبالغة في تقديم الأخبار والقضايا المتعلقة بالطرف الآخر.



6- تقييم المبحوثين لمضامين البرامج في الفضائيات الليبية.

الجدول رقم (6) يوضح تقييم المبحوثين لمضامين البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		التقييم
		%	ك	%	ك	%	ك	
92	2.76	%4	2	%16	8	%80	40	تعرض وتحت الأفراد على الكراهية
89.33	2.68	%8	4	%16	8	%76	38	تتجاهل القضايا الحقيقية للمواطن البسيط
81.33	2.44	%12	6	%32	16	%56	28	تقدم واقع اجتماعي مغاير للواقع الحقيقي للمجتمع
96	2.88	0	0	%12	6	%88	44	تتعزيز الفضائيات الليبية لأطراف الصراع بشكل واضح
52	1.56	%52	26	%40	20	%8	4	تقدم نماذج ناجحة لثقافة السلم الاجتماعي والسياسي
50								جملة من سنلوا

تبين بيانات الجدول السابق رقم(6)، أن تعزيز الفضائيات الليبية لأطراف الصراع بشكل واضح تصدرت تقييم المبحوثين لمضامين البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية بوزن مئوي 96، يليها تعرض وتحت الأفراد على الكراهية بوزن مئوي 92. ثم تتجاهل القضايا الحقيقية للمواطن البسيط بوزن مئوي 89.33. يليها تقدم واقع اجتماعي مغاير للواقع الحقيقي للمجتمع بوزن مئوي 81.33. وجاء أخيراً تقدم نماذج ناجحة لثقافة السلم الاجتماعي والسياسي بوزن مئوي 52.



7- التأثيرات التي تحدثها الفضائيات الليبية من خلال برامجها الليبي على الجمهور

الجدول رقم (7) يوضح التأثيرات التي تحدثها الفضائيات الليبية من خلال برامجها على الجمهور حسب

رأي المبحوثين

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		التأثيرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
82.66	2.30	%12	6	%24	12	%64	32	أعتقد أن الفضائيات الليبية تسهم أكثر في نشر الاستقطاب السياسي لدى الجمهور.
89.33	2.25	%4	2	%24	12	%72	36	أعتقد أن البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع الليبي في الفضائيات الليبية تؤثر في الجمهور الذي يشاهدها.
82.66	2.25	%12	6	%24	14	%60	30	أرى أن معالجة الفضائيات الليبية للشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي تتفق مع وجهة نظر أطراف الصراع ومن ثم تقوم بتوجيه الرأي العام.
89.33	2.20	%4	2	%24	12	%72	36	البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤدي إلى استفزاز مشاعر الكراهية لدى الجمهور
82.66	2.15	%4	2	%40	20	%56	28	أرى أن برامج الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤثر في مشاركة الجمهور في الانتخابات.
50								جملة من سئلوا

تبين بيانات الجدول السابق رقم (7)، أن المبحوثين يرون أن التأثيرات التي تحدثها الفضائيات الليبية من خلال برامجها التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي على الجمهور تتمثل في؛ أعتقد أن البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤثر في الجمهور الذي يشاهدها بوزن مئوي 89.33، يلهم البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤدي إلى استفزاز مشاعر الكراهية لدى الجمهور بوزن مئوي 89.33. ثم أعتقد أن

الفضائيات الليبية تسهم أكثر في نشر الاستقطاب السياسي لدى الجمهور. بوزن مؤوي 82.66. أرى أن معالجة الفضائيات الليبية للشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي تتفق مع وجهة نظر أطراف الصراع ومن ثم تقوم بتوجيه الرأي العام بوزن مؤوي 82.66. أرى أن برامج الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية من شأنها أن تؤثر في مشاركة الجمهور في الانتخابات. بوزن مؤوي 82.66.

8- إدراك المبحوثين للإنعكاسات التي يحدثها الاستقطاب السياسي للجمهور علي الانتخابات

الجدول رقم (8) إدراك المبحوثين للإنعكاسات التي يحدثها الاستقطاب السياسي للجمهور علي

الانتخابات

الإنعكاسات	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
المشاركة بشكل قوي وفعال في الانتخابات	8	16%	30	60%	12	24%	1.92	64
المشاركة بشكل ضعيف ومتردد في الانتخابات	18	36%	28	56%	4	8%	2.28	76
عدم المشاركة في الانتخابات	14	24%	26	56%	10	20%	2.08	69.33
التشكيك في الانتخابات	24	48%	20	40%	6	12%	2.36	78.66
مناهضة وعدم الموافقة على إجراء الانتخابات	10	20%	34	68%	6	12%	1.92	64
جملة من سئلوا	50							

تبين بيانات الجدول السابق رقم (8)، أن التشكيك في الانتخابات تصدّرت الانعكاسات التي يحدثها الاستقطاب السياسي للجمهور على الانتخابات بوزن مؤوي 78.66، يليها المشاركة بشكل ضعيف ومتردد في الانتخابات بوزن مؤوي 76. ثم عدم المشاركة في الانتخابات بوزن مؤوي 69.33. مناهضة وعدم الموافقة على إجراء الانتخابات بوزن مؤوي 64. المشاركة بشكل قوي وفعال في الانتخابات بوزن مؤوي 64. بعض المقترحات التي قد ترتقي بمستوى البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية والتي تتصدى لخطاب الكراهية

الجدول رقم (9) يوضح بعض المقترحات التي قد ترتقي بمستوى البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية والتي تتصدى لخطاب الكراهية

المقترحات	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الإعداد الجيد للبرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي	46	92%	2	4%	2	4%	2.88	96
التركيز على البرامج التي تعالج المشكلات السياسية	40	80%	8	16%	2	4%	2.76	92
إعداد برامج للمصالحة المجتمعية والعمل الإنساني	42	84%	6	12%	2	4%	2.52	84
الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز لأطراف الصراع	44	88%	4	8%	2	4%	2.84	94.66
تنمية روح التسامح بالاستعانة بالكتاب والمفكرين... إلخ	42	84%	6	12%	2	4%	2.52	84
إعطاء مساحة أوسع للأعمال الداعية للمصالحة السياسية	40	80%	6	12%	4	8%	2.72	90.66
عرض جميع الآراء المؤيدة والمعارضة للتوجهات السياسية	38	76%	10	20%	2	4%	2.72	90.66
عرض التجارب السياسية الناجحة في العالم	44	88%	4	8%	2	4%	2.84	94.66
جملة من سئلوا								50

تبين بيانات الجدول السابق رقم(9)، أن المبحوثين يرون أن المقترحات التي قد ترتقي بمستوى البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية والتي تتصدى لخطاب الكراهية، تتمثل في؛ الإعداد الجيد للبرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي بوزن مئوي 96. الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز لأطراف الصراع بوزن مئوي 94.66. عرض التجارب السياسية الناجحة في العالم بوزن مئوي 94.66. التركيز على البرامج التي تعالج المشكلات السياسية بوزن

مئوي 92. إعطاء مساحة أوسع للأعمال الداعية للمصالحة السياسية بوزن مئوي 90.66 عرض جميع الآراء المؤيدة والمعارضة للتوجهات السياسية بوزن مئوي 90.66 إعداد برامج للمصالحة المجتمعية والعمل الإنساني بوزن مئوي 84. تنمية روح التسامح بالاستعانة بالكتاب والمفكرين... إلخ بوزن مئوي 84.

الخلاصة وأهم النتائج

تعد الفضائيات الليبية التلفزيونية من المصادر المهمة التي يعتمد عليها الجمهور في التعرف على الأحداث والقضايا السياسية، وتفسير تلك الأحداث وتقييمه لها.

وقد تقوم هذه الفضائيات في بعض الأحيان بالتعاطي مع الأحداث السياسية بطريقة انتقائية تضفي فيها الشرعية على جانب، بينما تجرد الجانب الآخر من تلك الشرعية، والتحيز لرأي على حساب الرأي الآخر؛ مما يعمل على تعميق الفجوة بين الأطراف والآراء السياسية المختلفة، ويدفع باتجاه وجود حالة من الاستقطاب السياسي.

ومن هنا فقد سعى هذا البحث إلى التعرف على مدى إدراك النخبة الأكاديمية لتأثير خطاب الكراهية في الفضائيات الليبية التلفزيونية في أنفسهم وفي الآخرين من حيث الاستقطاب السياسي الذي يمكن أن يسببه هذا الخطاب وانعكاساته على الانتخابات، وتأثير ذلك في اتخاذ المبحوثين موقفاً من شأنه حماية الآخرين من تلك التأثيرات، وذلك بالتطبيق على نظرية الشخص الثالث.

وتم استخدام منهج المسح بالعينة، وأجري استبانة بالمقابلة مع 50 مبحوثاً من النخبة الأكاديمية. وبعد إجراء البحث الميداني، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج العامة التي تجيب عن تساؤلات البحث، ويعرض الباحث أهم هذه النتائج فيما يأتي:

- أظهرت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يرون أن الفضائيات الليبية تحرض من خلال خطابها على الكراهية وتنشرها بين الجمهور حيث وصلت نسبة الذين أجابوا بنعم إلى (72%)، نسبة الذين أجابوا أحياناً (24%) أما الذين أجابوا لا فنسبتهم (4%).

- بينت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يرون أن الفضائيات الليبية تحرض على الاستقطاب السياسي بين الجمهور حيث وصلت نسبة الذين أجابوا بنعم إلى (64%)، نسبة الذين أجابوا أحياناً (32%) أما الذين أجابوا لا فنسبتهم (4%).

- أظهرت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يقرون في تقييمهم للأساليب التي تستخدمها الفضائيات الليبية في برامجها التي تتناول قضايا الصراع السياسي الليبي بعدم وجود أساليب مثل؛ الصدق في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا، الموضوعية في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا، الحياد في عرض جميع الحقائق. ويقرون بوجود أساليب مثل؛ التشكيك في إنجازات الطرف الآخر، التضليل وعدم عرض جميع الحقائق، تزييف الحقائق وفبركة الاخبار، تشويه سمعة الخصوم، الوقعة بين الطرف الآخر ومناصريه، تقديم الشعارات الجذابة ودغدغة عواطف الجمهور، الكذب في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا، بث الشائعات، استخدام استمالات التخويف، المبالغة في تقديم الأخبار والقضايا المتعلقة بالطرف الآخر.

- بينت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يعتبرون أن تحيز الفضائيات الليبية لأطراف الصراع بشكل واضح تصدّرت تقييم المبحوثين لمضامين البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية بوزن مئوي 96، يلها تحرض وتحث الأفراد على الكراهية بوزن مئوي 92. ثم ثالثا تتجاهل القضايا الحقيقية للمواطن البسيط بوزن مئوي 89.33. يلها تقدم واقع اجتماعي مغاير للواقع الحقيقي للمجتمع بوزن مئوي 81.33. وجاء أخيرا تقدم نماذج ناجحة لثقافة السلم الاجتماعي والسياسي بوزن مئوي 52.

- أظهرت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يؤكدون أن هناك تأثيرات تحدثها الفضائيات الليبية من خلال برامجها التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي علي الجمهور، والتي جاءت حسب الترتيب التالي؛ في المرتبة الأولى؛ أعتقد أن البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤثر في الجمهور الذي يشاهدها بوزن مئوي 89.33، يلها في المرتبة الثانية؛ البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية تؤدي إلى استفزاز مشاعر الكراهية لدى الجمهور بوزن مئوي 89.33. ثم في المرتبة الثالثة؛ أعتقد أن الفضائيات الليبية تسهم أكثر في نشر الاستقطاب السياسي لدى الجمهور بوزن مئوي 82.66. ثم في المرتبة الرابعة؛ أرى أن معالجة الفضائيات الليبية للشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي تتفق مع وجهة نظر أطراف الصراع ومن ثم تقوم بتوجيه الرأي العام بوزن مئوي 82.66. ثم في المرتبة الأخيرة؛ أرى أن برامج الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية من شأنها أن تؤثر في مشاركة الجمهور في الانتخابات بوزن مئوي 82.66.

- بينت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يعتبرون أن التشكيك في الانتخابات تصدّرت الانعكاسات التي يحدثها الاستقطاب السياسي للجمهور علي الانتخابات بوزن مئوي 78.66، يلها في المرتبة الثانية؛ المشاركة بشكل ضعيف ومتردد في الانتخابات بوزن مئوي 76. ثم في المرتبة الثالثة؛ عدم المشاركة في الانتخابات بوزن مئوي 69.33. ثم في المرتبة الرابعة؛ مناهضة وعدم الموافقة علي إجراء الانتخابات بوزن مئوي 64. ثم في المرتبة الأخيرة؛ المشاركة بشكل قوي وفعال في الانتخابات بوزن مئوي 64.

- أظهرت نتائج البحث أن النخبة الأكاديمية يرون أن المقترحات التي قد ترتقي بمستوى البرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي في الفضائيات الليبية والتي تتصدى لخطاب الكراهية، تتمثل في؛ أولا الإعداد الجيد للبرامج التي تتناول الشأن الليبي وقضايا الصراع السياسي الليبي بوزن مئوي 96. ثانيا الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز لأطراف الصراع بوزن مئوي 94.66. ثالثا عرض التجارب السياسية الناجحة في العالم بوزن مئوي 94.66. رابعا التركيز على البرامج التي تعالج المشكلات السياسية بوزن مئوي 92. خامسا إعطاء مساحة أوسع للأعمال الداعية للمصالحة السياسية بوزن مئوي 90.66. سادسا عرض جميع الآراء المؤيدة والمعارضة للتوجهات السياسية بوزن مئوي 90.66. سابعا إعداد برامج للمصالحة المجتمعية والعمل الإنساني بوزن مئوي 84. ثامنا تنمية روح التسامح بالاستعانة بالكتاب والمفكرين... الخ بوزن مئوي 84.

التوصيات :

في ضوء نتائج هذا البحث يوصي الباحث بما يلي:

- العمل من خلال مؤسسات الدولة والنخب الأكاديمية والإعلامية على نبذ خطاب الحقد والكراهية والفتن والتضليل والتحريض والعمل على المساهمة في إصلاح المشهد الإعلامي والثقافي ودعم جهود الإصلاح السياسي .
- إنشاء مؤسسة أو مجلس وطني مستقل للإعلام، لضمان استقلاليته، ولكي يكون الإعلام بعيدا عن الأيدولوجيات والأطراف السياسية المختلفة.
- على حكومة الوحدة الوطنية ممارسة صلاحياتها وتنفيذ التزاماتها التي تعهدت بها أمام الليبيين بإيقاف خطاب الكراهية والحقد من خلال وقف بث القنوات الفضائية التي تبث الفتن الطائفية وتحرض على الانقسام والكراهية والعنف وتلعب أدوارًا مشبوهة داخل الدولة الليبية.



- إنشاء مرصد إعلامي لقياس مدى فاعلية وتأثير الالتزام المهني والأخلاقي لوسائل الإعلام الليبية لمواجهة التحريض الإعلامي على الكراهية والاستقطاب الإعلامي في ليبيا.
- تطوير القيم المهنية في المضامين الإخبارية والتحريرية والتفسيرية لدى العاملين في المجال الإعلامي.





الهوامش والمراجع:

- 1-Rubin, Rebecca. B. & Rubin, Alan, M. Others. "Communication Research: Strategies and Sources." 7th Edition. Australia: Wadsworth Cengage learning, 2010, p. 218-219.
- 2- قام الباحث بعرض استمارة الدراسة الميدانية على مجموعة من الأساتذة المحكمين وهم :
د/ إسلام أحمد أحمد عثمان أستاذ الإعلام بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة بني سويف/ مصر.
د/ مسعود التايب أستاذ الإعلام بقسم الإعلام جامعة الزاوية .
د/ سعيد شناني أستاذ الإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة عمر المختار.
د/ فرحات خليل الفاخري أستاذ الإعلام بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة بنغازي.
د/ محمد الأصفر أستاذ الإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة الزيتونة.
- (3) McCluskey, Michael and Mie Kim, Young. " Moderatism or Polarization? Representation of Advocacy Groups' Ideology in Newspapers ", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, (VOL . 89, NO.4, 2012).
- 4- ميرال مصطفى، علاقة برامج الرأي التلفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الاعلامية، (العدد50، أكتوبر/ 2018).
- 5- سارة طلعت عباس، الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراهقين نحوها "رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة :جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة – قسم الإعلام 2016)
- 6- سازان سامان عبدالمجيد وعبد الكريم علي الديسي، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة ولاية جورجيا، الولايات المتحدة الأمريكية، العدد الثاني عشر خريف 2016، ص ص 21-38.
- 7-Philips Davison (1983). The third-Person Effectin Communication **Public Openion Quarterly**, Spring, vol.47, PP.1-15.
- 8- Perloff.R.M (1993).Third Person Effects Research 1983-1992, Op.Cit.P.173.





- 9- Innes, J.M.; Zeitz, H., (1988) "The public's view of the impact of the mass media: A test of the "third-person" effect". *European Journal of Social Psychology*. Vol 18. p. 461.
- 10- Gunther, C. Albert (1995) Overrating the X-Rating: The Third Person Perception and Support for Censorship of Pornography. *Journal of Communication*. Vol. 45. No. 1. PP. 27 – 38.
- 11-Salween M. (1998). "Perception of Media Influence and Support of Censorship. The Third Person effect in the 1996 presidential Election" *Communication Research*. Vol. 25. P. 261.
- 12-Price V., Huang, L. & Teuksbury, D. (1997). "Third.person Effect of News Coverage: Orientation Toward Media. *Journalism & Communication Quarterly*, vol. 74, PP. 525-540.
- 13-Philips Davison.op.cit, p6.

14- سارة طلعت عباس، مرجع سابق، ص 71.

15- <https://alghad.com/%D8%A7%D9%84> تم الاطلاع 2021-5-24

16- <https://www.alroeya.com/119-86/2195719> تم الاطلاع 2021-5-24 الإعلام-الليبي-وخطاب-

الكراهية

المراجع:

- 1- سارة طلعت عباس، الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراهقين نحوها "رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة :جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة – قسم الإعلام 2016).
- 2- سazan سامان عبدالمجيد وعبد الكريم علي الديسي، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة ولاية جورجيا، الولايات المتحدة الأمريكية، العدد الثاني عشر خريف 2016.
- 3- ميرال مصطفى، علاقة برامج الرأي التلفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، (العدد50، أكتوبر/ 2018).





- 4- Gunther, C. Albert (1995) Overrating the X-Rating: The Third Person Perception & Support for Censorship of Pornography. **Journal of Communication**. Vol. 45. No. 1.
- 5- Innes, J. M.; Zeitz, H. (1988) ("The public's view of the impact of the mass media: A test of the "third-person" effect". *European Journal of Social Psychology*. Vol 18.
- 6- McCluskey, Michael and Mie Kim. Young. "Moderatism or Polarization? Representation of Advocacy Groups' Ideology in Newspapers ". **Journalism & Mass Communication Quarterly**. (VOL . 89. NO. 4. 2012).
- 7- Philips Davison (1983). The third-Person Effect in Communication **Public Opinion Quarterly**. Spring, vol. 47.
- 8- Price V., Huang, L. & Teuksbury, D. (1997). "Third-person Effect of News Coverage: Orientation Toward Media. **Journalism & Communication Quarterly**. vol. 74.
- 9- Rubin, Rebecca. B. & Rubin, Alan, M. Others. "**Communication Research: Strategies & Sources**." 7th Edition. Australia: Wadsworth Cengage learning, 2010.
- 10- Salween M. (1998). "Perception of Media Influence and Support of Censorship. The Third Person effect in the 1996 presidential Election "**Communication Research**. Vol. 25.



الصحافة المكتوبة والإلكترونية " الواقع والطموح "

Written and electronic journalism: "Reality and ambition"

Dr.. Hamid Salem Boujbirah*

د. حامد سالم بوجبيرة♦

المقدمة

هذا البحث كما يتبادر للمطلع للوهلة الأولى، إنه قد يُعنى بصحافة معينة، أو بلون معين من الصحافة، أو بصحافة سين وجيم من الدول، لكنه وللحقيقة قصد به أبعد من ذلك وأشمل ألا وهو إثارة تلك المخاوف الجادة والقلق المتزايد بشأن مستقبل الصحافة المكتوبة على ضوء هذا التطور المأهول لوسائل الاتصال والإعلام وظهور ما يسمى "بالإعلام الجديد" نسبة إلى التجاوز أو التلاقح بين "المكتوب والمقروء و المسطحات الإلكترونية" التي صارت هي السائدة في عالم اليوم، ومعها تراجعت الصحافة الورقية بشكل ملفت غير محسوب وتهافت حصونها التقليدية بدون أي سابق إنذار.

وفي وقت يعلو فيه من هنا صوت المرئي عما عداه وتتقدم فيه لوحة الأضرار على التصفح للورق وتلوث الأنامل بالكربون كما هو العرف التقليدي، يصبح قلق القائمين على الصحافة المكتوبة وبالأخص المترشحين من ورائها أفرادًا كانوا أم حكومات ودول في قلق شديد ومتزايد خاصة بعد أن ثبت بأن من أول نتائج "الإعلام الجديد" هو تراجع نسب توزيع الصحافة المكتوبة وتراجع أعداد المطبوع منها يومًا بعد آخر في أعقاب ظهور ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، فضلًا عن كون عدد من هذه الصحف التي لم يكن لها موقع في الفضاء الإلكتروني قد أقفلت أبوابها.

من هنا تأتي أهمية هذا البحث في هذا الصدد في محاولة لاستقراء مستقبل الصحافة المكتوبة على ضوء كل هذه التطورات والمتغيرات (الفار:2006: 208-211)

أولاً- الصحافة الورقية والإلكترونية " بين التكامل والتضارب "

إذا كانت الصحافة الورقية قد عرفت باكتشاف الورق وظهور الطباعة، فإن الصحافة الإلكترونية عرفت قياسًا على ذلك بظهور وسائل الإعلام والأنظمة الاتصالية المعلوماتية الحديثة بحواملها المتعددة "حواسيب، أنظمة متعددة لبث ونشر المعلومات، نت ... إلخ " وذلك أدى بدوره إلى:

♦ قسم الصحافة / كلية الإعلام والاتصال - جامعة طرابلس H.Aboujbera@uot.edu.ly

* Associate Professor, Department of Journalism, College of Media and Communication - University of Tripoli



أولاً-تزايد أعداد المتواصلين عبر أنظمة الحواسيب ووسائل " النت " المتعددة ...وتراجع المطلعين على المكتوب مباشرةً (الأصفر: 2010: 37)

ثانياً-الغالبية العظمى من المتواصلين عبر هذه الوسائل يستقبلون المعلومات والأخبار عبر أقنية وسائل الاتصال الحديثة، بحرية مطلقة وسهولة بالغة، خاصة وأن هذه الوسائل المتطورة تمتاز بسرعة نقل الأخبار والمعلومات و"الاختصار" للصياغات الخبرية المعلوماتية.

ثالثاً-الشعور المتزايد بأن التواصل عبر الوسائط الإلكترونية هذه يتيح قدرً واسعاً من الحرية وللاعتقاد بأن تلك الوسائل أنها خارج سيطرت و سطوت الدول والحكومات ...

رابعاً-الاعتقاد المتزايد لمن يستقبلون الأخبار والمعلومات عبر الوسائط الإلكترونية هذه بأنهم تخلصوا وإلى الأبد من شكل الرقابات السابقة واللاحقة ومن ثم توفرت لهم حرية الاختيار والتمييز بين الغث والسمين. في مقابل هذا لم تعد تجدي تلك المساحيق التي وضعها ملاك الصحف الكبرى نفعاً لإنقاذها من المآل المترج الذي بلغته، وهنا اتجهت بعض تلك الصحف إلى تغيير إصدارها من ورق إلى "إلكتروني" أي بمعنى نقل كامل "ماكيتهما" إلى المسطحات الإلكترونية، وهذا فرض عليها بالضرورة شروطاً جديدة لعل من أهمها: (الأصفر: 2006)

1. اتباع نهج الاختصارية في الصياغات: فلم تعد الكتابة " الروائية " المطولة تصلح لأن تعتلى لغة المسطحات الإلكترونية ولا الفضاءات "المرقمة".
2. الاهتمام بالشكل: فالموضوع تبعاً لهذه التطورات صار مرتبطاً بالشكل وتجويد الشكل صار بالنسبة للمتلقي هو المحرك على خلق الاستجابات المسبقة والاستمالات العاطفية والحسية.
3. السرعة: وهذه الخاصية فرضت نفسها على الصحافة الإلكترونية في مقابل تراجع دور الصحافة الورقية من باب أن المتلقي سوف لن ينتظر المعلومة أو تحليلها كما هو الحال في الصحافة الورقية التقليدية، بل يريد كل شيء في لحظته ووقته.
4. المشاركة والتفاعل: ويقصد بها هنا هو أن الصحافة "الإلكترونية" هي تلك التي تشعر المتلقي بأنه شريكاً في صياغة مضامينها وتفتح أمامه نافذة للحوار والتعليق ومن ثم فإن الصحافة الورقية بانتقالها إلى تكاملها الجديد عليها أن توفر مثل هذا العنصر لمتلقيها(الشريف: 2007: 15-16)

ثانيا-الفرق بين الصحافة الورقية والصحافة "الإلكترونية":

مما لا شك فيه أن ما يتبادر للذهن منذ الوهلة الأولى عند السؤال عن الفرق بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية...؟ هو القول مثلاً إن النوع الأول من الصحافة هو ما يصدر على الورق، أما النوع الثاني فهو ما يصدر عبر الوسائط "الإلكترونية" بحواملها المتعددة، ورغم صحة مثل هذا القول. إلا إنه لا يعبر إلا عن جزء من المفهوم ذلك أن الفرق بين الاسمين يتعدى حدود الشكل إلى آليه "وميكانزم" العمل وذلك من حيث إن:

1. الصحافة الورقية تقوم على عنصر التوزيع:

لتحقيق الانتشار للوصول إلى المتلقي "المفترض" ولدى أهتم القائمين على هذا النمط من الصحافة بإنشاء مؤسسات خاصة للتوزيع وأقاموا كذلك وسائل نقل ومواصلات خاصة لهذا الغرض بهدف إيصال المطبوعة لأبعد نقطة عن المركز. وسميت قطاعات بعينها في الأثناء بهذا المسمى "قطاعات النشر والتوزيع" وصرفت المبالغ الطائلة لضمان توزيع مطبوعاتي ناجح. بينما نجد أن الصحافة الإلكترونية لا تتطلب لتحقيق الانتشار إلا جهاز "كمبيوتر" متصل بالإنترنت، ليصل ما تنشر من معلومات وتحليلات ومواقف، إلى أقصى نقطة داخل حدود الدولة وخارجها.

2. السرعة والتفاعلية:

ففي الوقت الذي تكون فيه الصحافة الورقية بحاجة إلى الوقت الكافي للوصول للمتلقي وخلق التفاعلية المطلوبة: enter activity نجد أن الصحافة الإلكترونية تتميز هنا بالسرعة والتفاعلية المطلوبة في وقت قياسي من السرعة وتصل إلى أبعد نقطة في الداخل أو الخارج بالسرعة ذاتها(غازي: 2016: 110-111)

3. الشكل والتصميم:

بينما تتطلب الصحافة الورقية مصممين ومخرجين ذوي مهارات خاصة يتقنون لغة الخطوط والأبعاد الفنية المتعددة، فإن الصحافة الإلكترونية لا تتطلب سوى مصمم ماهر يعرف كيف يحرك الأزرار ويتحكم فيها.

4. الأرشفة والاختزال:

بينما تتطلب الصحافة الورقية أرشفة أعدادها والرجوع إليها كل ما يتطلب ذلك وهي تتطلب أماكن خاصة بذلك للحفظ، إلا أن الصحافة الإلكترونية لا تتطلب سوى ضغطة على زر تحت مسمى "الأرشفة" لحفظ

الإصدار الرقمي من الصحيفة، كما أنه يمكن الرجوع للإصدار في أي وقت وبنفس الطريقة والبحث عن المعلومة وبطريقة مختزلة أيضاً (أمين: 2007م: 105-108)

5. التفاعلية والمشاركة:

في الصحافة الورقية غالباً ما تعد صفحات خاصة بالتفاعل والمشاركة كصفحة حوادث أو أبراج أو رسائل القراء ... إلخ، والهدف دائماً هو ربط المتلقي بصانع الخبر والحدث، إلا أن هذا تغير في الصحافة "الإلكترونية" بأن أصبحت صحافة تفاعلية بالمعنى، حيث مشاركة المستقبلين لها وإنشاء زوايا خاصة بالتعليقات أمام القراء، بهدف إحداث التفاعل والمشاركة المطلوبين وما في حكم ذلك.

6. التمويل والملكية:

كما نعرف بأن الصحافة الورقية تتطلب لإصدارها ممول والممول غالباً يتحكم في توجيهها وهي صحافة بالمعنى تحتكم إلى قاعدة الربح والخسارة، حيث إن المنتج الإعلامي الصحيفة أو المطبوعة لا بد وأن يحقق عائد مادي وإلا فلا، أما الصحافة الإلكترونية فهي تكاد تكون متحررة من كل هذه الشروط المقيدة للإصدار الحر إلى درجة صار معها بالإمكان إصدار صحيفة إلكترونية من قبل الفرد الواحد دون قيود أو شروط ملزمة وهنا نلاحظ كثرة المواقع والصفحات الخاصة الشبيهة بالصحف، ورغم المحاذير العديدة الناجمة عن ذلك في ظل غياب القاعدة الإلزامية بحدود النشر، إلا أن الصحافة "الإلكترونية" تظل تتميز بذلك.

ثالثاً- الصحافة وحقوق الملكية الفكرية:

غني عن البيان أن الصحافة بمفهومها الورقية والإلكترونية، تهتم في أساسها بحقوق الملكية الفكرية، ومن هنا أطلق على الصحافة الورقية مفهوم "الصحافة الحقيقية" نسبة إلى كونها تعتبر أساس التدوين للأخبار والمعلومات والأحداث بينما أطلق على الصحافة "الإلكترونية" مفهوم "الصحافة الناقلة" وذلك لكونها تأخذ عن الأولى مجمل الصياغات وتقوم بنشرها عبر "المسطحات" أي شاشات القراءة المتعددة، ولهذا اعتبرت حقوق الملكية الفكرية تنسحب على الشكليات، باعتبارها تُعنى بالمضامين المكتوبة، ولقد وقع في الولايات المتحدة الأمريكية ولأول مرة التعبير عن حقوق الملكية في إطار الصحافة في شكلها الورقي والإلكتروني، فيما عبر عنه بحقوق الملكية الفكرية في عصر "الديالوج" وهي تعني فيما تعنيه ما أطلق عليه تعبير "خدمة المعلومات الإلكترونية" DIIoG، SERA وهذه الخدمة تعني إعادة البث والتوثيق الإلكتروني "Electronic ERA Redissmination and Archiving" حيث تقدم هذه الخدمة للمستفيدين من "الديالوج"

كافة الخدمات الصحفية وهم في بيوتهم، دون تكبد عناء البحث عن صحيفة ودفع ثمنها وصولاً إلى الخبر والمعلومة.

1. وفي الخامس عشر من شهر بريل 1994م تم في دولة الأرغواي التوقيع على اتفاقية لحماية النشر عبر أي وسائط أخرى غير الورقية فيما يعرف بـ "Aspects of aaint Related Agreement on Trade" ويلاحظ هنا أنه قد وضع بند خاص لحماية الحاسوب مما يدل على أن القصد من الاتفاقية هو حماية الحقوق الفكرية لما بات يعرف بعد ذلك "بالصحافة الإلكترونية"، وحماية الحقوق الفكرية امتد بعد ذلك ليعبر عنه في قوانين محلية لكل دولة على حدا وبحسب طبيعة كل نظام وذلك في أهم الجوانب التالية: (الفصل: 2006: 79)

2. حماية النشر: ويقصد به حماية ما ينشر عبر كافة الوسائط شريطة أن يلتزم بالضوابط والقوانين المحلية والدولية المنظمة لذلك، فعلى سبيل المثال لا الحصر يحضر النشر والدعاية للخمر في الدول الاسلامية، لأن ذلك يعتبر وفق شرائع هذه الدول انتهاكا للعقيدة ومساسا بها.

3. حماية الناشر: ويقصد هنا بالناشر هو صاحب مؤسسة النشر أو محرر المضمون "صحفي، إعلامي" والحماية تعني حماية حقوق هؤلاء وفق القانون، وتوفير العدالة لهم فور التقاضي.

4. حماية المضامين وحقوق التعبير: بمعنى أن المضامين والحق في التعبير مضمون شريطة ألا يمس بالحق العام، ففي الولايات المتحدة الأمريكية هناك تعبير "المسؤولية الاجتماعية" ويعني حماية المضامين الصحفية شريطة ألا تمس "الأمن القومي الأمريكي" وتعبر أمن قومي هنا هو تعبير واسع لا حدود له كما أنه في المجتمعات الأخرى نجد تعابير من مثل عدم التعدي على حدود السلطة الحاكمة، أو قيم المجتمع ومقدساته.... وهكذا ...

وحيث إن الصحافة الإلكترونية كما يشهها البعض بالصحافة "الإنفلتية" قياساً على خروجها عن قانون أو تشريع، لذي نجد أن هناك صعوبات لا حصر لها تقف دون إضفاء الطابع الحقوقي عليها وفقاً للقياس التقليدي للعبارة وما يمارس عملياً في مثل هذه الصحافة هو ما يفسر لنا على إنها:

1. صحافة خاصة على وجه الخصوص:

أي بمعنى أنها صحافة تتجاوز الحد والفهم التقليديين للملكية الخاصة لوسائل الإعلام والصحافة، فهي صحافة تصدر عن كل من يمتلك حاسوب وله اتصال " بالإنترنت " ومن هنا تصعب عمليات وضع قيود عليها فيما تنشره بدعوى الحقوق أو ما شابه.

2. ضبابية التمويل:

فمثل هذه الصحافة إما أنها تخفي مصادر تمويلها أو إنها تكاد لا تحتاج إلى ذلك أساسًا، ومن هنا يصعب توجيهها أو السيطرة عليها.

3. غياب السلطان على منتجها:

1. فمثل هذا النوع من الصحافة ليس بحاجة إلى أنظمة تشريعية أو قانونية تنظمه وليس هناك قوانين أو تشريعات أساسًا يمكن تصورها لتحكم في مسير أفرادها إذًا هي بالمعنى "صحافة خارج السيطرة وخارج سلطة القوانين والتشريعات المعمول بها تقليديًا"، ومن يعملون بها هم بالمثل لا يطالهم أي تشريع أو قانون.... (حاتم: 440-443)

رابعاً- الصحافة الإلكترونية والتطور:

1. مما لا شك فيه تاريخيًا أنه مع ظهور الصحافة "الورقية" حدثت ثورة بالمعنى في عالم التدوين والإعلام، فبدل أن كانت صياغة الخبر والحدث تعتمد على أشكال بدائية بسيطة لا تتعدى التدوين على الرق وأوراق الأشجار والجلود ... إلخ، ويعمم الخبر والحدث إما عن طريق الأشعار أو الحمام الزاجل وما في حكم ذلك.... من الوسائل القديمة التقليدية، جاءت الصحافة المكتوبة بعد ذلك لتشكل ولأحقاب زمنية متعاقبة قفزة نوعية في مجال التدوين والإعلام، حيث أصبح ولأول مرة بالإمكان إعلام الناس بما يحدث في محيطهم ومن حولهم، وشهدت الصحافة تطورًا في أشكالها بشكل مذهل وغير مسبوق في وقتها، وأصبحت جزء من الحياة اليومية للكثير من الأفراد، وتنافس على زواياها واعمدتها الكتاب وشكلت مدرسة لتعلم فنون الكتابة والتعبير، واعتبرت فلسفيًا وقتها بأنها ضرورة ملحة لحياة الشعوب، وأنها بمثابة الرئة التي يتنفس بها أي شعب تأكيدًا على أهميتها وضرورتها، كما أنها شكلت مدونة حضارية مهمة في تاريخ الحضارات والشعوب والأمم، فضلًا عن كونها شكلت ذاكرة تاريخية ومرجعية للباحثين عن تاريخ الشعوب وعطاءاتها البعيدة الأثر في واقع الشعوب والحضارات الإنسانية .. (Jeande 2001 120-152)



وظلت الصحافة الورقية هي المتصدرة للنشر الإعلامي والصحفي ردًا طويلاً من الزمن ولم

ينافسها في ذلك شيء ..

ومع تطور الأنظمة الاتصالية المعلوماتية وظهور ما سمي "بالشبكات العنكبوتية" أنظمة النت " ظهر ولأول مرة منافس عملي وقوي للصحافة الورقية المكتوبة، ألا وهو النشر الإلكتروني، أو "الصحافة الإلكترونية" وشيئاً فشيئاً بدأت الصحافة تشهد تحولات نوعية لم يسبق لها مثيل في سياقات النشر الإلكتروني، وبالتدرج بدءاً هذه الوسائل تستقطب الأعداد الهائلة من رواد الصحافة التقليدية، ومع الوقت أصبح النشر الإلكتروني يتصاعد واثاره ويتضاعف قواعده الجماهيرية، وهو ما أثر سلباً على الصحافة الورقية التقليدية، وجعل الكثير من الصحف الورقية تتجه إلى إعادة الحسابات حيث أحالها مثل هذا التطور الاتصالي المعلوماتي في جملتها وتفصلها إلى تغيير نمطها أو إلى التقلع كلياً عن ممارسة أي عمل وكان السؤال المفزع لأصحاب تلك الصحف يدور عن مستقبلها في ضوء هذه التطورات المتوالية والسريعة في عالم الاتصال والمعلومات.

وكان العام 1993م حاملاً معه أول نسخة إلكترونية للصحافة المكتوبة، ومن ثم فهو شكل الحد الفاصل والعملي بين صحافة الأمس واليوم؛ وذلك عندما صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة "سان جوزي ميركوري" الأمريكية، تلاها بعد عام فقط ظهور أول نسخة إلكترونية لصحيفة "Daily Telegraph" ديلي تلغراف وتبعتها صحيفة التايمز بنسختها الإلكترونية، وتزامناً مع ذلك صدرت العديد من الصحف في نسخها الإلكترونية منها حتى العربية كصحيفة النهار اللبنانية وصحيفة الشرق الأوسط السعودية التي تصدر من لندن في نسختها الدولية، وتعتبر صحيفة "ايلاف" الصادرة في لندن عام 2001م أول منصة إلكترونية عربية تصدر في شكل صحيفة إلكترونية شاملة. وعلى الأثر ظهر ما يسمى بالمواقع الإخبارية كموقع "الجزيرة نت" و "العربية نت" وهي مواقع إخبارية متنوعة وشاملة وسريعة وذات جودة عالية في التصميم على شبكة المعلومات الدولية.

وفي أعقاب هذا التوسع للنشر الصحفي الإلكتروني ظهر ما يسمى "بالمدونات الخاصة" والمواقع الشخصية وجاءت منصة "تويتر" لتشكل وجهاً آخر من وجوه النشر الإلكتروني الأكثر تطوراً، حيث يطرح المحللون والساسة والمسؤولون وحتى حكام بعض الدول آرائهم وأفكارهم عبر هذه النافذة الإعلامية، ولا



يفوتنا هنا أن نذكر بأن رئيس الولايات المتحدة الأمريكية السابق "رونالد ترامب" كان يستخدم هذه المنصة في مخاطبة شعبه وطرح جل آرائه وأفكاره عوضاً عن وسائل الإعلام والصحافة الأخرى ..

كما أن مثل هذه التطورات أتاحت ولأول مرة الفرصة أمام الشعوب للتخاطب عن بعد وتلاقح الأفكار فيما بينها بدون أية صعاب أو عقبات، مع تزايد واضح في تراجع الحدود ومقاصد الرقيب السابقة واللاحقة. **خامساً- الصحافة الواقع والمستقبل:: (Bardin، ، 2007: 86-87)**

بظهور شكل جديد من أشكال النشر ألا وهو "النشر الإلكتروني" وتربع الصحافة الإلكترونية على عرش "الميديا" في عصرنا الحاضر، هل نخلص إلى أن الصحافة الورقية قد انتهى عصرها وولت مع هذا التطور التكنولوجي ...؟ أم نقول إن ما ظهر ما هو إلا خاصية من خاصيات العصر الذي نحيا فيه وهي سمة دبجت كل مراحل التاريخ ...؟ الحقيقة أن التطور في حد ذاته لا يلغي البتة ما قبله لكنه سمي بالتطور لأنه يعمل على تطوير الشيء لا الغائية، فعلى صعيد وسائل الإعلام نجد أن التلفزيون "TV" الإذاعة المرئية "ظهر بعد عصر كان "الراديو" الإذاعة المسموعة هو المسيطر على وسائل التواصل الإعلامية، إذًا قاعدة الإلغاء هي سمة التجاهل والتخلف، والصحافة الورقية نقول عنها في ظل الصحافة الإلكترونية بأنها تطورت وانتقلت من صحافة كانت تقرأ ويطلع عليها من على الورق إلى صحافة تقرأ ويطلع عليها من على المسطحات الإلكترونية والشاشات، ويوزع خطابها وتعمم أهدافها وأيدولوجياتها عبر منظومة الشبكة العنكبوتية... ولقد تنبأ العديد من الباحثين في علوم الاتصال والإعلام بتراجع حجم إصدار الصحافة الورقية لصالح الصحافة الإلكترونية تبعاً للتطورات الحاصلة في هذا المجال ومنهم على سبيل المثال الباحث الألماني philip Meyer من المعهد الألماني لأبحاث الميديا والاتصالات في كتابه المعنون بـ "The Vanishing Newspaper" ويرجع عدد آخر من البُحاث بأن مطلع العام 2040م سيشهد انتهاء الصحافة الورقية واستحواذ الصحافة الإلكترونية على الواقع العملي المعاش وبحسب إحصائيات بعض المراكز المتخصصة في هذا المجال نلاحظ مدى صحة وسلامة بعض تلك الفرضيات، إذ بلغت معدلات استخدام الإنترنت حول العالم ما نسبته نحو 480.4 وهو ما يعد رقمًا كبيرًا يعبر عن مدى الانتقال من وضع إلى وضع آخر مختلف تمامًا. إذًا يمكننا القول هنا بأن الصحافة الورقية ستشهد تطوراً نوعياً على صعيد الشكل والمضمون وذلك من حيث:

أولاً-تحول الصحافة إلى " الإلكترونية":

فطالما أن الصحافة انتقلت إلى الحيز الرقمي والمسطحات والشاشات فترتبط على ذلك ستتحول الصحافة من صحيفة تكتب على الورق إلى صحيفة تكتب من على مسطرة إلكترونية "كيبورد" وهو تطور نوعي من المرتقب أن تشهد الصحافة بشكل "ديناميكي" تفرضه أحكام الضرورات التي تصاحب أي تطور.

ثانياً-تحول الصحافة " الحقيقية إلى " الرقمنة:

فالصحافة ستظل هي الصحافة، ولكن بدل أن تصاغ الأفكار المعبر عنها من على الورق ستكون عبارة عن رؤوس أقلام يقوم الصحفي بتحريرها رأساً من على لوحة مفاتيح الحاسوب أو بتعبير أقرب للمتصور من على لوحة مفاتيح حاسوبه.

ثالثاً-إيديولوجيا الصحافة ستختفي وراء جيوش من " المأجورين: (عبد الرحمن: 2005: 224-228).

فحيث إن الصحافة التقليدية غالباً ما يكون وراء إصدارها وتوجيهها أيديولوجيا معينة، فإن الصحافة الإلكترونية وحتى في ظل انحلالها من أي التزام أو تبعية ظاهرة كما هو الحال في المدونات الشخصية، فإن العامل الإيديولوجي والتبعيات ومحركات التوجيه يتوقع أن تكون هي صفة عدد من المأجورين الذين يقدمون خدماتهم بمقابل لمن يدفع لهم ويدفع أكثر.

رابعاً-الاختصارية والسرعة:

من المنتظر أن تمتاز الصحافة الإلكترونية كما هي اليوم بالسرعة والاختصار، "صحافة السندوتش السريع" لتتناسب مع تطور الحياة وسرعتها وتعقد مساربها...

خامساً-تطور الوسائل الاتصالية الناشئة:

فمن المتوقع أن تترجم الصحافة الإلكترونية إلى وسائل اتصالية معلوماتية سهلة التداول كالهواتف المحمولة وغيرها على أن يتوقع أن يكون الاطلاع على الصحف نظير اشتراكات مادية حتى تعوض الصحف ما فقدته من أرباح أبان عصر الصحافة الورقية، كما يتوقع أن يتربع الإعلان والتجاري منه على أكثر مساحات هذه الصحف.



الخاتمة:

يمكن أن نخلص فيما تقدم عرضه، إلى أن الدراسات والأبحاث التي تناقش الموضوعات والقضايا المستقبلية مثل ما نحن بصدد بحثه، على قلتها لأن الكثيرين يناون بأنفسهم عن الخوض في غمار مثل هذه القضايا التي يكتنفها الغموض وطلاسم المستقبل، أضف إلى ذلك الافتقار إلى المراجع والأسانيد التي يمكن أن تعين الباحث على بحثه، فضلاً عن الضبابية الظاهرة والبادية في موضوعات كمية وغير محددة تهم المستقبل وهي تعد أقرب للتنجيم منها إلى استخلاص نتائج علمية يمكن البناء عليها..

أما لماذا اختير مثل هذا الموضوع الذي نحن بصدد بحثه في هذا المبحث الوجيز .. ؟ أعتقد أن الدافع الرئيس بالنسبة للباحث هو:

.....الاشتغال بمجال الصحافة لفترة تربوا عن 30 عام منها مسؤولاً عن صحف ومرافق إعلامية متعددة، وهو إلى جانب الخبرة يهيمه مثل هذا الموضوع وبشكل محور اهتمامه وعنايته.

...قيام الباحث بالإشراف على مشروع تطوير الصحافة الوطنية في بلده ليبيا، وقد قدم مشروعه في وقت يعلو فيه صوت "الميكنة والرقمنة" على ما عداها وقد قدم في هذا المجال نتائج كان لها مردود إيجابي في وقتها..

والأهم هو أن الباحث في وقت كان يشتغل فيه في أقنية الصحافة الورقية ظهرت الصحافة الإلكترونية بشكل متزامن وأصبحت الصحف التي يديرها ويشرف عليها تصدر عبر مواقع إلكترونية قمة في الإيجاز.

وبما أن موضوع الصحافة الورقية والإلكترونية يشكل انشغالاً واهتماماً متزايداً للأفراد والحكومات على حد سواء، فإن الباحث خلص في هذا البحث إلى أهم النتائج التالية:

أولاً- مفهوم الصحافة الإلكترونية يعني بمختصر العبارة تحويل الصحيفة من الورق إلى المسطحات الإلكترونية والرقمية..

ثانياً- ظهور الصحافة الإلكترونية لا يعني إلغاء الصحافة بقدر ما هو تطوير "ميكاني" لها وهي متوالية في التطور مثلما سبق كل شيء ما بعده الراديو تم التلفزيون وهكذا.....

ثالثاً- أن هذا التطور يحتم على أصحاب الصحف أن ينقلوا صحفهم من وضع قديم إلى وضع جديد فرض نفسه وشروطه وإلا تهاوت حصون الصحافة "التقليدية" ..





رابعًا-الباحث يدق ناقوس الخطر بالنسبة للحرية المطلقة والإعلام الخاص على وجه الخصوص، لأن "الإعلام الإنفلاتي" خطر على المجتمع ولا بد من إيجاد وسيلة حمائية تحمي المتلقي من صانع الفكرة وناسر المعلومة.





المصادر والمراجع:

- خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2016م.
- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط 1 – دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2007م.
- عابدين الدردير الشريف، واقع وسمات وخصائص المشهد الصحفي الليبي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 40-مركز البحوث والتوثيق الإعلامي، طرابلس-ليبيا، 2007م.
- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006م.
- عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005م..
- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع والإعلان-عمان 2006م.
- محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، الهيئة المصرية العامة للنشر 1992م.
- محمد علي الأصفر، الصحافة الإلكترونية والعمل الصحفي، بحث منشور في مجلة –فنون وإعلام طرابلس، العدد الثاني السنة الأولى، 2010م.
- محمد علي الأصفر، الكتابة الصحفية وحرية التعبير عبر شبكة المعلومات الدولية، بحث منشور، ومقدم لندوة حول حرية التعبير، مجلس الثقافة العامة سرت، ليبيا-2006م.

1. Bonile Jeande: lejojrnl televise prpos itondvn method d analy ith sp de tele vis
valiaton volnl، printemps p p 120-152، 2001.

2007.، "Lanaly s econtenu" presses vniversitaire de France، Lavrence.Bardin





إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع

الصحف الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة

Directing and designing of traditional structural elements on the home page of Palestinian electronic newspaper websites: a comparative analytical study

Mr. Rahma Mahmoud Thabet ❖

أ. رحمة محمود سالم ثابت ❖

الكلمات المفتاحية: إخراج - تصميم -العناصر البنائية التقليدية - الصفحة الرئيسية - مواقع الصحف الإلكترونية- الفلسطينية .

المقدمة:

بفضل ما يقدمه الإنترنت من تطبيقات حديثة، تسابقت المؤسسات الإعلامية على اختلافها لتوظيف هذا المورد الاتصالي في نشر وتبادل المنتج الإعلامي بأشكاله المختلفة، مما أوجد أنماطاً إعلامية وإعلانية جديدة كان من أبرزها الصحافة الإلكترونية التي حرصت منذ البداية على توظيف هذه التكنولوجيا في تصميم وإخراج مواقعها الإلكترونية بشكل يهدف إلى يُسر التصفح والاستخدام، والذي يعكس بدوره مدى كفاءة الصحيفة في عرض المعلومات وسهولة استدعائها.

وعليه فإن الدراسة الحالية تركز على معرفة الأساليب الإخراجية المستخدمة في إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية (الأيام، فلسطين)، والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بينهما باستخدام أسلوب مسح المضمون – تحليل المحتوى – لمدة عشرة أيام لكل صحيفة على حدة، وشملت الدراسة ثلاثة مباحث، على النحو الآتي:

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثاني: الإطار المعرفي للدراسة

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها والإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

❖ كلية الآداب/ قسم الإعلام/ شعبة صحافة- جامعة عمر المختار- البيضاء

❖ Assistant Professor at the college of literature- Department of media- Journalism Division- Al bayda



tljmr.journal@uob.edu.ly



www.journals.uob.edu.ly/TLJMR



المبحث الأول

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة:

شهد العالم خلال العقود الماضية ثورة معلوماتية وتقنية انعكست على كل مناحي الحياة الاجتماعية، وغيّرت من طبيعة مجالاتها خاصة مجالات المعرفة والثقافة والإعلام، وتحديداً ما يتعلق بانعكاسات استخدام وتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة وعلى رأسها شبكة الإنترنت التي ساهمت في تغيير طرائق وآليات الإنتاج الإعلامي بفضل خدماتها وتطبيقاتها المختلفة.

وبفضل ما تقدمه هذه الشبكة تسابقت المؤسسات الإعلامية على اختلافها لتوظيف هذا المورد الاتصالي في نشر وتبادل المنتج الإعلامي بأشكاله المختلفة، مما أوجد أنماطاً إعلامية وإعلانية جديدة كان من أبرزها الصحافة الإلكترونية.

فالصحافة الإلكترونية أو صحافة الإنترنت بدأت تنمو بشكل متسارع وتحولت لمنافس قوي للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدي سواءً لاعتبارات اقتصادية بخفض كلفة الإنتاج، أو تماشياً مع طبيعة الجمهور الذي بات يبحث عن السرعة في تلقي المعلومة والجاذبية في العرض.

وقد أسهمت التقنيات الحديثة في تغيير آليات الإنتاج الإعلامي بدءاً من جمع المادة وتحريرها ووصولاً إلى تصميم الصحف وإخراجها بفضل ما تعتمد عليه من وسائط متعددة وتفاعلية، وما تقدمه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية نحاول التركيز على خصائصها، وتأثيرها على محتوى الصحف الإلكترونية. [1]

وإذا كان الإخراج في الصحافة المطبوعة يجذب القراء لقراءة موضوعات الصحيفة، فالأمر لا يختلف في الصحف الإلكترونية، فتصميم وإخراج الصحف الإلكترونية يهدف إلى يُسر التصفح والاستخدام من قبل المستخدم، والذي يعكس بدوره مدى كفاءة الصحيفة في عرض المعلومات وسهولة استدعائها.

ولم تكن الصحافة الفلسطينية بمنأى عن تلك التطورات التكنولوجية الحديثة فقد عرفت فلسطين الصحافة الإلكترونية مبكراً فسارعت معظم وسائل الإعلام الفلسطينية لتوظيف هذه التطورات التكنولوجية عبر تدشين مواقع إلكترونية خاصة بها [2] الأمر الذي أدخل الصحف الإلكترونية الفلسطينية على شبكة الإنترنت في منافسة مع المواقع الإخبارية ومواقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية العالمية والمحلية على الشبكة.



ولكي تستطيع أي صحيفة المنافسة والصمود لا بد لها أن تحوي مضموناً متميزاً وإخراجاً متميزاً على اعتبار أن الإخراج هو الشكل الذي يحمل المضمون ويقدمه ويعبر عنه، وأن يوظف كل الإمكانيات التكنولوجية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة ووصف واقع إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية (الأيام، فلسطين) عينة الدراسة، وهي العناصر التي ورثها الصحف الإلكترونية من نظيرتها الورقية وتنقسم إلى العناصر التيبوغرافية (نصوص، الحدود، فواصل) وعناصر جرافيكية (ألوان، صور، رسوم) وذلك للتعرف على مدى توظيف واستفادة الصحف من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت في إخراجها وتصميمها. [3]

مشكلة الدراسة:

الصحافة الإلكترونية ظاهرة جديدة في طور التشكل لم تستقر بعد طبيعتها ومقوماتها، وهي تتغير في الحقيقة لأن الشبكة فضاء رحب للابتكار المستمر، ولتطور التطبيقات الإعلامية الحديثة التي تتميز بالتفاعلية، وهو ما دفع العديد من المؤسسات الصحفية لتغيير ثقافتها، واستيعاب هذه التقنية واستثمارها في تصميم وإخراج صفحاتها رغبة منها في مواكبة العصر، والحصول على مخرجات ذات جودة عالية وبتكلفة أقل.

لذلك فإن هذه المميزات وغيرها جعلت من موضوع الصحافة الرقمية وآليات تصميمها وإخراجها مضموناً للدراسة، وتسلط الضوء على مستجدات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

وانطلاقاً مما سبق تتلخص مشكلة الدراسة في معرفة الأساليب الإخراجية المستخدمة في إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية (الأيام، فلسطين)، والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بينهما.

أهمية الدراسة:

– تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية توظيف التكنولوجيا الحديثة في إنتاج وتقديم محتوى إعلامي عبر وسائط متعددة تعكس مدى كفاءة الصحيفة، وحرصها على خوض غمار المنافسة ومواكبة العصر.



– تعد هذه الدراسة إضافة علمية، وستقدم نتائج تفتح المجال أمام دراسات تسلط الضوء أكثر على توظيف وتطبيق الصحف الإلكترونية لقواعد التصميم والإخراج على شبكة الإنترنت، والدور الذي يؤديه الإخراج في جذب القراء.

أهداف الدراسة:

– تحديد نوع وحجم الحروف المستخدمة في تصميم نصوص الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة.

– رصد أنواع الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة.

– تحديد الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة.

– تحديد الحدود والفواصل المستخدمة بين الموضوعات الصحفية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

– ما نوع وحجم الحروف المستخدمة في تصميم نصوص الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة؟

– ما أنواع الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة؟

– ما الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة؟

– ما الفواصل والحدود المستخدمة بين الموضوعات الصحفية في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة؟



الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة لأية دراسة تعد من الأسس العلمية التي يجب على الباحث التوقف عندها للاستفادة منها في كل خطوات دراسته، ومن هذا المنطلق تم الإطلاع على عدد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

1. دراسة بعنوان اتجاهات تصميم الصفحة الرئيسية [4] تهدف الدراسة إلى التعرف على تصميم الصحف بنسختها الورقية والإلكترونية على الإنترنت، من خلال مدى استخدامها للألوان، والصور الصحفية، والرسوم وبرامج التصميم، وكذلك التعرف على مواقف واتجاهات المحررين من التصميم العام للصحف ومدى أهميته لقراء الصحف، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وأسلوب مسح القائم بالاتصال، حيث تم اختيار عينة قوامها 300 محرر وناشر باستخدام الاستبانة الإلكترونية. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

- 1- القائمون على التصميم الإلكتروني أشخاص لديهم معرفة بالحاسب الآلي، وليس لديهم معرفة بعلوم الصحافة، وما يتعلق بالتقنيات المستخدمة في تصميم الصحف الإلكترونية.
- 2- أن الصحف الإلكترونية تعتمد على الصور أكثر من الصحف الورقية، كما أنها تعتمد على نوعية خطوط تختلف عن تلك المستخدمة في الصحف الورقية.
- 3- حجم الخطوط والماتن في الصحف الورقية يختلف عنه في النسخة الإلكترونية، وذلك حتى تلائم الخصائص النفسية للقارئ وتسهل عملية القراءة.

مفاهيم الدراسة

من المهم توضيح المقصود بالمصطلحات المستخدمة في الدراسة حتى لا يساء فهمها، أو تفهم بدلالة غير الدلالة المقصودة بالدراسة، ولذلك لا بد من توضيح وتحديد المعاني بحيث تتفق مع أهداف الدراسة وإجراءاتها.

- الإخراج الإلكتروني: هو تنظيم العناصر البنائية على الصفحة، لاسيما واجهة الصحيفة الإلكترونية ما بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك فإن الواجهة تعكس هوية الصحيفة [5]

- التصميم الإلكتروني: هو رسم أولي يوضح تصور المصمم لعمل الصفحات في الصحف متوخيًا توزيع العناصر البنائية توزيعًا يضفي عليها وضوحًا وجمالاً [6]
- الصفحة الرئيسية: تعد واجهة الموقع الإلكتروني للصحيفة، والتي تحتوي على أهم الأخبار، والعناوين، والصور الثابتة والمتحركة وغيرها من الروابط والنصوص الفائقة والمتشعبة التي يبحر من خلالها المتصفح في مختلف صفحات الموقع.
- العناصر البنائية التقليدية: وهي العناصر التي ورثتها الصحف الإلكترونية من نظيرتها الورقية وتشمل النصوص والصور والرسوم والألوان والحدود والفواصل وتعتمد عليها في تقديم المضمون إلى المستخدم وتنقسم إلى العناصر البنائية التيبوغرافية (نصوص والحدود والفواصل) وعناصر جرافيكية (ألوان وصور ورسوم).
- الصحف الإلكترونية: هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو جرائد إلكترونية ليست لها إصدارات ورقية، وتتضمن مزيجًا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية [7]
- الإجراءات المنهجية للدراسة:
 - أ. نوع الدراسة: تنتهي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه [8] وتسعى هذه الدراسة لتوصيف الأساليب المستخدمة في إخراج وتصميم العناصر البنائية التقليدية في الصفحة الرئيسية لمواقع للصحف الفلسطينية (الأيام، فلسطين)، والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بين موقعي عينة الدراسة.
 - ب. منهج الدراسة: يعتبر المنهج العلمي من أهم ركائز هذه الدراسة حيث يعد الطريق الذي يسير عليه، والخط الذي يحدد سير الدراسة ويعتمد عليه الباحث في تحديد مفهوم هذه الدراسة؛ وعلى هذا الأساس تعتمد الدراسة على منهجين:
 - أولاً- منهج المسح الإعلامي: وذلك بالاعتماد على أسلوب مسح المضمون (تحليل المضمون) وهو الطريقة التي يتبعها الباحث لتصنيف إشارات ودلالات المادة الاتصالية من خلال معانيها، وفقًا للفئات التي يحددها

لموضوع البحث والنتيجة تتمثل في تكرار تواتر الإشارات أو مجموعة الدلالات في كل فئة ضمن نظام التصنيف.

ثانيًا- المنهج المقارن وفي إطار هذا المنهج الذي ستعتمد عليه الدراسة في إجراء المقارنة المنهجية بين مواقع الصفحة الرئيسية للصحف الفلسطينية عينة الدراسة من حيث استخدام وتوظيف العناصر البنائية التقليدية في الإخراج، والكشف عن أوجه الشبه والاختلاف.

مجتمع وعينة الدراسة

أ.مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أي أن مجتمع البحث هو مجموع الأفراد أو الأشياء الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث.

ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية بمواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، والتي تشمل: موقع صحيفة فلسطين أونلاين "جريدة فلسطين اليومية"، وموقع جريدة الأيام.

ب.عينة الدراسة وتنقسم إلى:

1- العينة التحليلية: وقد ركزت الدراسة على مواقع صحيفتي القدس، وفلسطين

وهي كالآتي:

-موقع صحيفة الأيام www.al-ayyam.ps

-موقع صحيفة فلسطين www.felesteen.ps

وقد تم اختيارهما كونهما تمثلان اتجاهين مختلفين، فموقع صحيفة القدس يمثل اتجاهًا مستقلًا، في حين تمثل صحيفة فلسطين اتجاهًا حزبيًا.

2- العينة الزمنية: تتسم المواقع الإلكترونية على الإنترنت بالثبات النسبي، فلا يتم تغيير المواقع الإلكترونية من حيث الشكل دفعة واحدة ولكن يتم إحداث بعض التغييرات الطفيفة على الموقع دون إحداث تغيير جوهري في تصميم وبناء الموقع – بناء على حديث عدد من المتخصصين في تصميم مواقع الويب – ومن ثم فإن طول الفترة الزمنية لا تعد ذا جدوى إلا في الدراسات التي تسعى لرصد التغيير على المدى الطويل، بينما تهدف هذه الدراسة إلى توصيف ورصد واقع إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية لموقعي صحيفتي القدس وفلسطين.



ولقد اعتمدت الدراسة على العينة العمدية وهي من العينات غير العشوائية التي يختارها الباحث بما يخدم أهداف الدراسة.

وبناءً على ما سبق اختيرت العينة في حد زمني ممتد من تاريخ 2023 / 2 / 1 إلى 2023 / 2 / 10، وذلك بمسح مضمون عشرة أيام من صحيفتي الأيام وفلسطين - عينة الدراسة.

أدوات جمع المعلومات:

1- استمارة تحليل المضمون: وهي تتيح للباحث فرصة التعاطي وتفسير المعطيات وفق: كيف قيل؟ وماذا قيل؟ في محاولة منها للإجابة على تنتجه الشبكة الرقمية من معلومات وأخبار وغيرها من المواد الإعلامية.

وفي إطار هذه الدراسة ستتيح استمارة تحليل المضمون الفرصة للتعرف على العناصر البنائية التقليدية المكونة لموقعي الصحف الفلسطينية عينة الدراسة على شبكة الإنترنت.

وانطلاقاً من مشكلة الدراسة شملت استمارة تحليل المضمون التقسيمات الآتية:

فئات التحليل: وهي تعد من أهم خطوات تحليل المضمون، وذلك عبر تصنيف المحتوى إلى فئات حسب أهداف الدراسة، وهذه الفئات يمكن عدّها وقياسها بشكل مباشر وتشمل: كيف قيل؟ وتعني فئات الشكل، أي الشكل الذي قدم به المحتوى في الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) وقد تم تحديد فئاته بالشكل الآتي:

***فئة النصوص:** وتعد العنصر الذي يحمل الرسالة الإعلامية وتشمل نوع الحروف وحجمها واتساع السطور.

***فئة الحدود والفواصل:** وهي العناصر الإلكترونية التي تساعد على تحقيق الفصل الكل أو الجزئي بين وحدات الصفحة، وهي إما أن تكون فواصل تنظيمية تهدف إلى تنظيم وترتيب المضمون أو فواصل جمالية تضفي لصفحة الويب مسحة جمالية أكثر من كونها أداة فصل، وتشمل الجداول (الأعمدة والصفوف)، الإطارات، الخطوط، البياض والمساحات البيضاء، الأيقونات، العناوين، الصور.

***فئة الصور:** حيث تعد الصور عنصراً مهماً في جذب الانتباه للفن الصحفي وإدراكه بسهولة، فالصور الفوتوغرافية وسيلة ولغة لنقل المعلومات، وتشمل:



-الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسة سواء كانت مرافقة لموضوعات معينة، أو بمفردها وتضمنت الصور الإخبارية (الصور الشخصية، الصور الموضوعية، الرسوم البيانية، الخرائط، أشكال توضيحية، رسوم ساخرة).

***فئة الألوان:** ويقصد بها الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية وفي تضمنت ما يلي:

- ألوان العناوين: ويقصد بها الألوان المستخدمة في كتابة العناوين، وتشمل (الأبيض، الأسود، الأحمر)

- ألوان الأرضيات: ويقصد بها ألوان خلفيات النصوص والعناوين المستخدمة في الصفحة الرئيسة لصفح الدراسة وتشمل (الأبيض، الأسود).

إجراءات الصدق والثبات:

أُجري اختبار الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على بعض أساتذة الإعلام والذين أشاروا باختصار بعض فئات التحليل وتعديل أخرى بحيث تكون صالحة لقياس ما أعدت من أجله.

وحدات التحليل والقياس:

1- وحدة التحليل: اعتمدت الدراسة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وفي إطارها استخدمت

الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الفلسطينية عينة الدراسة على شبكة الإنترنت كوحدة لتحليل

تلك المواقع للتعرف على العناصر البنائية التقليدية المكونة لجسم الموقع .

2- وحدة القياس: وتعتمد على وحدة العد والتكرار التي يقصد بها تكرار ورود العناصر البنائية

التقليدية للصحف وأساليب إخراجها.

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة على نموذج المدخل المهجن والذي يركز على عملية التزاوج بين الكمبيوتر والعملية الصحفية، معتبراً أن الكمبيوتر كمثالاً مثاليًا للصحيفة والعمل الصحفي، من خلاله تمكنت الصحيفة وطاقمها الصحفي من صناعة الأخبار وإعدادها ومن ثم تسليمها في الوقت المطلوب، ووجود الكمبيوتر أسهم في زيادة المعلومات المتاحة، بجانب الصور ومقاطع الفيديو وفتح الطريق أمام تطوير العملية



الصحفية من خلال إثراء الأخبار بالمعلومات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة لتسهيل عملية التصفح والقراءة للمستخدمين القراء وحرية اختيار المواد الإعلامية. [4]

ويصلح هذا النموذج في الدراسات المتعلقة بتصميم مواقع الإنترنت حيث تم الاستعانة بالوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة في بناء صفحات الإنترنت بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي، بالإضافة إلى الصور والنصوص الثابتة التي تمثل النموذج الثابت.

حيث يعتمد المدخل المهجن على معادلة أساسية في بنائه وهي: النموذج المهجن = النموذج الثابت + النموذج الديناميكي

لذلك فإن الصحف على الإنترنت طبقاً للنموذج تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية المتمثلة في الصور والرسوم والعناوين وغيرها، وبين تكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق والرسوم المتحركة وتطبيقات الوسائط المتعددة المختلفة، إضافة إلى استخدامها للعناصر التفاعلية المتمثلة في البحث والأرشفة والبريد الإلكتروني وغيرها.

كما يعطينا النموذج فكرة عن كيفية تحسين وظائف الصحف عن طريق استخدام التكنولوجيا الإلكترونية، وذلك من خلال تفعيل دور الصحف الإلكترونية من خلال ما تقدمه لها التكنولوجيا الحديثة من أدوات تساعد في سهولة العرض.

وتستفيد هذه الدراسة من نموذج المدخل المهجن في معرفة مدى استفادة الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت من التكنولوجيا الحديثة، وما توفره من عناصر تفاعلية في تطوير وتصميم مواقعها على شبكة الإنترنت. [9]



المبحث الثاني

الصحافة الإلكترونية في فلسطين

نشأة وتعريف الصحافة الإلكترونية:

يقصد بالصحافة الإلكترونية جمع وتوزيع المحتوى الإخباري على شبكة الإنترنت، ومطالعتها من قبل مستخدمي العالم عبر شاشات الكمبيوتر.

ويرجع بعض الباحثين ظهور الصحافة الإلكترونية إلى عام 1970م، وذلك عندما ظهر نوعان من أنواع أنظمة الصحافة الإلكترونية هما: التليتكست teletext، والفيديوتكست videotext واعتمدت تلك الأنواع على نقل المعلومات بشكل إلكتروني، وآخرون يرون أن الصحافة الإلكترونية جاءت نتيجة تجارب التليتكست والفيديوتكست في هيئة الإذاعة البريطانية BBC والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً.

أما الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي – مرتبطة بظهور شبكات الإنترنت، واستخدامها كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ولم يُعرف إلا في بداية التسعينيات عندما بدأت شبكة الإنترنت تنتشر بشكل جماهيري ويتأثر ذلك من صدور أول صحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت وإن اختلف الباحثون في تحديدها.

عربياً، أدركت الصحف العربية أهمية الإنترنت وضرورة وجودها على هذه الشبكة، إلا أنها تأخرت في تقديم خدماتها الصحفية على الشبكة إلى منتصف التسعينيات، ويعود ذلك لأسباب تقنية واقتصادية. وقد توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الإنترنت في 9 أيلول 1995، حينما نشرت صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر في 6 أيلول من ذلك العام خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنه ابتداءً من 9 أيلول ستوفر موادها الصحفية اليومية إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنت.

خصائص الصحافة الإلكترونية

تحمل بيئة عمل الصحافة الإلكترونية الكثير من الاختلافات عن بيئة عمل الصحافة المطبوعة، وتتمثل خصائص وسمات بيئة عمل الصحافة الإلكترونية في الآتي:



أولاً: تعدد الوسائط حيث إن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص بشكل مترابط وذلك بسبب أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً.

ثانياً: التفاعل والمشاركة حيث تسمح الصحافة الإلكترونية بمستوى غير مسبوق من التفاعل يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة للصحفي أو التدخل للمشاركة في صناعة الخبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي والحوارات الحية. [3]

ثالثاً: التمكين حيث تسمح الصحف الإلكترونية بتمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة عبر الاختيار بين المحتويات المختلفة والروابط المختلفة لمواقع يمكن أن يجد بها معلومات إضافية. رابعاً: الخدمات المضافة القائمة على السرعة حيث إن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية تقدم للجمهور سلسلة من الخدمات القيمة القائمة على فكرة السرعة والأنية.

خامساً: الحدود المفتوحة حيث تعد مساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تتعلق بالمساحة أو بحجم المواد الصحفية، يضاف لذلك أن تكنولوجيا الإنترنت خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة التي تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب كل ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

نشأة الصحافة الإلكترونية في فلسطين: [10]

عرفت الضفة الغربية وقطاع غزة الصحافة الإلكترونية مبكراً، إذا قورنت بعدد من الدول العربية، فبالرغم من الإمكانيات المحددة لوسائل الإعلام الفلسطينية، ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني، إضافة إلى الظروف السياسية والاقتصادية إلا أن التواجد الإعلامي الفلسطيني على الإنترنت كان في منتصف التسعينيات من القرن الماضي.

ويرجع ذلك إلى محاولة الفلسطينيين مجابهة الاحتلال الإسرائيلي لاعتقادهم بأن الصحافة على الإنترنت عنصر أساسي في الصراع القائم، للتعريف بالقضية الفلسطينية، ونقل معاناة الشعب الفلسطيني والواقع المرير الذي يعيشه في ظل الاحتلال الإسرائيلي.



وكان من أبرز المؤسسات الإعلامية السبّاقة في هذا المجال مؤسسة "الأيام للمطبوعات والنشر" ومقرها في مدينة رام الله التي تصدر عنها جريدة الأيام اليومية الفلسطينية منذ شهر تشرين أول من عام 1995م، في حين يرى آخرون بأن الصحف الفلسطينية الثلاثة (القدس، الحياة الجديدة، الأيام) ظهرت على موقع أمين الذي تملكه مؤسسة "الانترنيوز" بمنطقة الشرق الأوسط في عام 1996م وبأن غالبية محتواها منقول من النسخ المطبوعة.

وسارعت معظم وسائل الإعلام الفلسطينية لإنشاء مواقع إلكترونية بشكل مواز لمواكبة تلك التطورات، لكن القفزة النوعية في عدد المواقع الإعلامية الفلسطينية على شبكة الإنترنت جاءت مع بدء انتفاضة الأقصى عام 2000م وما صاحبها من معارك إعلامية بين الرواية الفلسطينية والإسرائيلية إذ أصبح الإنترنت هو الوسيلة التي يمكن من خلالها الوصول لأكبر عدد ممكن من الجماهير.

المواقع الإلكترونية للصحف الفلسطينية اليومية

لا يوجد تحديد دقيق لعدد المواقع الصحفية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، على الرغم من حديث بعض المصادر عن أن عدد هذه المواقع يبلغ أكثر من 160 موقعًا.

وفيما يلي عرض لموقعي صحيفتي الأيام وفلسطين:

1- صحيفة الأيام: تأسست عام 1995 بعد دخول السلطة الفلسطينية، وهي تصدر عن شركة الأيام للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع، وهي شركة خاصة مملوكة من قبل رجال أعمال فلسطينيين ومقرها مدينة رام الله ولها فروع في محافظات الضفة الغربية وقطاع غزة ورئيس تحريرها أكرم هنية، ودشنت الصحيفة موقعها الإلكتروني عام 1996 واستطاعت من خلاله التواصل مع الجمهور الخارجي.

2- صحيفة فلسطين: صدرت في الثالث من مايو من العام 2007 وهي صحيفة يومية شاملة تصدر من مدينة غزة عن شركة الوسط للإعلام والنشر المساهمة المحدودة الربحية، ورئيس مجلس إدارتها أحمد الساعاتي وقد أطلقت موقعها الإلكتروني عام 2007 تحت اسم "فلسطين أون لاين"، وهو موجه لكافة شرائح الشعب الفلسطيني والعربي للمساهمة في رفع الوعي والمعرفة من خلال دراسة الوضع الفلسطيني والتعمق في معرفة توجهاته.

إخراج الصفحة الرئيسة Home page

تعد الصفحة الرئيسة واجهة موقع الصحيفة، وذلك من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة في شخصيتها الخاصة، وتنبع أهميتها من كونها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى باقي موضوعات الصحيفة حيث تحتوي على أهم عناوين الصحيفة، والعديد من الروابط المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع. وتعد الصفحة الرئيسة هي الصفحة التي تقع عليها عين المستخدم بمجرد أن يسجل عناونها الإلكتروني، وفيها يتم تعريف المستخدم بالموقع كما أنها تحتوي على العديد من الوصلات، وآليات التحويل التي تنقل المستخدم للصفحات الأخرى.

مكونات الصفحة الرئيسة: [11]

1- **ترويسة الصحيفة Header** وتقع في الجزء العلوي من صفحة الويب، وهي عبارة عن شريط يختلف اتساعه من صحيفة لأخرى، ويحتوي على العناصر الرئيسة المتعلقة بالصحيفة المطبوعة التي تضم شعار الصحيفة بنفس الألوان، والخط الذي يظهر على النسخة المطبوعة، وتاريخ صدور الصحيفة، وتاريخ عدد اليوم، ووقت تحديث الصحيفة، ورقم عدد الصحيفة، وتختلف الصحف في تضمينها لهذه العناصر، ويؤدي هذا الشريط دوراً مهماً، لذا يجب إبرازه جرافيكياً بشكل مميز.

2- **أسلوب عرض الموضوعات "الجسم"** وهو الجزء الأكثر أهمية بالموقع ويقع وسط الصحيفة وتختلف الصحف في تقسيمه إلى عمودين أو أكثر ويحتوي على أهم عناوين ومقدمات الموضوعات الصحفية، والصور الفوتوغرافية، والرسوم المتحركة، ومقاطع الفيديو ووصلات الروابط التشعبية التي تقود إلى الصفحات الداخلية للموقع، كما يحتوي على أبواب وأقسام الصحيفة أو ما يطلق عليه بقوائم التحويل التي قد تكون على اليسار كما هو الحال في الصحف الأجنبية، وعلى اليمين في الصحف العربية.

أما فيما يتعلق بأسلوب عرض الموضوعات على الصفحة فالبعض يقسمها إلى أسلوب أفقي ورأسي ومختلط كما هو الحال بالصحف المطبوعة لكن معظم الصحف الإلكترونية تعتمد على الأسلوب الرأسي في عرض الموضوعات.

3- **ذيل الصفحة Footer**: ويحتوي على الحقوق الفكرية والتأليف للموقع ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط المهمة وأحياناً يحتوي على معلومات أساسية حول الصحيفة الإلكترونية مثل تاريخ إنشائها، وعناوين البريد الإلكتروني واسم الجهة الناشرة.



أساليب تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية

يختص الإخراج الصحفي بتوزيع الوحدات الطباعية (الحروف، العناوين، النصوص، الأشكال، الصور والخرائط) وترتيبها داخل حيز الصفحة، واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها، ويتم ذلك بما يتفق مع سياسة الصحيفة.

أما التصميم فهو رسم أولي يوضح تصور المصمم لعمل الصفحات في الصحف متوخياً توزيع العناصر البنائية توزيعاً يضيف عليها وضوحاً وجملاً.

وعليه نجد أن الإخراج الصحفي يمتد ليشمل التصميم الذي يهدف إلى دعم الأبعاد الاتصالية للرسالة بما يساعدها على تحقيق الأهداف المنشودة، إضافة لإبراز القيمة المعنوية لكل وحدة من الوحدات الإلكترونية.

وتتضح العلاقة بين الإخراج والتصميم من خلال جانبين أولهما وضع الهيكل الأساسي للصحيفة وهو ما يسمى بالتصميم ويتميز بالثبات، أما ثانيهما يهتم بتنسيق عناصر التصميم الصحفي في كل صفحة من الصفحات بشكل دوري يتميز بالتنوع والاستجابة لمتطلبات المضمون الصحفي [12]

وبناء على ما سبق فإن تصميم واجهات الصحف الإلكترونية هي طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة بين حركة العين ومبادئ التصميم، أو الثبات في الشكل للإصدارات الصحفية وتحديثاتها والتي لا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد على رؤية واجهة الصحيفة بشكل معين، كما أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة بما تحتويه من الترويسة التي تحتوي على مجموعة من العناصر الرئيسية كشعار الصحيفة، وتاريخ صدورها، وعدد اليوم، ووقت تحديثها ورقم عدد الصحيفة. العناصر البنائية التقليدية للصحف الإلكترونية:

وهي العناصر التي ورثتها الصحافة الإلكترونية من نظيرتها الورقية، وتشمل النصوص، الصور، الرسوم، الألوان، الحدود والفواصل وتعتمد عليها في تقديم المضمون إلى المستخدم وتنقسم إلى نوعين من العناصر: [4]

-عناصر تيوبوغرافية (نصوص، حدود، فواصل) - عناصر جرافيكية (ألوان، صور، رسوم)

أولاً: العناصر البنائية التيوبوغرافية

1- النصوص وتمثل البنية الأساسية لأية صحيفة، وتشمل العناوين والمقدمات والمتن ويجب أن

تكون حروف النصوص على درجة عالية من يسر القراءة،

وذلك بمراعاة شكل الحروف، وطريقة تصميمها، وحجمها، واتساع السطور.

2- الحدود والفواصل ويقصد بها العناصر الإلكترونية التي يمكن من خلالها الفصل بين الوحدات

المكونة للصفحة الإلكترونية مثل الجداول، والإطارات والخطوط كأدوات فصل تقليدية، والصور

والأيقونات كأدوات فصل تكنولوجية؛ وفيما يلي عرض لها:

- الجداول: مجموعة من الأعمدة والصفوف تُنظم النص والصور بها.

- الإطارات: تحافظ على موقع الصحيفة مهما أبحر المستخدم في صفحات خارجية عن موقع

الصحيفة، وتحافظ على فهرسة الصحيفة " التبوب "

- الخطوط: ومنها الأفقية والرأسية والقطرية وغيرها.

- المساحات البيضاء: وهي مساحات معينة من الصفحة تترك فارغة لأن ذلك يريح عين القارئ

ويتيح قدرًا من الفصل يتناسب مع وظيفته فهو يتوافق مع المسرى الطبيعي لحركة العين ويؤدي لإضاءة

الصفة ويكسبها درجة عالية من الوضوح.

ثانيًا : العناصر البنائية الجرافيكية

1- الصور: تؤدي دورًا مهمًا في جذب انتباه القارئ، وهي وسيلة لنقل المعلومات وقد أدى التطور التقني

الهائل الذي طرأ على آلات التصوير إلى ثورة حقيقية في عالم التصوير، وتتخذ الصور أشكالًا ثلاث أولها

الصور المعلوماتية والإخبارية وهي التي تقدم معلومات وتضم الصور الشخصية، والموضوعية، والرسوم

توضيحية كالرسوم البيانية، والخرائط، والأشكال التوضيحية، والرسوم الساخرة.

2- الألوان وتعد أحد العوامل الأساسية المؤثرة في وضوح النص، ولا ينصح بدمج الألوان التي لها نفس

النهاية الطيفية، وتنقسم الألوان على الإنترنت إلى ألوان أمامية وهي التي تستخدم في الخطوط والحدود

والوحدات والصور والرسوم والجداول، والألوان الخلفية وهي التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية

معينة.

المبحث الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

جدول (1) نوع وحجم الخطوط المستخدمة في مواقع الصحف الفلسطينية اليومية

الخطوط	مواقع الصحف		فلسطين
	نوعه	الأيام	
العناوين	نوعه	Tahoma	Arial
	حجمه	11-9	18-11
المتن	نوعه	Tahoma	Arabic Transparent
	حجمه	9	13.5-9
عدد الخطوط المستخدمة		خط واحد	خطان

يوضح الجدول رقم (1) نوع وحجم الخطوط المستخدمة في بناء نصوص الصفحة الرئيسية التي تتكون من العناوين والمتن لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية – عينة الدراسة- حيث اعتمد موقع صحيفة الأيام اليومية على خط Tahoma في كل من العناوين والمتن، في حين نجد أن موقع صحيفة فلسطين اعتمد على نوعين من الخطوط وهما Arial في العناوين وArabic Transparent في المتن، أما بالنسبة لحجم الخط فقد تراوح الحجم في موقع صحيفة الأيام من 11-9 في العناوين، و9 في المتن، أما في صحيفة فلسطين فقد تراوح من 18-11 في العناوين، ومن 9-13.5 في المتن، وعليه نجد أن الصحف الفلسطينية عينة الدراسة قد نوعت في حجم ونوع الخطوط المستخدمة، حيث تعد الخطوط المستخدمة من أكثر الأنواع شيوعاً نظراً لوضوحها ويسرها في القراءة.

جدول (2) ألوان العناوين في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية

ألوان العناوين	صحيفة فلسطين		صحيفة الأيام	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
الأزرق	يستخدم		لا يستخدم	
	10	100%	0	00%
الأبيض	يستخدم		لا يستخدم	
	10	100%	0	00%

الأسود		يستخدم		يستخدم	
		100%	10	100%	10
الأحمر		يستخدم		يستخدم	
		100%	10	100%	10

يوضح الجدول رقم (2) ألوان العناوين المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية الإلكترونية (عينة الدراسة) حيث اعتمدت على التنوع في الألوان بدرجات متفاوتة، فاهتمت صحيفة فلسطين بألوان العناوين والتي جاءت متنوعة شملت الأزرق والأبيض والأسود والأحمر، في حين أن صحيفة الأيام لم تستخدم إلا اللونين الأسود والأحمر.

وينصح المصممون باستخدام الألوان الباردة كالأزرق لأنها تمنح الراحة للقارئ، كما ينصح بعدم الإكثار من الألوان، لذلك نجد غالبية المواقع الإلكترونية تميل لاستخدام لون أو لونين فقط.

جدول (3) ألوان الأرضيات المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف عينة الدراسة

ألوان الأرضيات		صحيفة فلسطين		صحيفة الأيام	
		التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
الأبيض		يستخدم		يستخدم	
		10	100%	10	100%
الأسود		لا يستخدم		يستخدم	
		0	00%	10	100%

يشير الجدول رقم (3) إلى ألوان الأرضيات المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية حيث جمعت ألوان الأرضيات بين اللونين الأبيض والأسود في صحيفة الأيام طوال فترة التحليل البالغة عشرة أيام وفي أوقات مختلفة خلال اليوم، في حين اعتمدت صحيفة فلسطين على الأرضيات باللون الأبيض فقط.



جدول (4) الحدود والفواصل في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية

فئة الحدود	صحيفة فلسطين		صحيفة الأيام	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
الجدول	يستخدم	يستخدم	يستخدم	يستخدم
	10	100%	10	100%
الخطوط	يستخدم	يستخدم	يستخدم	يستخدم
	10	100%	10	100%
الإطارات	يستخدم	يستخدم	يستخدم	يستخدم
	10	100%	10	100%
العناوين	يستخدم	يستخدم	يستخدم	يستخدم
	10	100%	10	100%
الصور	لا يستخدم	لا يستخدم	يستخدم	يستخدم
	0	00%	10	100%
المساحات البيضاء	يستخدم	يستخدم	يستخدم	يستخدم
	10	100%	10	100%
الأيقونات	لا يستخدم	لا يستخدم	يستخدم	يستخدم
	0	00%	10	100%

يشير الجدول رقم (4) إلى الحدود والفواصل المستخدمة في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية – عينة الدراسة حيث اعتمدت صحيفة فلسطين على أغلب تلك الفواصل باستثناء الصور والأيقونات، في حين اعتمدت صحيفة الأيام في تصميم موقعها الرئيس على جميع أنواع الفواصل والحدود بدون استثناء طوال فترة التحليل ونسبة 100%.

جدول (5) الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية

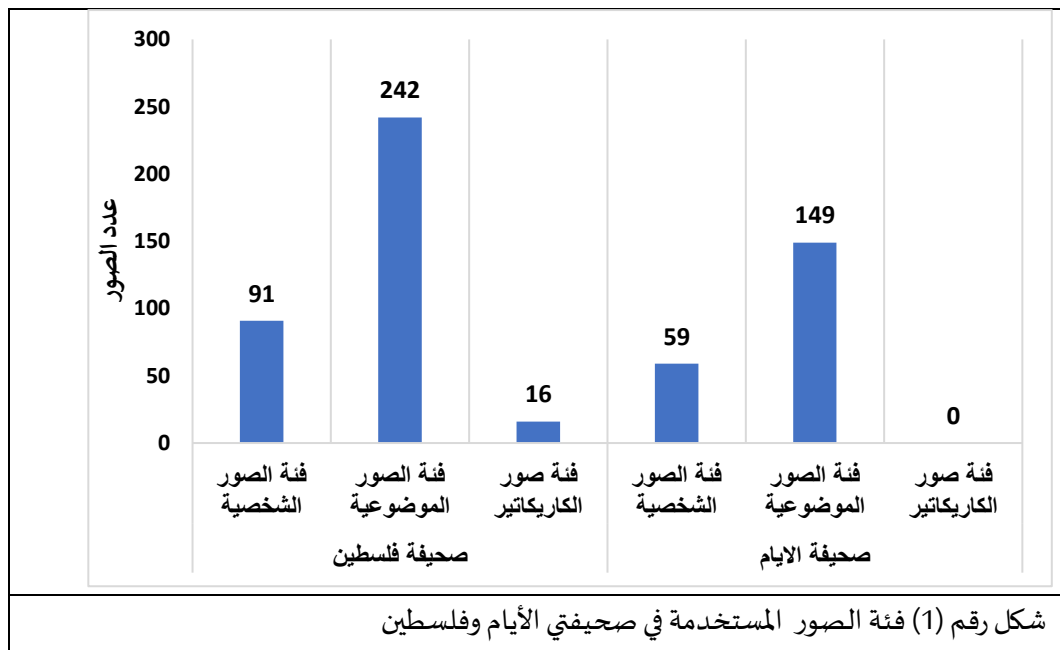
مسميات الصحيفة	فئة الصور	التكرارات	المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية
صحيفة فلسطين	الصور الشخصية	91	9.1	26.1%
	الصور الموضوعية	242	24.2	69.3%
	صور الكاريكاتير	16	1.6	4.6%
	رسوم بيانية	0	0	00%
	خرائط	0	0	00%

00%	0	0	أشكال توضيحية	صحيفة الأيام
100%		349	المجموع	
28.4%	5.9	59	الصور الشخصية	
71.6%	14.9	149	الصور الموضوعية	
0.0%	0	0	صور الكاريكاتير	
00%	0	0	رسوم بيانية	
00%	0	0	خرائط	
00%	0	0	أشكال توضيحية	
100%		208	المجموع	

يشير الجدول رقم (5) إلى أنواع الصور المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الإلكترونية حيث جاءت الصور الموضوعية في كلتا الصحيفتين في المرتبة الأولى تلتها الصور الشخصية من حيث الاستخدام والاعتماد عليها في تصميم موقعها.

أما على مستوى كل موقع على حدة جاءت صحيفة الأيام في المرتبة الأولى من حيث استخدام الصور الموضوعية بنسبة بلغت 71.6% تلتها الصور الشخصية بنسبة بلغت 28.4%، في حين جاءت الصور الموضوعية بنسبة 69.3% والصور الشخصية بنسبة 26.1% في صحيفة فلسطين.

ويتضح من النتائج انفراد صحيفة فلسطين بصور الكاريكاتير بنسبة بلغت 4.6%، في حين غابت نهائياً عن صحيفة الأيام رغم أهميتها الكبيرة وما تحمله من رسائل؛ كما يبين الجدول عدم استخدام الصحيفتين للرسوم البيانية، والخرائط، والأشكال التوضيحية طوال فترة التحليل.



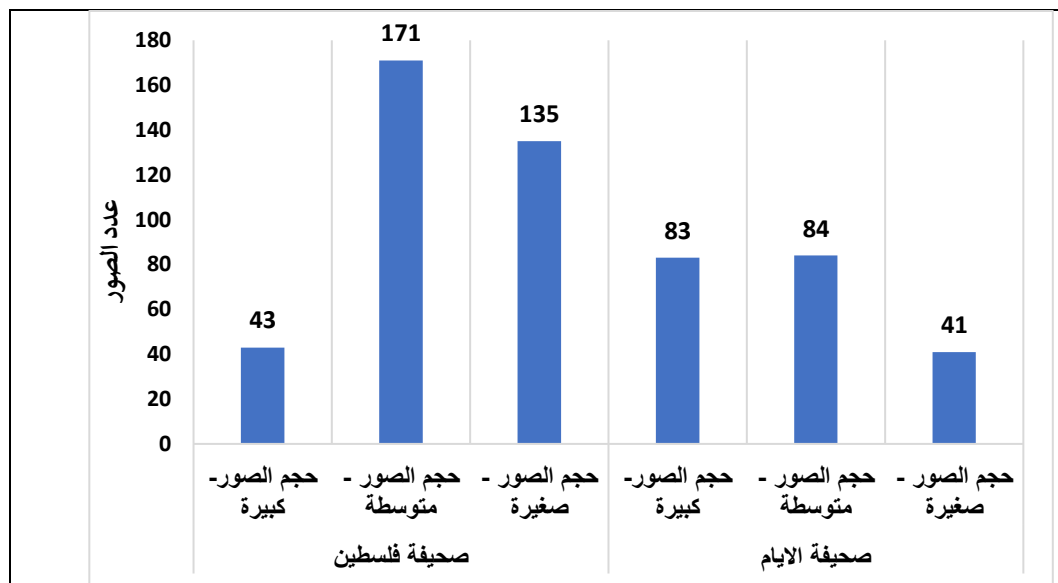
جدول (6) حجم الصور المستخدمة في الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية

مسميات الصحف	حجم الصور	التكرارات	المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية
صحيفة فلسطين	الصور كبيرة	43	3.9	12.3%
	الصور متوسطة	171	16.8	49.0%
	صور صغيرة	135	13.1	38.7%
	المجموع	349		%100
صحيفة الأيام	الصور كبيرة	83	8	39.9%
	الصور متوسطة	84	8.1	40.4%
	صور صغيرة	41	3.7	19.7%
	المجموع	208		%100

يوضح الجدول رقم (6) حجم الصور المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية حيث تفاوتت الصحف في أحجام الصور المستخدمة فجاءت الصور المتوسطة في المرتبة الأولى في كلتا الصحيفتين.

أما على مستوى كل صحيفة على حدة فقد جاءت الصور المتوسطة بالمرتبة الأولى في صحيفة فلسطين بتكرار 171 ونسبة 49.0% تلتها الصور الصغيرة بتكرار 135 ونسبة 38.7%، وتكرار 84 ونسبة 40.4% في صحيفة الأيام.

وفي المرتبة الثالثة جاءت الصور الكبيرة حيث إنفردت بها صحيفة الأيام بتكرار 83 ونسبة 39.9%، في حين بلغت نسبتها في صحيفة فلسطين 12.3% وتكرار 43.



شكل رقم (6) حجم الصور المستخدمة

نتائج الدراسة:

- بينت النتائج اعتماد صحيفة الأيام على نوع واحد من الخطوط في المتن والعناوين، في حين اعتمدت صحيفة فلسطين على نوعين من الخطوط، كما جاءت أحجام الخط متنوعة في الصحيفتين.
- أظهرت النتائج التنوع في ألوان العناوين بدرجات متفاوتة، والتي شملت الأزرق والأبيض والأسود والأحمر، وكذلك التنوع في ألوان الأرضيات.



- أوضحت النتائج أن الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الفلسطينية اعتمدت على أغلب الفواصل باستثناء الصور والأيقونات كما في صحيفة فلسطين في حين اعتمد موقع صحيفة الأيام على جميع أنواع الفواصل والحدود بدون استثناء طوال فترة التحليل.
- بينت النتائج أن الصور الموضوعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الإلكترونية – عينة الدراسة -تلتها الصور الشخصية.
- أوضحت النتائج أن الصور المتوسطة في الحجم جاءت في المرتبة الأولى في الصفحة الرئيسة لمواقع الصحف الفلسطينية، تلتها الصور الصغيرة.





قائمة المراجع:

1. أمين أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي: طلبية جامعة النجاح الوطنية نموذجًا (2000-2007م)، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2008 (رسالة ماجستير غير منشورة). ص75
2. برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، أريد: دار الكندي، 2003. ص219
3. بسام المشاقبة، نظريات الإعلام، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011. ص47
4. حلمي محسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق على عينة من المجلات المصرية والأمريكية"، مجلة الدراسات الإنسانية، المنوفية: جامعة المنوفية، 2007، متوفر على الرابط: <http://goo.gl/da5gsr/>
5. حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007. ص202
6. ربيحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004. ص114
7. زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009. ص49
8. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005. ص68
9. عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، ط1، أبو ظبي: الظفرة للطباعة، 2003. ص24
10. ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008. ص44
11. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، ط1، القاهرة: دار السحاب، 2008. ص98
12. -Utt, S., & Pasternack, S., "Front Page Design: Some Trends Continue", Newspaper Research Journal, Vol. 24, no. 3, summer 2003, P.P.48-61



استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا الوظيفي لديهم "دراسة ميدانية على مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي"

د. سالم محمد سالم بوسن

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الوصفية إلى معرفة مدى استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا الوظيفي لديهم بمؤسسة ديوان المحاسبة الليبي فرع بنغازي، حيث يتألف مجتمع الدراسة من كافة الموظفين العاملين بمؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي، هذا وقد قام الباحث بتوزيع 124 استمارة استبانة باستخدام أسلوب المسح الشامل، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي الكمي الذي يعد نوع من أساليب البحوث المسحية، وتوصلت هذه الدراسة لعدة نتائج من أبرزها الدور الفعال لشبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة والذي بدوره ينعكس بالإيجاب على تحقيق الرضا الوظيفي للموظفين بمؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي، كما أظهرت النتائج قبول واضح من قبل الموظفين في الاعتماد على خدمات شبكات التواصل الاجتماعي لإنجاز الأعمال المناطة بهم، وسهولة وسرعة إنجاز المهام المتعلقة بالموظفين بمؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي، وبناءً على تلك النتائج سرد الباحث جملة من التوصيات التي سوف تثرى البحوث العلمية المستقبلية في هذا الحقل .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الرضا الوظيفي .



استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا الوظيفي لديهم

"دراسة ميدانية على مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي"

Dr. Salem Mohamed Salem Busen ❖

Abstract:

This descriptive study aimed to know the extent to which employees use social networking and its relationship to their job satisfaction at the Libyan Audit Bureau Institution - Benghazi Branch. The study population consists of all employees working at the Libyan Audit Bureau Institution - Benghazi Branch. The researcher distributed 124 questionnaires. Using a comprehensive survey method, the researcher relied on the quantitative descriptive approach, which is a type of survey research method. This study reached several results, the most prominent of which is the effective role of social networking in improving job performance in the organization, which in turn reflects positively on achieving job satisfaction for employees at the Libyan Audit Bureau Institution, Benghazi Branch. The results also showed a clear acceptance by employees of relying on social networking services to complete the work assigned to them, and the ease and speed of completing tasks related to employees of the Libyan Audit Bureau - Benghazi Branch. Based on these results, the researcher listed a number of recommendations that will enrich the research. Future scientific research in this field.

Keywords: social networking, job satisfaction

❖ Assistant Professor Department of Public Relations and Advertisement Faculty of Mass Communication – University of Benghazi.





مقدمة:

إن العالم اليوم يعيش التكنولوجيا الحديثة، وهي الحقيقة التي يلمسها كل فرد يعيش أحوال هذا المجتمع الحديث، حيث يعتبر ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة منعرجًا حاسمًا في الحياة الإنسانية، ولعل أبرز مظاهر هذا التحول وأعمق أثرًا في تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو ظهور الإنترنت الذي يعتبر أضخم ما تقدم شهدته البشرية. (حمائي محرز، 2015، 2016، ص3)

حيث يُعدّ الإنترنت شبكة علمية مفتوحة تجعل المستخدم قادرًا على الوصول إلى آلاف المصادر والخدمات والمعلومات المختلفة.

تسعى بعض المؤسسات بخطى حثيثة نحو تشجيع ودعم مشاريع تطبيق أنظمة الإدارة الإلكترونية في جميع المؤسسات الخدمية كخطوة أساسية؛ لتحقيق الهدف الرئيس وهو بناء خدمات إلكترونية تقدمها المؤسسة للمستهلكين عبر بوابة إلكترونية واحدة.

ولقد أصبح استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة ذو أهمية بالغة لما تحققه من فعالية التواصل بين الموظفين مما ينعكس على أدائهم الوظيفي وصولًا إلى تقديم الخدمة بشكل أسرع.

إن استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة أثر إيجابي باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لها غايات من استخدامها الإدارات بصفة عامة.

وتعتبر الإدارة الإلكترونية التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي هي الإدارة الحديثة نتيجة لما قدمته من آثار إيجابية في تسهيل العمليات الإدارية، وتقليص وقت وتكلفة إنجاز المهام وإتاحة المعلومات في كل وقت والتي بدورها تسعى إلى تطوير الأداء الوظيفي داخل المؤسسات ورفع مستوى الكفاءة والإنتاجية لمؤسسة من خلال توظيف التقنية ونظم المعلومات في دعم عملية الإدارة داخل المؤسسة، وتمتد إلى النواحي الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للمؤسسة. (عائشة بنت أحمد الحسيني، 2013، ص26)

غالبًا ما يصنف استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي إلى فئتين رئيسيتين، حيث تتناول الفئة الأولى طبيعة الأهداف والمهام التي تحققها شبكة الإنترنت للمؤسسة التي تتعامل من خلاله، أما الفئة الثانية فهي تعتمد على تصنيف الاستخدامات استنادًا إلى أنواع المجتمعات الإلكترونية التي يسهم الإنترنت في تكوينها، ومن ثم تحاول المؤسسات من خلال استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي أن توظف المعلومات



والرسائل الإعلامية المقدمة في تكوين صورة إيجابية عن الصفحات التي تقدمها المؤسسة وخلق الثقة في هذه الخدمات تمهيداً للتأثير على تفاعل العملاء مع مؤسساتهم والاستفادة من خدماتهم.

من خلال ماسبق ذكره سعت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مدى استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وما ينتج عن ذلك من آثار إيجابية على الموظفين والإدارة داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي.

مشكلة البحث:

يشهد العالم في الآونة الأخيرة تطورات سريعة وانفجاراً معلوماتياً ومعرفياً كبيراً؛ بسبب ظهور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي كان لها الدور الكبير في التأثير على جميع ميادين الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها، فقد ساهمت في ظهور مجتمع ذكي وافتراسي يتفاعل أفراداه مع بعض دون إعطاء أي اعتبار للحدود الجغرافية.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من التقنيات الحديثة التي أحدثت ثورة في عالم الكمبيوتر والاتصال حيث جعل العالم قرية صغيرة، وألغت الحدود الجغرافية وجمعت حولها ملايين من المستخدمين في وقت وجيز. (محمد الفاتح حمدي، 2016-2017، ص 21)

زادت أهمية الإنترنت في المؤسسات نظراً للدور الحيوي الذي نقوم به في المؤسسات في تحقيق الرفاهية وتوفير حاجات المجتمع المتزايدة، ومن ثم الإنترنت باعتباره وسيلة اتصالية إعلامية تسهل مهام الإداريين والموظفين في تسيير العمل داخل المؤسسة وخارجها.

بناء على ما سبق ذكره فإن مشكلة البحث تتجلى بوضوح في معرفة درجة استخدام الموظفين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا المهني لديهم داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي فرع بنغازي. ويتدرج تحته التساؤلات التالية:

1. ما مدى الصعوبات التي تواجه الموظف عند استخدام الإنترنت داخل المؤسسة؟

2. معرفة مدى إقبال الموظفين بالمؤسسة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء العمل؟

3. كيف يتم تقييم فعالية أنظمة الإدارة الإلكترونية في مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي؟

4. ما مدى اهتمام مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي بمواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونية مما يخلق رابطاً قوياً بين إدارة المؤسسة وموظفيها.

أهمية البحث:

يمثل هذا البحث أهمية بالغة تتجلى فيما يلي:

الاطلاع على مدى وعي الموظفين داخل مؤسسة ديوان المحاسبة - فرع بنغازي بأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمواكبة تطورات العصر. (مرجع سابق، ص 21)

التعرف على جوانب الاستفادة من استخدام الموظفين داخل المؤسسة لوسائل التواصل الاجتماعي.

تكمن أهمية هذا البحث في استخدام الإنترنت داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي، وعلى مدى مساهمتها في الرفع من مستويات أداء العمل من خلال قياس أثرها.

تقديم التوصيات التي من شأنها أن تسهم في زيادة الوعي بأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي.

أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

معرفة الصعوبات التي تواجه الموظفين بالمؤسسة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء العمل.

معرفة مدى إقبال الموظفين بالمؤسسة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء العمل.

تقييم مدى فعالية أنظمة الإدارة الإلكترونية في مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي.

كيفية اهتمام مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي بمواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونية مما يخلق رابطاً قوياً بين إدارة المؤسسة وموظفيها.

التعريف الإجرائي للمفاهيم الواردة في عنوان البحث:

الموظفون:

الموظف هو العنصر الأساسي لأي مؤسسة كانت إنتاجية - فكرية - خدمية، إذ إن الموظف هو العامل الفعال الذي تقع على عاتقه كل المهام والواجبات المناطة به لتحقيق أهداف المؤسسة وزيادة نسبة من خلال سرعة دوران رأس المال، نجاح المؤسسة من عدمه يرتبط وبشكل كلي بمدى كفاءة الكادر الوظيفي بالمؤسسة، والذي يعد العنصر الرئيس لنجاح المؤسسة.

شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع إلكترونية مبنية على أسس معينة تمكن الجمهور من التعبير عن أنفسهم، والتعرف على أشخاص آخرين يشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويمكن القول " بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات، بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة".

ويمكن القول أيضاً بأنها مجموعة من التطبيقات التكنولوجية الإلكترونية التي تعتمد على نظم الجيل الثاني للإنترنت، وجاءت لغايات تحقيق التواصل والتفاعل بين مستخدمي شبكة الإنترنت حول العالم سواء كان ذلك بالمراسلات المسموعة أو المكتوبة أو حتى المرئية.

يوجد اليوم مجموعة كبيرة من مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة التي تضم ملايين من المستخدمين والهدف من الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي هو ربط الناس مع بعضهم البعض في أي مكان على مستوى العالم.

الرضا الوظيفي:

الرضا الوظيفي ليس حصيلة عامل واحد أو بُعد واحد، إنما هو انعكاس التفاعل الذي يظهر على الفرد من خلال سلوكه واتجاه عمله، " وهو شعور إيجابي بسبب تحقيق احتياجاته ورغباته في العمل المناط به، إذ إنه من الأهداف الأساسية التي تسعى المؤسسة للحصول عليه لما له من دور في زيادة إنتاجية العمال وتحفيزهم.

وكما يعرف أيضاً على أنه يقيس مدى قبول وقناعة العاملين بالعوامل الوظيفية المحيطة ببيئة العمل ومدى إشباع حاجاتهم من خلال العمل الذي يشغلونه.

والرضا الوظيفي يعني أن توفر المؤسسة المتطلبات اللازمة لأداء العمل وكل الوسائل اللازمة المادية والمعنوية لأداء الأعمال.

ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي:

تم إنشاء ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي بقرار المجلس التشريعي رقم 27 لسنة 1955م، حيث يختص الديوان بمجموعة من الإدارات أهمها:

إدارة فحص الحسابات العامة ومهامها ومراجعة الميزانية الختامية للدولة.





.إدارة الشركات المختصة بالمصارف والشركات النفطية والاتصالات.

.إدارة فحص العقود ومتابعة المشروعات حيث يختص بفحص عقود مشاريع الدولة حاليًا فنيًا، قانونيًا.

نوع البحث:

تعد هذه الدراسة من فئات الدراسات المسحية وهي إحدى أهم فروع المنهج الوصفي الذي يعرف على أنه " وصف الباحث للظاهرة المراد دراستها أو جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، إذ يعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقع للظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا ونوعيًا بما يتماشى وواقع الظاهرة المراد دراستها" وهناك من يعرفه بأنه " محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها". (محمد سرحان المحمودي، 2019، ص46)

منهج البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والذي يُعد الأكثر شيوعًا في بحوث الاتصال والإعلام، والذي يهدف إلى وصف الظاهرة أو إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه البشرية حيث تنتهي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات المسحية، إذ اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أسلوب المسح الشامل أو بالعينة للجمهور المستهدف في هذه الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لإنجاز المهام المناطة بهم داخل "ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي".

إن هذا الأسلوب يناسب الغرض من إجراء هذه الدراسة وهي معرفة آراء واتجاهات موظفي "ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي" اتجاه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالرضا الوظيفي لديهم.

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من كافة الموظفين العاملين بديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي والبالغ عددهم (124)، والذين يسرون الأعمال الإدارية بمختلف الإدارات ومستوياتها داخل ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة جمع البيانات المتمثلة في التالي:



استمارة الاستبانة:

تعتبر الاستبانة في البحث العلمي من أكثر الأدوات شيوعاً واستخداماً في بحوث الاتصال والإعلام؛ نظراً لما يميزه عن غيره من أدوات جمع البيانات المختلفة حيث يمكن للباحث التعامل مع الاستبانة في عدد من الأشكال والصور، فالاستبانة وسيلة مرنة يمكن للباحث من خلالها التعديل والتطوير في أسئلة استمارة الاستبانة .

كما يعرف أيضاً " على أنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمترتبة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بصدد موضوعه، والمشكلة التي اختارها لبحثه، وترسل الاستفسارات المكتوبة هذه عادة بالبريد أو أي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اختارها الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات، وتعبئة الاستبانة والبيانات والمعلومات المطلوبة فيها وإعادتها إلى الباحث. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2008، ص201).

وبناءً على ما سبق ذكره فقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استمارة الاستبانة التي تعد الأكثر ملاءمة لهذه الدراسة لجمع البيانات من مجتمع البحث، والذي يتمثل في كافة الموظفين العاملين بديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة امتداداً للبحوث التي سبقت الدراسة التي ينجزها الباحث، ويشترط في هذه الدراسات أن تكون ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة فيؤكد الباحث أو يضيف أو يلغي ما توصل إليه الباحثون الذي استعان ببحوثهم، ومن ثم يأتي التعقيب على هذه الدراسة لتوضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة ومجالات الاستفادة منها، ويمكن أن نلخص أهم الدراسات فيما يأتي:

الدراسة الأولى:

وهي دراسة قام بها الباحث " شاوي شوقي، 2007. 2008" وهي بعنوان: " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر. جامعة قصدي مرباح.



وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على التساؤل الرئيس التالي:

هل يمكن لتكنولوجيا الاتصال أن تسهم في رفع أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الأوضاع الراهنة.

ولقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام دراسة الحالة في الجانب التطبيقي.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن الفرضيات الموضوعية كانت مثبتة جميعها حيث وجد الباحث أن البنية التحتية موجودة في الجزائر في تطور مستمر لكن نظراً لمنافسة لا بد من التحرك أكثر، وعلى المؤسسات المالية التدخل في هذا المجال لتسهيل العملية أكثر وكان لهذه التكنولوجيا أثر بالغ في تحسين الأداء، وذلك من خلال تخفيض تكاليف الاتصال وتحسين جودة الخدمات المقدمة وسهولة تداول المعلومات. (شاوولي شوقي، 2007، 2008، ص39)

الدراسة الثانية:

دراسة "مشاط وباطويل، 2005م" بعنوان: "تطبيق الإدارة الإلكترونية بجامعة الملك عبد العزيز" هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء حول مفهوم الإدارة الإلكترونية وما يميزها عن الإدارة التقليدية والمراحل التي مر بها تطوير برنامج الإجازات بجامعة الملك عبد العزيز كمثال لبرنامج الإدارة الإلكترونية التي تم تطويرها بالجامعة في تلك المرحلة، والتي شملت: برنامج التعينات وحضور المؤتمرات والترقيات والملف الأكاديمي لعضو هيئة التدريس، وأنظمة البعثات، ومحاضر مجالس الأقسام والكليات بالجامعة ونظام المشتريات الإلكتروني، واستخدمت الدراسة المنهج النظري التحليلي.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه من أهم مميزات تطبيق الإدارة الإلكترونية بالجامعة مايلي: ضمان تنفيذ وتطبيق اللوائح والأنظمة، كذلك تفعيل الهيكل التنظيمي بالجامعة وإمكانية المتابعة، تكامل النظام مع أنظمة وقواعد البيانات الخاصة بشؤون الموظفين والمالية والمشتريات، وتغير نمط التعامل مع المعاملات بالوسائل وذلك من خلال التحول الإلكتروني. (مشاط وباطويل، 2005، ص39)



الدراسة الثالثة:

دراسة قام بها "عبد الجبار، 2010م" بعنوان: "الإدارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على مستوى الأداء لدى موظفي مستشفى جامعة الملك عبد العزيز بجدة".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بالإدارة الإلكترونية ودورها في تطوير أعمال الإدارة ومعرفة مدى جدوى استخدامها لتحسين أداء الموظفين إضافة إلى تقديم مقترحات لتلافي الصعوبات ومحاولة التغلب عليها بأفضل طريقة ممكنة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لمعرفة وجهات نظر منسوبي مستشفى جامعة الملك عبد العزيز حول أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على أدائهم من خلال توزيع استمارة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: (عبد الجبار، 2010، ص42)

- مساهمة الإدارة الإلكترونية في رفع مستوى الأداء الوظيفي.

- محدودية إلمام الموظفين بمفاهيم الإدارة الإلكترونية.

- مواجهة بعض الصعوبات عند عملية التغير حيث يعتبر أمراً حتمياً لا بد من مواجهته لتحقيق الأهداف من تطبيق الإدارة الإلكترونية.

الدراسة الرابعة:

دراسة "أبو عون 2010" بعنوان تكنولوجيا المعلومات كأساس ومتطلب للتحديث: الإدارة التعليمية: آفاق وتطوير، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات في الإدارة التعليمية الحديثة ومدى كفاءة أدائها ودورها في مجال تنميتها.

استخدمت الدراسة المنهج النظري التحليلي وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام التكنولوجيا أصبح ضرورة ملحة لكل الإدارات التعليمية لما توفره من وقت وجهد وموارد مادية ومعنوية للمنظمات التعليمية، وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التغيرات التكنولوجية وتعريف العاملين بها قبل التعامل الفعلي والتطبيقي مما يوفر البيئة الملائمة لتدريب العاملين وتوجيه المراكز والمؤسسات التعليمية والأكاديمية مع تحديد المعايير الرقابية للعملية التعليمية، وتحديد أسلوب الاستخدام لتكنولوجيا المعلومات مع النهوض بالمستوى الملائم لإدارة التعليمية. (أبو عون، 2020، ص43)

التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة استخدامات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، كما ركزت بعض الدراسات على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عليها. أكدت معظم الدراسات السابقة الاعتماد على المنهج الوصفي كمنهجية للدراسة كذلك الاعتماد على الاستبانة كأداة جمع البيانات، وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية: المساعدة في الإحساس بمشكلة البحث الحالية وتحديد الأهداف العامة لهذه الدراسة. تحديد أداة جمع البيانات بشكل مناسب وهي الاستبانة، والاختيار الأمثل للمنهج العلمي المناسب لهذه الدراسة.

إثراء الإطار النظري لهذه الدراسة.

تسهيل الوصول إلى المراجع وتوثيقها.

الإطار المعرفي:

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكة الاجتماعية هي بساطة وسيلة إلكترونية حديثة التواصل بين الأشخاص حيث إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركون فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهويات أو الفكر، أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة وكرهية لشيء معين.

على رغم ما تقدمه مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من خدمات إلكترونية لمستخدميها إلا أن الواقع العملي أثبت أنه بمثابة وصيدة إلكترونية للعديد من مستخدمي الشبكة من مختلف الأعمار. إن مفهوم التواصل الاجتماعي مثير للجدل لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، إذ يعكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على شبكة المعلومات العملاقة.

كما يطلق عليه عدة مسميات "الشبكة الرقمية الاجتماعية، ومواقع التواصل الاجتماعي" وهي المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المتكردين عليها من أنحاء العالم وتعتمد تلك المواقع على



الاستفادة من تفاعلية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال، إذ سمحت هذه المواقع لأعضائها أن يضعوا أنفسهم ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم للآخرين. (عثمان محمد الدليبي، 2019، ص131)

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت انتشاراً واسعاً على المستويين المحلي والعالمي، أو قد أدى هذا الانتشار إلى خلق فرص جديدة للتأثير على الأفراد في كثير من المجالات سواء الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، الخدمية.

وتتخذ مواقع التواصل الاجتماعي أشكالاً مختلفة وتتمتع بخصائص متنوعة يمكن حصرها فيما يلي:

التفاعلية: تقوم عملية الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال متعدد الأطراف، والذي يتم من خلاله تبادل الأدوار بحيث يصبح لكل طرف القدرة على التعبير بحرية، والتأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه.

التكامل: تمثل هذه الشبكات مساحة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكاله، والوسائل الرقمية المختلفة المحتوى.

تجاوز الحدود الثقافية: ومن ثم تميزت المجالات الاتصالية بالعامية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطرافها.

تجاوز حدود المكان والزمان: مما وفر عنصر المرونة والتفاعل بل إن تطور تقنيات الاتصال إلى أجهزة المحمول سهلت النقل والحمل من مكان إلى آخر.

الاستغراق في عملية الاتصال: داهمت شبكات الاتصال الاجتماعي حياة الأفراد بشكل إجباري حتي بحيث أصبحت هي بحد ذاتها بمثابة محرك البحث يلجأ لها الأفراد؛ للوصول إلى ما يبحثون عنه.

قوة التأثير: نظراً لما تنطوي عليه شبكات التواصل الاجتماعي من قوة التأثير، وسرعة في الوصول وكثافة في الانتشار، إذ إنها أصبحت لغة العصر ورمز التطور والتقدم في كافة المجالات.

سهولة الاستخدام: قد أحدثت هذه الميزة ثورة في عالم الاتصال لاسيما مع ظهور الهاتف المحمول والذي سهل عملية استخدام تلك الشبكات. (علي سيد إسماعيل، 2020، ص45.44)

سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسات:

تعددت سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الإدارية، وذلك طبقاً لكفاءة الكادر الوظيفي في الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الاتصال داخل المؤسسة، ومن ثم يمكن حصر سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي في النقاط التالية:

سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسات:

توفر المعلومات الشخصية التفصيلية عن المنتسب للإعلام الجديد لاسيما في مواقع التواصل.

تجنيد بعض دوائر المخابرات الأجنبية لبعض المنتسبين للإعلام الجديد.

سرقة الحسابات المصرفية وانتحال الشخصية.

إضاعة الوقت في التفاهات من المحادثات والتعارف المجرد.

يتمتع بعض السكان في العالم بوفرة في مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت بينما يعاني البعض الآخر من قلة المعلومات مما أدى إلى زيادة الفجوة المعرفية بين من يملكون المعلومات ووسائلها وبين من لا يملكونها.

الاتصال عبر مواقع التواصل يفتقر إلى الاجتماعية.

صعوبة السيطرة عليه.

يتصف بالفوضوية.

الاستخدام السيئ والابتزاز من قبل المراهقين. (محمد العوضي، 2019، ص 29.28)

إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسات:

لاشك أن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات نذكر منها:

أنها تقلل من انطوائية الأفراد، وتعزز الاجتماعية لديهم وتجعلهم يشعرون بالمجتمع والحياة من حولهم.

إبداء الرأي بكل حرية فيما يتعلق بالمقترحات والأفكار المستحدثة.

التسويق والإعلانات.

يستخدم الموظفون المواقع كهدف لمساعدتهم في إنجاز مهامهم داخل مؤسساتهم.

معرفة الأحداث الداخلية والخارجية للمؤسسة.

التواصل مع المؤسسات والإدارات الأخرى.



الاكتساب العلمي.

تبادل الثقافات بين الشعوب.

تبادل المعلومات والأفكار والمقترحات بين الإدارات المؤسسة المختلفة.

وظائف شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالرضا الوظيفي في النقاط التالية:

اتجاه قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، الأمر الذي يحقق الرضا الذاتي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وميولهم للعالم الافتراضي.

في إطار الوظيفة تنشأ مايسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع الموظفون من خلالها حول أهداف خاصة بالمؤسسة قد تكون غائبة عن باقي الموظفين في العالم الواقعي. نقل الوقائع والأحداث التي تحدث داخل المؤسسة.

القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها تلك المؤسسة.

تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في تعزيز الجانب السلبي، ومن ثم تحقيق الغزو الثقافي.

تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالفخامة بشكل مسبق.

تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لغرض التسويق والإعلان داخل المؤسسات.

وظيفة التسلية والترفيه مما يعزز من رضا الموظفين العاملين داخل المؤسسة. (مرجع سابق، ص34)

عرض نتائج الدراسة وتفسيرها:

في إطار التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة حُصِّصت هذه الجزئية لوصف وتقسيم إجابات عينة الدراسة من خلال المتوسطات الحسابية ومستوى الموافقة على تلك الأسئلة واختباراتها، وفيما يأتي التفاصيل:





قيم ثبات ألفا كرونباخ

ثبات ألفا كرونباخ	صدق الأداة
.921	.959

حيث يتراوح معامل ألف كرونباخ لأبعاد الاستمارة بين (0.921-0.959) وهي معاملات ثبات مقبولة وإن معامل الثبات الإجمالي لصدق أداة الاستبانة وصل إلى (0.959)، وطبقاً للعديد من الدراسات إن معامل الثبات يعد عالياً إذ بلغ (0.6) فما فوق، ومن ثم فإن معامل الصدق الذاتي للاستمارة ككل هو معامل صدق جيد، ويجعل استمارة الاستبانة على درجة كافية من الصدق والثبات.

جدول رقم 1

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	64	51.6
إناث	60	48.4
المجموع	124	100

يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة المبحوثين من الذكور أعلى من نسبة المبحوثين من الإناث، حيث بلغت النسبة المئوية للذكور (51.6) في حين أن النسبة المئوية للإناث (48.4)، وهو مؤشر على أن ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي يعتمد في أداء مهامه على الذكور والإناث نظراً لتقارب النسبة المئوية بينهما.

جدول رقم 2

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 29 سنة	12	9.7
من 30 إلى 39 سنة	38	30.6
من 40 إلى 49 سنة	48	38.7
أكبر من 49 سنة	26	21
المجموع	124	100



الجدول رقم (2) يبين الخصائص الديمغرافية "العمرية" للمبحوثين حيث يتضح أن نسبة الفئات العمرية من (49.40 سنة) هي أعلى نسبة مئوية (38.7) كمتوسط أعمار الموظفين داخل المؤسسة قيد الدراسة.

جدول رقم 3

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	19	15.3
جامعي	105	84.7
المجموع	124	100

يتضح من الجدول رقم (3) أن أغلبية الموظفين بديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي هم من حاملي الإجازة الجامعية أي من أهل التخصص في ممارسة المهام المناطة بهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (84.7%).

جدول رقم 4 ما مستوى مهارتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مهارة عالية	26	21.0
مهارة متوسطة	84	67.7
مهارة ضعيفة	14	11.3
المجموع	124	100
المتوسط الحسابي = 2.10		

يظهر الجدول رقم (4) أن مستوى مهارة الموظفين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متوسط، وذلك بنسبة مئوية تبلغ (67.7%) وهي نتيجة مقبولة نسبياً.

جدول رقم 5 معرفة الموظفين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي المطبقة في مؤسسة ديوان

المحاسبة الليبي - فرع بنغازي

العبارة	المقياس						الوسط المرجح	الأهمية النسبية
	عالية		متوسطة		ضعيفة			
	ت	%	ت	%	ت	%		
لدي معرفة شاملة عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	40	32.3	72	58.1	12	9.7	2.23	74.3



71.7	2.15	13.7	17	57.3	71	29	36	لدي معرفة شاملة عن أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي التي تحتاجها المؤسسة في إنجاز المهام المناطة بها
70.3	2.11	18.5	23	51.6	64	29.8	37	أتابع باستمرار ما يتم تفعيله من الأنظمة الإلكترونية الجديدة المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي
72	2.16	12.1	15	61.3	76	25	31	لدي خلفية عن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
73	2.19	14.5	18	53.2	66	31.5	39	لدي خلفية معرفية عن إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة
المتوسط الكلي لمستوى المعرفة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي = 2.168								

يتضح من الجدول رقم (5) مدى معرفة الموظفين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي المطبقة في المؤسسة (ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي) أن الفقرة التي تحصلت على أكبر وزن مثوي تنص على مدى معرفة الموظفين الشاملة عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بوزن نسبي قيمته (74.3%).

جدول رقم 6 مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمل الإداري داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي

الأهمية النسبية	الوسط المرجح	المقياس						العبارة
		ضعيفة		متوسطة		عالية		
		%	ت	%	ت	%	ت	
71	2.13	12.9	16	61.3	76	25.8	32	هل تساهم في تغير الهيكل التنظيمي (إلغاء أو إنشاء أو دمج بعض الوحدات) بما يزيد من فعالية وكفاءة التنظيم
70	2.10	16.9	21	56.5	70	26.6	33	توفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات في الوقت المناسب
72.3	2.17	14.5	18	54	67	31.5	39	تبسيط الإجراءات الإدارية
71.3	2.14	15.3	19	55.6	69	29	36	تسهيل عملية الاتصال بين الإدارات المختلفة



								داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي
73.7	2.21	15.3	19	48.4	60	36.3	45	تقلل من عدد المعاملات الورقية في أداء الإجراءات الإدارية داخل المؤسسة
المتوسط الكلي لمستوى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمل الإداري = 2.148								

يبين الجدول رقم (6) مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمل الإداري داخل المؤسسة (ديوان المحاسبة الليبي - فرع بنغازي) أن الفقرة التي تنص على التقليل من عدد المعاملات الورقية في أداء الإجراءات الإدارية داخل المؤسسة قد تحصلت على أعلى نسبة مئوية بمتوسط حسابي قيمته (2.21) ووزن نسبي (73.7%).

جدول رقم (7) مدى مساهمة أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الموظفين داخل

مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي

العبارة	المقياس						الوسط المرجح	الأهمية النسبية
	عالية		متوسطة		ضعيفة			
	ت	%	ت	%	ت	%		
زيادة نسبة المعرفة للموظفين عن طريق شبكات التواصل لمهام العمل	36	29	64	51.6	24	19.4	2.10	70
تسهيل شبكات التواصل الاجتماعي عملية الرقابة والمتابعة للموظفين	34	27.4	76	61.3	14	11.3	2.16	72
تحفيز لروح الإبداع والتطوير الذاتي بين الموظفين	37	29.8	65	52.4	22	17.7	2.12	70.7
سرعة إنجاز العمل باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	36	29	67	54	21	16.9	2.12	70.7
انخفاض نسبة الأخطاء في العمل	36	29	65	52.4	23	18.5	2.10	70
المتوسط الكلي لمستوى مساهمة أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الموظفين = 2.121								

يتضح من الجدول رقم(7) مدى مساهمة أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الموظفين داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي أن درجات قيمة التحفيز لروح الإبداع والتطوير الذاتي بين الموظفين، كذلك فقرة سرعة إنجاز العمل باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تحصلت على أكبر نسبة مئوية بمتوسط حسابي(2.12) ووزن نسبي (70.7%) وبمتوسط كلي لمستوى مساهمة أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الموظفين 2.121.

جدول رقم (8) متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسة

العبارة	المقياس						الوسط المرجح	الأهمية النسبية
	عالية		متوسطة		ضعيفة			
	ت	%	ت	%	ت	%		
تهتم المؤسسة بتوعية الموظفين بأهمية استخدام شبكات التواصل داخل المؤسسة	31	25	80	64.5	13	10.5	2.15	71.7
توظف المؤسسة أفراد مؤهلين علميًا وعمليًا في استخدام هذه الشبكات	33	26.6	63	50.8	28	22.6	2.04	68
يتم تقديم دورات تدريبية لفائدة العاملين عن كل ما هو جديد فيما يخص تكنولوجيا المعلومات	38	30.6	63	50.8	23	18.5	2.12	70.7
تعمل المؤسسة على ضمان وصول المعلومات في الوقت المناسب باستخدام شبكات تواصل اجتماعي	43	34.7	60	48.4	21	16.9	2.18	72.7
تساهم شبكات التواصل الاجتماعي على تحسين الأداء الوظيفي	51	41.1	55	44.4	18	14.5	2.27	75.7
المتوسط الكلي لمستوى توفر متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسة = 2.150								

تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (8) متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسة جاءت في مجملها بمتوسط حسابي (2.150)، هذا وقد تصدرت فقرة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي على تحسين الأداء الوظيفي بأعلى نسبة متوسط حسابي بمقدار (2.27) ووزن نسبي بمقدار (75.7%).



جدول رقم (9) مدى توفير التسهيلات اللازمة من قبل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي
لدعم أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	المقياس						الوسط المرجح	الأهمية النسبية
	عالية		متوسطة		ضعيفة			
	ت	%	ت	%	ت	%		
توفر المؤسسة أجهزة حاسب بمواصفات تمكن الموظفين من الدخول إلى أنظمة شبكات التواصل	30	24.2	67	54	27	21.8	2.02	67.3
توفر مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي فرع بنغازي شبكات تواصل سريعة وأمنة	31	25	74	59.7	19	15.3	2.10	70
تهتم المؤسسة بتطوير أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مستمر	38	30.6	58	46.8	28	22.6	2.08	69.3
توفر المؤسسة كافة البرامج التي يحتاجها المواطنين لتشغيل الأنظمة المستخدمة في مجال عملهم	34	27.4	69	55.6	21	16.9	2.10	70
تستجيب المؤسسة بشكل سريع لأي متطلبات تقنية تخدم مصلحة العمل	38	30.6	64	51.6	22	17.7	2.13	71
المتوسط الكلي لمستوى توفير التسهيلات اللازمة لدعم أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي = 2.087								

يتضح من الجدول رقم (9) مدى توفير التسهيلات اللازمة من قبل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي لدعم أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي أن درجات المتوسط الحسابي الكلي (2.08) وتحصلت فقرة تستجيب المؤسسة بشكل سريع لأي متطلبات تقنية تخدم مصلحة العمل على أعلى نسبة مئوية بمتوسط حسابي (2.13) ووزن نسبي (71%).



جدول رقم (10) التحديات التي تواجه أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة مؤسسة ديوان

المحاسبة الليبي. فرع بنغازي

الأهمية النسبية	الوسط المرجح	المقياس						العبارة
		ضعيفة		متوسطة		عالية		
		%	ت	%	ت	%	ت	
67.7	2.03	13.7	17	69.4	86	16.9	21	برامج الأمان والحماية للمعلومات التي تستخدمها مؤسسة تعتبر كافية
68.7	2.06	16.1	20	61.3	76	22.6	28	تواجهك صعوبات في التعامل مع الحاسب الآلي لأداء الأعمال المطلوبة
68.7	2.06	21	26	51.6	64	27.4	34	تطور التقنيات المستخدمة من أجهزة وبرامج وشبكات وغيرها زادت من صعوبة مواكبة التقنيات الحديثة
71	2.13	13.7	17	59.7	74	26.6	33	تواجهك صعوبات في التعامل مع الأنظمة الإلكترونية
68.7	2.06	21.8	27	50	62	28.2	35	توجد مقاومة ورفض من قبل بعض الموظفين لأنظمة شبكات التواصل الاجتماعي
المتوسط الكلي لمستوى التحديات التي تواجه أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة المؤسسة = 2.071								

تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (9) التحديات التي تواجه أنظمة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي. فرع بنغازي أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي قد بلغ (2.07) هذا، وقد تحصلت فقرة تواجهك صعوبات في التعامل مع الأنظمة الإلكترونية على أعلى نسبة مئوية بمتوسط حسابي بلغ (2.13) ووزن نسبي (71%).



جدول رقم (11) مدى فعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مؤسسة ديوان المحاسبة

الليبي. فرع بنغازي

الأهمية النسبية	الوسط المرجح	المقياس						العبارة
		ضعيفة		متوسطة		عالية		
		%	ت	%	ت	%	ت	
68.7	2.06	20.2	25	53.2	66	26.6	33	تتصف شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة التصفح والاستخدام
69	2.07	14.5	18	63.7	79	21.8	27	عملية الدخول لأنظمة إدارة المؤسسة عن طريق شبكات التواصل سهلة وسريعة وسلسة
70	2.10	16.1	20	57.3	71	26.6	33	المعلومات المسترجعة من مواقع خاصة بالمؤسسة دقيقة وموثوقة
70.3	2.11	16.1	20	56.5	70	27.4	34	توجد نسخ إلكترونية احتياطية للبيانات والمعلومات في حال فقدانها
68.7	2.06	22.6	28	48.4	60	29	36	ما زالت بعض المهام وإجراءات العمل تتم ورقياً للقصور في وجود شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة
المتوسط الكلي لمستوى فعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة = 2.082								

يتضح من الجدول رقم (11) مدى فعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مؤسسة ديوان

المحاسبة الليبي. فرع بنغازي حيث جاءت النتائج في مجملها بمتوسط حسابي قيمته (2.08) وتفيد البيانات

الواردة أن الفقرة التي تنص على أنه توجد نسخ إلكترونية للبيانات والمعلومات في حال فقدانها قد تحسنت

على أعلى نسبة مئوية بمتوسط حسابي مقداره (2.11) ووزن نسبي (70.3%).





النتائج العامة للبحث:

نستخلص من النتائج المفسرة أعلاه أن مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي من حيث المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة تعتمد على الموظفين من الجنسين الذكور والإناث خاصة من الفئات العمرية ما بين (40. 49 سنة)، كذلك تعتمد في اختيار موظفيها على حملة الشهادات الجامعية أي من المتخصصين في أداء المهام المناطة بهم، وبمهارات متوسطة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العمل، كما عكست النتائج أعلاه مدى قدرة ومعرفة الموظفين بشكل مقبول في الاعتماد على خدمات شبكات التواصل الاجتماعي لإنجاز الأعمال الموجهة لهم، وأنهم على دراية ومعرفة متوسطة ومقبولة في إنجاز الأعمال بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة لسرعة إنجاز الأعمال والمهام المتعلقة بالموظفين داخل المؤسسة.

وهذا بدوره ينعكس على تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة، وذلك لمواكبة كل جديد من تطورات تقنية الاتصال بما يخدم مصلحة العمل، إلا أنه وطبقاً لنتائج هذه الدراسة تأكد وجود بعض الصعوبات التي تواجه الموظف عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العمل، وذلك بسبب قلة الإمكانيات المتاحة لدى المؤسسة في الاعتماد على تقنية الاتصال لإنجاز الأعمال الخاصة بالمؤسسة، رغم كل المحاولات لمواكبة كل ما هو جديد في تكنولوجيا الاتصال لإنجاز المهام المناطة بالموظفين داخل المؤسسة.

التوصيات:

1. على ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يقترح الباحث العديد من التوجيهات على النحو التالي:
1. تشجيع المسؤولين الإداريين داخل المؤسسات على زيادة الاهتمام باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت الدراسة قلة استخدام هذه المواقع داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي.
2. تشجيع الموظفين داخل مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل التواصل داخل المؤسسة وخارجها.
3. عقد وتنظيم الندوات لجميع الموظفين في مؤسسة ديوان المحاسبة الليبي . فرع بنغازي حول أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وزيادة قدرتهم وإمكاناتهم بهذا الخصوص.
4. العمل على الحد من معوقات التنمية التي تحد من عملية التواصل بين الموظفين داخل المؤسسة.





5. الحرص على عدم الإفصاح على المعلومات السرية للمؤسسة ونشرها لوسائل التواصل الاجتماعي وإصدار القرارات التي تحمي حق الشركة بذلك.

الخاتمة:

تعد المنصات الرقمية أداة فعالة لما لها من دور في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة، حيث يتضح من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثراً إيجابياً على موظفي المؤسسة، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي مساهمة فعالة في تنمية الأداء الوظيفي للمؤسسة.





قائمة المراجع:

1. حمايي محرز، (2016.2015)، استخدام الإنترنت وأثرها على العملية الاتصالية داخل المؤسسة العمومية، الجزائر.
2. عائشة بنت أحمد الحسيني، (2013)، أثر تطبيق أنظمة الإدارة الإلكترونية على الأداء الوظيفي، القاهرة.
3. محمد الفاتح حمدي، (2016.2017) استخدامات الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال، مصر.
4. محمد سرحان المحمودي، (2019)، مناهج البحث العلمي، صنعاء، ط3.
5. عامر إبراهيم قنديلجي، (2008)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، السعودية.
6. شاولي شوقي، (2008.2007)، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات، الجزائر.
7. مشاط وباطويل، (2005)، تطبيق الإدارة الإلكترونية بجامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.
8. عبد الجبار، (2010)، الإدارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على مستوى الأداء لدى موظفي مستشفى جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
9. أبو عون، (2010)، تكنولوجيا المعلومات كأساس ومتطلب للتحديث، ليبيا.
10. عثمان محمد الدليمي، (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، مملكة الأردن.
11. علي سيد إسماعيل، (2020)، مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة الميناء.
12. محمد العوضي، (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي، الإمارات العربية المتحدة.

المؤسسات المعلوماتية ودورها في بناء السياسات الوطنية للمعلومات

دراسة تحليلية لواقع الحال بالدولة الليبية

♦ د. عزة ابوبكر المنصوري

المستخلص:

تأتي هذه الدراسة في إطار الاهتمام بالدور الذي يجب أن تؤديه المؤسسات المعلوماتية والقائمون عليها في بناء السياسة الوطنية للمعلومات، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهمية إشراكها والقائمين عليها في بناء السياسات المعلوماتية الوطنية لما لهما من دراية وقدرة على تعزيز المفاهيم المرتبطة بالمعلومات، ومجالات استخدامها والتحكم بها. فالمؤسسات المعلوماتية هي المعنية بالحصول على المعلومات وتوظيفها والتحكم بها وبثها بالدرجة الأولى، هذا إلى جانب قدرتهم على تحديد وفهم السلوك المعلوماتي لأفراد المجتمع، وتحديد نقاط القوة والضعف في البناء المعلوماتي للدولة.

غير أن واقع الحال يظهر استبعاد هذه الشريحة وتغيب دورها بشكل جزئي وفي أغلب الأحيان يكون التغيب كلياً. ويظهر البحث المبدئي أن الوضع الراهن بالدولة الليبية غير مشجع فيما يتعلق بسياساتها الوطنية مع ما تمر به من تخطيط وفوضى على الصعيد السياسي والاقتصادي والذي القى بظلاله على الجانب المعلوماتي بالدولة.

وللوقوف على استقرائيات الموضوع وتحديد الوضع الراهن للسياسة المعلوماتية بالدولة الليبية تم اعتماد منهج دلفي لاستقراء آراء عشرين خبيراً من خبراء المعلومات، ممن لهم خبرة علمية وعملية لا تقل عن 20 عاماً في مجال الخدمة المعلوماتية، وذلك لأجل الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تطرحه الدراسة والمتمثل في:

- هل للمؤسسات المعلوماتية دور في رسم السياسة المعلوماتية الوطنية في الدولة الليبية؟ ويتفرع عنه مجموعة من التساؤلات المتمثلة في:
- ما الذي يمكن أن يضيفه أخصائي المعلومات للسياسة المعلوماتية؟

- ما المعوقات التي تحول دون إشراك المؤسسات المعلوماتية في صناعة السياسة المعلوماتية؟
 - ما الرؤي التي تتطلع لها المؤسسات المعلوماتية؟
- وبناء على ما مضى توصلت الدراسة لجملة من النتائج والتوصيات يأتي في مقدمتها ضرورة إسهام المكتبيين وأخصائي المعلومات في وضع السياسة الوطنية للمعلومات.
- الكلمات المفتاحية: السياسة المعلوماتية، السياسة الوطنية للمعلومات، المؤسسات المعلوماتية، أخصائي المعلومات، الدولة الليبية.



Information institutions and their role in building national information policies: an analytical study of the reality of the situation in the Libyan state

Dr. Azza A Abubaker

Abstract:

The main aim of the study is to explore the role that information institutions and those responsible for them must play in building the national information policy. Through this study, we seek to highlight the importance of involving them and those responsible for them in building national information policies because of their knowledge and ability to enhance the concepts related to information, and the areas of its use and control. Information institutions are primarily concerned with obtaining, using, controlling, and disseminating information, in addition to their ability to identify and understand the information behavior of members of society, and identify the strengths and weaknesses of the state's information construction.

However, the reality of the situation shows the exclusion of this segment and the partial absence of its role, and in most cases the absence is complete. Initial research shows that the current situation in the Libyan state is not encouraging with regard to its national policies, with the confusion and chaos it is experiencing at the political and economic levels, which has cast a shadow on the information aspect of the state.

In order to investigate the topic and determine the current situation of information policy in the Libyan state, the Delphi method was adopted to extrapolate the opinions of twenty information experts, who have scientific and practical experience of not less than 20 years in the field of information services, in order to answer the main question posed by the study, which is:

- Do information institutions have a role in drawing up the national information policy in the Libyan state? It results from a set of questions:
- What can an information specialist add to information policy?
- What are the obstacles that prevent the involvement of information institutions in information policy making?
- What visions do information institutions aspire to?





Based on the above, the study reached a number of results and recommendations, the first of which is the need for librarians and information specialists to contribute to developing the national information policy.

Key words: information policy, national information policy, information institutions, Libya.

المقدمة:

احتلت المعلومات في مجتمعاتنا المعاصرة موقعاً متميزاً ودوراً بارزاً، تزايد مع السنوات والتغيرات المتسارعة والتي جعلت منها محور ارتكاز ومحركاً فاعلاً في مختلف الأنشطة البشرية خاصة بعد الانتشار الواسع لتطبيقات تقنية المعلومات والاتصالات، والتي أدت إلى زيادة تدفق وانسياب المعلومات، على الصعيد المحلي والدولي، ولقد أدركت البلدان الصناعية المتقدمة هذه المسألة مبكراً، وأخذت تتعامل مع المعلومات بدرجة كبيرة من الاهتمام، وتمكنت من توظيفها وتطويرها وتحقيق تطوراً مذهلاً مما جعلها تتعامل معها كثروة وطنية لا تقل أهمية عن الموارد البشرية والاقتصادية (1). كما رسخت لديها ثوابت علمية في التعامل مع المعلومات واستخدامها في مجالات الحياة المختلفة حيث اعتمدت كشرط ضروري في عمليات رسم السياسات وتحديد اتجاهات ومنهجية التطور واتخاذ القرارات المباشرة، وغدت المعلومات وتقنياتها شعار المرحلة الحالية والمقبلة، وأصبح معيار نجاح أي مؤسسة أو دولة بما تملكه من معلومات، فبدونها لا يمكن استثمار الموارد الأخرى (2).

لهذا أصبح لزاماً على الدول العمل على وضع سياسات من شأنها أن تعمل على إتاحة وتسهيل الاستفادة من المعلومات، وتوفير البيئة المناسبة لإدارتها. خاصة بعد أن أصبحت تصنف الدول لدول غنية بالمعلومات وأخرى فقيرة معلوماتياً.

وتختلف الدوافع التي تحفز الدول لبناء سياسة معلوماتية، فالدول المتقدمة تعمل على إنشاء وتطوير سياستها المعلوماتية خوفاً منها من الاضمحلال والانهيار الاقتصادي، بينما تعمل الدول النامية على وضع سياسات وطنية للمعلومات لرغبتها في الارتقاء والبلوغ إلى المجتمع الاقتصادي من خلال استثمارها وتوظيفها للمعلومات (3). ففي عام 1976 م تم إقرار برنامج عام للمعلومات ضمن أحداث المؤتمر التاسع عشر عقبه تحديد واضح لأهداف السياسة المعلوماتية في المؤتمر العشرين الذي عقد سنة 1978 م، وتضمنت الأهداف خمسة أنشطة رئيسية يتكفل بها البرنامج العام للمعلومات بمنظمة اليونسكو تمثلت

في: (4)





- تشجيع صياغة سياسات وحفظ المعلومات على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية.
 - تشجيع ونشر النظم والمعايير في مجال المعلومات.
 - الإسهام في تطوير البنى الأساسية للمعلومات.
 - تطوير نظم المعلومات المتخصصة في مجالات التعليم والثقافة والاتصال والعلوم التقنية والاجتماعية.
 - تشجيع وتدريب وتعليم المتخصصين والمستفيدين من المعلومات.
- ومن هنا برز الاهتمام بوضع السياسات المعلوماتية من خلال ما قدمته العديد من الدراسات التي سعت لاستقراء واقع السياسات المعلوماتية على الصعيد المحلي والعالمي، والتي حاولت أن ترصد واقع السياسات المعلوماتية، وتحدد أهم ما يجب أن تتضمنه من محاور، ويركز هذا النوع من الدراسات على ترسيخ المفاهيم والنظريات العملية المتعلقة به، ومن هذه الدراسة دراسة ناجية قموح (5) والتي حاولت من خلالها إبراز دور المعلومات العلمية والتقنية في التنمية العلمية الشاملة، وتوصلت الدراسة إلى أن قطاع المعلومات الجزائري يفتقد إلى البنية المعلوماتية الجيدة مما أضعف قدرته على أحداث التنمية والتطور، كما هو معروف بالحالة الراهنة لواقع قطاع المعلومات وسياسة المعلومات محددة معوقات قيامها، ولتحقيق هذا الهدف اعتمد الباحث على تحليل الإنتاج الفكري الصادر في هذا المجال واستخدام الاستبانة والمقابلة الشخصية كأداتين أساسيتين لتجميع البيانات، وقد قدمت الدراسة مقترحات بشأن قطاع المعلومات والبنية الداعمة لبناء سياسة وطنية للمعلومات العلمية والفنية والتقنية حيث أن قطاع المعلومات الجزائري يفتقد إلى كل ما سبق ذكره.
- هذا وقد تناولت حنان بيزان (6) بالدراسة التخطيط لبنية أساسية لمجتمع المعلومات بالدولة الليبية، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي يمكن اعتمادها كنقطة انطلاق نحو فهم الأسس البنائية لخلق مجتمع المعلومات، مؤكدة على ضرورة التخطيط الجيد وتعزيز الوعي بأهمية الوصول إلى المعلومات وتوظيفها والتحكم فيها، وقد أكدت الدراسة على ضرورة الاهتمام بالسياسات الوطنية كأحد الخطوات التي تقود إلى مجتمع المعلومات. كذلك فقد أكدت على وجود تخطيط في عملية التخطيط لسياسة المعلومات بالدولة الليبية وعدم تماشيها مع ما ورد في تعريف كرسيانو.



وفي ذات السياق قدم أحمد فضيل (7) دراسة هدفت لإبراز ضرورة صياغة سياسة وطنية معلوماتية وأهميتها في إنجاح عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وجعل إعداد مثل هذه السياسات من أولويات الدول. حيث أشارت الاتجاهات الإحصائية بأن مستويات الإدارة ليست مهمة بالوضع المعلوماتي بالدولة، أوصت الدراسة بضرورة اعتراف السلطات الوطنية وجميع فئات المجتمع بالمعلومات كمورد وطني، إلى جانب ضرورة الاستغلال الفاعل والأمثل للمعلومات والبيانات وكذلك المعرفة والخبرة في جميع المجالات. ومن الدراسات التي سلطت الضوء على أهمية وجود سياسة معلوماتية وطنية دراسة سوسن ضملني (8) حيث تناولت بالدراسة تحديد دور السياسة الوطنية للمعلومات في تحقيق الأمن الفكري والوعي المعلوماتي لدي طلاب المرحلة الثانوية وطالباتها في مدينة جدة. وقد رصدت الدراسة وجود مؤثرات عديدة تؤثر على الأمن المعلوماتي للطلبة وأن معالجتها تتم من خلال استهداف السياسة الوطنية للمعلومات وسائل الإعلام.

هذا وهدفت الدراسة المعدة من قبل آية سالم أحمد حفي (9) إلى التعرف على واقع السياسة الوطنية للمعلومات بمصر، حيث تم استخدام منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى ضعف السياسة الوطنية للمعلومات الموجودة بمصر وأنها لا ترتقي بالمستوي المنشود، وعليه فقد قدمت برنامجا مقترحا لسياسة وطنية تُثلي للدولة المصرية، وكغيرها من الدراسات لم يتم الاهتمام بنتائجها وترجمتها على أرض الواقع. ومنها ما قام به فهد بن مصطفى بإجراء دراسة للتعرف على واقع السياسة الوطنية للمعلومات في المملكة السعودية من خلال إثراء الإنتاج الفكري في مجال السياسات وطريق استعراض تجارب دول العالم الأخرى(10).

وتبرز دراسة نعيمة بن ضيف (11) دور الجامعات الجزائرية في عملية بناء النظام الوطني للمعلومات، وأجريت الدراسة على مكاتب جامعة قلمة، واستخدام الاستبانة والمقابلة مع مسؤولي المكاتب والمكتبيين، وقد كشفت الدراسة ضعف المكاتب الجامعية الجزائرية من حيث تجهيزاتها، الموارد المالية، الموارد البشرية المؤهلة، الأرصدة الوثائقية، الخدمات المقدمة، والتفاعل في تأدية المهام والوظائف الموكلة لها في إطار بناء نظام وطني للمعلومات.

وقد قدم Gaonet N Oti (12) دراسة حاول فيها تحليل وفهم الوضع الراهن للتعاون بين المكاتب في كينيا، وتقديم وصف موجز للبنية التحتية للمعلومات في البلاد، حيث تبين وجود العديد من العراقيل التي

تعيق عملية التعاون على الرغم من الجهود المبذولة لخلق برامج تعاونية، كما أكدت الدراسة أنه يمكن التغلب على العديد من هذه العراقيل من خلال وضع سياسة وطنية للمعلومات.

هذا وقد تناولت دراسات أخرى السياسة المعلوماتية من منظور نظري وتصنف مثل هذه الدراسات على أنها دراسات تأطيرية تعمل على ترسيخ المفاهيم الأساسية، كدراسة حسانة محي الدين (13) والتي ركزت على إبراز أهمية السياسات الوطنية في بناء مجتمع المعلومات، إضافة إلى الدراسة المعدة من قبل حسن النور حسن (14) التي هدفت إلى معرفة دور المكتبات الوطنية في بناء المجتمع، وغيرها من الدراسات والتي تعتبر مرجعا أساسيا لفهم الخلفية المعرفية لنظام المعلوماتي.

ونلاحظ من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة وجود تخطيط في عملية إعداد السياسة الوطنية للمعلومات لدى العديد من دول العالم الثالث، هذا إلى ترك الأمر في أغلب الأحيان لجهات غير متخصصة، مما نتج عنه ضعف في السياسات المعدة وعدم الاهتمام بمتابعة تنفيذها وإجراء التعديلات اللازمة في حال عدم تماشيها مع الواقع، إضافة لذلك عدم التعاطي مع السياسة المعلوماتية على أنها أمر وطني يتطلب رعاية ودعم من جهات تشريعية وتنفيذية بالدولة. ومن هنا جاءت هذه الدراسة في إطار الاهتمام بالدور الذي يجب أن تؤديه المؤسسات المعلوماتية والقائمون عليها في بناء السياسة الوطنية للمعلومات، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية إشراك المؤسسات المعلوماتية والقائمين عليها في بناء السياسات المعلوماتية لما لهما من دراية وقدرة على تعزيز المفاهيم المرتبطة بالمعلومات، ومجالات استخدامها والتحكم بها.

فالؤسسات المعلوماتية هي المعنية بالحصول على المعلومات وتوظيفها والتحكم بها وبها بالدرجة الأولى، إلى جانب قدرتهم على تحديد وفهم السلوك المعلوماتي لأفراد المجتمع، وتحديد نقاط القوة والضعف في البناء المعلوماتي للدولة.

غير أن واقع الحال يظهر استبعاد هذه الشريحة وتغيب دورها بشكل جزئي وفي أغلب الحالات يكون التغيب كلياً. ويظهر البحث المبدئي أن الوضع الراهن بالدولة الليبية غير مشجع؛ فيما يتعلق بسياساتها الوطنية مع ما تمر به تخطيط وفوضى على الصعيد السياسي والاقتصادي، والذي ألقى بظلاله على الجانب المعلوماتي للدولة. وللوقوف على استقرائات الموضوع تم اعتماد منهج دلفي لاستقراء آراء 20 خبيراً من خبراء المعلومات ممن لهم خبرة علمية وعملية لا تقل عن 20 عاماً في مجال الخدمة المعلوماتية، وذلك لأجل



الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تطرحه الدراسة والمتمثل: هل للمؤسسات المعلوماتية دور في رسم السياسة المعلوماتية بالدولة الليبية؟ ويتفرع عنه مجموعة من التساؤلات وهي:

- من المسؤول عن وضع وتنفيذ السياسة الوطنية للمعلومات بالدولة الليبية؟
 - ما الذي يمكن أن يضيفه أخصائي المعلومات للسياسة المعلوماتية؟
 - ما هي المعوقات التي تحول دون إشراك المؤسسات المعلوماتية في صناعة السياسة المعلوماتية؟
 - ما هي الرؤى التي تتطلع لها المؤسسات المعلوماتية؟
- وتستمد الدراسة أهميتها من أهمية المعلومات وتأثيرها الواضح على المجتمعات الحديثة والتي أصبح يوصف بها (مجتمع المعلومات)، مما يوجب علينا العمل على فهم الوضع الراهن، وتحديد العناصر التي توجب علينا تضمينها بالسياسة، كذلك تبرز أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور المؤسسات المعلوماتية، وحث كافة قطاعات الدولة بضرورة العمل على إرساء السياسة المعلوماتية وإشراك المعلوماتيين فيها.

مجال الدراسة وحدودها:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على التعرف على دور أخصائي المعلومات والمؤسسات المعلوماتية في بناء السياسات الوطنية للمعلومات.

الحدود المكانية: دولة ليبيا.

الحدود الزمنية: فترة الدراسة والمتمثلة في 2021-2022م.

الإطار النظري للدراسة:

في هذا الجزء من الدراسة نحاول تحديد المعالم النظرية المتعلقة بالسياسة المعلوماتية، وإزالة اللبس عن بعض القضايا الجدلية، وذلك من خلال التطرق إلى مفهوم السياسة وأهميتها ومستوياتها والمراحل التي تمر بها. حيث أظهر الاطلاع على أدبيات الموضوع وجود قصور في تفسير بعض المسائل المرتبطة بهذه القضايا، من حيث مدي الشمولية وتوحيد الفهم المشترك حول ما يجب أن تتضمنه السياسة المعلوماتية الوطنية.



ماهية السياسة المعلوماتية:

يكاد أن يكون هناك شبه أجماع بين الباحثين حول تحديد مفهوم السياسة الوطنية للمعلومات، حيث عرفت على أنها "عبارة عن مجموعة من البيانات اللازمة لخلق جملة برامج معلوماتية ضمن إطار التطور الاقتصادي العالمي" (15). وتعرف أيضا بأنها "مجموعة القواعد والمبادئ العامة التي تنظم وتوجه تدفق المعلومات بما يخدم الأهداف العامة للتنمية" (16). وبهذا فهي عبارة عن خطة لتطوير مصادر المعلومات واستخدامها الأمثل، بواسطة جميع الأفراد والمؤسسات لتحقيق التنمية الوطنية الشاملة والمستدامة (17). هذا وقد عرفت منظمة اليونسكو في مؤتمرها المنعقد عام 1976م على أنها مجموعة من المبادئ والاستراتيجيات التي تقدم لتوجيه اللازم من أجل تحقيق هدف معين، فالسياسات هي خطة تنفيذية عامة (18). وبهذا فإن السياسة المعلوماتية تعمل على إرشادات لتصميم استراتيجيات وبرامج لتطوير واستخدام موارد المعلومات والخدمات والأنظمة بشكل فاعل، فهي مجموعة من القواعد الرسمية أو غير الرسمية التي تقيد أو تشجع تدفق المعلومات، وعليه يمكن القول بأنها مجموعة من القوانين أو القواعد التي تستمد من النظام الوطني للدولة والمتعلقة في الغالب بحقوق النشر والوصول إلى المعلومات وحرية التعبير ومجالات الاتصالات وتقنيات المعلومات، وما شابه ذلك من قوانين مرتبطة بالمعلومات. تأسيسا على ما سبق فإنه يمكن استخلاص أن السياسة الوطنية للمعلومات هي ذلك الإطار الذي يوجد وينظم أنشطة مجالات المعلومات ويوحد جهودها وإمكاناتها، إضافة إلى أنها خطة لتطوير مصادر المعلومات واستخدامها الأمثل.

أهداف السياسة الوطنية للمعلومات:

تعمل السياسة الوطنية للمعلومات على تحقيق جملة من الأهداف، والتي قد تختلف من دولة لأخرى وذلك وفقا للرسالة والرؤية المعتمدة من قبل الدولة، وتمثل درجة التطور إحدى العوامل المؤثرة، فالتباين في المستويات التقنية والصناعية يؤدي إلى اختلاف وتباين الأهداف المرسومة، وقد أسهمت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) في دعم الجهود التي تهدف إلى تنظيم عمليات تداول المعلومات على المستويات المختلفة. فقد عملت على تشجيع التعاون بين الدول فيما يخص الأنشطة الفكرية والمعرفية ومساعدة الدول في تطوير وتنمية خدماتها في مجال التوثيق والمكتبات والمخطوطات، إضافة إلى العمل على



حث الدول الأعضاء على ضرورة وضع سياسة معلوماتية وطنية، ولكن في المجمل تتلخص أهدافها في الآتي (19):

- التأكيد على أهمية المعلومات واعتبارها مورداً وطنياً.
- الاستغلال الأمثل والفعال للموارد المعلوماتية للمساهمة في التنمية الوطنية.
- توظيف وتنظيم الجهود الوطنية لرفع مستوى الفعالية للمرافق المعلوماتية.
- تجميع مصادر المعلومات واستغلالها من أجل المساعدة في عملية صنع القرار وشموليته.
- إرساء مبدأ العمل المشترك فيما بين المؤسسات المعلوماتية بالدولة.
- العمل على توفير البيئة الملائمة لإدارة مرافق المعلومات.
- تحديد المتطلبات الأساسية لأمن المعلومات وذلك لحماية الأصول المعلوماتية.
- تحديد المعالم والمسؤوليات لتنفيذ هذه السياسة من قبل الجهات المختلفة.
- ضمان التماسك والنمو المستدام لنظم المعلومات الوطنية من خلال صياغة ووصف السياسات والمبادئ التوجيهية لتعيين مجالات المسؤوليات.

السياسة الوطنية المعلوماتية بالدولة الليبية:

يرجع تاريخ بدء الاهتمام بقطاع المعلومات بالدولة الليبية لعام 1983م، عندما أصدرت اللجنة الشعبية العامة قرارها رقم (149) بشأن إنشاء الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق والتي تم تغيير مسمائها إلى الهيئة العامة للمعلومات وذلك بموجب قرار رقم (282) لسنة 2006م والصادر عن اللجنة الشعبية العامة. تلى ذلك صدور قرار رقم (27) في عام 1985، بشأن إنشاء المركز الوطني للمعلومات والتوثيق وحددت اختصاصاته في المادة رقم (3) في الآتي¹:

- جمع وحفظ وإيداع المعلومات والوثائق وفقاً للأسس والأساليب والوسائل التقنية الحديثة وجعلها في متناول الجهات العامة وذلك وفقاً للقرارات والتنظيمات التي تصدر بالخصوص.

¹ منصة ليبيا: تم الاطلاع بتاريخ 2023/4/5. <https://security-legislation.ly/ar/law/101036>



- وضع الأسس الإرشادية والمعايير الموحدة وأساليب التنظيم بهدف التنسيق والتكامل بين الجهات ذات العلاقة.
 - المساهمة في كل ما من شأنه تنمية حركة المعلومات والتوثيق والنشر داخل ليبيا.
 - إقامة قواعد ومصادر معلومات وطنية في مجالات الطاقة البشرية والعلوم والتقنية وغيرها من المجالات التي تعكس خبرة وتجارب ليبيا والتراث العربي والإنساني.
 - الإشراف على توجيه استثمار ليبيا في كل ما يتعلق باستخدام الحاسبات الآلية ومعدات التوثيق والحفظ والاسترجاع وغيرها.
 - اقتراح استراتيجية استعمال وتوزيع الحاسبات الآلية وغيرها من وسائل الحفظ والتوثيق داخل ليبيا ووضع الضوابط الفنية اللازمة لذلك.
 - التعاون مع المؤسسات العلمية وقواعد ومصارف المعلومات في مجالات المعرفة المختلفة وخاصة التي تبشر نشاطا مشابها لنشاطه.
 - إقامة الدورات التدريبية في هذا المجال.
 - اتخاذ الإجراءات اللازمة والضرورية لإنشاء المركز ومكملاته وإبرام العقود المتعلقة بذلك.
- وقد عرف النظام الوطني للمعلومات على أنه تنظيم يهدف إلى توفير كافة البيانات والإحصائيات والوثائق ومعالجتها وتحليلها ووضع دليل لهذه المعلومات على نحو يسهل انسيابها ويجعلها متاحة أمام أجهزة الدولة لتتخذ على ضوء مؤشراتها القرارات السليمة لتسيير نشاطها والتخطيط له، على نحو يخدم الأغراض الاقتصادية والاجتماعية والسياسات العامة لتطوير المجتمع.
- وفي عام 1989م أصدرت اللجنة الشعبية قرارها رقم (772) بشأن إنشاء مراكز قطاعية للمعلومات والتوثيق، وعليه فقد تم إنشاء 17 مركزا للمعلومات مثلت كافة القطاعات بالدولة (23). وفي 14 مايو سنة 1990م صدر قانون رقم (4) بشأن إنشاء النظام الوطني للمعلومات، والقرار رقم (1011) من ذات العام بخصوص لائحة تنظيم عمل الهياكل الإدارية للنظام الوطني للمعلومات والتوثيق، وفي عام 1993م صدر قرار رقم (149) بإنشاء الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق والتي حددت مهامها في الآتي (20):

- تقديم التقارير والدراسات والبحوث والنشرات والدوريات التي تتعلق بمختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والإحصائية.
 - إعداد الإحصائيات والبيانات والمعلومات والوثائق المتعلقة بكافة الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية.
 - تجميع وحفظ الخرائط والرسومات الهندسية والمواصفات الفنية والثقافية والعقود المبرمة لتنفيذ كافة المشروعات العامة أيا كانت طبيعتها.
 - تجميع كافة أوعية المعلومات من صور وأشرطة ووثائق المشروعات الاقتصادية والاجتماعية.
 - كافة القوانين والقرارات الصادرة عن مؤسسات الدولة.
 - جميع الأحكام القضائية النهائية الصادرة عن المحاكم.
- وفي عام 2020م أصدر المجلس الرئاسي لحكومة الوفاق الوطني قرارا رقم (91) بإعادة تنظيم الهيئة بما يعكس الأهداف الاستراتيجية ويؤهلها لمواكبة التطورات والمتغيرات الداخلية والخارجية، وقد أنيط للهيئة بموجب هذا القرار مهام جديدة تتعلق بتنفيذ أحكام القوانين ذات العلاقة بطبيعة عملها، ووضع الخطط والسياسات الوطنية في مجالات عملها ومتابعة تنفيذ هذا، وتعني بمهام تنظيم وإدارة قطاع المعلومات الوطني وتنفيذ أحكام القانون رقم (4) لسنة 1990م.
- وفي ذات السياق تم تشكيل لجنة أنيط بها إعداد مشروع مسودة قانون خاص بالنظام الوطني للمعلومات، وبتاريخ 2022/10/8م تم إصدار مسودة المشروع والتي تضمنت 6 أبواب و60 مادة تشتمل على المبادئ العامة للنظام الوطني للمعلومات، وتحديد حرية الحصول على البيانات والمعلومات الخاضعة لأحكام هذا القانون، وتحديد آلية نشرها.
- وقد قسمت الأبواب الست إلى (21):



الباب الأول: واشتمل على 6 مواد:

- المادة رقم (1) اختصت بتقديم تعريفات لأهم المصطلحات الواردة بالمسودة والبالغ عددها 28 مصطلحاً.
- المادة رقم (2) قدمت تعريفاً لنظام المعلومات الوطني.
- المادة رقم (3) حددت أهداف النظام في أربعة أهداف رئيسية.
- المادة رقم (4) تم التركيز فيها على تحديد ما يجب أن يتضمنها النظام من بيانات ومعلومات في أشكالها المختلفة.
- المادة رقم (5) حددت الجهات الملزمة بتنفيذ أحكام هذا القانون والمتمثلة في كافة الوزارات والوحدات الإدارية بالحكومة والهيئات والمؤسسات والأجهزة المدنية والعسكرية والشركات العامة والخاصة وما في حكمها.
- المادة رقم (6) اختصت بالتأكيد على أهمية تقييد كافة الجهات والأشخاص بهذا القانون وعدم إهمال أو إتلاف السجلات والملفات والنماذج التي تم توثيق أحداث أنشطتها فيها ولا يجوز التخلص منها بأية صورة كانت إلا بعد انقضاء مدة وجوب الاحتفاظ.

الباب الثاني:

تم التركيز فيه على حق الحصول على المعلومات، وتضمن 14 مادة اختصت بتحديد الطرق التي يتم بها طلب المعلومات من مصدرها وإتاحتها.

الباب الثالث:

نشر المعلومات، وشمل 3 مواد ركزت على طريقة نشر المعلومات وتبادلها. وأكدت المادة رقم (23) على ضرورة إعداد دليل من قبل المؤسسات بقوائم للموضوعات التي ينشرونها ومواعيد وطرق نشرها. وتضمن هذا الباب كذلك على مجموعة من المحاور والتي ركزت على تكلفة الحصول على المعلومات، وسريتها، والمسببات التي قد تؤدي للرفض في الكشف عن المعلومات.





الباب الرابع:

جهة تنفيذ القانون، حيث تم تحديد ثلاث جهات تمثلت في الهيئة العامة للمعلومات، ومراكز المعلومات التي سبق تحديدها، وبوابة ليبيا الإلكترونية. هذا وتضمن هذا الباب على تحديد سبل معالجة البيانات والمعلومات وانسيابها.

الباب الخامس:

حماية المعلومات، وتضمنت 7 مواد ارتبطت بشكل أساسي بحماية المعلومات والأنظمة المشغلة للمعلومات.

الباب السادس:

حماية الخصوصية، وتشمل 5 مواد ركزت فيها على تحديد حدود واختصاصات الجهات المسؤولة على تداول المعلومات.

الباب السابع:

أحكام ختامية، تضمنت 16 مادة قسمت على محاور تمثلت في:

– تنظيم نشاط المعلومات.

– متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة.

– المخالفات والعقوبات.

ويظهر فحص هذه المسودة وجود العديد من الثغرات التي من شأنها أن تحد من قدرتها على بناء مجتمع المعلومات، وعليه نأمل من الجهات المختصة مراجعتها وإعادة النظر فيها قبل اعتماد، ويمكن تحديد أوجه القصور في المسودة في النقاط الآتية:

– أن عملية إعداد نظام معلومات وطني يتطلب إشراك فئات وقطاعات مختلفة من الدول، حتى يتسنى لها تمثيل كافة الاحتياجات المعلوماتية وما تتطلبه من تجهيزات، فالمسودة أعدت من قبل مجموعة محدودة، ولا تمثل كافة شرائح وقطاعات الدولة، ولم تقم بإجراء دراسة مسحية استطلاعية للتعرف على الاحتياجات المعلوماتية الحالية والمستقبلية، حيث كان يجب عليها تشكيل لجان فرعية تختص كل لجنة منها بمعالجة بند من البنود المطروحة وتقديم تصور لها يتم مراجعته واعتماده من قبل اللجنة الرئيسية.



- تتضمن المسودة أخطاء إملائية وشكلية فعلى سبيل المثال ترقيم البنود غير صحيح فقد ورد الباب الرابع بعد الباب الثاني كذلك الباب السابع بعد الباب الخامس. وهذا يؤكد أن المسودة لم تتم مراجعتها وعليه يتوجب سحبها ومراجعتها وتدقيقها بشكل موضوعي.
- تفتقر المسودة لوضوح الرؤية فهي عامة لا يمكن من خلالها تحقيق الانتقال إلى مجتمع المعلومات الذي يهتم بالمعلومات ويشغل بها ويولدها مما يجعل مصادر مجتمع المعلومات متجددة ولا تنضب الأمر الذي يفسر أهمية المعلومات، ومكانتها كأهم مادة أولية على الإطلاق وهو ما يجعل المجتمع الجديد يعتمد في تطوره بصورة أساسية على هذا المورد، فنحن نطمح من خلال التشريعات القانونية أن نخلق هذا المجتمع ونمكنه من إنتاج المعلومة والحصول عليها واستغلالها، وقد تناولت المسودة هذه النقطة بدون التفصيل فيها على الرغم من أهمية وجود مثل هذه تشريعات.

الإطار الإجرائي للدراسة:

تميزت هذه الدراسة بتناولها لموضوع السياسة الوطنية للمعلومات وبشكل خاص دور المؤسسات المعلوماتية وأخصائي المعلومات في بناءه، إذ لم تتناول أي دراسة من الدراسات السابقة هذا المحور وفق ما أظهره البحث في أدبيات الموضوع وبهذا تطلب الأمر استخدام منهج دلفي لاستقراء آراء مجموعة من الخبراء الليبيين في مجال المعلومات والمكتبات وتقنية المعلومات ممن لهم خبرة أكاديمية وعملية لا تقل عن العشرين عاما في مجال العمل، وذلك لرصد آرائهم حول هذا الموضوع وتوثيق خبراتهم العلمية والعملية في هذا المجال والاستفادة منها في فهم مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، والجدول رقم(1) يوضح التوزيع العدد لعينة الدراسة وفقا لسنوات الخبرة والدرجة العلمية ومجال التخصص.



جدول 1: يوضح التوزيع العدد لعينة الدراسة وفقا لسنوات الخبرة والدرجة العلمية ومجال التخصص

الدرجة العلمية	الدرجة الوظيفية	التخصص	سنوات الخبرة
دكتوراه	أستاذ	أرشيف	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ	مكتبات	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ	معلومات	جامعة طرابلس
دكتوراه	أستاذ	معلومات	الأكاديمية الليبية-طرابلس
دكتوراه	أستاذ	مكتبات	جامعة طرابلس
دكتوراه	أستاذ مشارك	تقنية معلومات	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ مشارك	معلومات	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ مشارك	معلومات	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ مشارك	معلومات	جامعة عمر المختار-البيضاء
دكتوراه	أستاذ مشارك	إدارة	جامعة بنغازي
أستاذ	أستاذ مشارك	تقنية معلومات	جامعة عمر المختار-طبرق
أستاذ	أستاذ مشارك	مكتبات	جامعة عمر المختار-البيضاء
دكتوراه	أستاذ مساعد	معلومات	جامعة بنغازي
دكتوراه	أستاذ مساعد	معلومات	جامعة عمر المختار-طبرق
أستاذ	أستاذ مساعد	معلومات	جامعة عمر المختار-البيضاء
أستاذ	أستاذ مساعد	تقنية معلومات	جامعة بنغازي
أستاذ	أستاذ مساعد	نظم معلومات	جامعة طرابلس
أستاذ	أستاذ مساعد	مكتبات	جامعة بنغازي
أستاذ	محاضر	مكتبات	جامعة بنغازي

أداة جمع البيانات:

بعد الاطلاع على عدد من الدراسات ذات الصلة واستطلاع آراء المتخصصين تم بناء استمارة تضمنت تسع أسئلة وزعت على أربع فقرات مثلت كل فقرة منها تساؤلا من التساؤلات المطروحة بالدراسة، واختبرت صحة الاستمارة بطريقة التجزئة النصفية والتي تتمثل في احتساب درجة النصفين الأول والثاني لكل بعد من أبعاد الاستمارة وذلك بحساب معامل الارتباط بين النصفين، ثم جرى تعديل حول المجال باستخدام



معادلة بيرسون وبروان (22). وقد تم توزيع 8 استمارات بشكل يدوي، و 12 استمارة تم إرسالها عبر الإيميل وتطبيق الواتساب Whatsup.

هذا وقد تمثلت الفترة الزمنية للدراسة من 13 أبريل 2022م توزيع أول خمس استمارات إلى منتصف ديسمبر من نفس العام وذلك باستلام آخر استمارتين.

عرض النتائج ومناقشتها:

يظهر تحليل الاستثمارات المجمعة تنوعا في آراء الخبراء والتي نستعرضها على النحو الآتي:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

نص هذا السؤال على: هل تمتلك الدولة الليبية سياسة وطنية للمعلومات؟ وما تقييمك لها؟

ولإجابة هذا السؤال تم حساب التكرارات المجمعة، والتي أكد فيها المبحوثون والذين يمثلون 90% على عدم وجود سياسة وطنية للمعلومات بالدولة الليبية، وأنه لا يمكن اعتبار القانون الوطني للمعلومات المنبثق عن الهيئة الوطنية للمعلومات عام 1990م؛ والذي تم تحديثه عام 2023م؛ سياسة معلوماتية وطنية. وذلك لافتقاره للعديد من المرتكزات الأساسية التي تبني عليها السياسات المعلوماتية. هذا وقد أكد 13 خبيرا منهم على أن البلاد لا تمتلك أي وثيقة يمكن اعتبارها وثيقة وطنية تحدد السياسات والاستراتيجيات التي من شأنها تحديد المسار التطويري لمجال المعلومات بالدولة. غير أن اثنين من المبحوثين أي ما يمثل 10% أشاروا بشكل خجول إلى وجود بعض الملامح العامة للسياسة المعلوماتية الوطنية والتي يمكن الانطلاق منها واعتبارها رافدا يمكن من خلاله التأسيس للسياسة الوطنية للمعلومات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ينص السؤال الثاني على: فيما إذا كان بالإمكان من خلال السياسة المعلوماتية الوطنية إرساء

مجتمع المعلومات.

وقد أكد 86% من المبحوثين على أن السياسة الوطنية للمعلومات هي المفتاح لتوطين مجتمع المعلومات. فمن خلالها يمكن تحديد الأهداف الأنوية والمستقبلية التي يتوجب العمل على تحقيقها، والتي ترسم معالمها. فالعلاقة جدا وثيقة بينهما، حيث تعمل السياسة المعلوماتية على تذليل كل الصعاب التي تتعلق بتداول المعلومات معتمدة على المؤشرات العالمية مثل معدلات الاشتراك في تقنيات الاتصالات بأشكالها المختلفة وخدمة الأنترنت ونسبة استعمالها، كذلك تسهم في العمل على تحسين البنية التحتية لقطاع الاتصالات.

وقد أشاد البعض بالتجربة المأليزية والتي عملت على توظيف تقنية المعلومات لتطوير المجتمع، وذلك من خلال سياستها الوطنية التي ركزت على ضرورة الاستثمار في مجال المعلومات، والعمل على تطوير بنيتها التحتية للاتصالات سعياً منها لتمكين المواطنين من استعمال شبكة الأنترنت على نطاق واسع، مع الاهتمام بالمؤسسات المعلوماتية بمختلف أشكالها وجعلها في متناول المواطن من خلال تقديمها خدمات عن بعد، هذا وتسهم السياسة المعلوماتية بشكل أساسي في تحفيز أفراد المجتمع على أن يكونوا منتجي معلومات وإن يسهموا في إثراء المعرفة البشرية، وتعتبر هذه النقطة ذات أهمية خاصة بالنسبة للمجتمعات الفقيرة في إنتاج واستخدام المعلومات ولا تمتلك قنوات معلوماتية محلية بل تعتمد اعتماداً كاملاً على الدول الغنية المنتجة للمعلومات. إضافة لذلك فإن السياسة الوطنية للمعلومات ستساعد على تعزيز البنية التحتية للمعلومات من خلال تحديد كيفية تنظيم الموارد وإدارتها، وغالباً ما تستجيب سياسات المعلومات لمحفزات محددة في فترة زمنية محددة، وبالتالي يجب أن تكون مرنة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

ينص على: أهم البنود والمجاور التي يجب أن تتضمنها السياسة الوطنية للمعلومات.

لقد تم الإشارة إلى مجموعة واسعة من البنود التي أكد الخبراء على ضرورة أن تكون مدرجة بأي سياسة معلوماتية مع مراعاة الاختلافات بين الدول، والنتيجة عن الاختلاف والتباين في مستويات التطور والتقدم فيما بينها، كذلك الاختلاف في الوعي بأهمية المعلومات والذي يعتبر من المعوقات خاصة في المجتمعات الغير مستقرة والتي تعاني من صعوبات اقتصادية وسياسية فتصبح المعلومات خارج حسابات متخذي القرار بها مما يعرقل تقدمها وتطورها. وبفحص وتحليل الإجابات والتي تضمنت العديد من النقاط التي يعتقدون بأنها أساسية ويجب أن تضمن بالسياسة الوطنية للمعلومات، وقد تم تصنيفها في المجاور الآتية:

المحور الأول: يركز بشكل أساسي على المعلومات بأنواعها المختلفة (البحثية والإحصائية)، من حيث التجميع، والتنظيم، والحفظ، والإتاحة، ومراقبة عملية التداول وذلك من أجل حمايتها باعتبارها إرث قومي. إضافة إلى ضرورة تفعيل الجانب المعرفي للمعلومات وتحديد المناسب وتضمينه في السياسة، كذلك مراعاة التقادم التقني وضرورة مواكبة التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وربط السياسة الوطنية للمعلومات مع باقي السياسات المجتمعية الأخرى، والعمل على تعزيز قوة ومكانة قطاع المعلومات في الدولة.



المحور الثاني: يتضمن خمسة بنود تهتم بتوطين تقنية المعلومات والانتقال بالمجتمع للرقمنة في كافة قطاعات الدولة، وهذا يتطلب إجراء الدراسات المتعمقة لتحديد الأولويات، ورسم الخطط التنموية في قطاع تقنية المعلومات، إلى جانب تعزيز سبل استخدامها.

المحور الثالث: يشمل ثلاثة بنود تسهم في تأصيل صناعة المعلومات، وتركز على ضرورة سن قوانين من شأنها أن تعزز المهن المعلوماتية بالمجتمع وتحمي الأنشطة المتعلقة بإنتاج المعلومات وتجهيزها وجعلها ذات قيمة ومردود اقتصادي وتؤدي إلى التحول نحو مجتمع المعرفة، مما يتوجب التعرف على الوضع الحالي لقطاع المعلومات بالدولة وقياس حجمه ونموه في إطار المعطيات الدولية. ويندرج ضمنها أمن المعلومات.

المحور الرابع: يرتبط باستخدام المعلومات، ويشتمل الجوانب القانونية والاجتماعية والسياسة والدينية المرتبطة بحرية تداول المعلومات، ومحاولة الحد من القيود المفروضة على الاستخدام، كذلك يجب أن تشمل السياسة المعلوماتية الوطنية على بنود تضمن المساواة بين جميع أفراد المجتمع في الانتفاع بالمعلومات مع الإشارة إلى ذوي الاحتياجات الخاصة وضرورة الاهتمام باحتياجاتهم المعلوماتية.

المحور الخامس: فقد تم الإشارة إلى ضرورة أن تهتم السياسة بالمستفيدين من حيث توعيتهم بأهمية المعلومات، والتعرف على احتياجاتهم المعلوماتية، مما يتطلب إنشاء المراكز البحثية التي تعمل على تحليل ودراسة السلوك المعلوماتي لأفراد المجتمع، وتعتبر هذه النقطة من النقاط التي تظهر مدي أهمية إشراك المعلوماتيين في عملية بناء السياسات الوطنية للمعلومات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

يركز السؤال الرابع على تحديد أبرز العراقيل التي تعيق بناء السياسة الوطنية للمعلومات بالدولة

الليبية.

تتعدد وتنوع العراقيل التي تعيق وتمنع بناء سياسة وطنية للمعلومات بالدولة الليبية في هذه المرحلة الصعبة التي تمر بها الدولة الليبية، والتي يمكن تحديدها في النقاط الآتية وفقاً لآراء الباحثين:

- يتفق 18 مبحوثاً أي ما يمثل 90% من عينة الدراسة، على أن غياب الوعي لدى القيادات السياسية بالدولة بأهمية المعلومات ودورها في الارتقاء بالمجتمع يعد من أهم العراقيل، على الرغم من وجود بعض المبادرات المتعلقة بالرقمنة، والتي قدمت دون تخطيط مسبق يتم فيه ربطها بباقي سياسات الدولة التعليمية والاقتصادية. وعليه يتوجب العمل على تنسيق الجهود الوطنية



بالدولة ومشاركة كل القطاعات لأجل وضع رؤية موحدة متكاملة لا تتعارض مع السياسة العامة للدولة الليبية، وكذلك السياسات المعلوماتية على المستوى الإقليمي والدولي.

- يفيد 10 مبحوثين أي ما يمثل 50% أن الوضع السياسي للدولة والصراعات على السلطة والانقسامات في السلطة يمثل معوقاً أساسياً لبناء سياسة معلوماتية بالدولة الليبية، فالانقسامات السياسية أدت إلى ظهور العديد من الأجسام التشريعية والتي يصعب توحيد وجهات نظرها لأجل الخروج بمبادرة وطنية موحدة تكون قادرة على تمثيل كل الاحتياجات المعلوماتية.

- أكد 14 مبحثاً ما يشكل 70% من عينة الدراسة على أن ضعف الكادر المهني العامل بقطاع المعلومات وعدم ادراكه لضرورة وجود سياسة معلوماتية أحد الأسباب التي تعيق رسم السياسة الوطنية للمعلومات.

- يري أغلبية المبحوثين والبالغ عددهم 19 مبحثاً أي ما يمثل 95% غياب الدعم الفني والمادي لهذا القطاع من قبل الجهات العليا بالدولة أحد أبرز العراقيل التي يتوجب العمل على حلها.

- يؤكد 15 مبحثاً (75%) غياب القوانين التي تنظم تداول وسريان المعلومات جعل من الصعب ضبطها، فالقوانين المعمول بها حالياً قوانين قديمة لا تتناسب مع التغيرات والتطورات التي حدثت في هذا المجال.

- أكد 17 مبحثاً ما يمثل 85% من عينة الدراسة أن السبب الرئيسي عدم اعتراف وقبول العديد من المؤسسات الكبيرة بالدولة بمشاركة معلوماتها، واعتماد خطط موحدة على مستوى الدولة.

- يعتبر 7 مبحوثين ما يشكل 35% من عينة الدراسة أن التحول الرقمي وما يتطلبه من سن تشريعات تنظيمية وتأهيل لأفراد المجتمع لتعزيز مهاراتهم التقنية والمعلوماتية أحد العراقيل التي تحول دون تقديم سياسة وطنية معلوماتية.

- أشار أحد المبحوثين إلى افتقار الدولة الليبية للقادرة على التنسيق بين إداراتها وقطاعاتها المختلفة، وأعتقد أن هذا الأمر يعتبر من أهم العراقيل، فغياب الرؤية المشتركة بين كافة قطاعات الدولة تجعل بيئة العمل الموحدة صعبة إن لم تكن مستحيلة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

والذي ينص على تحديد الخطوات العملية التي يتوجب على المسؤولين في الدولة الليبية القيام

بها من أجل ترسخ السياسة المعلوماتية بالدولة الليبية.

يؤكد جميع المبحوثين على أن عملية إعداد سياسة معلوماتية أمر معقد بل إنه في غاية التعقيد وذلك

يرجع للأسباب الآتية:

- يرى 19 مبحوثاً ما يشكل 90% من عينة الدراسة أن ارتباطها وتداخلها مع السياسات العامة للدولة وتأثيرها بها بشكل مباشر أو غير مباشر جعل من الصعب إعداد سياسة وطنية.

- تنوع المعلومات وتعدد أشكالها ونموها بشكل سريع خاصة في الدول التي لا يوجد بها مراكز المعلومات تهتم بجمع وحفظ المعلومات وتنظيمها، يتطلب منا العمل على بناء سياسة قادرة على التحكم بالمعلومات.

- غياب الوعي بأهمية وقيمة المعلومات كموارد اقتصادي من قبل أفراد المجتمع بشكل عام ومتخذي القرار بشكل خاص.

- عدم الاهتمام بالبحث العلمي وتوثيقه وربطه بسوق العمل.

غير أن العديد من المتخصصين يرون أن كل هذه العقبات يمكن تجاوزها في حال تم التوعية بأهمية المعلومات بين أفراد المجتمع، وهذا يتطلب يقضه معلوماتية على كافة المستويات، إلى جانب الاهتمام مجال المكتبات والمعلومات وتشجيع البحث العلمي وإنشاء معايير وطنية مرتبطة بالمعلومات وتداولها. وعلى الرغم من هذا فقد أشاروا إلى مجموعة من الخطوات والإجراءات العملية التي تتوجب على المسؤولين بالدولة الليبية العمل على تعزيزها، والتي تركزت في:

- الاهتمام بتنمية الموارد البشرية في كافة القطاعات خاصة في قطاع المعلومات، مع التركيز على تفعيل كافة أنواع المكتبات (العامة، الوطنية، الجامعية، المتخصصة، المدرسية).

- الاهتمام بالبحث العلمي وتشجيع البحث والباحث على الابتكار.

- حث مؤسسات الدولة بضرورة الاهتمام بالمحتوى المعلوماتي (الحضور الإلكتروني)، والعمل على إطلاق منصات الإلكترونية تعني بتوثيق المحتوى المعلوماتي ومشاركته عبر الفضاء الإلكتروني.





– يرى 3 مبحوثين ما يشكل 15% من عينة الدراسة ضرورة العمل على مراجعة التشريعات المتعلقة بمجال المعلومات وتقنية الاتصال ومن ثم العمل على استصدار تشريعات تتناسب مع الرؤية التنموية للدولة الليبية.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس:

ينص على تحديد الجهة المخولة بوضع السياسة الوطنية للمعلومات؟

يتفق جميع المبحوثين على أن هذه الجهة يجب أن تكون في أعلى هرم في الدولة حتى تضمن التزام كافة قطاعات الدولة بها، ولم يقدم المبحوثون وصفاً دقيقاً لمن يجب أن توكل لهم مهمة صياغة السياسة غير أن هناك من أشار إلى ضرورة إشراك الجامعات في عملية بناء السياسة الوطنية للمعلومات باعتبارها أكبر منتج للمعلومات العلمية.

هذا وقد أكد 8 من المبحوثين ما يشكل 40% من المبحوثين على ضرورة اسهام المكتبيين وأخصائي المعلومات في هذه المهمة، غير أن جميع المبحوثين قد اتفقوا على أن غياب الوعي بأهمية المعلومات كمورد اقتصادي يعد من الأسباب الرئيسية التي تعيق الاهتمام بالمعلومات. وبالتالي يجب العمل على تعزيز الوعي بأهمية السياسة الوطنية للمعلومات على الصعيد الوطني، وأن يدرك جميع أفراد المجتمع والمسؤولين في أعلى هرم بالسلطة بهذه الأهمية وبدور المعلومات في النهوض والارتقاء بالمجتمع ونقله إلى مجتمع المعلومات الذي يتسم بالتماسك والانسجام وتوحيد الرؤية، وهذا من شأنه أن يسرع في النمو الاقتصادي وتقريب الفروق بين أفراد المجتمع، فالخطة التنموية للدولة يجب أن تكون متضمنة لبند يتعلق بالمعلومات، إضافة إلى ضرورة سن القوانين وتعزيز حركة تداول المعلومات على الصعيد المحلي، والعمل على فتح أسواق تهتم بصناعة المعلومات.

هذا ويجب العمل على حصر مرافق المعلومات بالدولة من مكاتب ومراكز المعلومات والأرشفات ودور النشر... إلخ بالدولة الليبية، ويشمل الحصر كذلك العاملين بقطاع المعلومات لأجل تحديد أعدادهم ومؤهلاتهم الأكاديمية.





النتائج المتعلقة بالسؤال السابع:

الذي يركز على الوضع الراهن في الدولة الليبية يعيق العمل بمشروع السياسة الوطنية للمعلومات.

قد أكد أغلب المبحوثين وما يمثل 95% منهم على أن الوضع السياسي في ليبيا من أهم العوائق التي تعيق العمل على وضع سياسة معلوماتية وطنية، لأن التخطيط والتنفيذ والمتابعة للسياسة الوطنية للمعلومات ليست على مستوى أو نطاق جدران مؤسسة واحدة، ولكنها تشمل كافة مؤسسات الدولة الخدمية والإنتاجية، والعمل على المستوى المجتمعي يتطلب استقراراً أمنياً وثباتاً سياسياً بطبيعة الحال.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن:

ويركز على دور أخصائي المعلومات في بناء السياسة الوطنية للمعلومات.

يتفق جميع المبحوثون على أن المكتبات بجميع أشكالها تعد مكوناً هاماً من مكونات السياسة الوطنية للمعلومات، فهي تعمل بشكل مباشر مع المعلومات خاصة المعلومات العلمية مكونة منظومة معلوماتية متكاملة يتم من خلالها تحديد المسؤوليات بين المؤسسات المعلوماتية وضمان تكامل خدماتها المقدمة لكافة القطاعات بالمجتمع. ويتفق جميع الخبراء على ضرورة إسهام أخصائي المعلومات لعلاقتها بالمعلومات ومصادرها، إدراكهم لطبيعة مجتمع المعلومات وهذا يمكنهم من ترجمة هذه الاحتياجات المعلوماتية في بنود ومبادئ تدرج بالسياسة المعلوماتية الوطنية. وهذا التوجه يتفق مع Weingarten (24)، الذي اعتبر المكتبات من مصادر المعلومات الهامة، وجزء من وظيفتها هو وضع السياسات التي يعتمدونها في الاختيار والتنظيم، ونشر المعلومات التي يمتلكونها وأنها توفر الوصول إلى المعلومات والأرشيف والتنظيم والتعليم ومحو الأمية وما إلى ذلك.

غير أن واقع الحال يظهر غياب هذه الشريحة، وعدم منحها مساحة كافية لتسهم في عملية رسم وبناء السياسة المعلوماتية. وتعدد الأسباب التي أسهمت في إقصاء أخصائي المعلومات وعدم مشاركته في وضع السياسة المعلوماتية، وبسؤال مجموعة من الخبراء اتضح أن هناك مجموعة من العوامل التي أدت إلى ذلك والمتمثلة في:

– أكد 13 مبحثاً ما يمثل 65% أن المكتبين أنفسهم لا يدركون دورهم في بناء السياسة المعلوماتية، مع إشارة 9 منهم أي ما يمثل 45% أن عدداً كبيراً من المكتبين لا يدركون ماهية السياسة الوطنية للمعلومات، وهذا في حقيقة الأمر قصور من جانب الأقسام الأكاديمية والجمعيات المهنية لعدم قيامها



بدورها في التعريف والتوعية بالسياسة الوطنية للمعلومات وتحديد دور المتخصصين في هذا المجال. حيث اقترح 6 مبحوثين ما يمثل 30% منهم ضرورة إدراج السياسة الوطنية للمعلومات ضمن المقررات الدراسية بأقسام المكتبات والمعلومات.

– أشار 5 مبحوثين ما يمثل 25%، أن نظرة المجتمع لأخصائي المعلومات لها أثر كبير في إقصاءه.

النتائج المتعلقة بالسؤال التاسع:

ينص على تحديد الفوائد التي يمكن تحقيقها من السياسة الوطنية للمعلومات بالدولة الليبية.

يعتقد المبحوثون أن الفوائد المتحققة من السياسة الوطنية للمعلومات عديدة في حال كانت معدة بشكل تم فيه مراعاة الاحتياجات الفعلية ودراسة الواقع الحالي ومطابقتها مع باقي الخطط التنموية للدولة. سياسة المعلومات مثل أي قانون أو لائحة أو قاعدة أو ممارسة مكتوبة أو غير مكتوبة تؤثر على إنشاء المعلومات أو الحصول عليها أو تنظيمها أو نشرها أو تقييمها، فسياسة المعلومات توفر إرشادات لتصميم استراتيجية وبرنامج لتطوير واستخدام موارد المعلومات... إلخ. والخدمات والأنظمة. فالسياسة الوطنية للمعلومات تسهم في:

- ضمان التقديم المناسب للمعلومات عن طريق تحديد طبيعة وشكل موارد المعلومات لتلبية الاحتياجات المحلية.
- توفير معلومات وبيانات ذات صلة وموثوقة وفي الوقت المناسب وبتكلفة معقولة لجميع أولئك الذين يساهمون بطرق مختلفة في تحقيق هدف التنمية الوطنية، على سبيل المثال الباحثين والمهندسين والفنيين ومخططي التنمية وواضعي السياسات، الإداريين وعمال الإرشاد والمزارعين المساعدين ورجال الأعمال.
- إعداد وتنفيذ خطة العمل لإنشاء وتشغيل نظام معلومات وطني على أساس البنى التحتية القائمة، وتنسيق مختلف الأنظمة والخدمات، وتحديد وتصحيح أوجه القصور، وسد الثغرات للتفاعل مع أنظمة وبرامج المعلومات الإقليمية والدولية.
- ضمان دعم مكونات نظم المعلومات الوطنية بما في ذلك القوى العاملة المعلوماتية والمرافق والتقنيات من خلال التمويل العام وغيره من أشكال التمويل والترتيبات التعاونية.

- ضمان التماسك والنمو المستدام لنظم المعلومات الوطنية من خلال صياغة ووصف السياسات والمبادئ التوجيهية لتعيين مجالات المسؤوليات واختيار الوسائل والأولويات والأساليب والترتيبات المالية وآليات التنسيق بما يتماشى مع أهداف وخطط التنمية في الدولة وتخصصاته السياسية والاجتماعية والثقافية والهياكل الحكومية التي تتطور مع مرور الوقت.
- ضمان دعم البحث في المعلومات المتعلقة بالنظريات والممارسات والتعليم والتدريب لتوليد المعلومات ونقلها واستخدامها، لذلك ستحدد سياسة المعلومات الوطنية كيفية القيام بذلك.
- التعاون في تقاسم الموارد إما فيما بينها أو مع من هم في الخارج.
- تساعد سياسة المعلومات الوطنية على تبسيط كل من طبيعة وشكل موارد المعلومات التي سيتم توفيرها.
- ستساعد سياسة المعلومات الوطنية على تعزيز البنية التحتية للمعلومات من خلال تحديد كيفية تنظيم الموارد وإدارتها.

المراحل العملية لبناء سياسة وطنية للمعلومات:

تمر عملية بناء السياسات المعلوماتية بشكل عام بمجموعة من المراحل التي تعتبر أساسية وبدونها لا يمكن بناء سياسة تعبر عن رؤية المجتمع، فالسياسة يجب أن تشمل كافة القطاعات المنتجة والمستخدمة للمعلومات بالدولة وهذا سيعمل على الرفع من دقة السياسة المقترحة. فالسياسة الوطنية يجب أن تكون متكاملة مع باقي السياسات المعلوماتية للقطاعات المجتمعية بالدولة والمتمثلة في:

- السياسة الوطنية للاتصالات.
- السياسة الوطنية للبحث العلمي.
- السياسة الوطنية للصناعات.
- السياسة الوطنية للإعلام والثقافة.
- السياسة الوطنية للطاقة.
- السياسة الوطنية للاقتصاد والتجارة.



– السياسة الوطنية للصحة.

– السياسة الوطنية للزراعة.

– السياسة الوطنية للتعليم العالي والمتوسط.

وعليه فإننا نوصي قبل البدء في عملية بناء السياسة الوطنية للمعلومات التنبيه لمجموعة من النقاط العملية، والتي يسهم إدراكها في إعداد وبناء السياسة المعلوماتية وصياغتها، ويمكن إجمال هذه النقاط في:

– الحرص على أن تكون كافة القطاعات المجتمعية ممثلة تمثيلاً فعلياً عند صياغة السياسة الوطنية للمعلومات.

– تحديد نوع وطبيعة المعلومات التي سيتم التعامل معها، والتي تمثل الاحتياج الفعلي للدولة وتتقاطع مع السياسة التنموية للدولة، وهذا لا يعني أن يتم إهمال أي نوع من مصادر المعلومات.

– عدم تبني سياسات معلوماتية جاهزة معتمدة من قبل دول تختلف اختلافاً جزيئياً أو كلياً في طبيعتها وسياساتها.

– العمل على حصر وتحديد المشتغلين في قطاع المعلومات، وتحديد مؤهلاتهم لأجل الاستعانة بهم في بناء السياسة المعلوماتية.

– لأن السياسة الوطنية للمعلومات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بخطة التنمية الوطنية للدولة، عليه يتوجب الاطلاع على السياسة المعلوماتية بكل قطاع من قطاعات الدولة ومطابقتها، لتحديد أوجه التشابه والاختلاف، والعمل على تحديد العلاقات بين هذه القطاعات قبل البدء في بناء السياسة العامة للدولة.

وعليه فإن بناء سياسة وطنية للمعلومات يمر بخمس مراحل:

– المرحلة الأولى: التمهيد والإعداد لبدء صياغة السياسة. وتتضمن النقاط التالية:

✓ تحضير المعلومات المرجعية ويكون ذلك من خلال العمل على جمع معلومات أولية والاطلاع على تجارب البلدان الأخرى. هذا إلى جانب تشكيل لجان استشارية تعمل على تقديم الاستشارات.



✓ إعداد إطار العمل للسياسة، ويكون من خلال إعداد الصيغة الأولية للوثيقة تتضمن السياسات والاستراتيجيات الوطنية التي يتوجب التركيز عليها وتضمينها ضمن السياسة.

✓ العمل على تهيئة المستلزمات للبدء بإجراءات العمل، وتشكيل لجان وفرق العمل الأساسية من أجل إقرار وثيقة السياسات والاستراتيجيات الوطنية للمعلومات مع وضع المصفوفات والبرامج الزمنية لتنفيذ السياسات والاستراتيجيات الوطنية للمعلومات.

– المرحلة الثانية: دراسة وتقييم الواقع الراهن، وذلك من خلال الآتي:

✓ تجميع بيانات عن الوضع الراهن من خلال إعداد استمارات تجميع بيانات، وتحديد العينات.

✓ العمل على إدخال البيانات المجمعة ومراجعتها.

✓ تجهيز البيانات المجمعة مع الحرص على التأكيد على اكتمالها وتمثيلها لكافة المؤسسات وقطاعات الدولة.

✓ إعداد وثيقة تقييم الواقع ومناقشته مع الجهات ذات الاختصاص.

✓ العمل على إجراء مناقشات رسمية موسعة مع كافة الجهات بالقطاع العام والخاص بشكل دوري.

– المرحلة الثالثة: إعداد وثيقة أولية، وتمثل في الآتي:

✓ تشكيل لجنة الصياغة على أن تكون ممثلة لكافة التخصصات والقطاعات ويكون للمعلوماتيين مع تحديد الإطار الزمني لعملها مع توزيع المهام بين أعضائها.

✓ تحديد شكل آليات تنفيذ السياسة بعد اعتمادها.

✓ مراعاة التطورات العالمية في مجال المعلومات وتحديد الجهات الواجب التنسيق معها عالمياً.





النتائج والتوصيات:

يمكن تلخيص اهم النتائج التي تم رصدها في النقاط الآتية:

- هناك شبه أجماع من قبل عينة الدراسة على عدم وجود سياسة وطنية للمعلومات بالدولة الليبية، وما هو متداول حالياً لا يمكن الاعتراف به والتعامل معه على أنه سياسة لكن يمكن اعتباره نقطة انطلاق نحو بناء السياسة.
- أشار المبحوثون إلى أن السياسة الوطنية للمعلومات هي المفتاح لتوطين مجتمع المعلومات.
- التأكيد على ضرورة سن القوانين التي من شأنها تعزيز المهن المعلوماتية.
- ضرورة العمل على توعية أفراد المجتمع والمسؤولين بالدولة الليبية بأهمية وضرورة إصدار سياسة معلوماتية.
- ضرورة إسهام المكتبيين وأخصائي المعلومات في وضع السياسة الوطنية للمعلومات.
- بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فإننا نوصي بالآتي:
- يتوجب على الهيئات المعلوماتية بالدولة الليبية من مراكز معلوماتية وجمعيات مهنية البدء في حصر الإنتاج المعرفي بالدولة وتحديد حجمه، ونوعه، وطبيعته، وتحديد نقاط القوة والضعف فيه.
- العمل على مراجعة كل القوانين المتعلقة بتجميع وتنظيم وتداول المعلومات، وهذا يتطلب تشكيل لجان على مستوى عال، ويتضمن متخصصين من مجالات مهنية مختلفة على أن يكون المكتبي في صدارة هذه اللجان.
- العمل على حث المسؤولين بالدولة الليبية بقطاعاتها المختلفة الاهتمام بالمعلومات والمؤسسات المعلوماتية، وجعلها جزءاً أساسياً من خطة التطوير.
- العمل على مراجعة قوانين الملكية الفكرية بالدولة الليبية، والتأكد من مدى قدرتها على تنظيم العمل.





- يجب على المتخصصين في مجال المعلومات التعرف والتعريف بالاحتياجات المعلوماتية للمجتمع الليبي وعلى ضوئها يتوجب العمل على بناء نظم معلومات متخصصة تكفل الوصول إلى المعلومات من قبل كافة قطاعات الدولة الليبية.
- يتوجب على أخصائي المعلومات التواصل وفتح آفاق التعاون مع المنظمات الدولية المعنية بقطاع المعلومات والاستعانة بها فيما يتعلق بمواكبة التطورات الحديثة في قطاع المعلومات.
- العمل على عقد اللقاءات بين المشتغلين في مجال المكتبات والمعلومات.
- عقد الملتقيات التعريفية لغرض نشر وتعزيز مجتمع المعلومات.
- ضرورة العمل على توعية أفراد المجتمع بأهمية وقيمة المعلومات من خلال إقامة الورش والندوات، وإطلاق برامج التوعية والبرامج التنافسية في مجال القراءة.





قائمة المصادر:

1. Yan Quan Liu The Impact of National Policy on Developing Information Infrastructure Nationwide Issues in P.R. China and the U.S. 62nd IFLA General Conference Proceedings.
2. Yahaya, D., Ejigbo, DS., Oladokun, BD (2019). An Overview of National Policy on Information in Nigeria. Inter. J. Acad. Lib. Info. Sci. 7(6): 166-173.
3. مراد، تامر حنفي. (2020). تصور مقترح لبناء سياسة وطنية للمعلومات كركيزة لتأسيس نظام وطني للمعلومات في جمهورية مصر العربية: ضرورة ملحة لتلبية احتياجات التنمية الوطنية الشاملة والمستدامة. المجلة العربية للمعلومات وأمن المعلومات. مج1، ع1، ص83-164.
4. إبراهيم، خالد حسين. (2011). التخطيط الوطني للمعلومات: المفهوم وأسس التطبيق: متاح على <http://www.oradojitm.org.er/articleDetails.asp?ar>
5. قموح، ناجية. (2010). التخطيط الوطني للمعلومات ودوره في بناء السياسة الوطنية للمعلومات، مج3، ع2.
6. بيزان، حنان الصادق. (2004). التخطيط للبنية الأساسية لمجتمع المعلومات بالجمهورية الليبية: رؤية تحليلية. Cybrarions journal، ع4.
7. فضيل، أحمد مهدي. (د.ن) السياسة الوطنية للمعلوماتية في الجمهورية اليمنية وأثرها على التنمية. متاح على: <https://yemen-nic.info/upload/iblock/01cafe022a5d3668dc29d6af14c37eb5.pdf>
8. ضليحي، سوسن طه. (2011) دور السياسة الوطنية للمعلومات في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية وطالباته: دراسة مسحية على تأثير الأغاني في القيم الفكرية لدى الشباب في مدينة جدة. اعلم السعودية، ع8، ص251-326.
9. حنفي، أية سالم احمد. (2014) النظام الوطني للمعلومات: دراسة حالة عن السياسة الوطنية للمعلومات في مصر، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة الفيوم، رسالة ماجستير.





10. سجلي، فهد بن مصطفى. (2010) السياسة الوطنية للمعلومات في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية. المؤتمر الخامس للمكتبات والمعلومات. متاح على:

<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=15456>

11. نعيمة بن ضيف الله (2006). دور المكتبة الجامعية الجزائرية في إرساء قواعد النظام الوطني

للمعلومات: دراسة ميدانية بمكتبات جامعة 8 ماي 1945 بقالة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منثوري-قسنطينة. متاح في:

<http://bu.umc.edu.dz/theses/bibliotheconomie/ABEN2332.pdf>

12. السعيد ، سلوى احمد. (2021). دور المكتبات الجامعية في تعزيز المواطنة الرقمية في ضوء

التشريعات العربية لأمن المعلومات: المكتبة المركزية الجديدة لجامعة القاهرة نموذجا. المجلة العربية لعلوم المكتبات والمعلومات، مج 8، ع 4.

13. محي الدين ، حسانه (2007) أهمية السياسات الوطنية للمعلومات في بناء مجتمع المعرفة. مجلة

الملك فهد الوطنية. مج 13، ع 2.

14. حسن، النور حسن (20113). دور المكتبات الوطنية في بناء مجتمع المعرفة: دراسة حالة المكتبة

الوطنية لجمهورية السودان، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، مج 48، ع 4.

15. أحمد ، عبد الفتاح قسم السيد بشير (2010) السياسات الوطنية للمعلومات وأثرها على فعالية

النظم الآلية للمعلومات بالمكتبات الجامعية بولاية الخرطوم: دراسة تحليلية معمّر جميلة. قسم المكتبات والمعلومات، كلية الآداب، جامعة الخرطوم، رسالة دكتوراه.

16. سعدون، حامد. ()

17. نعيمة بن ضيف الله (2006). دور المكتبة الجامعية الجزائرية في إرساء قواعد النظام الوطني

للمعلومات: دراسة ميدانية بمكتبات جامعة 8 ماي 1945 بقالة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منثوري-قسنطينة. متاح في:

<http://bu.umc.edu.dz/theses/bibliotheconomie/ABEN2332.pdf>

18. الهوش، ابوبكر (2002). التقنية الحديثة في المكتبات والمعلومات نحو استراتيجيات عربية لمستقبل

مجتمع المعلومات، القاهرة، دار الفجر.





19. Adomi, E.E (2008). Library and information service

policies. Benin City: Osasu printing press.

20. (20) اللجنة الشعبية العامة (1989). القرار رقم (772)، 1989. تم الاطلاع بتاريخ 20023/4/6.

متاح في:

<https://lawsociety.ly/legislation/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%B1%D9%82%9%85772%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A91989%D9%85%D8%A8%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A1%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%B2%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9%D9%84/>

21. الهيئة الوطنية للمعلومات (2022). مشروع مسودة قانون بشأن النظام الوطني للمعلومات.

<https://lawsociety.ly/legislation/%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9%D9%85%D8%B3%D9%88%D8%AF%D8%A9%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D8%A8%D8%B4%D8%A3%D9%86%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A-%D9%84/>

تاريخ الاطلاع 2022/3/12. / %D9%84

22. جميلة معمر. (2013) أرساء السياسة الوطنية للمعلومات: مكونات ومبادئ. مجلة المكتبات

والمعلومات. ص 32-48.

23. اللجنة الشعبية العامة (1989). القرار رقم (772)، 1989. تم الاطلاع بتاريخ 20023/4/6. متاح

في:

<https://lawsociety.ly/legislation/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%B1%D9%82%9%85772%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A91989%D9%85%D8%A8%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A1%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%B2%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9%D9%84/>

24. اللجنة الشعبية العامة (1990) القرار رقم (4) إنشاء النظام الوطني للمعلومات. تم الاطلاع بتاريخ

2023/4/9. متاح على: <https://security-legislation.ly/ar/law/101056>





25. سهام العبادلة (2017). التخطيط الوطني للمعلومات في الجزائر. حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، ع22، ص409-442.





تقييم الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في القطاع الصحي الليبي دراسة ميدانية - على مركز بنغازي الطبي

د. محمد رجب محمد علي

ملخص الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى تقييم واقع العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي , ومعرفة البرامج والأنشطة والخدمات التي تقدمها للجمهور الداخلي , بالإضافة إلى الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي , حيث اعتمد الباحث على نظرية النظم كمدخل نظري و نموذج جرونج لتوضيح الواقع العملي للعلاقات العامة , وباستخدام منهج المسح والذي يعد من أبرز المناهج التي تستخدم في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسات الوصفية وباستخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة لكل العاملين في العلاقات العامة والإعلام (الحصر الشامل) أعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من جميع الموظفين والذين بلغ عددهم (24) موظفاً , حيث توصلت نتائج الدراسة إلى ضرورة تغيير مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بالإضافة إلى ضعف البرامج و الأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة للجمهور الداخلي , كما أنها لا تقوم بنقل الآراء والمقترحات للإدارة العليا , فضلاً عن إهمالها لأجراء البحوث والدراسات , و لا تهتم بشكاوي الجمهور الداخلي , ولا ترد على استفساراتهم , ولا تقوم بتوضيح السياسات واللوائح والقوانين الخاصة بمركز بنغازي الطبي .

الكلمات المفتاحية: تقييم – الأداء المهني – العلاقات العامة – مركز بنغازي الطبي.





Evaluating The professional performance of public relations practitioners in Libyan public health sector

Mohamed Rajab Mohamed Ali✧

Abstract:

This study sought to evaluate the reality of public relations at the Benghazi Medical Center by identifying the programs and activities presented to the center's internal public, and determining the communication means that are used to communicate with target masses, The study is classified under descriptive studies, which are considered the most widely used in the field of media studies, while the study population consisted of all public relations practitioners, numbering (24), and relied on the questionnaire as a tool for collecting the data.

the results showed that the performance of public relations craft at Benghazi Medical Center is characterized by deficiencies and ineffective activities and programs that are provided to its audiences, it did not conduct research and studies, as well as neglected complaints and suggestions that were submitted by the internal public, and did not work to bridge the gap between those audiences and top management.

Keywords :Evaluation, Professional Performance, Public Relations, Benghazi Medical Center.

✧ Assistant Professor, public relations and advertising department, faculty of mass communication , Benghazi university , Libya





مقدمة :

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي تطورت عبر الزمان حتى أضحت من الأجهزة الإدارية والاتصالية المهمة في تكوين أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها ونشاطها , فهي حلقة الوصل بين جماهير المؤسسة المختلفة وإدارتها , وهي صمام الأمان ضد الأزمات والمشكلات التي قد تتعرض لها المؤسسة فتقوم بمواجهتها والتصدي لها , وهي المسئولة عن إعداد البرامج والأنشطة التي تساهم بشكل كبير في خلق صورة ايجابية عن المؤسسة عند جماهيرها المختلفة , كل ذلك يزيد من أهمية العلاقات العامة ودورها في المؤسسة , ونظراً لحجم دورها وأهمية رسالتها وحساسية مكانتها في المؤسسات عامة وفي قطاع الصحة خاصة والذي لا يمكن مقارنته بدورها في الدول المتقدمة إلا أنها باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها وعن وظائفها وبرامجها ونشاطاتها المتميزة خاصة في تكوين العلاقات المتميزة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة .

فالعالم اليوم يشهد تطوراً كبيراً في شتى المجالات وانفتاحاً غير مسبوق في كل العالم بفضل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المتطورة التي جعلت العالم قرية صغيرة , مما زاد من أهمية وظيفة العلاقات العامة في كل المؤسسات دون استثناء حتى باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها مثلها مثل الإدارة والتسويق والمالية .. الخ , وذلك لما تقوم به من مهمة توفير المعلومات اللازمة التي من خلالها يمكن للمؤسسة اتخاذ القرارات السليمة المبنية على قاعدة معلومات صحيحة خاصة بعد حدة المنافسة بين المؤسسات المختلفة مما ينعكس ايجاباً على صورتها لدى جماهيرها , كما أن نجاح أي مؤسسة مهما كان نشاطها بات مرهوناً ومرتبطة بشكل كبير بمدى قوة وتنظيم وفعالية جهاز العلاقات العامة فيها , ونظراً لأهمية العلاقات العامة ودورها المميز الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة من المؤسسات , الأمر الذي جعل الباحث يتناولها ويتطرق إليها ويسلط الضوء على واقعها من حيث الممارسة العملية في أهم مؤسسات قطاع الصحة الليبي والمتمثل في مركز بنغازي الطبي , وذلك للتعريف بها وبرامجها وأنشطتها ووظائفها المختلفة وما تقوم به وتقديمه سواء للمؤسسة أو للجمهور الداخلي والخارجي .

مشكلة الدراسة :

المشكلة العلمية أو الموقف المشكل problematic situation يمكن تعريفها بأنها (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها , ونتائجها الحالية, وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم)⁽¹⁾.

مشكلة الدراسة التي نحن بصددتها تتمثل في الدور الحيوي والفعال الذي يجب أن تقوم به العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها أو نشاطها , والذي يبدأ من داخل المؤسسة متجهاً إلى خارجها , أي من الضرورة بمكان الاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة وتعزيز العلاقة به من خلال إعداد البرامج



والأنشطة التي يهتم بها ومشاركته فيها مما ينعكس ايجاباً على أدائها من جهة وزيادة الثقة بينهما من جهة أخرى , الأمر الذي تطلب تقييم أداء ممارسي العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي لمعرفة البرامج والأنشطة التي يتم إعدادها سواء للجمهور الداخلي أو للجمهور الخارجي ووسائل التواصل معهم وتوضيح العلاقة الوظيفية مع الإدارات الأخرى , مما اوجب ضرورة القيام بهذه الدراسة لتقييم واقع الممارسة الحقيقي للعلاقات العامة والدور الذي تقوم به والخدمات التي تقدمها , كما يمكننا تحديد مشكلة الدراسة في السؤال التالي :

هل تقوم العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي بدورها على أكمل وجه ؟
أهمية الدراسة :

يمكن تحديد الأهمية العلمية لهذه الدراسة كما يلي :

- تكمن أهمية الدراسة في تناولها موضوعاً حيوياً وعلمياً يتمثل في تسليط الضوء على واقع جهاز العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي .
 - تظهر أهمية الدراسة من خلال حداثة الموضوع وتقييم واقع هذا الجهاز .
 - وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع واقع العلاقات العامة ولكن فيما يتعلق بتقييم هذا الواقع في مركز بنغازي الطبي يعد من الموضوعات الحديثة .
 - تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية ذات العلاقة بمفهوم ووظيفة العلاقات العامة خاصة في قطاع الصحي الليبي .
- أهداف الدراسة :

- إن أي دراسة علمية يجب أن تنطلق من هدف أساسي تسعى إلى تحقيقه خدمةً لمجال التخصص العلمي , ولهذا لابد من إبراز أهداف الدراسة في مجموعة من النقاط على النحو الآتي:
- معرفة البرامج والأنشطة والخدمات التي تقوم بها العلاقات العامة وتقدمها خاصة للجمهور الداخلي .
 - توضيح الوسائل المختلفة التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي .
 - معرفة درجة إتاحة الفرصة للجمهور الداخلي للمشاركة في برامج وأنشطة العلاقات العامة .
 - معرفة المشكلات و العوائق التي قد تواجه جهاز العلاقات العامة عند تواصله مع الجمهور .
 - تقييم واقع العلاقات العامة في أهم مؤسسة صحية متمثلة في مركز بنغازي الطبي .
 - أهمية الخروج بتوصيات يمكن الاستفادة منها في تطوير جهاز العلاقات العامة في قطاع الصحة الليبي .

تساؤلات الدراسة :

تساؤلات لتقييم واقع جهاز العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي :

- ما البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟
- ما الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للجمهور الداخلي أو الخارجي ومدى معرفته بها ؟
- ما الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي ؟
- ما مدى مشاركة الجمهور الداخلي في البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة ؟
- ما المشكلات والصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟
- ما المقترحات والتوصيات التي يمكن الاستفادة منها لتطوير العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟

الدراسات السابقة :

1. دراسة : نبيله بلمهدي (2017-2018) (2)

(و واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمانية الجزائرية – دراسة حالة : بريد الجزائر)

استهدفت الدراسة : معرفة اتجاه الجمهور الداخلي والخارجي نحو العلاقات العامة في بريد الجزائر , حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي , وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية من الجمهور الداخلي قوامها (200) مفردة من الزبائن الداخليين , و(400) مفردة من الزبائن الخارجيين .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه الجمهور الداخلي والخارجي بالنسبة لواقع العلاقات العامة بمؤسسة بريد الجزائر يعد سلبياً , بالإضافة إلى أن مفاهيم العلاقات العامة لا تزال غامضة , فضلاً عن ضعف مشاركة الجماهير في الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها , والتقصير الواضح من المؤسسة نحو الاهتمام بأنشطتها, فضلاً عن عدم تقديم خدمات جديّة للجمهور الداخلي .

2. دراسة : علي حامد هارون (2016) (3)

(و واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية – دراسة وصفية تحليلية على مركز سها الطبي)

استهدفت الدراسة : التعرف على مكانة العلاقات العامة من الإدارة العليا ودورها في مركز سها الطبي , بالإضافة لأساليب الممارسة والبرامج والأنشطة التي يتم تنظيمها , حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي , وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات بأسلوب الحصر الشامل من جميع العاملين في قسم العلاقات العامة وعددهم (25) مبحوث.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اغلب المبحوثين من حملة المؤهلات الجامعية تخصص الإعلام ولكن تم ملاحظة ضعف اهتمام قسم العلاقات العامة بأجراء البحوث العلمية والتخطيط للبرامج والتقييم , كما

يوجد العديد من المعوقات التي من بينها عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة , وضعف التدريب , وضعف الميزانية المخصصة .

3. دراسة : عبد الصادق حسن (2015) ⁽⁴⁾

(نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية – دراسة على عينة من المؤسسات المصرية والبحرينية)

استهدفت الدراسة : معرفة مدى تطبيق نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية , ومعرفة أهداف العلاقات العامة وإستراتيجيتها في المؤسسات الحكومية , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح , حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة قوامها (273) مفردة من ممارسي العلاقات العامة .

وتوصلت نتائج الدراسة من حيث الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في الاتصال بالجمهور فإنها تستخدم الرسائل القصيرة SMS والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي , كما أنها تهدف إلى كسب تأييد الرأي العام عن طريق المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة من خلال الاتصال في الاتجاهين , وطبقاً لنموذج بيرسون فإن العلاقات العامة تعمل على حل المشكلات التي تواجه الجمهور , وطبقاً لنموذج شارب فإنه يتم الاعتماد على البحوث العلمية لتحديد وتحليل آراء الجمهور , فضلاً عن استقبال وتوديع الوفود .

4. دراسة : ربحانه سحنون (2014-2015) ⁽⁵⁾

(واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية – دراسة ميدانية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر)

استهدفت الدراسة : معرفة مكانة العلاقات العامة في المديرية العملية للاتصالات ومعرفة نشاطاتها والوسائل الاتصالية التي تستخدمها , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي , حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات بالحصر الشامل من جميع العاملين في المؤسسة والذين بلغ عددهم (50) مفردة .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة في المديرية العملية لاتصالات الجزائر تحتل مكانة مهمة , وتقوم بمختلف الأنشطة من أجل تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي , فضلاً عن تنوع وسائل الاتصال التي تستخدمها , ولكن هناك عدد من المشاكل التي تعاني منها مثل نقص المتخصصين ذوي الخبرة والفهم الخاطئ للعلاقات العامة بالإضافة إلى عدم الاعتماد على الأسس العلمية وصعوبة التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي .

5. دراسة : طارق أحمد الجيار (2012-2013)⁽⁶⁾

(دور العلاقات العامة في المنظمات الإقليمية – دراسة ميدانية على جامعة الدول العربية بجمهورية مصر العربية)

استهدفت الدراسة : التعرف على واقع العلاقات العامة وسمات العاملين فيها وطبيعة عملها , وبرز الأنشطة التي تقوم بها , بالإضافة إلى تحديد المشاكل التي تواجهها واقتراح الحلول لها , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي والتاريخي من خلال الدراسات المسحية , أسلوب المسح , حيث تم جميع البيانات بأسلوب الحصر الشامل من خلال استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عدد (23) مفردة من مسؤولي العلاقات العامة من الجمهور الداخلي و(72) مفردة من الجمهور الخارجي متمثل في الطلبة العرب .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم اقتناع الإدارة العليا في الجامعة بمهام العلاقات العامة , وان موقعها في الهيكل التنظيمي للجامعة غير واضح بالإضافة إلى اختلاف مسمياتها , كما يوجد تداخل في اختصاصات إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى , أي أنها ضعيفة ودورها محدود خاصة في مواجهة الأزمات فضلاً عن عدم استخدامها لوسائل الاتصال المختلفة وتركيزها على الاتصال الشخصي فقط , بالإضافة إلى عدم الاتصال بالجمهور الداخلي .

6. دراسة : كريمة ساعد (2011-2012) (العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية)⁽⁷⁾

استهدفت الدراسة : رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية , ومعرفة مكانتها والوسائل الاتصالية التي تستخدمها , والوظائف التي تقوم بها , حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتمدت على المنهج الوصفي القائم على المسح من خلال استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالحصر الشامل لعدد (32) مفردة من جميع العاملين في نيابة مديرية الجامعات للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود مسمى وظيفي لجهاز العلاقات العامة وان نيابة مديرية العلاقات الخارجية هي من تقوم بدور ووظيفة العلاقات العامة نظراً لدورها المهم في الهيكل التنظيمي للجامعة , والتي تقوم ببعض الوظائف الكافية نسبياً للتعريف بالجامعة , كما يؤكد جميع أفراد مجتمع الدراسة أن الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة على تواصل دائم بجماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية , وأنها تستخدم في ذلك جميع الوسائل الاتصالية , كما أن أغلب العاملين فيها من المتخصصين في مجال علم الإدارة والاقتصاد واللغات وان هناك عدد بسيط من المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال .

الإطار النظري :

في هذا الإطار سوف يعتمد الباحث على (نظرية النظم - نموذج جرونج) لتوضيح دور العلاقات العامة ووظائفها داخل المنظمة وخارجها .

أولاً/ نظرية النظم :

يطلق عليها نظرية التكيف والتفاعل , فالمنظمة وفقاً لهذه النظرية عبارة عن نظام يتكون من عدد من الأنظمة المتفرعة عنه , كما تعتبر المنظمة جزءاً من نظام أكبر يمثل البيئة الخارجية الذي يؤثر وتتأثر به⁽⁸⁾. كما تقوم نظرية النظم بتقديم فهماً عميقاً لوظيفة العلاقات العامة في السياق الإداري للمنظمات المختلفة, حيث تعد هذه الوظيفة بالنسبة لممارسي العلاقات العامة الأداة أو الوسيلة لفهم العلاقة بين المنظمة والجمهور من جهة ودور العلاقات العامة داخل المنظمة من جهة أخرى⁽⁹⁾.

وفيما يأتي دور العلاقات العامة وفقاً لهذه النظرية :

1. المراقبة : وتعني رصد كل ما يحدث في البيئة من تطورات وأحداث وجمع معلومات عن التحديات التي يمكن أن تواجه المنظمة , والفرص المحتملة التي يمكن الاستفادة منها .
 2. التفسير : يعني القدرة على استقطاب وفهم وتفسير المعلومات التي تم جمعها لوضع أولويات القضايا والجمهور, وكذلك توقع اتجاهات التغير لتحديد ما يمكن أن يساعد المنظمة ويقدم لها فرصاً أو يؤثر عليها سلباً ويمثل لها التحديات .
 3. تقديم المشورة : والمقصود بها التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة ومساعدة المنظمة في الاستجابة لهذه المشكلات من خلال تقديم مقترحات موضوعية للإدارة بما ينعكس في أنشطة ملموسة⁽¹⁰⁾.
- وبناءً على هذه النظرية يمكننا استنتاج أن المنظمة لا تعمل في فراغ , ولكن تحتاج إلى بحث مستمر لفهم التغيرات البيئية بشكل عميق , بالإضافة للنتائج المترتبة عليها , ويبدو انه كلما كانت البيئة مضطربة وغير مستقرة كان هناك حاجة ضرورية إلى علاقات عامة قوية وفاعلة يمكنها القيام بدورها والتنبؤ بسلوك المنظمة في البيئة المحيطة بها , كما تم استسقاء فكرة هذه الدراسة من هذه النظرية باعتبار أن العلاقات العامة جزءاً رئيسياً من المنظمة المتمثلة في (مركز بنغازي الطبي) , وتعد كذلك نظاماً فرعياً مع باقي الأنظمة التابعة للمركز الصحي والذي يعد جزءاً من المنظمات الأخرى العاملة في المجتمع , أي أن العلاقات العامة يجب عليها الأخذ بعين الاعتبار الجمهور الداخلي التابع للمنظمة والاهتمام به , وكذلك الجمهور الخارجي الذي يتعامل معها ويستفيد من خدماتها .

ثانياً / نموذج جرونيج : Gronig :

1. نموذج المؤسسة الصحفية : وهو يعد أول النماذج التي ظهرت في تاريخ العلاقات العامة بالولايات المتحدة الأمريكية نهاية القرن التاسع عشر , حيث كان الهدف الأساسي لتطبيق هذا النموذج هو الدعاية , والذي من خلاله كانت المؤسسات الصحفية تهدف للوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء والمعلنين , كما يتميز هذا النموذج بالتدفق الأحادي الاتجاه من المؤسسة إلى الجمهور دون الاهتمام برجع الصدى.

2. نموذج الإعلام العام : ظهر نموذج إعلام الجمهور في بداية القرن العشرين والذي يهدف إلى نشر المعلومات لتحسين صورة المؤسسة , من المؤسسة إلى الجمهور عبر العلاقات العامة (الإقناع العلمي) , حيث تلعب الأبحاث دوراً أساسياً لتحديد الأهداف والآراء وزيادة التفاعل بين المؤسسة والجمهور , كما يتم توظيف الصحفيين في المؤسسة لتزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة ولكن وفقاً لهذا النموذج تكون مصلحة المؤسسة هي الهدف الرئيسي⁽¹¹⁾.

3. نموذج الاتجاهين غير المتماثل : ظهر هذا النموذج عام 1920م وكان الهدف منه الإقناع عبر الاتصال ووفقاً لهذا النموذج فإن المؤسسة تسعى إلى تحقيق مصلحتها الخاصة , كما أن استخدام العلاقات العامة لهذا النموذج الهدف منه توظيف الأبحاث لتحديد أفضل الرسائل الاتصالية وأكثرها مقدرة على كسب تأييد الجمهور للمؤسسة.

4. النموذج ثنائي الاتجاه : من خلال هذا النموذج فإن المؤسسة تسعى إلى توظيف الأبحاث لتقديم رسالة اتصالية تساهم في إقناع الجمهور للسلوك الذي يرضي الطرفين , بالإضافة للحوار لبناء علاقات وطيدة مع الجمهور عن طريق الإقناع , كما أكد جرونيج في هذا النموذج على أهمية دور العلاقات العامة كوسيط محايد بين المؤسسة والجماهير⁽¹²⁾.

كما أن الاعتماد على هذا النموذج يساهم بشكل كبير في توضيح نوع الممارسة العملية للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي , ومدى قيامها بواجباتها تجاه الإدارة العليا من جهة والجمهور الداخلي والخارجي من جهة أخرى .

المفاهيم المستخدمة في الدراسة :

- الأداء المهني : أداه تأدية : أوصله والاسم الأداء ويقصد الباحث : أداء الوظائف والمهام بشكل علمي مخطط له وتنفيذ العمل بالشكل المطلوب⁽¹³⁾.
- العلاقات العامة : العلاقات العامة هي التواصل مع الجمهور لتطوير علاقات إيجابية وخلق الاتساق بين أهداف المنظمة من جهة وأهداف الجمهور من جهة أخرى , وهي تطوير وتنفيذ وتقييم البرامج التنظيمية التي تعزز العلاقة بينهما⁽¹⁴⁾.

- دراسة ميدانية : " فيها يقوم الباحث بتصنيف وتبويب وتحليل البيانات وتفسيرها وفق نسق معين يتيح للسمات والخصائص الرئيسة للدراسة أن تبرز بصورة واضحة , ومن أهمها المتغيرات وطريقة تداخلها وارتباطها وتوافقها مع بعضها البعض " (15).
- مركز بنغازي الطبي : هو عبارة عن مؤسسة خدمية صحية عامة تتبع لوزارة الصحة الليبية يطلق عليها مستشفى (1200) في مدينة بنغازي , يقوم بتوفير الرعاية الصحية للمواطنين .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها ، ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها من خلال الحصول على معلومات واضحة ودقيقة عنها ، وتمثل الظاهرة موضوع البحث في محاولة تقييم الأداء المهني للممارسي العلاقات العامة بالإضافة لواقع جهاز العلاقات العامة في القطاع الصحي الليبي متمثل في مركز بنغازي الطبي .

منهج الدراسة :

سوف يعتمد الباحث على منهج المسح ، أي مسح أساليب الممارسة لكل العاملين في العلاقات العامة والإعلام ، والذي يعد من أبرز المناهج التي تستخدم في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسات الوصفية، كما يعد أسلوباً منهجياً يقوم على تقديم الوصف الدقيق لحالة معينة (16).

مجتمع الدراسة :

يتحدد مجتمع الدراسة الحالية في جميع الأفراد العاملين بقسمي العلاقات العامة و الإعلام في مركز بنغازي الطبي ، حيث أن قسم العلاقات العامة و الخدمات يتبع إدارة الشؤون الإدارية والمالية التابعة للمدير المساعد لمركز بنغازي الطبي ويتبعه عدد (15) موظفاً ، أما قسم الإعلام يتبع إدارة الشؤون الطبية التابعة للمدير المساعد لمركز بنغازي الطبي وفيه عدد (9) موظفين فقط ، وبذلك يكون الإجمالي المستهدف (24) موظفاً* .

* مقابلة شخصية مع الأستاذ / علي بن سعود ، رئيس قسم العلاقات العامة والخدمات بمكتبة في مركز بنغازي الطبي يوم الاثنين 2023/11/20م على تمام الساعة العاشرة و النصف .

عينة الدراسة :
في سياق تحقيق أهداف الدراسة وصولاً للنتائج المرجوة ، قام الباحث بالحصر الشامل لكافة العاملين بقسمي العلاقات العامة والإعلام في مركز بنغازي الطبي الواقع بمدينة بنغازي ليبيا ، والذين بلغ عددهم (24) مفردة.

أدوات جمع البيانات :
تعد أدوات جمع البيانات من الخطوات المنهجية التي يستخدمها الباحث في دراسته ، حيث يقوم بتجميع البيانات والمعلومات اللازمة لدراسته بعدد من الأساليب العلمية التي تتباين في أهميتها حسب درجة الاستفادة منها في حل المشكلة ⁽¹⁷⁾، وفي هذه الدراسة سوف يعتمد الباحث على البحث في التراث العلمي بمجال العلاقات العامة ، بالإضافة للزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية فضلاً عن صحيفة الاستبيان .
إجراءات الصدق والثبات :

معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين

المتغيرات	معامل الثبات المعتمد عليه	معامل الصدق الإحصائي
صحيفة استقصاء المبحوثين	معامل (ألفا .كرونباخ)	0.911
	معادلة سييرمان براون	0.89

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

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

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

المبحث الثاني

العلاقات العامة في المؤسسة

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي تطورت عبر الزمان حتى باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها أو نشاطها خاصة في الوقت الراهن ، الذي زاد فيه عدد الجماهير وتنوعها فضلاً عن تطور وتنوع وسائل الاتصال ، الأمر الذي تطلب وجود جهاز متخصص متمثل في العلاقات العامة التي باستطاعتها تحقيق التوافق والتكيف بين المؤسسة وجماهيرها المتنوعة ، مما ينعكس إيجاباً عليها وعلى أدائها ويساهم في استقرار المؤسسة بشكل كبير .

تعريف العلاقات العامة :

" يعرف كرتسيان Christian العلاقات العامة بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندوها في أزماتها ويعاضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها " (18).

كما يرى هوارد بوفهام وكيل جمعية الصليب الأحمر الأمريكية " أن العلاقات العامة هي فن إدارة التفاهم مما يؤدي إلى المزيد من الثقة بالأفراد والمؤسسات " (19).

وتعرف العلاقات العامة أنها " وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على التأييد وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والآراء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط " (20).

كما يمكن تحديد أهمية العلاقات العامة في النقاط التالية (21):

- تعميق العلاقة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة وخلق التكيف اللازم بينهما لتحقيق الأهداف المنشودة .
- تهيئة الظروف والمناخ المناسب للرأي العام لتقبل أفكار وأراء المؤسسة وتأييدها مما ينعكس إيجاباً على المجتمع .
- إعداد البحوث التي توضح اتجاهات الجمهور الحقيقية وآرائهم ورغباتهم واحتياجاتهم وإحالتها لإدارة المؤسسة أو المنظمة لدراساتها وأخذها بعين الاعتبار لتعديل السياسات بما يتفق مع رغبات هؤلاء الجماهير .
- اهتمام العلاقات العامة بالجمهور الداخلي وتقديم الخدمات المناسبة له ، وتوفير الرعاية الصحية والاجتماعية لهم ولأسرهم بما يكفل لهم الحياة الكريمة .

أهداف العلاقات العامة :

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي لها العديد من الوظائف التي يجب القيام بها لتحقيق الأهداف المرجوة , والتي تسعى أي مؤسسة أو منظمة لتحقيقها وفيما يلي سوف يقوم الباحث بتسليط الضوء على أهداف العلاقات العامة التي تسعى لتحقيقها من خلال استخدام الوسائل والأساليب⁽²²⁾ , وتحديد الأهداف يعد الخطوة الأولى من خطوات التخطيط العلمي الصحيح ويرى الدكتور على عوجة أن أكثر أهداف العلاقات العامة شيوعاً في معظم المجتمعات ما يلي⁽²³⁾ :

- تحقيق السمعة الطيبة .
- المساعدة في ترويج المنتجات أو تنشيط الخدمات .
- كسب ثقة المجتمع الداخلي .
- كسب ثقة المجتمع الخارجي .

كما أن هناك بعض الوظائف المناطة بوظيفة العلاقات العامة والتي تتمثل فيما يلي⁽²⁴⁾:

- القيام بإجراءات الاتصال اللازمة مع جماهير المؤسسة سواء الداخلية أو الخاصة وذلك لشرح سياسة المؤسسة والدور الذي تقوم به تجاه جماهيرها .
- مساعدة الجماهير على تكوين صورة صحيحة من خلال تقديم معلومات دقيقة عن المؤسسة .
- التصدي لأي هجوم أو إشاعات قد تتعرض له المؤسسة وتقديم معلومات صادقة وواضحة عنها .
- المساهمة في إعداد الخطط والبرامج التي تكفل أداء مهام العلاقات العامة على أكمل وجه وبالصورة الصحيحة بالإضافة إلى القيام بإجراءات البحوث والدراسات وقياس الرأي العام .
- تنظيم الزيارات والرحلات للوفود والاهتمام بالبرامج الاجتماعية والثقافية .
- متابعة ما ينشر أو يذاع عبر وسائل الإعلام المختلفة⁽²⁵⁾ .
- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا وترشيدها عند اتخاذ القرارات .

كما أن العديد من الكتاب يرون أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة تتمثل فيما يلي :

1. البحث :

يعد البحث من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة لاهتمامه بالدراسات ذات العلاقة بقياس اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسة وجماهيرها المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية⁽²⁶⁾ , وفي هذا السياق فإن مفهوم البحوث لا يقصد به البحوث الأكاديمية الصرفة وإنما يعني القيام بعملية جمع المعلومات وتقصي الحقائق عن كافة العوامل والمتغيرات المؤثرة على عمل ونشاط العلاقات العامة , بالإضافة لأبحاثها بشكل مستمر للإدارة العليا بطريقة موضوعية منظمة ومستمرة .

2- التخطيط : هو رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة من خلال تحديد الأهداف والجماليات المستهدفة وتصميم البرامج وتوزيع الاختصاصات , وتحديد الميزانية وتوزيعها على البرامج والأنشطة , فعملية التخطيط تعد عملية ديناميكية مستمرة لا تتوقف أبداً⁽²⁷⁾.

3- الاتصال : يعرف الاتصال بأنه عملية يتم من خلالها التفاعل بين المرسل والمستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم تبادل الأفكار والمعلومات والمنهات بين الأفراد عن موضوع ما , أو قضية معينة⁽²⁸⁾.

ونجاح الاتصال يتطلب مجموعة من المقومات هي⁽²⁹⁾:

- فكرة واضحة محددة في ذهن صاحب الرسالة .
- قدرة هذا الشخص على نقل الفكرة بأسلوب واضح معبر عنها .
- استعداد الشخص الآخر لاستقبال الفكرة .
- قدرة هذا الشخص على استيعاب المعنى المقصود .
- قدرته على تنفيذ ما جاء بالرسالة .

4- التنسيق : المقصود بوظيفة التنسيق العمل على الاتصال بالمسؤولين داخل المؤسسة أو المنظمة وكذلك الاتصال بالهيئات والأفراد خارجها⁽³⁰⁾.

كما يمكن تعريف التنسيق : بأنه إيجاد الانسجام والترابط بين أوجه النشاط المختلفة عند توجيهها لتنفيذ الأهداف الموضوعية والتنسيق في حد ذاته لا يعتبر وظيفة إدارية لها كيان مستقبل , ولكنه مناخ يجب أن يتوفر في جميع مراحل العمل الإداري⁽³¹⁾.

5- التقييم : التقييم هو إتباع أساليب محددة بهدف تقدير مدى تحقيق برامج العلاقات العامة لأغراضها إذ أن هناك أهدافاً أو معايير معينة يجري إقرارها عند وضع برامج العلاقات العامة بحيث يتم مقارنة هذه المعايير أو الأهداف مع النتائج الفعلية التي تم تحقيقها ومن ثم التوصل إلى أي تغيرات ايجابية أو سلبية في المعايير المقررة واتخاذ الإجراءات الكفيلة بمعالجتها⁽³²⁾.

أما عن أهم وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي⁽³³⁾:

- التعريف بأهداف وأنشطة المؤسسة من خلال وسائل الإعلام .
- متابعة ما ينشر أو يذاع عن المؤسسة عبر وسائل الإعلام .
- تلقي شكاوي الجمهور ومتابعتها مع جهات الاختصاص .
- الوقوف على انطباعات وآراء الجمهور حول الخدمات التي تقدمها المؤسسة .
- مساعدة المراجعين وتوجيههم .

- المشاركة في استقبال الوفود التي تقوم بزيارة المؤسسة .

المبحث الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

■ أولاً / تحليل نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (01)

يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث النوع

النوع	مركز بنغازي الطبي ك	الإجمالي %
ذكر	18	75
أنثى	6	25
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (1) إلى السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث النوع والذين بلغ عددهم (24) مفردة , منهم (18) من الذكور بنسبة (75%) و (6) من الإناث بنسبة (25%) , وقد يرجع ارتفاع عدد الذكور بالنسبة للإناث نظراً لطبيعة العمل في مركز بنغازي الطبي .

جدول (2) يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث العمر

العمر	ك	%
30-اقل 35	11	45.8
35 فما فوق	11	45.8
25-اقل من 30	2	8.3
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (2) المستويات العمرية لموظفي العلاقات العامة والإعلام , حيث تتساوى أولاً الفئة العمرية من (30-اقل من 35) وعددهم (11) مع الفئة العمرية (35- فما فوق) وعددهم (11) , حيث بغت النسبة المئوية لكل منهما (45.8%) , ثم جاءت ثانياً الفئة العمرية (25- اقل من 30) وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%) , وبذلك يتضح أن الغالبية من الشباب وهو مناسب جداً لممارسة دور ووظائف العلاقات العامة .



جدول (3) يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
الدبلوم متوسط	9	37.5
البكالوريوس	7	29.2
الدبلوم العالي	6	25
الماجستير	1	4.2
التعليم الأساسي	1	4.2
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (3) السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث المؤهل العلمي , حيث جاء أولاً المؤهل العلمي (الدبلوم المتوسط) وعددهم (9) بنسبة مئوية (37.5%), ثانياً (البكالوريوس) وعددهم (7) بنسبة مئوية (29.2%), ثالثاً الدبلوم العالي و عددهم (6) بنسبة مئوية (25%), رابعاً وأخيراً (الما جستير) وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%), يتساوى مع التعليم الأساسي وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%), وبذلك يتضح أن موظفي العلاقات العامة و الإعلام يحملون مؤهلات علمية متباينة ولكن أغلبها مناسباً لممارسة وظيفة العلاقات العامة .

جدول (4) يبين السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث التخصص العلمي

التخصص العلمي	ك	%
تخصصات مختلفة	16	66.7
الإعلام	4	16.6
العلاقات العامة	2	8.3
الإدارة	1	4.2
الحاسوب	1	4.2
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (4) السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث التخصص العلمي , حيث جاءت أولاً التخصصات المختلفة وعددهم (16) بنسبة مئوية (66.7%) , ثم جاء ثانياً تخصص الإعلام وعددهم (4) بنسبة مئوية (16.6%) , ثالثاً تخصص العلاقات العامة وعدد (2) بنسبة (8.3%) , رابعاً يتساوى تخصص الإدارة وعددهم (1) مع تخصص الحاسوب وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%) , وهنا يتضح انه يوجد العديد من التخصصات العلمية , بالإضافة لتخصص العلاقات العامة و الإعلام والذين بلغ عددهم (6) موظفين فقط , وهذا العدد يعد قليل جداً مقارنةً بحجم وظائف العلاقات العامة المراد القيام بها في صرح طبي بحجم مركز بنغازي الطبي والذي يتطلب عدد كبير من المتخصصين في مجال العلاقات العامة ليقوموا بدورهم على أكمل وجه , كما لاحظ الباحث أن هؤلاء الموظفين (6) يقوموا بوظائف إعلامية فقط ولا يقوموا بأي وظيفة في مجال العلاقات العامة , هذه النتيجة تتفق مع دراسة (كريمة ساعد , 2011-2012).

جدول (5) يشير للسمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	ك	%
20-10	13	54.2
10-5	8	33.3
5-1	2	8.3
أكبر من 20	1	4.2
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (5) للسمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث سنوات الخبرة حيث جاءت أولاً سنوات الخبرة من 20-10 وعددهم (13) بنسبة مئوية (54.2%) , ثم جاء 10-5 سنوات وعددهم (8) بنسبة مئوية (33.3%) , ثم جاء ثالثاً 5-1 سنوات وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%) , وأخيراً أكبر من 20 سنة وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%) , وبذلك يتضح من خلال الجدول السابق تباين خبرة العاملين في مجال العلاقات العامة والإعلام .



جدول (6) يوضح رأي المبحوثين فيما تقدمه العلاقات العامة من برامج وأنشطة داخل مركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
جيد	9	37.5
رديء	9	37.5
متوسط	6	25
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (6) رأي المبحوثين فيما تقدمه العلاقات العامة من برامج وأنشطة داخل مركز بنغازي الطبي، حيث يتضح أن رأيهم بشكل جيد بنسبة (37.5%)، وبشكل رديء كذلك بنسبة (37.5%)، أما رأيهم بشكل متوسط كانت نسبته (25%)، أما الباحث لم يلاحظ من خلال الزيارة الميدانية أي برامج أو أنشطة تقوم بها العلاقات العامة لذلك كانت اغلب الآراء مابين المتوسط والرديء، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة نبيله بلمهدي (2017-2018).

جدول (7) يبين رأي المبحوثين في مكانة العلاقات العامة بالهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
مناسب	8	33.3
غير مناسب	16	66.7
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (7) رأي المبحوثين في مكانة العلاقات العامة بالهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي حيث يتضح أن من أجابوا (نعم) عددهم (8) بنسبة (33.3%)، ومن أجابوا (لا) كان عددهم (16) بنسبة (66.7%)، وبذلك يتضح أن الغالبية من المبحوثين غير راضيين على الوضع الحالي للعلاقات العامة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (طارق أحمد الجيار، 2012-2013)، كما تتفق هذه النتيجة مع نظرية النظم وظيفية (المراقبة) حيث تكمن في أهمية رصد التطورات الداخلية التي يمكنها تطوير العلاقات العامة وتغيير مكانها في الهيكل التنظيمي لتقوم بدورها على أكمل وجه.



جدول (8) يوضح رأي المبحوثين في المكان الصحيح للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
تتبع للمدير العام مباشرة	18	75
تتبع للشؤون الإدارية والمالية	4	16.7
تتبع للمدير المساعد	2	8.3
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (8) رأي المبحوثين في المكان الصحيح للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي ، حيث جاء أولاً أنها يجب أن تتبع المدير العام مباشرة وعددهم (18) بنسبة مئوية (75%) ، ثم جاء ثانياً يجب أن تتبع للشؤون الإدارية والمالية وعددهم (4) بنسبة مئوية (16.7%) ، أما أخيراً فقد جاء يجب أن تتبع للمدير المساعد وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%) ، وهذه النتيجة تتفق مع نظرية النظم وظيفية (تقديم المشورة) أي تقديم المقترح للإدارة العليا الذي يبين أهمية تبعية العلاقات العامة للمدير العام مباشرة حتى يتسنى لها القيام بوظائفها وواجباتها بالشكل الصحيح و دون أي عوائق ، وهذا يوضح مدى وعي وفهم المبحوثين لدور العلاقات العامة .

جدول (9) يبين الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع

الجمهور الداخلي

الوسائل الاتصالية المستخدمة	دائماً	أحياناً	أبداً
الهاتف	21	2	1
الاتصال الشخصي	20	3	1
البريد العادي	17	6	1
البريد الإلكتروني	16	6	2
الإعلانات التعريفية	0	17	7
الاجتماعات	6	11	7
التقارير	6	10	8
عبر المنصات الإلكترونية	0	5	19
صفحة المركز	0	8	16

يبين الجدول السابق رقم (9) الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً الهاتف بشكل دائم بنسبة (87.5%) , ثم الاتصال الشخصي بشكل دائم أيضاً بنسبة مئوية (83.3%) , ثالثاً البريد العادي بشكل دائم ونسبة مئوية (70.8%) , رابعاً البريد الإلكتروني بشكل دائم ونسبة مئوية (66.6%) , خامساً الإعلانات التعريفية أحياناً بنسبة مئوية (70.8%) , سادساً الاجتماعات أحياناً بنسبة مئوية (45.8%) , سابعاً التقارير أحياناً بنسبة مئوية (41.6%) , أما عن المنصات الإلكترونية فقد جاءت ثامناً (أبداً) بنسبة مئوية (79.1%) , أما صفحة المركز فقد جاءت تاسعاً (أبداً) بنسبة مئوية (66.6%) حيث لا يتم استخدامها في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي , وبذلك يتضح أن الاعتماد في التواصل يتم من خلال الوسائل الاتصالية المتمثلة في (الهاتف والاتصال الشخصي والبريد العادي والإلكتروني) .

جدول (10) يوضح طبيعة اتصال العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي

الوسائل الاتصالية المستخدمة	دائماً	أحياناً	أبداً
قياس الرأي العام	0	1	23
القيام بالأبحاث والدراسات	1	1	22
التعرف على آراء واقتراحات الجمهور	1	1	22
التعريف باللوائح والقوانين	2	1	21
القيام بالحملات الإعلامية	0	3	21
تكريم المتميزين من الجمهور الداخلي	0	3	21
معرفة شكاوي الجمهور الداخلي	1	3	20
التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور	1	3	20
الرد على استفسارات الجمهور	0	5	19
إقامة الندوات والمحاضرات	1	5	18
القيام بالأنشطة الترفيهية للجمهور الداخلي	1	6	17
نشر الوعي	0	8	16
شرح وتوضيح سياسات المركز الطبي	2	8	14
التعريف بمركز بنغازي الطبي	2	12	10

يوضح الجدول السابق رقم (10) طبيعة اتصال العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي حسب الترتيب ، حيث جاء أولاً قياس الرأي العام (أبداً) بنسبة (95.8%) ، ثم القيام بالأبحاث والدراسات (أبداً) بنسبة (91.65%) ، ثم التعرف على آراء واقتراحات الجمهور (أبداً) بنسبة (91.65%) ، ثم التعريف باللوائح والقوانين (أبداً) بنسبة (87.5%) ، ثم القيام بالحملات الإعلامية (أبداً) بنسبة (87.5%) ، ثم تكريم المتميزين من الجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (87.5%) ، ثم معرفة شكاوي الجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (83.3%) ، ثم التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور (أبداً) بنسبة (83.3%) ، ثم الرد على استفسارات الجمهور (أبداً) بنسبة (79.1%) ، ثم إقامة الندوات والمحاضرات (أبداً) بنسبة (75%) ، ثم القيام بالأنشطة الترفيهية للجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (70.8%) ، ثم نشر الوعي (أبداً) بنسبة (66.6%) ، ثم شرح وتوضيح سياسات المركز الطبي (أبداً) بنسبة (58.3%) ، ثم أخيراً التعريف بمركز بنغازي الطبي (أبداً) بنسبة (41.6%) ، وبذلك يتضح أن العلاقات العامة لا تقوم بأي نشاط اتصالي داخل مركز بنغازي الطبي من الأنشطة الاتصالية التي يجب أن تقوم بها داخل أي مؤسسة .

جدول (11) يبين الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي من وجهة نظر

المبحوثين

الأهداف المراد تحقيقها	دائماً	أحياناً	أبداً
التعريف بسياسة وبرامج وأنشطة المركز	0	3	21
تقديم المساعدة للجمهور الداخلي	2	3	19
المساهمة في حل المشكلات قبل وقوعها	1	4	19
تحسين الصورة الذهنية للمركز	1	9	14
أهداف إعلامية وإعلانية	0	10	14
اطلاع الجمهور على كل جديد	1	11	12
تكوين علاقات طيبة مع الجمهور الداخلي	1	12	11

يبين الجدول السابق رقم (11) الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي من وجهة نظر المبحوثين ، حيث جاء أولاً التعريف بسياسة وبرامج وأنشطة المركز بمتوسط حسابي (1.12) واتجاه عام (أبداً) ، ثم تقديم المساعدة للجمهور الداخلي بمتوسط حسابي (1.29) واتجاه عام (أبداً) ، ثم المساهمة في حل المشكلات قبل وقوعها بمتوسط حسابي (1.25) واتجاه عام (أبداً) ، ثم تحسين الصورة الذهنية للمركز بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) ، ثم أهداف إعلامية وإعلانية بمتوسط حسابي

(1.42) واتجاه عام (أبداً) , ثم اطلاع الجمهور على كل جديد بمتوسط حسابي (1.54) واتجاه عام (أبداً) , وأخيراً تكوين علاقات طيبة مع الجمهور الداخلي بمتوسط حسابي (1.58) واتجاه عام (أبداً) , وبذلك يتضح أن العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين ليس لديها أي أهداف تسعى إلى تحقيقها في مركز بنغازي الطبي.

جدول (12) يشير إلى البرامج والأنشطة والفعاليات التي تعدها وتنظمها العلاقات العامة

البرامج والأنشطة والفعاليات	دائماً	أحياناً	أبداً
المؤتمرات العلمية	2	17	5
الاحتفالات	0	16	8
الندوات	0	14	10
المهرجانات	0	11	13
الزيارات الميدانية	0	10	14
الأنشطة الرياضية	3	7	14
المسابقات الثقافية	2	7	15
تنظيم المعارض	0	5	19

يشير الجدول السابق رقم (12) إلى البرامج والأنشطة والفعاليات التي تعدها وتنظمها العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً المؤتمرات العلمية بمتوسط حسابي (1.88) واتجاه عام (أحياناً) , ثم الاحتفالات بمتوسط حسابي (1.67) واتجاه عام (أحياناً) , ثم الندوات بمتوسط حسابي (1.58) واتجاه عام (أحياناً) , ثم المهرجانات بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) , خامساً الزيارات الميدانية بمتوسط حسابي (1.42) واتجاه عام (أبداً) , سادساً الأنشطة الرياضية بمتوسط حسابي (1.54) واتجاه عام (أبداً) , ثم المسابقات الثقافية بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) , وأخيراً تنظيم المعارض بمتوسط حسابي (1.21) واتجاه عام (أبداً) , وبذلك يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن العلاقات العامة تقوم أحياناً بتنظيم المؤتمرات العلمية والاحتفالات والندوات فقط , أما باقي البرامج والأنشطة فإنها لا تقوم بها مطلقاً , وهذه النتيجة تتفق مع نموذج جرونج المتمثل في (نموذج الإعلام العام) أي نشر المعلومات لتحسين صورة المؤسسة فقط .



جدول (13) يوضح رأي المبحوثين في وجود صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	6	25
لا	18	75
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (13) رأي المبحوثين في وجود صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي , حيث يتضح من خلال إجابة المبحوثين انه بنسبة (75%) لا يوجد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (14) يبين رأي المبحوثين في وجود أي مطبوعات تصدر عن العلاقات العامة بمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	0	0
لا	24	100
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (14) رأي المبحوثين في وجود أي مطبوعات تصدر عن العلاقات العامة بمركز بنغازي الطبي , حيث يتضح من خلال إجابة المبحوثين انه بنسبة (100%) لا يوجد أي مطبوعات تصدر عنها .

جدول (15) يشير إلى مدى قيام العلاقات العامة بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	2	8.3
لا	22	91.7
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (15) إلى مدى قيام العلاقات العامة بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا , حيث يتضح أن العلاقات العامة ونسبة (91.7%) لا تقوم بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا وقد يرجع ذلك لعدم التبعية المباشرة للعلاقات العامة للإدارة العليا أو لعدم اهتمامها بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي , وهذه النتيجة تتفق مع نموذج جرونج (نموذج المؤسسة الصحفية) أي أن الاتصال في اتجاه واحد من المؤسسة للجمهور الداخلي فقط .

جدول (16) يوضح مدى قيام العلاقات العامة بالتخطيط الاستراتيجي والمساهمة في صناعة القرار مع الإدارة العليا

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	2	8.3
لا	22	91.7
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (16) مدى قيام العلاقات العامة بالتخطيط الاستراتيجي والمساهمة في صناعة القرارات مع الإدارة العليا , حيث يتضح أن العلاقات العامة ونسبة مئوية (91.7%) لا تقوم بأي نوع من أنواع التخطيط الاستراتيجي , كما أنها لا تساهم في صناعة القرارات الخاصة بمركز بنغازي الطبي مع الإدارة العليا , وقد يرجع ذلك إما لعدم اقتناع الإدارة العليا بمهام ووظائف العلاقات العامة , أو لعدم تبعيتها للإدارة العليا مباشرة , وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (طارق الجيار , 2012-2013) .

جدول (17) يبين تقييم المبحوثين للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي من حيث قيامها بدورها ووظائفها بالشكل المطلوب

رأي المبحوثين	ك	%
تقوم بدورها على أكمل وجه	7	29.2
إلى حد ما	6	25
لا تقوم بدورها على أكمل وجه	11	45.8
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (17) تقييم المبحوثين للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي من حيث قيامها بدورها ووظائفها بالشكل المطلوب , حيث يتضح أنها تقوم بدورها بنسبة مئوية (29.2%) , وإلى حد ما بنسبة مئوية (25%) , و أنها لا تقوم بدورها بنسبة مئوية (45.8%) , وبشكل عام نستنتج انه بنسبة مئوية عامة (61%) , وانحراف معياري (0.85) , ومتوسط حسابي (1.83) , واتجاه عام (محايد) , أن العلاقات العامة تقوم بدور محدود جداً , وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (علي حامد هارون , 2016) .

جدول (18) يشير إلى الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي

الصعوبات	ك	%
عدم التواصل مع الجمهور الداخلي	21	87.5
عدم الاهتمام بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي	21	87.5
عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا	21	87.5
عدم توفر الميزانية المناسبة	21	87.5
عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية	21	87.5
عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم	21	87.5
عدم خبرة العاملين في العلاقات العامة	21	87.5

يبين الجدول السابق رقم (18) الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي , حيث يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن هناك عدة صعوبات تتمثل في عدم التواصل مع الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم الاهتمام بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم توفر الميزانية المناسبة بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم بنسبة مئوية (87.5%) , وأخيراً عدم خبرة العاملين في العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%) , هذه النتيجة تتفق مع دراسة (ريحانه سحنون , 2014-2015) , ودراسة (علي حامد هارون , 2016) , كما تتفق هذه النتيجة مع نظرية النظم (تقديم المشورة) أي توضيح المشكلات التي تواجه العلاقات العامة للإدارة العليا .

جدول (19) يوضح مقترحات المبحوثين لتطوير العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي

المقترحات	ك	%
وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح والمناسب في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي	22	91.7
الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة	21	87.5
التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي	21	87.5
توفير الدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة	21	87.5
توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها	20	83.3

يوضح الجدول السابق رقم (19) مقترحات المبحوثين لتطوير العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح والمناسب في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي بنسبة مئوية (91.7%) , ثانياً الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%) , ثالثاً التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%) , رابعاً توفير الدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%) , خامساً وأخيراً توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها بنسبة مئوية (83.3%).

خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها :

توصلت هذه الدراسة للعديد من النتائج أبرزها :

- أظهرت نتائج الدراسة أن عدد الموظفين من فئة الذكور أكبر من عدد الإناث بنسبة مئوية (75%) .
- أوضحت نتائج الدراسة المستويات العمرية لموظفي العلاقات العامة والإعلام تتراوح من (30-35) بنسبة (45.8%) , ومن (35- فما فوق) بنسبة (45.8%) .
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب موظفي العلاقات العامة والإعلام من حملة المؤهلات العلمية الجامعية.
- أظهرت نتائج الدراسة تنوع التخصصات العلمية لموظفي العلاقات العامة والإعلام , حيث أن (66.7%) من تخصصات علمية مختلفة , و(16.6%) من تخصص الإعلام , ثم (8.3%) من تخصص العلاقات العامة .
- أوضحت نتائج الدراسة أن الخبرة العملية لموظفي العلاقات العامة والإعلام جيدة حيث أنها تتراوح من 10-20 سنة بنسبة مئوية (54.2%) , ومن 5-10 سنوات بنسبة مئوية (33.3%) .
- توصلت نتائج الدراسة إلى ضعف البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة وتعدّها في مركز بنغازي الطبي

- بينت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (66.7%) أن مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي غير مناسب ويحتاج للتغيير .
- أظهرت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (75%) أن المكان الصحيح للعلاقات العامة تبعيتها المباشرة للمدير العام لمركز بنغازي الطبي .
- أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الوسائل استخداماً من قبل العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي الهاتف بنسبة (87.5%) ، ثم الاتصال الشخصي بنسبة (83.3%) ، ثم البريد العادي بنسبة (70.8%) ، ثم البريد الإلكتروني بنسبة (66.6%) .
- توصلت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة لا تقوم بقياس الرأي العام ، ولا تقوم بالأبحاث والدراسات ، ولا تهتم بأراء ومقترحات الجمهور ، ولا تقوم بالحملات الإعلامية ، ولا تكرم المميزين ، ولا تهتم بشكاوي الجمهور الداخلي ، كما أنها لا تقوم بالرد على استفسارات الجمهور ، ولا تنظم الندوات والمحاضرات العلمية ، ولا تقوم بإعداد وتنظيم الأنشطة الترفيهية للموظفين ، ولا تهتم بنشر الوعي ، ولا تقوم بتوضيح سياسات المركز واللوائح والقوانين .
- بينت نتائج الدراسة انه لا يوجد أي أهداف تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي .
- أظهرت نتائج الدراسة انه لا يوجد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على منصات الإعلام الرقمي بنسبة (75%) .
- توصلت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (100%) أن العلاقات العامة لا تقوم بإصدار أي نوع من المطبوعات .
- أوضحت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (91.7%) أن العلاقات العامة لا تقوم بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا .
- توصلت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (91.7%) أن العلاقات العامة لا تقوم بأي نوع من أنواع التخطيط الاستراتيجي ، كما أنها لا تساهم في صناعة القرار مع الإدارة العليا .
- بينت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (45.8%) أن العلاقات العامة لا تقوم بدورها ووظائفها على أكمل وجه .
- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك العديد من الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة للقيام بدورها بالشكل الصحيح ومنها :

- عدم التواصل مع الجمهور الداخلي .
- عدم الاهتمام بأراء ومقترحات الجمهور الداخلي .
- عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا .



- عدم توفير ميزانية تشغيلية مناسبة وثابتة .
 - عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية لرفع الكفاءة .
 - عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم بالشكل الصحيح .
 - قلة خبرتهم في مجال العلاقات العامة .
- أوضحت نتائج الدراسة العديد من المقترحات التي يمكنها تطوير العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي على النحو التالي :

- وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي .
- الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة .
- التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي .
- توفير الدورات التدريبية المناسبة لرفع كفاءة العاملين .
- توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها على أكمل وجه .

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة هناك عدد من التوصيات التي يجب ان تؤخذ بعين الاعتبار:

- ضرورة وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي , و دمج قسم الإعلام إليها مع إضافة واستحداث المسميات الوظيفية الأخرى مثل (قسم النشاط – قسم الضيافة – قسم حجز التذاكر – قسم المطبوعات والنشر – قسم الخدمات الإدارية – قسم الشؤون الإدارية والمالية) .

- أهمية الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة للقيام بدورها ووظائفها بالشكل الصحيح .

- ضرورة إقحام موظفي العلاقات العامة في دورات تدريبية لرفع كفاءتهم الوظيفية .
- زيادة الاعتماد على التقنيات الحديثة والمتطورة في الاتصال مثل (منصات الإعلام الرقمي) , بالإضافة إلى إعداد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على هذه المنصات لتسهيل عملية الاتصال مع الإدارات المختلفة و الجمهور الداخلي والخارجي .

- تفعيل وظائف العلاقات العامة بالشكل الصحيح مثل (إجراء البحوث وقياس الرأي العام – التخطيط للبرامج و الأنشطة بالطرق العلمية والبعد عن العشوائية) .

- توفير الميزانية المستقلة والثابتة للعلاقات العامة للقيام بوظائفها بالشكل المطلوب .



- زيادة مشاركة العلاقات العامة مع الإدارة العليا في وضع الاستراتيجيات وتحديد السياسات الخاصة بمركز بنغازي الطبي .
- تذليل كافة الصعوبات التي تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي .



قائمة المراجع:

1. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 2، 2004 ف، ص 70.
2. نبيلة بلمهدي، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمتية الجزائرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجائر 3، 2017-2018.
3. علي حامد هارون، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، دراسة وصفية تحليلية على مركز سبها الطبي، مجلة الفنون والإعلام، مصراته – ليبيا، العدد الثاني، ص 291-321.
4. عبد الصادق حسن، نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية – دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، القاهرة – مصر، العدد الثالث يوليو 2015، ص 95-180.
5. ربحانه سحنون، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمتية الجزائرية، رسالة ماجستير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، جمهورية الجزائر، 2014-2015.
6. طارق احمد الجيار، دور العلاقات العامة في المنظمات الإقليمية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بنغازي ليبيا، 2012-2013.
7. كريمة ساعد، العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، جمهورية الجزائر، 2011-2012.
8. فهي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 96-97.
9. نسرين عدنان الحموري، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة اليرموك، 2014، ص 17.
10. العدوي، مرجع سابق، ص 97.
11. عبد الباري إبراهيم درة – نبيل خليف المجالي، العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي، ط 1، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 2010، ص 39.
12. شدوان علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية مصر، 2016 م، ص 110-115.
13. الطاهر احمد الزاوي، مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ط 2، ليبيا تونس، 1978 م، ص 16.



- nd ed, Kogan Page, London and 2.Sandra Oliver : Public Relations Strategy, 14.
13, P2007 Philadelphia.
15. السيد أحمد مصطفى , البحث العلمي مفهومه وإجراءاته , جامعة قاريونس, ط1 , بنغازي ليبيا
1994م , ص 324.
16. سمير محمد حسين , دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام , عالم الكتب , ط2, القاهرة
مصر , 2006م , ص 147.
17. سعد سليمان المشهداني , مناهج البحث الإعلامي , دار الكتاب الجامعي , ط1 , العين , 2017, 42-
43.
18. محمد بهجت جاد الله كشك , العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث ,
د ط , الأزبطة الإسكندرية , 2003 , ص 11 .
19. محمد سالم مرسل , العلاقات العامة والإعلام الأمني , دار الكتب الوطنية , ط1 , بنغازي , 2006
ص 29.
20. محمود يوسف , المدخل في العلاقات العامة , كلية الإعلام جامعة القاهرة د ط , 2003. ص 18.
21. محمد مصطفى كمال , العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات , دار المنهل اللبناني ,
ط1 بيروت , 2012 , ص 40-41 .
22. محمود يوسف , المدخل في العلاقات العامة , دار الإيمان للطباعة , د ط , القاهرة , 2001 , ص
46.
23. نفس المرجع السابق , ص 46-47 .
24. مختار حسين العريشي , واقع الممارسة العملية للعلاقات العامة في بعض المؤسسات الليبية , مجلة
البحوث الإعلامية , طرابلس ليبيا , مركز البحوث والتوثيق الإعلامي العدد 31-32 , 2005, ص 49.
25. شدوان علي شيبه , العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق , دار المعرفة الجامعية , ط1 القاهرة ,
2005 , ص 48-49.
26. حمدي عبد الحارس البخشونجي , العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية , المكتب
الجامعي الحديث , ط1, الإسكندرية , 2001 م , ص 20.
27. فؤاده البكري , العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال , دار نهضة الشروق , ط1 القاهرة , 2001
ص 47-48 ,
28. محمد جاسم فليحي , الاتصال الجماهيري وتبادل المعلومات في عصر الشاشة , مجلة البحوث
الإعلامية , ص 38.



29. غريب عبد السميع , مرجع سابق , ص 13 .
30. حمدي عبد الحارس البخشونجي, مرجع سابق , ص 21 .
31. علي عجوة - كريمان فريد , إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات , مرجع سابق, ص 4 .
32. محفوظ أحمد جودة , العلاقات العامة مفاهيم وممارسات , مؤسسة زهران للنشر والتوزيع , ط 1 , الأردن , 1996 , ص 225 .
33. محمد قيراط , العلاقات العامة في المؤسسات الصحية , دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الإمارات العربية المتحدة , ورقة مقدمة في ندوة التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة , جامعة الإمارات العربية المتحدة , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , قسم الاتصال الجماهيري , العين , 17/8/1996م , ص 17 .





ثانياً

عروض الأطروحات ورسائل الماجستير





عرض رسالة ماجستير بعنوان:

البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب: دراسة تحليلية

محمد عبد اللطيف مفتاح البكاي

لجنة المناقشة

د. مي عبد الغني مشرفاً

د. محمد سالم المنفي ممتحناً داخلياً

د. فرج العربي ممتحناً خارجياً

2023

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب وشملت التعرف على الموضوعات التي تناولتها البرامج الساخرة على اليوتيوب ونوعها وأبعادها والكشف عن الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة لتحقيقها والأساليب والاستمالات المستخدمة وتحديد المصادر التي تم الاعتماد عليها وأساليب تقديمها وعناصر الجذب والوقوف على الأساليب الفنية المستخدمة في البرامج الساخرة "عينة الدراسة" من حيث (حجم الكادر - زاوية الكاميرا - مكان الإنتاج - الوسائط المتعددة المستخدمة الكشف عن الجهات التي تم انتقادها في البرامج الساخرة على اليوتيوب وأنواع الضيوف - معرفة زمن البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب).

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون لتحليل حلقات البرامج الليبية الساخرة على قنوات (منلاخير) والتي التي شملت على برنامجي (منلاخير شو- VLOGS#) و(قناة الواو ليبيا) والتي شملت برنامج (المخزن- مستر عوكاكو- شوية مع شيكا)، و تم إجراء الدراسة التحليلية بعد عمل مسح شامل للبرامج الساخرة المعروضة عبر القنوات والتي بلغ عددها (70) حلقة في الفترة من بداية شهر يناير من العام 2021 وحتى نهاية شهر ديسمبر من ذات العام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: تصدر الموضوعات الاجتماعية التي تناولتها تلك البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب وسعيها إلى





تحقيق أهداف توعوية ذات أبعاد وطنية معتمدة في ذلك على الاستمالات العقلية واعتماد أسلوب
المحاكاة الساخرة كأسلوب نقدي في البرامج الليبية .
الكلمات المفتاحية: البرامج الساخرة – اليوتيوب -البرامج الليبية -الأساليب الفنية





Libyan satirical programs on YouTube: (analytical study)

Mohammed Abd Allateef Miftah Elbakai

Abstract

This study aimed to identify the Libyan satirical programs on YouTube, and included identifying the topics dealt with by the satirical programs on YouTube, their type and dimensions, revealing the goals that satirical programs seek to achieve, methods and grooming used, identifying the sources that were relied on, the methods of presenting them and the elements of attraction, and standing on the technical methods used in the satirical programs "study sample" in terms of (the size of the staff - the camera angle - the place of production - the multimedia used, revealing the parties that were criticised in the satirical programs on YouTube and the types of guests - knowing the time of the Libyan satirical programs on YouTube).

The study adopted the descriptive method using the method of content analysis to analyse the episodes of the Libyan satirical programs on the channels (Manlakher), which included the programs (Man Lakher Shaw - #VLOGS) and (Wow Libya channel), which included the program (Al-Makhzen - Mr. Okaku - Shoya with Sheka). The analytical study was conducted after a comprehensive survey of the satirical programs presented through the two channels, which amounted to (70) episodes in the period from the beginning of January of the year 2021 to the end of December of the same year. The study reached several results, the most important of which are: the social topics dealt with these satirical programs on YouTube and their quest to achieve awareness goals of national dimensions, based on mental induction and the adoption of satirical simulation method as a critical method in Libyan programs.

Keywords: satirical programs - YouTube - Libyan programs - artistic methods





مقدمة الدراسة:

كان الإنسان منذ الأزل يحاول إيصال أفكاره بطرق مختلفة وكان يستخدم في أزمنة قديمة الشعر الساخر والحكايا ومسرح العرائس والمسرح التمثيلي.

ومع تطور شكل الاتصال وما نتج عنها من الاتصال التفاعلي اللحظي وتغير شكل العلاقة والمستقبل والمتلقي، برز ظهور وسائل إعلام جديدة في مضمونها وشكلها، ومن أهمها منصات مواقع التواصل الاجتماعي التي جعلت من العالم قرية صغيرة للتواصل فيما بينهم ما أدى إلى تجاوز حدود الزمان والمكان في كافة المجالات وخاصة المجال الإعلامي.

ومن هذا المنطلق ظهرت العديد من البرامج والتطبيقات على الحاسوب والهواتف المحمولة التي عملت بدورها على زيادة التفاعل بين الأفراد من خلال البث المباشر أو من خلال نشر المقاطع المرئية والصوتية والصور على المنصات الاجتماعية والتي تمثلت في (فيس بوك، وتويتر، وانستقرام، والتيك توك، يعد اليوتيوب أحد أهم وسائل الإعلام الرقمي التي يبتث على منصتها العديد من البرامج والمقاطع المرئية بكافة أنواعها لاسيما البرامج الساخرة منها، والتي عززت القوالب البرمجية المرئية وتميزت هذه الشبكات عن الإعلام التقليدي كونها ليست مقننة أو عليها رقابة مثل الإعلام التقليدي.

مشكلة الدراسة:

تعد مشكلة الدراسة من الخطوات الهامة التي تأسس البحث العلمي وتضع الخطوط العريضة للباحث حول ما يريد دراسته.

وتعرف مشكلة الدراسة بأنها "عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم"⁰.

تعد البرامج الساخرة من أهم وأكثر البرامج المفضلة للمشاهدين على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة (اليوتيوب) ومن خلال إطلاع الباحث على موقع اليوتيوب لمدة شهر لاحظ أن البرامج تتناول العديد من القضايا وتحظى بشعبية لدى المشاهدين من خلال حصولها على أكبر عدد من المشاهدات كونها تطرح عديد القضايا التي تمس المجتمع الليبي.





وقد شكل ذلك موقفاً يحيط به الغموض في ظل نقص الدراسات التي تناولت هذه الموضوعات بالدراسة والتحليل وعليه فإن مشكلة الدراسة تحاول دارة البرامج الساخرة للأحداث في ليبيا من خلال دراسة بعض البرامج الليبية الساخرة الأكثر مشاهدة على اليوتيوب حول الكيفية التي تتم بها الموضوعات في تلك البرامج؟ وأسلوب معالجة الموضوعات الساخرة في تلك البرامج؟ ونوعية مقدمي تلك البرامج الساخرة؟ ذلك ما أثار تساؤلات لدى الباحث حول طبيعة الموضوعات التي تناولتها وأسلوب معالجتها لتلك الموضوعات؟ ونوعية القضايا؟ وأساليب تقديمها؟ وقد وجد الباحث غموضاً في التفسير العلمي في الإجابة عن تلك التساؤلات وهو ما يشكل عدة تساؤلات تبادرت على ذهن الباحث عن هذا الموضوع بالدراسة والتحليل وعليه تبلورت المشكلة البحثية في العنوان التالي:

"البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب: دراسة تحليلية."

ووفقاً لذلك تحاول الدراسة تسليط الضوء على تلك البرامج الساخرة والتعرف بأسلوب علمي على مقومات هذه البرامج والوقوف على أبرز موضوعاتها والقضايا والأحداث التي تناولتها هذه البرامج وأهم المصادر التي اعتمد عليها والأساليب والقوالب الفنية المستخدمة.

أهمية الدراسة:

- تستمد الدراسة أهميتها من حداثة الظاهرة التي تناولتها وارتباطها باهتمامات المشاهدين.
- تعد الدراسة الحالية من الدراسات التي ستفتح مجال البحث لهذا النوع من الدراسات في المؤسسات التعليمية العليا من خلال تركيزها على العناصر المكونة للبرامج الساخرة.
- اعتبار هذه الدراسة من الدراسات التي تتناول موضوع البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب وهي تؤسس لدراسات مستقبلية أكثر عمقاً وتفصيلاً.
- تستمد الدراسة أهميتها من خلال المقدرة على تحسين أداء صنّاع البرامج على منصة اليوتيوب بعد الإطلاع على نتائج هذه الدراسة وتوصياتها.
- تستمد الدراسة الحالية أهميتها من خلال تكوين قاعدة بيانات ومعلومات حول البرامج الساخرة وهي بذلك تسهم في إثراء المكتبة الإعلامية الليبية.



أهداف الدراسة:

- التعرف إلى الموضوعات التي تناولتها البرامج الساخرة على اليوتيوب ونوعها وأبعادها.
- الكشف عن الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة لتحقيقها والأساليب والاستمالات المستخدمة.
- تحديد المصادر التي تم الاعتماد عليها وأساليب تقديمها وعناصر الجذب.
- الوقوف على الأساليب الفنية المستخدمة في البرامج الساخرة "عينة الدراسة" من حيث (حجم الكادر - زاوية الكاميرا - مكان الإنتاج - الوسائط المتعددة المستخدمة).
- الكشف الجهات التي تم انقاذها في البرامج الساخرة على اليوتيوب وأنواع الضيوف ومعرفة زمن البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب .

تساؤلات الدراسة:

يرجع السبب في اختيار التساؤلات لأنها تلبى متطلبات الدراسة التحليلية نظراً لطبيعة بياناتها، وهي ترجمة مفصلة لأهداف الرسالة، وأية رسالة لها هدف رئيس ينبثق عنه أهداف فرعية، كما أن التساؤلات تنعي وتطور التفسيرات الخاصة بالنتائج.

- ما الموضوعات التي تناولتها البرامج الساخرة على اليوتيوب؟ ونوعها؟ وأبعادها؟
- ما الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة لتحقيقها؟ والأساليب والاستمالات المستخدمة في تلك البرامج؟
- ما المصادر التي تم الاعتماد عليها وأساليب تقديمها؟ وعناصر الجذب المستخدمة؟
- ما الأساليب الفنية المستخدمة في البرامج الساخرة "عينة الدراسة" من حيث (حجم الكادر - زاوية الكاميرا - مكان الإنتاج - الوسائط المتعددة المستخدمة)؟
- ما الجهات التي تم انتقادها في البرامج الساخرة؟ ونوع الضيوف؟ وزمنها؟

تعريف المصطلحات الواردة في الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على عددٍ من المفاهيم والمصطلحات، ويتم تقديمها بشكل مختصر لتسهيل الوقوف على أجزاء الدراسة اللاحقة:

-البرامج:



وهي جمع برنامج والذي يعرف بأنه عبارة "عن نموذج يشكل الهيكل النمطي للعناصر المختلفة التي يضمها البرنامج".⁰

-الساخرة:

جاءت من السخرية وهي أسلوب يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون ساخر يتم بثه عبر وسائل الإعلام التقليدي أو الحديث يتم فيه نقد الظروف الراهنة في المجتمع سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية بطريقة فكاهية.⁰

-اليوتيوب:

هو منصة ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.()

- البرامج الليبية الساخرة:

هي البرامج التي يتم بثها في يوتيوب وتحمل الهوية الليبية، وتشمل ذلك (المذيعين -المقدمين -المخرجين) وتهتم بالشأن الليبي.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي لا تعني مجرد تقديم المعلومات عن الجوانب الخاضعة للدراسة فحسب بل تتعدى ذلك إلى استخلاص الدلالات منها.()

حيث لا تقف الدراسات الوصفية عند حدود التجزئة أو التفكيك والوصف المجرد، ولكنها تهدف بالدرجة الأولى إلى تشخيص المشكلات واقتراح الحلول من خلال نماذج بديلة.()

منهج الدراسة:

يعد تحديد منهج الدراسة من الخطوات الهامة التي توجه الباحث نحو منهج علمي سليم يتناسب مع دراسته والتي تضمن له تحقيق أهداف الدراسة .

تنتهي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على الأسلوب المسحي الذي يعد من أكثر المناهج ملائمة للبحوث الإعلامية () وتم استخدام هذا المنهج بشقيه التحليلي الكمي والكيفي.

أسلوب الدراسة:

تعتمد الدراسة الراهنة أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وهو يعد أفضل الأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية ضمن المنهج الوصفي حيث يكشف تحليل المضمون أهداف المرسل ودوافعه وخصائصه المميزة التي تنعكس من خلال التحليل، كما يمكن إلى حد معين معرفة تأثير المضمون في اتجاهات المتلقين. ()

وعليه فقد تم إجراء تحليل مضمون للبرامج الليبية الساخرة عينة الدراسة.

حدود الدراسة:**الحدود الزمنية للدراسة:**

تم إجراء الدراسة التحليلية بعد إجراء مسح شامل للبرامج الساخرة المعروضة على اليوتيوب في الفترة من 1 يناير من العام 2021 وحتى 31 ديسمبر 2021م.

الحدود المكانية:

تتمثل الحدود المكانية في الفضاء الافتراضي لشبكة المعلومات الدولية متمثلة في منصة اليوتيوب.

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث في هذه الدراسة استمارة تحليل المضمون التي تم تصميمها بحيث تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها كأداة لجمع البيانات، وقام الباحث بإعداد استمارة تحليل مضمون شملت مجموعة من الفئات التي تحقق أهداف الدراسة.

استمارة تحليل المحتوى:

لأن الدراسة الحالية تقوم على منهج تحليل المحتوى فقد اعتمد الباحث على استمارة تحليل كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم إعداد استمارة تحليل البيانات الخاصة بالبرامج الساخرة من خلال القراءات العلمية للمصادر الأكاديمية والمناهج الأدبية المتعلقة بالبرامج، والهدف من استمارة تحليل المحتوى الوصف الموضوعي المنظم لمضمون تلك البرامج عينة الدراسة.



الصدق والثبات:

- الصدق يقصد به:

الصدق في المقياس الذي يستخدمه الباحثون والذي ينبغي أن يقاس"() ومدى صلاحية استثمار التحليل لقياس ما وُضعت لقياسه ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة.

- ثبات الأداة:

يقصد بها اتساق الدرجات التي تم الحصول عليها من جراء تطبيق أداة ما، أي مدى اتساق درجات مقياس إذا ما أعيد تطبيقه على نفس الأفراد، ويقصد بالثبات أيضاً مدى استقلالية المعلومات عن أداة القياس، أي أنه مع توفر الظروف ذاتها والفئات التحليلية والعينة فمن الضروري الحصول على ذات المعلومات في حالة إعادة البحث، وقد تم قياس الصدق من خلال:

قيام الباحث بالتحليل ثم إعادة التحليل بعد أسبوعين وحصل على ذات النتائج.

- صدق المحتوى (أو صدق المضمون):

وهو ما يسمى بالصدق المنطقي الذي يهدف إلى التأكد من أن أداة جمع البيانات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بمشكلة الدراسة ومدى تمثيلها وشمولها للموضوع()، وراعى الباحث الجانب الخاص بهذا الصدق في صياغته النهائية لاستمارة التحليل بحيث غطت أبعاد المشكلة والمتغيرات التي تشتمل عليها الدراسة الحالية.

استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري حيث قام بعرض الاستمارة مرفقة بتساؤلات الدراسة على عدد من المحكمين المتخصصين في الإعلام والإحصاء لمعرفة مدى صلاحيتها في تحقيق أهداف الدراسة، لإبداء الرأي وتقدير مدى دقة فقراتها ودرجة شمولها وبيان الملاحظات والتأكد من صلاحية الاستمارة في جمع المعلومات واعتبرت الموافقة على استمارة التحليل دليلاً على صدق الأداة وبناءً على الملاحظات التي قُدمت من الأساتذة المحكمين قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة لتصبح استمارة التحليل في شكلها النهائي.



النظرية المؤطرة للدراسة:

نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام (التحول الرقمي):

"تفترض هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية التحول الرقمي أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر إلى نظام حيوي، حيث يرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها، ويشير تاريخ الوسائل الاتصالية إلى تعايش القديم إلى جانب الجديد فراديو الموجات المتوسطة تعايش مع التلفزيون في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، ولم يندثر. كما أن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة. وعليه فوسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة اندماجات صغيرة لا تعد ولا تحصى بين وسائل الإعلام كانت تحدث بشكل متكرر طوال الوقت"().

والواقع أن ما ذكره فيلدر عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام منذ 17 عاماً تقريباً يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع، فباتت للصحف الورقية مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، وتويتر ويوتيوب وإنستغرام وغيرها وتطبيقات على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، تمكنها من استغلال كافة الإمكانيات التي أتاحها وسائل الإعلام الحديثة والاستفادة منها.

والنموذج الأوضح على هذا التشكل، هو الهواتف الذكية التي دخلت الجيل الرابع لها، وغدت قادرة على القيام بوظائف وسائل الإعلام، إلى جانب الإتصال الشخصي مثل تصفح الإنترنت، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، التقاط وتبادل الصور ومقاطع الفيديو، سداد الفواتير ومتابعة الحسابات البنكية وحجز التذاكر... إلخ وهو ما يؤكد صحة نظرية فيلدر. وإلى جانب نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام().

مفهوم السخرية في اللغة:

جاء في كتاب العين للخليل بن أحمد الفراهيدي في باب سخر (سخر منه أو به استهزأ والسخر الضحكة)() ويعرف معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب "السخرية في مفهومها البلاغي بأنها طريقة في الكلام يعبر بها الشخص عن عكس ما يقصده بالفعل كالقول للبخیل ما أكرمك"().

مفهوم السخرية اصطلاحاً: تنتقد السخرية الرذائل والحقاقت وكل الأمور الحياتية المختلفة التي تتعلق بالأفراد في المجتمع أيضاً تصنف السخرية كأحد أنواع التأليف الأدبي والخطاب الثقافي النقدي(). قد عرفت السخرية تعريف إجرائياً: بأنها "رسالة اتصالية تنطوي على معان القائم بالاتصال (المرسل) تبعاً لخصائص الوسيلة الاتصالية التي تمر عن طريقها الرسالة تهدف إلى نقد ومقاومة الظواهر الحياتية سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات لأغراض تقييمية ورقابية وتحذيرية بأسلوب يثير الضحك أو السخط لدى المتلقي"().

أساليب السخرية:

يري الباحث أن معظم أفراد المجتمع يقومون باستخدام أساليب السخرية في مواقف عدة قد تكون مقصودة وغير مقصودة غير أنها لا تهدف للوصول لغاية ما عكس الأساليب الساخرة التي تبث عبر قنوات الإعلام التقليدي أو الجديد فهي تهدف إلى التأثير في الآراء والأفكار بشكل كوميدي وتمثل هذه الأساليب في: - السخرية بالجميل والتعبيرات اللاذعة: وتعني هنا استخدام الكلمات اللاذعة بطابع ساخر للسخرية من أمر ما أو شخص ما أو حالة ما.

- التلاعب اللفظي: استخدام الكلمات والألفاظ ذات معاني غير معانيها الواضحة.

- استخدام الصفات المعكوسة: وهو وصف الحال أو الشخص بعكس ما هو عليه فالحقيقة مثلاً

وصف الحكومات الدكتاتورية بأنها حكومات ديمقراطية.()

تعريف اليوتيوب:

هو برنامج يمكن الولوج إليه من تطبيق أو عبر الويب يتيح تحميل (رفع) وتنزيل الأفلام ومقاطع الفيديو

بشكل مجاني وغير مكلف.()

الدراسة التحليلية ونتائجها

مناقشة نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب

قسمت استمارة تحليل البيانات إلى عدة محاور رئيسة شملت فئات فرعية لسهولة تصنيفها وتحليلها

حسب المكونات الأساسية للبرامج الليبية الساخرة، وتغطية جميع الجوانب التحليلية لمجتمع الدراسة،

فتم تقسيم بيانات الاستمارة التحليلية في هذا الجانب كالتالي:

1. الموضوعات التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب:



الجدول رقم (1) يبين الموضوعات التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة

ت	الموضوعات	التكرار	النسبة
1.	موضوعات سياسية	22	31.43%
2.	موضوعات اقتصادية	3	4.29%
3.	موضوعات اجتماعية	35	50.00%
4.	موضوعات ثقافية	9	4.4%
5.	موضوعات أخرى	1	1.43%
	المجموع	70	100%

نستنتج من خلال الجدول رقم (1) أن الموضوعات الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث موضوعات القضايا التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب، بعدد تكرارات (35) ونسبة (50.00%) فيما جاءت في المرتبة الثانية الموضوعات السياسية بعدد تكرارات (22) ونسبة (31.43%) وحلت في المرتبة الثالثة الموضوعات الاقتصادية بعدد تكرارات (3) ونسبة (4.29%)، تليها الموضوعات الثقافية بعدد تكرارات (9) ونسبة (4.4%) وجاءت في المرتبة الأخيرة موضوعات أخرى بعدد تكرارات (1) ونسبة (1.43%).

ويرجع الباحث صدارة الموضوعات الاجتماعية لكون هذه الموضوعات تمس المواطن الكادح بصفة خاصة، ولارتباط تلك الموضوعات بالتفاصيل اليومية للمواطن البسيط، حيث أن هذه الفيديوهات الساخرة تعمل على تخفيف عبء الحياة عنه، والتطرق لهذه القضايا التي تتعلق بيوومه المعاش، مما قد يساعد على تخفيف الضغوطات عليه وهروبه من واقع الصراع السياسي والأزمات الاقتصادية إضافة إلى أنه من خلال تلك الموضوعات يمكن الإسقاط على باقي القضايا السياسية والاقتصادية.

ويمكن تفسير حلول القضايا السياسية في المرتبة الثانية بسبب الوضع السياسي المتأزم الذي تشهده ليبيا في السنوات الأخيرة، وما نتج عنه من أزمات سياسية وعسكرية خاصة في الفترة الزمنية محل الدراسة، ومن أبرز الحلقات التي تناولت الموضوعات السياسية حلقة (انتخابات وتأجلت) التي تم بثها في (23 ديسمبر 2021) من برنامج (المخزن) على (قناة الواو ليبيا) التي تطرقت لتأجيل الانتخابات الرئاسية والمماثلة في إجراءاتها، والتي تضرر منها الشعب بشكل كبير وبحسب مضمون الحلقة، تم انتقاد شخصيات سياسية بعينها، كما تضمنت الحلقة أيضاً فقرة بعنوان (من الشارع) تم فيها استطلاع آراء الجمهور بتوجيه



سؤال محدد له (ما رأيك في تأجيل الانتخابات؟) وقد كانت كل الآراء معارضة لتأجيلها، منتقدين الأوضاع السياسية للدولة التي تحملها بأسماء بعينها على حد قولهم.

أما حلول القضايا الثقافية في المرتبة الأخيرة فيرجع لقلة الاهتمام من قبل الجمهور بهذا النوع من الموضوعات، وعدم ملاءمتها لواقعهم المعيش وهو ما يشكل سراً مملأ للمشاهد.

2. نوع القضايا التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب:

جدول رقم (2) يبين نوع القضايا التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة

ت	القضايا	التكرار	النسبة
1.	قضايا حديثة	42	60%
2.	قضايا قديمة	8	11.4%
3.	قضايا مثارة مسبقاً	20	28.6%
	المجموع	70	100%

يوضح الجدول رقم (2) أن القضايا الحديثة تصدرت اهتمام البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب بعدد تكرارات (42) ونسبة (60%) فيما حلت في المرتبة الثانية القضايا المثارة سابقاً بعدد تكرارات (20) ونسبة (28.6%) بينما جاءت القضايا القديمة في المرتبة الأخيرة بعدد تكرارات (8) ونسبة بلغت (11.4%). ويرجع ذلك بحسب الباحث إلى مواكبة القائمين بالاتصال بتلك البرامج بالقضايا الآنية التي تثير اهتمامات الجمهور، ويُرجح ذلك بسبب رغبة القائمين بالاتصال في الحصول على سعة الانتشار والمشاهدات الكثيرة، لتحل أحداث الحلقة المركز الأول في محركات البحث، بحيث تكون الأكثر رواجاً وانتشاراً وتداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها اليوتيوب، وهو ما يعني أن هذه البرامج تواكب اهتمامات الجمهور بشكل آني.

أما حلول القضايا المثارة سابقاً في المرتبة الثانية فيرجع إلى أن موضوعات تلك القضايا تعالج موضوعات توعوية بالدرجة الأولى، هدفها تغيير السلوك الخاطئ، ومن أبرز تلك الحلقات حلقة رفاق السوء في برنامج (مستر عوكاكو) التي تم بثها في (7 يناير 2021) على قناة (الواو ليبيا) والتي تطرقت لمخاطر الانسحاق وراء رفقاء السوء، والخطر الذي يهدد الفرد جراء هذه الصداقات التي تضر به وبمستقبله، وكل الآراء التي تؤثر على الإنسان بشكل سلبي نتيجة قرب هؤلاء الأصدقاء من الفرد.

أما القضايا القديمة فجاءت في المرتبة الأخيرة من حيث نوع القضايا، ويرجع ذلك بحسب الباحث لعدم انجذاب الجمهور للقضايا القديمة، فالمشاهد يسعى غالباً إلى متابعة ومشاهدة كل ما هو جديد بعيداً عن القضايا القديمة والمستهلكة، كما أن صناع المحتوى يسعون للتطرق للقضايا الحديثة التي تتعلق بالوضع الراهن للأحداث الجارية في ليبيا، وهو ما يشكّل موضوعات جاذبة للمشاهدين، وقد لاحظ الباحث من خلال دراسته أن معظم المقاطع التي حصلت على تفاعل كبير هي قضايا حديثة لا تزال تدور أحداثها في وقت صناعة المحتوى أي أن انجذاب الجمهور للقضايا الحديثة يزداد في تلك الفترة.

3. الأهداف التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب:

جدول رقم (3) يبين الأهداف التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة

ت	الأهداف	التكرار	النسبة
1.	انتقادي توعوي	37	52.86%
2.	ساخر لغرض الترفيه	33	47.14%
	المجموع	70	100%

يبين الجدول رقم (3) أن الهدف الانتقادي التوعوي جاء في مقدمة الأهداف التي سعت لتحقيقها البرامج الليبية الساخرة موضع الدراسة، بعدد تكرارات (37)، ونسبة (52.86%) في فئة الأهداف التي تسعى البرامج الليبية الساخرة إلى تحقيقها، فيما حل في المرتبة الثانية الهدف الساخر لغرض الترفيه بعدد تكرارات (33) ونسبة بلغت (47.14%).

ويمكن تفسير حصول الهدف الانتقادي التوعوي على المرتبة الأولى بشعور القائمين على الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية تُجاه المجتمع، ورغبتهم في تعديل وتغيير آراء واتجاه الأفراد في المجتمع وبعض السلوكيات في المجتمع حول قضايا معينة، ومن أبرز تلك الحلقات حلقة (تحدي القمامة) من برنامج (مستر عوكاكو) التي تم بثها في (21 يوليو 2021) والتي تم عرضها على (قناة الواو ليبيا)، والتي تم التطرق فيها لرمي القمامة والتي كان مضمونها عن تحدي لوضع أكياس القمامة في السيارة بدلاً من رمي القمامة من نوافذ السيارة.

أما حلول الهدف الساخر لغرض الترفيه في المرتبة الأخيرة فيعود بحسب الباحث إلى أن هذا الهدف لا يحتوي أي أفكار أو آراء يبغى للقائم بالاتصال منها تغيير الآراء والاتجاهات فهذه الأول هو إضحاك الجمهور وبث روح الفكاهة دون تغيير آرائهم واتجاهاتهم نحو قضية معينة وقد اختلفت دراسة بسنت فهمي

المعنونة (تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع اليوتيوب وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة) مع نتائج الدراسة والتي تصدر المحتوى الترفيهي المرتبة الأولى بنسبة (73.3%) كأهم محتوى تتم مشاهدته على الموقع من قبل المبحوثين بينما تصدر المحتوى التوعوي المرتبة الثانية في هذه الدراسة).

4. أبعاد البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب:

الجدول رقم (4) يبين الأبعاد التي تناولتها البرامج الليبية الساخرة

ت	أبعاد البرنامج	التكرار	النسبة
1.	بعد محلي	25	35%
2.	بعد جهوي	16	23%
3.	بعد وطني	29	42%
	المجموع	70	100%

نستنتج من الجدول رقم (4) أن البعد الوطني جاء في المرتبة الأولى بعدد تكرارات (29) ونسبة بلغت (35%) وحل في المرتبة الثانية البعد المحلي بعدد تكرارات (25) ونسبة (35%) وفيما حل في المرتبة الأخيرة البعد الجهوي بعدد تكرارات (29) ونسبة (23%).

ويمكن تفسير حلول البعد الوطني في المرتبة الأولى بحسب الباحث بضخامة حجم الموضوعات الوطنية والأحداث المستمرة في الساحة الليبية، وأن حدثاً من الأحداث يمكن إسقاطه على الوطن بأكمله، وأيضاً تسعى هذه البرامج للحصول على أكبر قاعدة جماهيرية من المشاهدين على كامل التراب الليبي، إضافةً إلى رغبتها في الحفاظ على الروح الوطنية بين أبناء الشعب الليبي التي تحمل في طياتها دلالات وطنية. وأما مجيء الطابع المحلي في المرتبة الثانية فيمكن تفسيره بتشابه الكثير من الأحداث المحلية في كثير من المدن الليبية، ومن أبرز الحلقات في هذا الشأن حلقة (قصة هروبي من المدرسة) التي تم عرضها يوم (4 نوفمبر 2021) في برنامج (مناخير شو) على قناة (من لأخير) حيث تطرقت الحلقة لأهم الموضوعات التي تحدثت في المدارس، والتي قد تحدث لأي طالب، وهي الهروب من المدرسة والعقوبة المترتبة عن هذا الهروب من قبل المدرسة، وقد عرض المذيع الموضوع من خلال قصة حدثت معه في دراسته الثانوية. وأما حلول البعد الجهوي في المرتبة الأخيرة فيرجع إلى أن البعد الجهوي في حد ذاته بعد غير واسع الانتشار، ولقلة القضايا ذات البعد الجهوي التي يمكن التطرق إليها.



5. حجم الكادر المستخدم في البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب:

جدول رقم (5) يبين حجم الكادر في البرامج الليبية الساخرة

ت	حجم الكادر	التكرار	النسبة
1.	الكادر القريب	54	77.1%
2.	الكادر المتوسط	16	22.9%
3.	الكادر البعيد	-	-
	المجموع	70	100%

يبين الجدول رقم (5) أن حجم الكادر المستخدم في البرامج الساخرة هو الكادر القريب، وقد جاء في المرتبة الأولى بعدد تكرارات (54) ونسبة بلغت (77.1%) وفي المرتبة الثانية جاء الكادر المتوسط بعدد تكرارات (16) ونسبة بلغت (22.9%) فيما لم يحصل الكادر البعيد على أي نسبة.

ويمكن تفسير تعدد حجم الكادر القريب في البرامج الليبية الساخرة "عينه الدراسة" برغبة القائمين بالاتصال في إظهار حركات الأيدي وتعايير الوجه المؤيدة لمضمون الحلقة، وهذا ما يتفق مع الجدول رقم (13) الذي توصل إلى اعتماد المقدمين على عنصر جذب الحركات الجسدية، ذلك لأن الكادر القريب يوضح إيماءات الجسم من حركات الأيدي وتعايير الوجه.

فيما لم يتحصل الكادر البعيد على أي نسبة ذلك لأنه بحسب ملاحظة الباحث تم تصوير البرامج في استديوهات صغيرة، ولم تصور في مساحات كبيرة ما يجعلها تحتاج إلى كادر بعيد، وهذا ما يتفق مع اعتماد هذه البرامج على مكان إنتاج داخلي، وهذا ما توصل إليه الجدول رقم (14) بحصول مكان الإنتاج الداخلي على المرتبة الأولى.

النتائج والتوصيات:

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

من خلال تحليل بيانات جداول الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. تنوعت البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب في موضوعاتها بين السياسي والاجتماعي، حيث كانت الموضوعات الاجتماعية هي الأكثر طرحاً، وهذا يعود إلى طبيعة الموضوعات والجمهور المستهدف وأن نوع القضايا التي يتم تناولها هي قضايا حديثة.





2. تسعى معظم برامج الليبية الساخرة لتحقيق أهداف توعوية ذات أبعاد وطنية معتمدة في ذلك على الاستمالات العقلية.

3. تعتمد البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب في مصادرها على مشاهد يتم تصويرها من قبل القائم بالاتصال، وأيضا أن الجهات المنتقدة كان جلها من المؤسسات التنفيذية، وأن الشخصيات المنتقدة هي شخصيات عامة.

4. اعتماد أسلوب المحاكاة الساخرة ذلك الأسلوب المتبع في المحتوى الساخر في المسرح و السينما كأسلوب نقدي في البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب مستخدمة أسلوب التقديم المعتمد عبر التلاعب بالألفاظ.

5. استخدام البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب موضع الدراسة تعتمد على الحركات والإيماءات الجسدية كعنصر جذب بشكل كبير، كما اعتمدت على مكان الإنتاج الداخلي في تصوير هذه البرامج.

6. اعتمدت معظم البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب موضع الدراسة على حجم الكادر القريب وزاوية الكاميرا بمستوى النظر متماشيا مع طبيعة الوسيلة و خاصة اليوتيوب، كما تبين النتائج أن طريقة ظهور مقدم البرامج الساخرة هي ظهور حقيقي بنسبة كبيرة

7. توظف البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب الوسائط المتعددة موضع الدراسة هي الموشن جرافيك وذلك لقدرة هذه الوسائط على إيصال أهدافها بشكل أوضح وأسرع، وأن أغلب زمن الحلقات هو الطويل وذلك حتى تستوفي الحلقة كافة الجوانب التي يريد المرسل إيصالها للمتلقي.

وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها قام الباحث بعدة توصيات أهمها:

1. يوصي الباحث بضرورة تنوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الليبية الساخرة على اليوتيوب.
2. التنوع في استخدام الاستمالات المستخدمة وأساليب النقد وطرق العرض وعناصر الجذب التي تشملها البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب؛ لما لذلك من أهمية في جذب المشاهد وتحقيق الهدف من عرض مثل هذه البرامج.

3. العمل على إيجاد أماكن تصوير خارجية تتناسب مع موضوعات حلقات البرامج الساخرة وذلك بسبب ما يضيفه التصوير الخارجي من مصداقية للمضمون.





4. التباين في استخدام زوايا الكاميرا أثناء تصوير البرامج الساخرة وذلك لما يضيفه التنوع من استخدام زوايا الكاميرا من دلالات وإثراء للمضمون المرئي.
5. التركيز على توظيف الوسائط المتعددة بشكل متساوٍ عند إعداد البرامج الليبية الساخرة على يوتيوب وذلك لمواكبة التحول الرقمي.
6. يوصي بها الباحث بضرورة إجراء الدراسات البحثية التالية:
 1. من خلال الأهمية الكبيرة لمثل هذه النوعية من البحوث الإعلامية للبرامج الساخرة وتحليلها يجب أن يتم التطرق لهذا النوع من البرامج من قبل البُحاث في ليبيا وإجراء بحوث أوسع تتعلق بهذا النوع من البرامج، وذلك لأهمية هذه البرامج في إيصال رسالتها وتحقيق أهدافها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
 2. الاهتمام بهذا النوع من البرامج بشكل أكاديمي وتدريبه في الجامعات لقدرة هذه البرامج على تغيير الاتجاهات والآراء في معظم القضايا، وقد لوحظ في عينة الدراسة أن معظم المقدمين غير مختصين في الإعلام، إنما هم هواة متخصصون في مجالات علمية مختلفة.
 3. يرى الباحث ضرورة اهتمام المعاهد وكلليات الإعلام بتضمين مناهج للدراسة والمقررات المختلفة لمحتوى وأساليب البرامج الساخرة.
 4. القيام بدراسات ميدانية حول اتجاهات الجمهور الليبي وإدراكه للقضايا التي تقوم بطرحها.





المراجع:

1. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
2. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 1992)، ص 70.
3. فلاح الكاظم البرامج الإذاعية التلفزيونية ط1 (بغداد: دار بيت الحكمة دون سنة طبع).
4. ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، ط1 (سوريا: دار صفحات للنشر).
5. عبد السلام المودن، أسرار اليوتيوب، ط1، بدون تاريخ.
6. منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007).
7. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 2004).
8. سعد سلمان، المناهج المستخدمة في البحوث والدراسات الإعلامية، محاضرات مادة مناهج البحث، كلية الآداب قسم الإعلام.
9. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 2004).
10. محمد الوفاي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ط1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو، 1989).
11. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2 (القاهرة: دار الفجر للنشر، 2003).
12. حازم محمد البنا، أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي -دراسة تحليلية لبرنامج "لايف من الدوبلكس"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة عدد 57، يناير، 2020.
13. بسنت مراد فهيي الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على (يوتيوب) وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون – العدد الثاني عشر.
14. بن طراد وفاء، الأطر المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، العدد 1، 2020.
15. أيمن محمد إبراهيم، توظيف الصحف المصرية لمنصاتها الإلكترونية في تناولها لأزمة قطر، العدد 16 (2017-2018)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، ج 1، عدد 49.





16. عبد الفتاح، فاطمة الزهراء، الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2017).
17. محمود رمضان أحمد، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية "دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، مصر، 2020، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 55.
18. الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين تحقيق مهدي المخزومي، إبراهيم السامرائي، ج2، حرف الزاي، حرف الغين، قسم انتشارات أسوة، ط2، 1425 هجرية.
19. مجدي وهبي وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، ط1 (لبنان: مكتب لبنان، 1979).
20. سعاد سلامي، السخرية والتهكم في ملصقات عزالدين مهبوبي، رسالة ماجستير كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خضير بسكرة.
21. ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، ط1 (سوريا دار صفحات، 2014)، ص99.
22. نجيب بخوش، تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، "دراسة وصفية تحليلية"، رسالة ماجستير.





المجلة الليبية لبحوث الإعلام

THE LIBYAN JOURNAL OF MEDIA RESEARCH

مجلة علمية محكمة متخصصة تُعنى بالدارسات الإعلامية
والاتصالية تصدر نصف سنوية عن كلية الإعلام بجامعة بنغازي

منشورات كلية الإعلام – جامعة بنغازي

العدد الرابع – يناير 2024 م

السنة الرابعة





The Libyan Journal of Media Research

Communication College
Benghazi University

National Deposit Number :2019/91

journals.uob.edu.ly/TIJMR

libya.mjc@uob.edu.ly

Issue :4
2024 January