

المجلة الليبية لبحوث الإعلام

كلية الإعلام - جامعة بنغازي

National Deposit Number :2019/91

journals.uob.edu.ly/TLJMR

libya.mjc@uob.edu.ly

ISSN (Linking)2791-3724
ISSN (Print)3005-5105

العدد السادس – يونيو 2025م

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

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 السادس - يونيو 2025م

السنة الخامسة

بيانات 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

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

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

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

هيئة التحرير بالترتيب الهجائي

عبد الله حمدينة المرضي

قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة بنغازي

Abdalhhmdinaalmrdy

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

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الهيئة الاستشارية بالترتيب الهجائي

أ. د._سعيد محمد الغريب ابراهيم النجار

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

Prof. Saeed Mosmed AlgharibAlnagar

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

Abdin A.SharifProf.

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

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

أ.د. مجدى محمد عبد الجواد الداغر

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

Prof. magdy Mohamed abdelgwadabdelfatheldagher

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

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

قائمة المحتويات

قواعد النشر بالمجلة 9

كلمة العدد:

سياسات النشر: بين الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية والانفتاح على قواعد البيانات 10

بقلم: رئيس التحرير

البحوث والدراسات العلمية

أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات طلبة الدراسات العليا بجامعة بنغازي كلية الإعلام قسم العلاقات العامة والإعلان: دراسة تجريبية 14

1. أ. مبروكة عجاج– قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الإعلام جامعة بنغازي
2. د. عبير فايز محمد– قسم العلاقات العامة والإعلان– كلية الإعلام – جامعة بنغازي.

أطر معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في الفضائيات الإخبارية: دراسة تحليلية

د. محمد مختار محمد عمر الطلخاوي– قسم الإعلام – كلية الآداب –جامعة طبرق. 47

توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية: دراسة تحليلية

1. أ. منال إمحمد محمد دومه– مكتب دعم وتمكين المراءة – جامعة بنغازي. 90
2. د. مي عبد الغني يوسف محمود– قسم الصحافة والنشر – كلية الاعلام – جامعة بنغازي

دور الإعلام الموجه للطفل في تعزيز وتدعيم القيم الأخلاقية: دراسة تحليلية – ميدانية

أ. مبروكة محمد عبد السلام المعداني – كلية الفنون والإعلام – جامعة مصراتة. 118

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية: دراسة ميدانية

1. أ. فائزة حمد الفارسي– قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الإعلام والاتصال – جامعة اجدابيا. 157
2. إيمان محمد جودة – قسم العلاقات العامة – كلية الإعلام والاتصال جامعة اجدابيا

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

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.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

افتتاحية العدد

سياسات النشر بين الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية والانفتاح على قواعد البيانات

بقلم: رئيس التحرير

منذ أن بدأت المجلة الليبية لبحوث الإعلام في الصدور وهي تحرص على الالتزام بمعايير الأمانة العلمية، وجودة الأداء الوظيفي، والأصالة في انتقاء الدراسات والبحوث المنشورة على صفحاتها، والأخذ بسبل الانفتاح على مجتمع المعرفة والتواصل الفكري، إلى جانب الاستفادة من التطور التقني والتقدم العلمي في كافة المجالات، وهي بذلك تيسر للباحثين نشر إنتاجهم العلمي في مجالات بحوث الإعلام والاتصال على صفحاتها، وتتيح لهم المجال لإشهار أسمائهم، ومشاركة بياناتهم مع قاعدة كبيرة من الباحثين والمستفيدين من أبحاثهم ومعلوماتهم، مع الأخذ في الاعتبار ضمان حقوق الملكية الفكرية لمن ينشر إنتاجه العلمي على صفحاتها.

ولتحقيق هذه الأهداف العلمية السامية تبنت أسرة تحرير المجلة سياسة رشيدة للتعامل مع الانتحال العلمي قوامها فحص الأوراق البحثية المقدمة للنشر باستخدام أحدث برامج مراجعة النصوص العلمية، ووضع سياسات واضحة للنشر على صفحاتها تعتمد على خلو البحث المقدم للنشر من شبهة الانتحال بأنواعه، سواء أكان انتحالاً جزئياً متمثلاً في استلال نصوص أو أفكار الآخرين المنشورة في المصادر العلمية الأخرى وتوظيفها في البحث دون الإشارة للمصدر العلمي المقتبس منه، أو توثيق هذه المعلومات بدقة وأمانة، أو كان هذا الاستلال كلياً متمثلاً في الترجمة الحرفية من اللغات الأخرى دون الإشارة إلى المصدر الأصلي، أو كان انتحالاً ذاتياً متمثلاً في تقديم الأبحاث العلمية المنشورة سابقاً للنشر باعتبارها أعمالاً جديدة لم يسبق نشرها، وهو أخطر أنواع الانتحال التي يُرفض البحث فوراً بناء عليه.

استندت اسرة تحرير المجلة أيضاً على سياسة واضحة لقبول البحوث المقدمة للنشر على صفحاتها من خلال تحديد النسب المرغوبة للاستلال، إذ يُقبل البحث الذي تقل نسبة الاستلال به عن 5% للنشر مباشرة ويُقدم للتقييم دون مراجعة الباحث، بينما يخضع البحث للمراجعة الدقيقة لمعلوماته إذا ما تراوحت نسبة تشابه المعلومات فيه بين 10% و 20% مع المعلومات الواردة في المصادر التي اعتمد عليها الباحث،

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ويعاد إلى صاحبه لتقليل نسبة الاستلال فيه قبل تقديمه للتحكيم، إما إذا زاد معدل تشابه المعلومات وتطابقها في البحث مع معلومات الدراسات السابقة عن 20% من حجم معلومات البحث الكلي، فإنه يُرفض ما لم يعيد الباحث النظر في نسبة الاستلال، ويعيد معالجة بحثه بناء على ملاحظات المدقق، ويستثنى من هذه النسب العناوين الثابتة، والمصطلحات العلمية الثابتة، والأقوال المنسوبة لأصحابها من صفة الانتحال، باعتبارها جزءاً أصيلاً من البحث شرط توثيق مصادرها بدقة، وتنطبق هذه النسبة أيضاً على الأبحاث التي تحتوي على مادة علمية خاضعة لتحليل المحتوى، مثل النصوص الصحفية أو المقاطع المنقولة، أو الوثائق التاريخية.

وبقدر حرص المجلة على حقوق الملكية الفكرية للباحثين؛ فإنها تلتزم بتسهيل الانفتاح والشفافية على قواعد البيانات العالمية، لذلك فهي تفسح المجال لإمكانية إعادة إنتاج الأبحاث مع الحفاظ على خصوصية النشر بها، وضمان سلامة الأبحاث المقدمة للنشر على صفحاتها من حيث سرية البيانات والمعلومات التي يقدمها الباحث قبل النشر، والالتزام بعدم الإفصاح عن خصوصية البيانات المتعلقة بالبحث أو الباحث لأي جهة كانت قبل النشر على موقعها الرسمي، وفي المقابل تدعم المجلة مشاركة بيانات الباحث وإنتاجه بعد النشر في قواعد البيانات العالمية، خاصة البيانات النوعية المنشورة في البحث مثل المقابلات، والملاحظات الميدانية، مع اشتراط الالتزام بالاعتبارات الأخلاقية والقانونية في إخفاء هوية المشاركين في الأبحاث الحساسة، والسماح بمشاركة البيانات، والاقتباس منها، واستخدامها في الاستدلال والتفسير، وبذلك تشجع نشر الأبحاث والإنتاج العلمي على نطاق واسع يجعل الأبحاث المنشورة بها قابلة للاكتشاف والاستشهاد والاعتراف بها كمنتج فكري ذي قيمة علمية، وله دور واضح في تطور المعرفة والانفتاح الفكري على الآخرين، وبذلك تسهم المجلة في وصول الإنتاج العلمي على صفحاتها إلى قواعد المعلومات العالمية، ومشاركتها مع الآخرين، وتكوين قاعدة معلوماتية متنامية تحفظ حقوق الملكية الفكرية، وتحمى إنتاج الباحثين، وتسهم في نشر المعرفة والعلم على نطاق عالمي واسع.

وفقنا الله إلى تحقيق ما نصبوا إليه من العلم والمعرفة

والله ولي التوفيق

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

البحوث والدراسات العلمية

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات طلبة الدراسات العليا بجامعة بنغازي كلية الإعلام قسم العلاقات العامة والإعلان

دراسة تجريبية

The impact of a proposed digital media education program on developing the skills of graduate students at the University of Benghazi, Faculty of Media, Department of Public Relations and Advertising

A pilot study

1. أ. مبروكة عجاج– محاضر بجامعة بنغازي – كلية الإعلام – قسم الإذاعة والتلفزيون

Mabrouka h Abdulla Mohamed Ajaj

Radio and Television dept. Faculty of Media, Benghazi University

Mabroukah.ajaj@uob.edu.ly

2. د. عبير فايز محمد– أستاذ مشارك بجامعة بنغازي – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة

Abeir F. Muhammed- Benghazi University.

Public Relation, Faculty of Media, Benghazi University Abstract

Abeir.zehri@uob.edu.ly

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مهارات طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام بجامعة بنغازي، المعرفية منها والمهارية، في مقرر التربية الإعلامية وفق نموذج التربية الإعلامية الرقمية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، بعينة قوامها 22 طالبا، وإجراء تجربة معتمدة على اختبارين قبلي وبعدي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبارين القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي فيما يتعلق بالجوانب المعرفية والجوانب المهارية لمقرر التربية الإعلامية، واضعين في الاعتبار أن طلبة الدراسات العليا من قسم العلاقات العامة ليس لديهم قدرة على إعداد الفيديو الرقمي، يطبق عليهم برنامج تدريبي طوال عام دراسي للتدريب على المهارات المعرفية والمهارية، وهي: الجوانب المعرفية بالتربية الإعلامية، وعقد مقارنات بين الرسائل الإعلامية، وتحليل مضمونها تحليلا كميا وكيفيا، بالإضافة إلى القدرة على إنتاج فيديو رقمي. وبينت الدراسة ارتفاع المستوى المعرفي لدى طلبة الدراسة في مفهوم التربية الإعلامية: (محدداته، أهميته، أهدافه، خصائصه، تطوره العلمي، عوامله، أبعاده، الفرق بينه وبين العلوم الأخرى، استراتيجياته، البناء التكاملي للمفهوم)، وانخفاض نسبة الجانب المهاري لدى الطلبة في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي الذي يسهم في ارتفاع درجة مهارة الطلبة وتعلم مهارة النقد والتقويم والتحليل (الكمي، الكيفي، الاستنتاج، الاستنباط) واكتسابها.

كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

الكلمات المفتاحية:

التربية الإعلامية، الجوانب المعرفية والمهارية، تحليل المضمون، التحليل الكيفي، إنتاج الفيديو الرقمي.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

Abstract

This study aims at measuring MA students' skills, of Faculty of Media, in Digital Media education, implementing an experiment includes 22 students The study concluded that the students are incapable of using digital video. Therefore, the student went under one-year training program.

Hereafter, a statistical data collected presented the disparity between pre-test and post-test, that the post-text shows remarkable progress in students' cognitive abilities. Moreover, post-test display by statistic a growth in number with students that are capable of using digital video with all its features and stages the study recommends applying more researches related to media training to elementary and middle students to be train on media texts editing and e-journalism, as a way of understanding and raise awareness on social media and the

responsible influencers who follow the rules and consider society's norms. In addition, the study reassures of addressing media as a subject in elementary, middle and high school.

Key words

Media education, cognitive and architectural aspects - Illustrator analysis - .qualitative analysis, upgraded video production

المقدمة

شهد العالم اليوم تغيرا ملحوظا في مجال وسائل الإعلام الرقمي، وأصبح يقدم كثيرا من المعلومات المتنوعة، التي تؤثر تأثيرا سلبيا أو إيجابيا في المجتمع، وتحولت المجتمعات إلى مجتمعات رقمية،" وبات المواطن العربي في ظل هذا الواقع الإعلامي الجديد محاصرا بكم من الرسائل الإعلامية" (صفوري أمجد صبري إبراهيم، 2022، ص2)، وفي نهاية القرن العشرين كان هناك عدد من الأبحاث والدراسات الإعلامية التي تناولت التأثيرات السلبية لتأثير وسائل الإعلام في النشء والشباب، وتحديدا مضامين القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الإنترنت، واتخذت هذه المضامين أشكالًا عدّة، منها: العنف، أو صورة نمطية عن بعض فئات المجتمع وبعض الأقليات.(محمد جمال أحمد، 2015، ص3)، "ومع مطلع الألفية الثالثة تضخمت التحديات العالمية التي تواجهها المجتمعات: من ثورات علمية متلاحقة، وتطورات اجتماعية وتكنولوجية هائلة، يزداد تأثيرها بشكل مستمر في كل جوانب الحياة ....(الديب نهى، 2023، ص152)؛ مما استوجب استحداث مقررات تعليمية تخاطب الفرد والمجتمع لتوضيح الخطر القادم من وسائل الإعلام الرقمي، وقد بذلت منظمة اليونسكو كثيرًا من الجهود لتضمين مقرر التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية؛ حتى يُمكَّن الطالب من فهم الرسائل التعليمية، وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها، وإعادة بثها، ثم يستطيع التعامل مع وسائل الإعلام؛ وذلك لفهمه كل المهارات المعرفية والمهنية لإعداد المضامين الإعلامية وتنفيذها.

" وقد ساهمت التربية الإعلامية خاصة في العصر الرقمي أو ما يطلق عليها: التربية الإعلامية الرقمية Digital Media Literacy في تسيير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل بها الإعلام الجديد، وإدراكهم وتهيئتهم للمشاركة كمنتجين لمضامين وسائل الإعلام، ومشاركين في مجتمعات افتراضية، مع الحفاظ على أخلاقيات المجتمع وضوابط الحرية. وتعد معرفة الأفراد بالأبعاد المختلفة للإعلام وتنمية قدراتهم للحكم على ما يعترضون له وتعليمهم – ضرورة لا غنى عنها" (إسماعيل علي أسماء، 2022، ص209).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

النموذج الذي اعتمدت عليه الدراسة:

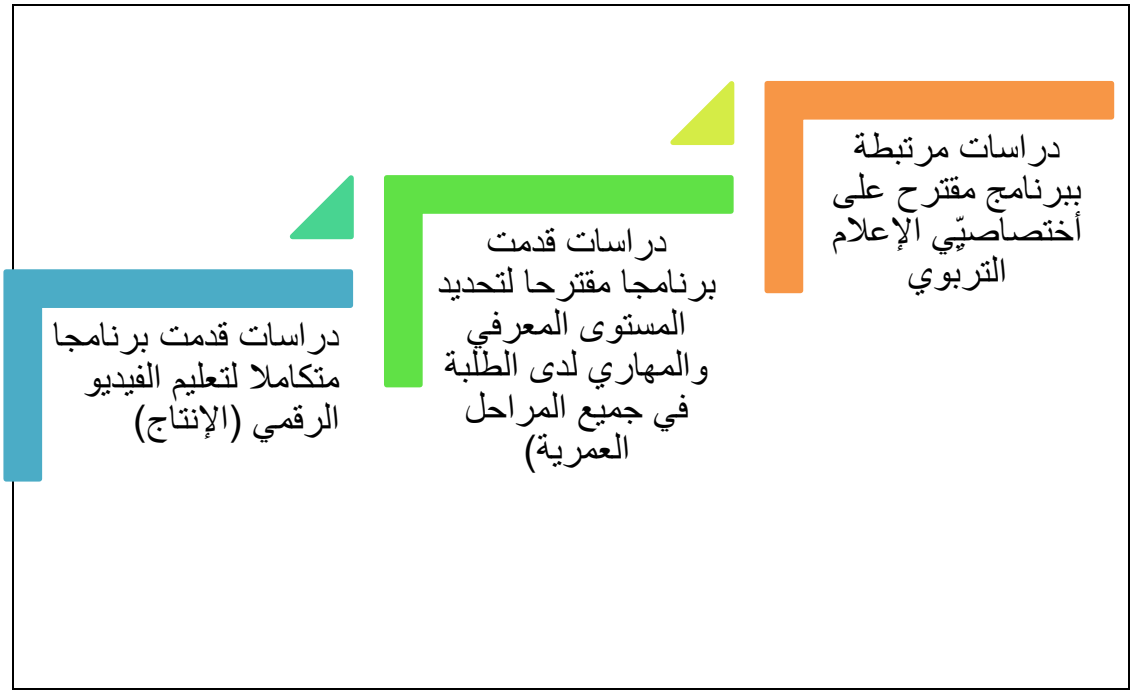
نموذج التربية الإعلامية الرقمية: New Media Literacy Fram Work

طور **Chen** وآخرين عام 2011 نموذجا للتربية الإعلامية **New Media Literacy Fram (WorkNML)** إذ تقسَّم مهارات التربية الإعلامية الرقمية على أربعة محاور أساسية، وهي: الاستخدام الوظيفي **Functional Consuming**، والاستخدام النقدي **Critical Consuming**، والإنتاج الوظيفي **Prosuming Functional**، والإنتاج النقدي **Critical Prosuming**، كما يوضح النموذج أيضا المهارات اللازمة لجميع محاور التربية الإعلامية الرقمية، فمثلا يحتاج الاستخدام الوظيفي إلى مهارات الاستخدام، التي تتمثل في القدرة على استخدام الكمبيوتر أو التكنولوجيا والبحث عن المعلومات وغيرها، بالإضافة إلى المهارات اللازمة لفهم المحتوى. أما مهارات الاستخدام النقدي فتشمل: تحليل المحتوى الإعلامي، وتحليل اللغة والرموز، وإدراك أن هذا المحتوى الإعلامي هو نص متحيز ضمن عملية اجتماعية محددة، والمقارنة بين ذلك المحتوى وغيره من النصوص والرسائل الأخرى، ثم التقييم والنقد والتحدي لما هو مقدم. وأما مهارات الإنتاج الوظيفي فتشمل: المهارات اللازمة للإنتاج والتوزيع والدمج بين الوسائط المتعددة لإنتاج محتوى إعلامي من خلال: **Vlog, Blog, Video Clips**، وأما الإنتاج النقدي فهو: المشاركة من خلال العلم بالقيم المجتمعية والأيديلوجية، واستخدامها في الإنتاج، بالإضافة إلى الإبداع والابتكار. (سامي، ريهام، 2019، ص199).

مسح الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات والأبحاث موضوع التربية الإعلامية الرقمية من محاور عِدَّة، أبرزها إعداد بحوث تجريبية على المختصين في الإعلام التربوي، وإعداد بحوث تجريبية على الطلبة بمختلف المراحل الدراسية، بدءا من مرحلة التعليم الأساسي، وانتهاء بمرحلة التعليم العالي.

وفيما يلي تحديد محاور الدراسات السابقة:



المحور الأول: دراسات تناولت أثر برنامج مقترح في اختصاصي الإعلام التربوي:

تؤكد دراسة الباحثة أسماء علي (2022) وجودَ قصورٍ كبير في تطبيق التربية الإعلامية بجميع المدارس بجمهورية مصر العربية نظريا وتطبيقيا؛ إذ جاء متوسط درجات أفراد عينة الدراسة في التطبيق القبلي للاختبار التحصيلي في التربية الإعلامية منخفضا مقارنة، بمتوسط درجات أفراد عينة الدراسة في التطبيق البعدي .كما أظهرت النتائج ضعف امتلاك اختصاصيو الإعلام التربوي للكفايات التكنولوجية التي تمكنهم من تنميتها لدى الطلاب في أثناء التدريس، وضعف قدرتهم على التعامل مع البرمجيات والتطبيقات التكنولوجية المختلفة ومنها

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

برنامج" In Design" لتصميم الصحف الإلكترونية، وتبين ذلك من خلال انخفاض متوسط درجاتهم في التطبيق القبلي لبطاقة تقييم منتج .(إسماعيل أسماء علي– خليفة محمد، 2022)

أثبتت النتائج الأثر الكبير للبرنامج المقترح في التربية الإعلامية في تنمية مهارات اختصاصيّو الإعلام التربوي في إنتاج الصحف الإلكترونية من خلال تنمية الجانب التحصيلي في التربية الإعلامية لدى عينة البحث، وتنمية الجانب المهاري في تصميم وإنتاج الصحف الإلكترونية لديهم (إسماعيل علي أسماء، 2022، ص229).

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة هاني عبد المقصود (2020)، إذ أكدت عدم وجود دورات تدريبية لتنمية معارف اختصاصيّو الإعلام التربوي ومهاراتهم في أثناء العمل. في حين جاءت نتائج الاختبار البعدي لتشير إلى ارتفاع درجات مجموعة البحث، وهو ما يشير إلى ارتفاع معرفة أعضاء المجموعة بمفاهيم التربية الإعلامية. بالإضافة إلى وجود تغير في مستوى معارف الاختصاصيين عينة البحث بين القياس القبلي والقياس البعدي لاختبار مستوى المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي، وهو ما يشير إلى فعالية البرنامج التدريبي الذي قُدِّم للمجموعة بعد تطبيق الاختبار القبلي. (عبد المقصود هاني نادي، 2020، ص702)

المحور الثاني: دراسات اهتمت بإعداد برنامج مقترح لتطوير الجانبين المعرفي والمهاري:

أوضحت دراسة أحمد جمال حسن (2015) أن هناك تأثيرا كبيرا للمتغير المستقل وهو نموذج التربية الإعلامية المقترح لتحصيل طلاب عينة الدراسة الجانبَ المهاري لموضوع التربية الإعلامية (تحليل المضامين الإعلامية ونقدها وإنتاجها كما تقيسه بطاقة التقييم) .ويُرجع الباحثُ التقدم الذي طرأ على طلاب عينة الدراسة إلى إلمام الطلاب بمهارات التربية الإعلامية ومنها تحليل المضامين الإعلامية ونقدها وإنتاجها، من خلال شرح الباحث وعرضِه أمثلة لكيفية أداء كل مهارة من مهارات التربية الإعلامية بخطواتها، وإتاحة الفرصة للطلاب في أثناء تقديم مادة المعالجة التجريبية؛ لأداء الأنشطة الملائمة لما يُشرَح أداءً فرديًا، وإرسالها ومناقشتها مع الزملاء والباحث .(محمد حسن جمال أحمد، 2015، ص156)، واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة نهى الديب

(2023) إذ بينت فاعلية مقرر التربية الإعلامية في تنمية التحصيل المعرفي لدى طلاب كلية التربية النوعية بجامعة طنطا عينة الدراسة التجريبية .(الديب نهى، 2023).

المحور الثالث: أثر برنامج مقترح لتعليم مهارة إنتاج الفيديو الرقمي:

توصلت دراسة دعاء فتح الله (2019) حول تأثير تصميم الوسائط المتعددة في تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الإعلام الرقمي (دراسة شبه تجريبية على تلاميذ المرحلة الإعدادية) – توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات التطبيق القبلي ومتوسط درجات التطبيق البعدي للمجموعات التجريبية في الاختبار المهاري لمهارات التربية الإعلامية، وذلك لصالح التطبيق البعدي.

كما أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعات التجريبية ومتوسط درجات المجموعة الضابطة في تحسين بعض مهارات التربية الإعلامية في التطبيق البعدي المباشر بالاختبار المهاري لصالح المجموعات التجريبية. (راضي فتح الله دعاء، 2019).

واتفقت نتائج دراسة هاني عبد المقصود (2020)، وأسماء حسين علي (2022)، على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التطبيق القبلي لصالح التطبيق البعدي لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي، وهو ما يؤكد فعالية المعالجات التجريبية التي أجريت على المجموعة التجريبية عينة الدراسة. (عبد المقصود هاني، 2020، ص702)، (إسماعيل أسماء حسين، a 2022) (إسماعيل، أسماء، حسين، 2022، ص21).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

استخلاص ما جاء في الدراسات السابقة:

بينت الدراسات وجود مواطن للضعف والقصور لدى اختصاصيّو الإعلام التربوي في إكساب الطالب المهارات المعرفية والمهنية؛ وذلك لأنه يفتقد درجة الاحترافية والكفاءة والكفاية لتعليم الطلبة مقرر التربية الإعلامية نظريا وعمليا.

ركزت البحوث التجريبية في الجانب المعرفي الذي يتناول قدرة الطالب على إدراك المقرر واستيعابه وتقديمه وعرضه على حساب الجانب المهاري الذي يعتمد على تدريب الطالب على تحليل النصوص الإعلامية ومعالجتها كمًّا وكيفًا، إلى جانب تدريبهم على المهارات الإعلامية الفنية (فنون الصحافة، الإذاعة المسموعة، الإذاعة المرئية، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي) ومن الملاحظ في هذا الخصوص ندرة الدراسات التجريبية المتكاملة التي تتناول التربية الإعلامية والتربية الإعلامية الرقمية من منظور شمولي يجمع كل الأنشطة والفنون الإعلامية في دراسة واحدة.

تعاظم دور الدراسات التجريبية المرتبطة بإنتاج الفيديو الرقمي، في حين أهملت بقية المهارات الرقمية الأخرى مثل: صناعة الألعاب الإلكترونية، وصناعة التطبيقات ومحتوياتها، وصناعة الإعلان الإلكتروني، وغيرها من الموضوعات الأخرى.

مشكلة الدراسة:

فرض الإعلام الرقمي وجوده على المجتمع، وبات يؤثر في معرفة أفراد المجتمع واتجاهاتهم وسلوكياتهم، حيث ألقى بظلاله على شريحة الشباب بوصفهم موردًا بشريا أساسيا في كل المجتمعات، وأصبح من الضروري تعليمهم كيف يمكن أن يفهموا وسائل الإعلام حتى تقل مستويات تأثيرها فيهم، ففي كثير من المؤسسات التعليمية اقتُرِح المقرر منذ ثمانينيات القرن الماضي، ولكن ظلت مشكلة آليات تدريسه قائمة حتى اليوم، فَلِكَيْ يفهم الطالب المقرر كله عليه التدرب على كتابة المادة الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية وكيفية إخراجها وإنتاجها.

ويمكن بلورة المشكلة في كونها تعنى بقياس أثر برنامج مقترح في طلبة الدراسات العليا الذين ليس لديهم معرفة سابقة بمفهوم التربية الإعلامية، ومحدداته الأساسية، وقدرته على تمكينهم من قراءة الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقييمها، وإنتاجها، وإعادة بثها، فقد لاحظت الباحثتان عدم قدرة الطلبة في كلية الإعلام بقسم العلاقات العامة الملتحقين ببرنامج الدراسات العليا على تحليل مضمون الرسائل الإعلامية، كما لاحظت الباحثتان عدم قدرتهم على إنتاج الفيديو الرقمي، مع وضعهم في الاعتبار أن الطلبة خريجو قسم العلاقات العامة. والسؤال الذي تدور حوله مشكلة الدراسة:

هل الطلبة لديهم المعرفة بمهارات التربية الإعلامية الرقمية؟

أهمية الدراسة:

1. تعد هذه الدراسة من الدراسات الجديدة التي لم تتناولها الدراسات في الجامعات الليبية؛ وذلك لأنها تتناول الجانب التجريبي لإكساب الطلبة مهارات التربية الإعلامية، وهذا المقرر يعد من المقررات المستحدثة في الكلية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

2. تسهم الدراسة في فتح آفاق جديدة لدراسات أخرى تجريبية ومقارِنة على كل المؤسسات التعليمية في ليبيا، فعلى الرغم من اهتمام كثيرا من الدول العربية بتضمين مقرر التربية الإعلامية في البرامج التعليمية فإنها لم تأخذ مكانتها بعد على صعيد الجامعات الليبية خاصة، وسائر المؤسسات التعليمية في ليبيا عامةً.

أهداف الدراسة:

1. الكشف عن أثر برنامج مقرر التربية الإعلامية في الجوانب المعرفية لدى طلبة الدراسات العليا بقسم العلاقات العامة والإعلان.
2. الكشف عن أثر برنامج مقرر التربية الإعلامية في الجوانب المهارية لدى طلبة الدراسات العليا بقسم العلاقات العامة والإعلان.
3. إعداد قائمة مهارات مهنية لتعلم إنتاج الفيديو الرقمي في إطار معايير التربية الإعلامية.

فروض الدراسة:

1. توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي للاختبار التحصيلي (الجانب المعرفي) للتربية الإعلامية لصالح التطبيق البعدي.
2. توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي للجانب المهاري لصالح التطبيق البعدي.
3. توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي للاختبار التحصيلي لمعرفة أساسيات إنتاج الفيديو الرقمي لصالح التطبيق البعدي.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي للاختبار التحصيلي لاكتساب مهارة إنتاج الفيديو الرقمي لصالح الاختبار البعدي.
5. توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي لصالح التطبيق البعدي.

مفاهيم الدراسة وتعريفاتها:

التربية الإعلامية:

التعريف اللفظي: تعرّف التربية الإعلامية بأنها: " تلك العملية التي يمكن أن تشارك فيها كل المؤسسات الاجتماعية التي تستهدف توجيه الإنسان وتوعيته وتدريبه على حسن التعامل مع وسائل الإعلام، والتفكير الناقد فيما تقدمه؛ ليكتسب مهارات تمكنه من الاستخدام والاستفادة والمشاركة الفعالة، بحيث يحقق أكبر قدر ممكن من الاستفادة مما تقدمه وسائل الإعلام من جهة، ومواجهة السلبيات وتجنبها من جهة أخرى. (صفوري أمجد، صبري إبراهيم، 2024، ص6)

التعريف الإجرائي: اعتمدت الدراسة على تحديد مستوى الطلبة فيما يتعلق بالموضوعات ذات العلاقة بقدرتهم على قراءة الرسائل الإعلامية، وفهمها، ونقدها، وتحليلها تحليلا كميا وكيفيا، وقدرتهم على إنتاج الفيديو الرقمي.

إنتاج الفيديو الرقمي:

التعريف اللفظي: يقصد به تلك المعلومات والبيانات المتاحة على الإنترنت، أو الوسائل التكنولوجية (الجوال)، والأجهزة المحمولة، وجهاز الحاسوب، سواء أكانت مكتوبة، أم مسموعة، أم مرئية، أم عبارة عن رسومات أو برامج في مختلف المواضيع والتخصصات، وهذا المحتوى الرقمي يلبي حاجات المستخدمين. (صفوري أحمد، صبري إبراهيم، 2024، ص6-ص7).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

التعريف الإجرائي:

تمكين طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام بجامعة بنغازي من إنتاج الفيديو الرقمي، وذلك ضمن متطلبات الدراسة الحالية، وذلك بتدريبهم طوال شهرين متواليين، وإنتاجهم فيديو رقميا عن محتوى إعلامي، مع وضعهم في الاعتبار مراعاة كل مراحل الإنتاج، بدءًا من تكوين الفكرة وكتابة السيناريو، وانتهاء بإنتاج فيديو متكامل من ناحية الإخراج والمونتاج.

طلبة الدراسات العليا:

التعريف اللفظي:

يقصد بطلبة الدراسات العليا: الذين تحصلوا على شهادة البكالوريوس أو ما يعادلها من إحدى الجامعات المعتمدة في ليبيا. (قانون الجامعات لسنة 2020، ليبيا).

التعريف الإجرائي: اعتمدت الدراسة على طلبة الدراسات العليا في قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام، المسجلين بالبرنامج عام 2024.

جامعة بنغازي كلية الإعلام:

تأسست جامعة بنغازي بتاريخ 15ديسمبر 1955باسم: (الجامعة الليبية)، وكانت كلية الآداب والتربية النواة الأولى لهذه الجامعة العريقة، التي حَوَتْ آنذاك (31) طالبا و(6) من أعضاء هيئة التدريس، في حين تأسست كلية الإعلام سنة 2010، بأربعة أقسام علمية: قسم الصحافة، وقسم الإذاعة والتلفزيون، وقسم العلاقات العامة، والقسم العام. (school.https: //ly.linkedin.com). واعتمدت الدراسة على إعداد المعالجات التجريبية داخل القاعات الدراسية بجامعة بنغازي.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

حدود موضوعية: تمثلت في التربية الإعلامية ومهارات إنتاج الفيديو الرقمي.

حدود بشرية: طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام (قسم العلاقات العامة والإعلان).

حدود مكانية: بيئة تعلم تسمح بإلقاء محاضرات حول مقرر التربية الإعلامية، وبيئة تعلم إلكترونية تسمح بتدريب الطلبة على كيفية إنتاج الفيديو الرقمي.

حدود زمنية: من 2023/11/1إلى 2024/9/15.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي في قياس أثر برنامج مقترح في تنمية الجوانب المعرفية والمهارية لدى طلبة الدراسات العليا فيما يتعلق بمفهوم التربية الإعلامية، إذ اعتمدت الدراسة على المنهج المذكور في قياس تنمية الجوانب المعرفية والمهارية لدى الطلبة، ويقاس أثر المتغير المستقل – وهو البرنامج المقترح في التربية الإعلامية–على المتغير التابع –وهو تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب عينة البحث–.لذا أجري للطلاب اختبار قبلي في موضوعين: أوّلهما معرفتهم بالإطار المفاهيمي للتربية الإعلامية (تواصل، مشاركة، تحليل، تقييم) طوال سنة دراسية كاملة، والثاني قدرتهم على إنتاج الفيديو الرقمي بعد إكسابهم مهارة الإنتاج عن طريق تدريبهم مدة ثلاثة أشهر من خلال ورشة عمل، اعتمادا على نموذج التربية الإعلامية بالاعتماد على الاستخدام النقدي والإنتاج الوظيفي

مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع البحث الحالي في طلبة الدراسات العليا بجامعة بنغازي، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، البالغ عددهم 22طالبًا. وبعد انسحاب الطلبة من السنة الدراسية في منتصف العام بلغ عددهم 15

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

طالبة. حيث الاعتماد على المسح الشامل لكلُ الطلاب عينةً للدراسة من دون الاكتفاء بعيّنة منهم وذلك لقلة عدد المبحوثين.

التصميم التجريبي للدراسة:

استُخدمت الدراسةُ الحالية للتصميم التجريبي للمجموعة الواحدة لقياس أثر المتغير المستقل (البرنامج المقترح في التربية الإعلامية) على المتغير التابع (تنمية مهارات طلبة الدراسات العليا المعرفية والمهنية)، بقياس قبلي وبعدي.

أدوات الدراسة:

1- قائمة الأهداف والمحتوى من إعداد الباحثين:

- **القائمة الأولى:**

تتضمن أربعة أهداف: الأهداف المعرفية لمفهوم التربية الإعلامية، محدداته، تطوره، علاقته بالعلوم الأخرى، معرفته ببعض المفاهيم مثل: أدوات التفكير الناقد، والتضليل الإعلامي، وأخلاقيات العمل الإعلامي، والتحليل الكمي للرسائل الإعلامية، والتحليل الكيفي للرسائل الإعلامية، والتربية الإعلامية الرقمية.

2- القائمة الثانية:

إنتاج الفيديو الرقمي من مرحلة بناء الفكرة، وكتابة السيناريو، وإعداد الجدول الزمني للقطات، إلى مرحلة المونتاج.

الاختبارات التحصيلية:

1- اختبار تحصيلي أول في التربية الإعلامية (مفاهيمها وأهميتها)، تتضمن 18 سؤالا، مقسما على أربعة أهداف رئيسة: المعرفة بالمفهوم، المشاركة، التحليل، الإنتاج.

2- اختبار تحصيلي ثانٍ يتضمن إكساب الطلبة مهارة إنتاج فيديو رقمي من مرحلة بناء الفكرة إلى مرحلة إنتاج فيديو متكامل.

وتعتمد الدراسة على مقياس ليكرت: (أعرف، أعرف إلى حد ما، لا أعرف).

صدق الاختبار:

اختبار التحصيل المعرفي: تضمن الاختبار الخاص بالجانب المعرفي (22) فقرة، وحُسِب باستخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث جاءت عند 0.90.

اختبار التحصيل المهاري:

اعتمد الاختبار على (18) وجاءت عند 0.74.

الجانب الخاص بتقييم بطاقة إنتاج الفيديو:

جاءت عند 0.823 وتعد نسبة جيدة للاختبار.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعريفات التربية الإعلامية الرقمية:

تعددت التعريفات والمفاهيم ذات العلاقة بمفهوم التربية الإعلامية بصفة عامة، والتربية الإعلامية الرقمية بصفة خاصة، ويمكن عرضها على النحو التالي –كما حددها العلماء والباحثون–:

يعرفها potter بأنها: المنظور الذي من خلاله نعرض أنفسنا لوسائل الإعلام كي نفسر معاني الرسائل التي نتعرض لها، من أجل بناء المعرفة باستخدام الأدوات والمواد الخام، وتعد مهارتنا بمنزلة هذه الأدوات، وأما المواد الخام فتتمثل في المعلومات التي نحصل عليها من خلال وسائل الإعلام (إسماعيل علي أسماء، 2022، ص209).

وتعرفه أسماء إسماعيل (2022) بأنه: إكساب الأفراد مجموعة من المهارات التي تمكنهم من الوصول إلى الوسيلة الإعلامية المناسبة، ثم فهم الرسائل الإعلامية التي تنطوي عليها المضامين الإعلامية وتحليلها، وتفسيرها، ونقدها بالإضافة إلى المشاركة الواعية لتلك المضامين، وأيضا إكسابهم مهارات إنتاج مضامين إعلامية رقمية واعية وهادفة في ضوء معايير التربية الإعلامية، ومشاركتها ونشرها في وسائل الإعلام الجديد؛ ليصبح الفرد متلقيا إيجابيا ومنتجا واعيا. (إسماعيل علي أسماء، 2022، ص209).

وفيما يتعلق بالتربية الإعلامية الرقمية ترى الرابطة القومية للتربية الإعلامية Association For Media Nationalأن المقصود بالتربية الرقمية: القدرة على وضع الرسالة في كود، وفك كود الرسالة الإعلامية، والقدرة على فهمها وتحليلها وإنتاج رسائل مشابهة (سامي، ريهام، 2019، ص198).

ويقصد بالتربية الإعلامية الرقمية وفق الرابطة الأمريكية American Library association: القدرة على استخدام المعلومات والتكنولوجيا لإنتاج المحتوى الاتصالي وتقييمه، وهي تحتاج إلى مهارات ذهنية وتقنية.

(سامي، ريهام 2019، ص167). كما تعرفها عبير زهري بأنها: تمكين الفرد من مهارات التعامل مع الإعلام الرقمي المتمثلة في: مهارات التفكير الناقد للتمييز بين الحقيقة والتضليل، والرأي والخبر، وفهم مقدار مصداقية المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتعرُّف مصادرِها وأولويات الموضوعات التي تعتمد عليها لنشرها، وإكساب المتلقي أساسيات تحليل المعلومات ومعالجة النصوص كمًا وكيفًا؛ لتعطيه مؤشرات ودلالات حول المعنى الظاهر والباطن مما يطلع عليه من معلومات، وصولا إلى تعلمه فنونَ الإعلام الرقمي بمختلف مجالاته: من صحافة إلكترونية، وإذاعة رقمية، وتلفزيون رقمي؛ حتى تصبح لديه قدرة على الإنتاج وإعادة البث؛ مما يسهم في انخفاض درجة تأثير الرسائل الإعلامية الرقمية على الفرد والمجتمع. (محمد عبير فايز، 2024، ص292).

ومن الملاحظ أن أغلب التعريفات اعتمدت بشكل كبير على نسبة التعرض وتأثيرها على السلوك، موضحة دور التربية الإعلامية في تطوير الفرد والمجتمع وتنميتهما فيما يتعلق بانتقاء أفضل وسائل الإعلام الموضوعية، إلى جانب تدريبه على إنتاج وسائل إعلامية من ناحية الشكل والمضمون، ويسهم في ترقية العقول. إلا أن التعريفات لم تحدد درجة احترافية كتابة الرسالة أي إنها لم تتطلب درجة عالية من الكفاءة والمقدرة في صناعة المحتوى الإعلامي؛ لأن متطلبات التربية الإعلامية للمتلقي العادي لم تتطلب معايير عالية الجودة في الكتابة والإخراج وفي فنون الإعلام بصفة عامة لكونها تخلق وعيا معلوماتيا ومهاريا فحسب.

المحددات الأساسية لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية:

اتفقت غالب الدراسات والأبحاث على أهداف التربية الإعلامية الرقمية ومهاراتها ومجالاتها، حيث تناولها الباحثون على النحو التالي:

أولاً: أهداف التربية الإعلامية الرقمية:

حدد أحمد جاب الله (2017) أهداف التربية الإعلامية في النقاط التالية:

1. الاستخدام الجيد للوسائل التكنولوجية، ومسايرة التطورات السريعة في المجتمع.
2. تزويد الأفراد بالمعلومات المختلفة لفهم الأيدولوجيات المتعلقة بوسائل الإعلام.
3. الحفاظ على قيم المجتمع من خلال تحصين الجمهور من الغزو الثقافي الضار.
4. تنمية مهارات التفكير الناقد والتحليل والتفسير والاختيار وفق مبادئ الفرد.
5. التمسك بالعقيدة والقيم الدينية عند إصدار الحكم على المضامين الإعلامية، ومواجهة أي خروج عنها، وبناء جيل قوي مبدع يسهم في تنمية مجتمعه وتطوره.
6. تحقيق الاتصال الفعال بين كل فئات المجتمع ووسائل الإعلام. (الديب نهى، 2023، ص1541).

ثانياً: مجالات التربية الإعلامية الرقمية:

تشمل التربية الإعلامية الرقمية ثلاث مجالات:

المجال المعرفي:

ويشمل القدرات والعمليات العقلية التي تتضمن: المعرفة، والفهم، والتذكر، والتحليل، والتركيب، والتقديم لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين والحكم عليها.

المجال الوجداني:

المتمثل في تنمية المشاعر والاتجاهات، والتذوق والقيم لدى المتعلم، وجذب انتباهه إلى هذا الموضوع المهم في حياته، ومساعدته على تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفاعلية مع الإعلام.

المجال السلوكي:

المعتمد على الممارسة والإتقان والإبداع وذلك لمساعدة المتعلم على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار، والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية وبثها. (رشيد راضي سحر، 2018، ص44).

وقد حدد الباحثون أهداف ومكونات التربية الإعلامية التي تؤطر عملها داخل نتاج معرفي، عاطفي عقلي، سلوكي، إذن هي حلقة مترابطة من المعارف والاتجاهات والسلوكيات التي ترتبط بقدرات ومستويات فكرية ومراحل عمرية مختلفة، فالعناصر سابقةُ الذكر لا بد لتفعيلها في مختلف المؤسسات التعليمية من مراعاة الفئات العمرية المختلفة والمراحل الدراسية المتعددة، فما يصلح صياغته منهجًا للطلبة في التعليم الأساسي قد لا يناسب طلبة في مرحلة متقدمة.

المهارات والمعارف الرقمية المطلوبة في الثقافة الرقمية: (وطفة أسعد، 2013، ص112)

1. الاستخدام الفعّال للتكنولوجيا الإعلامية للوصول إلى المحتوى الإعلامي وتخزينه، والبحث فيه، واسترداده، ثم مشاركته مع الآخرين وذلك من أجل تلبية احتياجات الفرد وتحقيق مصالح الجماعات.
2. الوصول إلى مختلف وسائل الإعلام، وتعرُّف مضامينها الثقافية، وتحديد مصادرها المؤسسية .
3. معرفة الكيفية التي ينتَج بها المضمون الإعلامي، ومعرفة الأسباب الكامنة وراءها: لماذا يُنتَج المحتوى الإعلامي، وما الكيفية التي ينتَج بها؟
4. التحليل النقدي للتقنيات واللغات والرموز المستخدمة والمضامين الكامنة في الإنتاج الإعلامي.
5. استخدام وسائل الإعلام بطريقة إبداعية للتواصل المعلوماتي، والتعبير عن الأفكار بحرية واستقلالية.

6. التحقق من المضمون الإعلامي، وتحليله، ثم الكشف عن الغاية من توظيفه، وعن الجوانب السلبية الضارة فيه والقائمة على تعزيز العدوانية والتسلط.
7. استخدام وسائل الإعلام وتوظيفها في خدمة الحقوق الديمقراطية وتحقيق المواطنة للأفراد..

ولعل من الضروري مناقشة الجانب المهاري على وجه التحديد، وما لو كان للاختصاصي التربوي القدرة والمعرفة الكافيتان لتمكين طلبته من مهارات مرتبطة بالتحليل والنقد والتقييم والإنتاج، وخصوصا الإنتاج الذي يتطلب مهارة في الكتابة والتصوير والمونتاج والإخراج وغيرها من الجوانب الفنية والتحقق مما لو كان الاختصاصي التربوي يمتلكها بالفعل أو لا؛ لأن ضعفه وقصوره في هذه الجوانب سينعكس سلبا على قدراته من تمكين الطالب بكل ما يحمل مقرر التربية الإعلامية من تفاصيل ذات علاقة بالجانب المهاري؛ إذ إن الطالب سيشعر بالرتابة والملل بسبب غياب الجانب التطبيقي في المقرر؛ لذا لابد من أن يوضع في الاعتبار اختيار الاختصاصي المناسب الذي يجمع كل علوم الإعلام وفنونها بكل تفاصيلها.

إنتاج الفيديو الرقمي:

أنتجت التطورات الرقمية كاميرات رقمية خاصة بالفيديو ذات جودة عالية سهلة الاستخدام، كما تطورت أجهزة الحاسوب فأصبح بالإمكان عمل المونتاج، وتصحيح أيّة عيوب بالصورة، وعمل (مكساج) الصوت، كل هذا اختصر في كمبيوتر محمول وكاميرا صغيرة يمكن حملها إلى أي مكان للتصوير وعمل المونتاج، ثم بث المادة الإعلامية عبر مواقع الإنترنت، فالإنترنت وتطوره وسرعته الحالية الفائقة بالإضافة إلى تطور برامج ضغط الفيديو التي يمكنها ضغط وتصغير حجم الملفات مع الاحتفاظ بجودة الفيديو – كل هذه العوامل التكنولوجية الحديثة ساعدت على إنتاج الفيديو الرقمي بمحتواه المتنوع من قبل المواطن الصحفي، وأسهمت في نشره على الإنترنت بسهولة فائقة، ومع التزايد المستمر لإنتاج الفيديو الرقمي من قبل المستخدمين على شبكة الإنترنت عبر

المنصات المختلفة مثل: اليوتيوب، ومنصة Facebook watch، ومنصة IGTV التابعة لإنستغرام، ومنصة DTUBEالتي تعمل بتقنية Block Chain.(حسين علي أسماء، 2022b، ص4).

إن درجة احترافية المتلقي اليوم في إعداد المحتوى الرقمي فاقت حدود توقعات من يمتلك مواقع التواصل الاجتماعي، التي –للأسف– أعطت المحتويات الرقمية السطحية قيمة، وأصبحت تكرم وتمنح مبالغ مالية وجوائز قيمة لتلك المحتويات؛ مما زاد الأمر سوءًا؛ فأمست المواقع اليوم وما تحويه من تجاوزات من دون وجود قوانين تنظم العمل الإعلامي الرقمي – ساحة واسعة المجال من حق أي شخص لا يحمل أيّةَ معرفة في قوانين العمل الإعلامي أن يقدم محتواه من خلالها بما فيه من قذف وتشهير وتشويه سمعة للآخرين؛ لذا دعت الضرورة إلى توعية الأفراد والجماعات بأهمية تنمية الاحساس بالمواطنة تجاه ما ينتَج عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ظهر مفهوم المواطنة الرقمية Digital Citizenshipبوصفه مفهوما حديثا في التربية الرقمية الذي يهدف إلى إيجاد الأساليب والطرق والبرامج والأنظمة المثلى لتوجيه جميع مستخدمي التكنولوجيا وحمايتهم، وخصوصا الأطفال والمراهقين .(عبد المقصود هاني . 2020، ص67).

تعريف الفيديو الرقمي:

يعرف الشرنوبي الفيديو الرقمي بمهارات تصميم الفيديو الرقمي وإنتاجه بأنها: استخدام برامج الحاسوب الحديثة وتطبيقاته في إجراء عمليات التصميم والإنتاج وصولا إلى المنتج النهائي المتمثل بالفيديو الرقمي، وفق معايير الجودة المرتبطة، وإتاحة هذا المنتج من الفيديو الرقمي على شبكات المعلومات كالويب، أو تخزينه على أحد وسائط التخزين الرقمية الحديثة. (حسين علي أسماء b2022,ص8)

مراحل إنتاج الفيديو:

اولاً: مرحلة ما قبل الإنتاج:

تعد من أهم المراحل التي يمر بها إنتاج العمل الفني المرئي أيا كان نوعه، وهي مرحلة أولية أساسية تبدأ من الفكرة (يوسف كافي مصطفى، 2016، ص25)، والتحضير لها بشكل مبدئي، وكتابة كل المتطلبات لإنتاجها، وتحديد الإمكانات المتاحة لتنفيذها، بدءا من كتابة النص، ووضع سيناريو مبدئي تترجم فيه كلمات النص إلى صورة وصوت، وتطويره فيما بعد إلى سيناريو تقني تحدد فيه كل التفاصيل بدقة: من الديكور، والإضاءة، والحركة، سواء للمنظور أو حركة الكاميرا، وأحجام اللقطات، وزوايا الكاميرا، وطرق الانتقال من لقطة إلى أخرى، ومدة العمل، وما لو كان هناك موسيقا أو مؤثرات صوتية أو ضوئية أو تعليق، إذ إن المادة الكلامية التي تصاحب الصورة تعدّ وسيلة أو أداة لدعم المحتوى المصور، أو لشرح ما تقدم الصورة، وتأكيد معناها، أو إضافة ما قد يكون خفيا من معلومات ومعانٍ (شلبي كرم، بدون سنة، ص216).

ثانياً: مرحلة الإنتاج:

وهي المرحلة التي ينفَّذ فيها كل ما هو مكتوب عليها في لوحة القصة أو السيناريو، والشروع في عملية الإنتاج الفني من حيث التصوير وتسجيل الصوت وعملية المونتاج. (يوسف كافي مصطفى، 2016،ص25).

ثالثاً: مرحلة ما بعد الإنتاج:

وهي مرحلة مشاهدة العمل الفني الذي تم إنتاجه وإخضاعه للتقويم، وما إذا كان العمل في حاجة إلى إجراء بعض التعديلات، سواء بالحذف، أو الإضافة، بعد عرضه على الخبراء والمتخصصين في المجال لتحقيق الهدف وإيصال الرسالة إلى الجمهور المستهدف. (شلبي كرم، بدون سنة، ص26).

مما سبق من عرض الجانب المعرفي للبحث يمكن استخلاص أطرٍ عدّةٍ؛ لكون التربية الإعلامية تتميز بالعناصر المهنية والفنية والمعرفية والنقدية، وتتطلب إحداث التوازن بين تلك العناصر، بالإضافة إلى وجود علاقة وثيقة بينه وبين الإعلام الرقمي، وما أحدثه العالم اليوم من تأثيرات اتصالية للعصر الرقمي.

التصميم التجريبي للدراسة:

استخدمت الدراسة الحالية التصميم التجريبي للمجموعة الواحدة لقياس تأثير المتغير المستقل (برنامج مقترح في التربية الإعلامية) على المتغير التابع (وهو تنمية مهارات التربية الإعلامية من تحليل وتقييم وإنتاج).

نتائج الدراسة التجريبية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاختبار التحصيلي لمقرر التربية الإعلامية في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

الاختبار	درجات التحصيل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	مستوى الدلالة	درجة الحرية df
القبلي	210	4.50	2.8	6.059-	0.000	9
الاختبار البعدي		14.8	3.5			

توصلت الدراسة إلى صحة الفرض الأول حيث جاءت عند قيمة اختبار t 6.059- ومستوى دلالة 0.000 ويدل ذلك على قبول الفرض الأول للدراسة.

اتفقت نتائج الجدول مع النموذج الذي اعتمدت عليه الدراسة؛ إذ يرى (2011Chen) أهمية تطوير مهارات التربية الإعلامية الرقمية اللازمة لفهم المحتوى الإعلامي (سامي، ريهام، 2019، ص199)، كما اتفقت مع

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

دراسة نهى الديب (2023) إذ بينت فاعلية مقرر التربية الإعلامية في تنمية التحصيل المعرفي لدى طلاب كلية التربية النوعية بجامعة طنطا عينة الدراسة التجريبية. (الديب نهى، 2023)

ويعالج مقرر التربية الإعلامية عناصر أساسية عدة أهمها: توضيح مفهومه، وأبعاده، وخصائصه، والفرق بينه وبين العلوم الأخرى، كما يتناول أهميته، وأهدافه، وتطوره عبر مراحل تاريخية عدة. وقد اعتمد اختصاصي الإعلام التربوي (المحاضر) على تدريب الطلبة في هذا الجانب على إلقاء المحاضرات وتنظيمها وإعدادها وتحضيرها قبل موعد المحاضرة ثم يلاحظ مِن كثب تطوُّرَ قدرات الطالب المعرفية طول سنة دراسية كاملة، وذلك بمراجعة الأوراق العلمية التي اعتمدت جمع معلومات عن أهم الدراسات والأبحاث التي تناولت مفهوم التربية الإعلامية وتصنيفها، وإيجاد الاختلافات القائمة بينها، وتحديد الدراسات التي اتفقت في النتائج وأوجه الاتفاق والاختلاف بين وجهات نظر الباحثين والأكاديميين في هذا الأمر.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات تحصيل الجانب المهارى لدى طلبة الدراسات العليا في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

الاختبار	درجات التحصيل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	مستوى دلالة	درجة الحرية df
القبلي	177	4.50	2.87	-21.00	0.000	9
الاختبار البعدي		17.80	1.61			

حُسِبَت قيمة t التي جاءت عند21.00 – ومستوى دلالة 0.000 ، وهذا يدل على قبول الفرض الثاني للدراسة، الذي يرتبط بالجانب المهاري، وقد اتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة أحمد جمال (2015) في أن هناك تأثيرا كبيرا للمتغير المستقل نموذج التربية الإعلامية المقترح في تحصيل طلاب عينة الدراسة للجانب المهاري لموضوع التربية الإعلامية في تحليل ونقد المضامين وإنتاجها .(محمد حسن أحمد، 2015، ص156).كما جاءت متماشية مع النموذج المفسر للدراسة المرتبط بتحليل المحتوى الإعلامي، وتحليل اللغة والرموز، وإدراك أن هذا المحتوى الإعلامي هو نص متحيز ضمن عملية اجتماعية محددة والمقارنة بين ذلك المحتوى وغيره من النصوص والرسائل الأخرى، ثم التقييم والنقد والتحليل لما هو مقدم .(سامي، ريهام، 2019، ص199).

وإن الجانب المهاري في المحاضرات التدريبية الخاصة بتحليل المضمون والتحليل الكيفي الخاص يرتبط بالخطاب الإعلامي، وذلك من خلال إعداد الطلبة تدريبات عدة عن طريق دراسة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وغير العربية، ودراسة الصحف المحلية والعربية، ومناقشة الموضوعات داخل المحاضرات لمعرفة مدى إدراك الطالب لمهارة التقييم (تقييم الرسائل الإعلامية ونقدها)، وإعداد قوائم التسجيل والعد، والمعالجات الإحصائية وكيفية

حسابها، ثم استنباط النتائج النهائية بعد اختيار موضوع بعينه للدراسة والبحث. كما تناولت المحاضرات مفهوم التحليل الكيفي وتوضيحه وشرحه كاملا، ثم اختيار مشكلة، وتدريب الطلبة بتحليلها تحليلا كيفيا، مع اعتبار كل الشروط العلمية لتحليل الرسائل الإعلامية والمعايير التي تضبط عملية التحليل الكيفي، وتقييم الرسائل الإعلامية من مختلف القنوات والمنصات الرقمية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معرفة طلبة الدراسات العليا مهارة إنتاج الفيديو الرقمي في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

الاختبار	درجة التحصيل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	مستوى الدلالة9	درجة الحرية df
الاختبار القبلي	198	3.70	2.31	-8.308	0.000	9
الاختبار البعدي		14.6	3.02			

بينت نتائج الدراسة مدى قبول الفرض الثالث باختبار صحته والاعتماد على اختبار t الذي جاء عند 8308-بمستوى دلالة 0.000، وجاءت نتائج الدراسة متفقة مع النموذج العلمي الذي يؤكد مهارات الإنتاج الوظيفي فتشمل: المهارات اللازمة للإنتاج والتوزيع، والدمج بين الوسائط المتعددة لإنتاج محتوى إعلامي.

وأوضح المقرر في محاضرات عدة أهمية إنتاج الفيديو الرقمي بإلقاء محاضرات عن مفهوم الإنتاج، وأهميته ودوره، ومدى تأثيره في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم وكيفية إعداده، ومراحل إنتاجه ثم قياس مدى إدراك الطلبة هذا الجانبَ من خلال قائمة تحتوي على اختبار خاص بالجانب المعرفي لمفهوم إنتاج الفيديو الرقمي.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاكتساب مهارة إنتاج الفيديو الرقمي من الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي

الاختبار	درجة التحصيل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	مستوى المعنوية	درجة الحرية df
الاختبار القبلي	162	3.33	2.12	-27.739	0.000	8
الاختبار البعدي		18.6	1.11			

وبحساب قيمة t التي جاءت عند 27.739- ومستوى دلالة 0.000 ، وبقبول الفرض يتضح مدى وجود فروق في الاختبار القبلي للطلبة لصالح الاختبار البعدي، بتحديد قدراتهم على الإنتاج بعد تدريبهم على إنتاج الفيديو، وإكسابهم مهارة خلق الفكرة وكتابة أبعادها وجوانبها السلبية والإيجابية، ثم كيفية كتابة السيناريو بكل عناصره باقتراح فكرة عمل عنوانها (مشكلة المياه)، وقدم كل طالب فيديو باسم للعمل، وبتحديد مشهد يحتوي على (رقم اللقطة/الزمن/المكان /الصورة / زمنها/ حجمها/ حركة الكاميرا/زاوية الكاميرا/حركة المنظور/ التعليق

والحوار/زمنه/موسيقا ومؤثرات/زمنها/ طريقة الانتقال). وقدم كل واحد من الطلبة فكرة مختلفة عن الآخر، مع مراعاة تقديم السيناريو مكتوبا على ورقة تجسد كل العناصر المرتبطة بهذا السياق. ([1])

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

الاختبار	درجة التحصيل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	مستوى المعنوية	درجة الحرية df
القبلي	168	3.33	2.12	-27.739	0.00	8
الاختبار البعدي		18.66	1.11			

كشفت نتائج الجدول قبول الفرض بحساب قيمة t وهي27.739- ومستوى دلالة 0.00، واتفقت دراسة هاني عبد المقصود (2020)، وأسماء حسين علي (2022) على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التطبيق القبلي لصالح التطبيق البعدي لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي (عبد المقصود هاني، 2020، ص702) (إسماعيل أسماء حسين، 2022، ص21).

واعتمدت بطاقة تقييم مهارات الطلبة في إنتاج الفيديو الرقمي على بنود عدة تبدأ من الفكرة / كتابة القصة والسيناريو / التصوير / وصولا إلى المونتاج. وفي أثناء التجربة قدم الطلبة العناصر التصويرية من دون مونتاج، ثم أعيدَ تقديمها بالمونتاج لتقييم قدرتهم على إنتاج فيديو رقمي مترابط بفكرة متناسقة لها بداية ووسط ونهاية يمكن من خلالها تحديد درجة كفاءة الطالب وقدرته على إنتاج الفيديو الرقمي.

[1] . تمت الاستعانة بالمدرب (خالد العايب/ فني مونتاج) لتدريب الطلبة على هذا الجانب.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:

1- ارتفاع المستوى المعرفي لدى طلبة الدراسة في مفهوم التربية الإعلامية (محدداته، وأهميته، وأهدافه، وخصائصه، وتطورها لعلمي، وعوامله، وأبعاده، والفرق بينه وبين العلوم الأخرى، واستراتيجياته، والبناء التكاملي للمفهوم.

2- انخفاض نسبة الجانب المهاري لدى الطلبة في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي الذي يسهم في ارتفاع درجة مهارة الطلبة، واكتساب مهارة النقد والتقييم والتحليل (الكمي، الكيفي، الاستنتاج، الاستنباط).

3- حددت نتائج الدراسة قدرات الطلبة في معرفة أهم مراحل إنتاج الفيديو الرقمي، إذ لوحظ مقدار إدراكهم واستيعابهم مفهوم الفيديو الرقمي في الاختبار البعدي، ومقدار تطور قدراتهم المعرفية في هذا الجانب وتنميتها.

4- ارتفاع نسبة الطلبة القادرين على إنتاج فيديو رقمي وتصميمه بكل مراحله، بدءًا من خلق الفكرة، وكتابة السيناريو، وتصوير اللقطات، وصولًا إلى المونتاج.

5- توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي في الاختبار القبلي لصالح الاختبار البعدي.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

التوصيات:

1- توصي الدراسة بإعداد مزيد من الدراسات والأبحاث ذات العلاقة بمفهوم مقرر التربية الإعلامية.

2- إعداد دراسات تجريبية على طلبة التعليم الأساسي والمتوسط، وتدريبهم على معالجة النصوص الإعلامية، وأساسيات الصحافة الإلكترونية، وتأهيلهم لفهم وسائل الإعلام، وأن يكونوا صانعي محتوى فعّال، ومؤثرين يحترمون القوانين، وينتمون إلى المجتمع، ويمتلكون الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الفرد والمجتمع.

3- توصي الدراسة بإعداد مزيد من الدراسات المعنية بنشر الوعي حول مفهوم (المواطنة الرقمية) في المجتمع الليبي.

4- تؤكد الدراسة على أهمية تضمين مقرر التربية الإعلامية في كل المؤسسات التعليمية، بدءًا من مرحلة التعليم الأساسي والمتوسط، وحتى مرحلة التعليم العالي.

قائمة المراجع:

راضي فتح الله دعاء. (2019). مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الإعلام الرقمي، جامعة القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة.

إسماعيل علي أسماء.(2022) . فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات تصميم وإنتاج الصحف الإلكترونية لدى أخصائي الإعلام التربوي، المجلة الدولية للعلوم التربوية والإنسانية المعاصرة، المجلد الأول، يوليو 2022.

إسماعيل أسماء حسين وخليفة محمد أحمد (2022) أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدى طلاب المرحلة الثانوية: دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، القاهرة: المجلد 1، العدد 38.

الديب نهى. (2023). فعالية مقرر التربية الإعلامية في تنمية التحصيل المعرفي والاتجاه نحو المقرر لدى طلاب كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد التاسع، العدد 45.

رشيد راضي سحر (2018). كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقية دراسة ميدانية المجلد 10، العدد3، (40). Research Gate.

سامي ريهام. (2019). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (26).

صفوري أمجد. صبري إبراهيم (2024). فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، Volume12,Number1,Pages37,77.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

عبد المقصود هاني نادي. (2020). فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية باستخدام الإنفو جرافيك في تنمية الوعي بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائي الإعلام التربوي دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد السادس، العدد 29، يوليو، 2020.

محمد حسن جمال أحمد. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، جامعة المنيا. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.

محمد عبير فايز. (2024). التربية الإعلامية الرقمية الأبعاد والضوابط. مجلة البحوث الأكاديمية عدد خاص بالمؤتمر الدولي الأول للتربية والتعليم المنعقد بالأكاديمية الليبية، مصراتة.

وطفة أسعد علي. (2020). التربية الإعلامية في العصر الرقمي: البحث عن هوية في زمن افتراضي، مجلة الطفولة العربية، العدد 79.

شلبي كرم، فن الكتابة للراديو والتلفزيون. ط1 (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي).

يوسف كافي مصطفى. (2016). الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، ط1(عمان: دار مكتبة الحامد)

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

أطر معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في الفضائيات الإخبارية دراسة تحليلية

د. محمد مختار محمد عمر الطلخاوي الأستاذ المساعد– قسم الإعلام – كلية الآداب –

جامعة طبرق–

Mohammed.eltalkhawy@tu.edu.ly

Dr. Mohammad Mokhtar Mohammad Omar Al-Talkhawy

Assistant Professor,

Department of Media, Faculty of Arts, University of Tobruk

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على أطر معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في الفضائيات الإخبارية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقة التحليلي عبر تحليل مضمون عينة من نشرات الأخبار في قناة العربية، وقناةBBCعربي في الفترة من2025/1/1وحتى2025/1/31ممن خلال توظيف نظرية الأطر الإعلامية وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن القنوات عينة الدراسة اعتمدت في تغطيتها لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية على الخبر الطويل(أكثر من90 ث)بنسبة52%وتنوعت القنوات عينة الدراسة في استخدام أساليب وأشكال تقديم أخبار الحرب؛ وجاء في صدارة تلك الأشكال الجمع بين أكثر من قالب بنسبة بلغت 33.7%، وبرزت الاستمالات المنطقية العقلية في معالجة هذه الحرب بنسبة63.5%، وأظهرت النتائج سيطرة إطار الصراع على معالجة القنوات عينة الدراسة للحرب الروسية الأوكرانية وذلك بنسبة بلغت 37%، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 10.6%.

الكلمات المفتاحية:

الأطر، المعالجة، الحرب الروسية الأوكرانية، الفضائيات الإخبارية

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

Abstract

The study aimed to identify the frameworks used to cover news of the Russian-Ukrainian war on satellite news channels. The study relied on a survey approach with an analytical component, analyzing the content of a sample of news bulletins on Al Arabiya and BBC Arabic channels from January 1, 2025, to January 31, 2025, employing the theory of media frames.

The study reached the following results: The channels in the study sample relied on long stories (more than 90 second) in their coverage of the Russian-Ukrainian war, representing 52% of the channels. The channels in the study sample varied in their use of war news presentation methods and formats. The most prominent of these formats was combining multiple formats, representing 33.7% of the channels. Logical and rational approaches to reporting this war were prominent, representing 63.5% of the channels' coverage.

The results showed that the conflict framework dominated the channels' coverage of the Russian-Ukrainian war, representing 37%, followed by the humanitarian concerns framework, representing 10.6%.

Keywords:

Frames, Treatment, Russian Ukrainian War, News Channels.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

المقدمة

شهدت الفضائيات الإخبارية طفرة هائلة شكلت نقلة نوعية للمشاهد العربي، وعاملاً مؤثراً في التوجهات السياسية والثقافة والاجتماعية، وأوجدت نوعاً من المعرفة والإحاطة بالأحداث والقضايا وحققت مزايا وفوائد في مجال توفير المعلومة وزيادة الوعي، فالخبر أصبح صناعة احترافية لها دورها الكبير في تشكيل الرأي العام وتكوينه وتوجيهه.

وقد فرضت الحرب الروسية الأوكرانية نفسها على الساحة الإعلامية محليا ودوليا لما لهذه الحرب من تداعيات اقتصادية وسياسية وأمنية على دول العالم، فقد شنت روسيا حملة عسكرية على أوكرانيا في 24 فبراير 2022م بعد حشد عسكري طويل الأمد، وعيَنت العديد من وسائل الإعلام مراسلين لها في المدن الأوكرانية ومنها القنوات الإخبارية لتقديم تغطية مكثفة للجمهور، وقدمت لها تغطيات وأفردت لها مساحات من البث من خلال نشرات الأخبار على مدار الساعة إلى جانب البرامج الإخبارية المتنوعة لمناقشة تداعيات تلك الحرب سياسيا واقتصاديا وتطور أحداثها وتباينت اتجاهات وميول التغطيات الإعلامية التي قامت بها مختلف القنوات الإخبارية إزاء تلك الحرب.

ومع تعدد القنوات الفضائية الإخبارية وتنوعها فقد أصبح التنافس بين تلك القنوات محموما في تقديم خدمات إخبارية وتغطيات إخبارية تستهدف من خلالها تحقيق السبق الإخباري عبر تلاحق الأحداث والقضايا التي تبثها يوميا، فالمعالجات الإخبارية للأحداث تتفاوت وفق معايير ناتجة عن أهمية الأحداث وتوجه القائمين على تلك الفضائيات.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة الحالية والتي تعنى بدراسة أطر معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في الفضائيات الإخبارية، وذلك للوقوف على مدى مهنية هذه القنوات في تغطية الأحداث، وما الأطر التي استخدمتها في تغطيتها الإخبارية بما يتفق مع سياساتها وأيديولوجياتها الفكرية والسياسية والإعلامية، ويكشف عن أولويات تلك القنوات في تقديم أخبار الحرب من حيث نوعية الأخبار التي تركز عليها لتشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور للصراع بين البلدين في ظل المنافسة القوية بين القنوات للاستحواذ على المشاهد العربي.

مشكلة الدراسة

تختلف التغطيات الإخبارية للأحداث في وسائل الإعلام وفق أيديولوجية كل وسيلة وسياستها التحريرية التي تتبعها في معالجة القضايا، وفي الوقت الذي جذبت في ه الحرب الروسية الأوكرانية أنظار القنوات الإخبارية مع تطور أحداثها وتعدد القوى الفاعلة في ها مع مرور أكثر من ثلاث سنوات عليها.

ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتحدد في رصد وتحليل أطر المعالجة الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية في الفضائيات الإخبارية، وذلك بالكشف عن أهم الموضوعات الرئيسية التي تناولتها القنوات محل الدراسة المتمثلة في (BBCعربي– العربية) لتلك الحرب، والتعرف على أهم الأطر المستخدمة في التناول الإعلامي وآليات تأطير القضية، وتحديد طبيعة واتجاه التناول الإخباري للأحداث في ظل تطورات الصراع ودخول أطراف كثيرة في هذه القضية.

أهمية الدراسة

نظرًا لأهمية الحرب الروسية الأوكرانية والتي تداخلت في ها أطراف كثيرة عالمية وأصبحت محل اهتمام القنوات الفضائية الإخبارية والتي خصصت جزءًا من البث لتغطية أحداثها؛ فقد وجد الباحث ضرورة التعرف على أطر معالجة الفضائيات الإخبارية لأخبار هذه الحرب، فكل قناة تعكس وجهات نظر سياسية مختلفة ترتبط إلى حد كبير بالتوجيهات السياسية والأيديولوجية لمموليها ومالكيها، كما أن كل قناة تتميز بطابعها واتجاهاتها الخاصة، مما يؤدي إلى إفراز أطر خبرية مختلفة في تناول الأحداث، ومن هنا تتجلى أهمية الدراسة في عدد من الاعتبارات منها:

1- **الأهمية النظرية:** تتزامن الدراسة مع الأحداث التي يشهدها العالم، فالحرب الروسية الأوكرانية تتقاطع في ها مصالح الدول العظمى، ومع وجود عدد من القنوات الإخبارية فإن الساحة الإعلامية تشهد تجاذبات نتيجة اختلاف الأيديولوجيات التي تُقدم بها أحداث الحرب.

2- **الأهمية التطبيقية:** تتناول الدراسة واحدة من أبرز الأزمات الدولية، فالدراسة تؤكد على الدور الكبير للإعلام وقت الأزمات وبالتالي لابد من معرفة كيف تقدم القنوات الإخبارية أحداث الحرب الروسية الأوكرانية في ظل الاهتمام بالمواد الإخبارية في الدراسات الإعلامية.

3- **الأهمية العلمية:** رصد وتحليل أطر المعالجة الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية مع تصاعد وتيرة الحرب، وتزايد معدلات المنافسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة لتغطيتها، فالمادة الخبرية التي تقدمها الفضائيات الإخبارية تحدد أهداف الجهات المالكة لها، من ثم فإن هذا يتطلب تحليل محتوى ما تبثه للوقوف على الجوانب التي تحاول التركيز عليها والقضايا التي تثيرها. كما يمكن أن تسهم مقترحات الدراسة في تطوير شكل ومضمون القصص الخبرية التلفزيونية في القنوات المحلية.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على أطر المعالجة الإخبارية التي تستخدمها الفضائيات الإخبارية في تقديم أخبار الحرب الروسية الأوكرانية من خلال: -

1- التعرف على الأهمية الممنوحة للأخبار المقدمة عن الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة، وتحديد الفروق في معالجتها من خلال رصد الكيفي ة التي يتم بها طرح أخبار الحرب.

2- تحديد أبرز الموضوعات والقضايا المتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية التي تناولتها تغطيات الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة.

3- إبراز الأطر الخبرية التي تستخدمها الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة لتغطية الحرب.

4- الوقوف على سمات المعالجة المهنية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي: ما أطر معالجة الفضائيات الإخبارية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات التالية: –

تساؤلات خاصة بالمضمون. (ماذا قيل؟)

1- ما أنواع القضايا التي تناولت أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة؟

2- ما المصادر التي اعتمدت عليها قنوات الدراسة في عرض أخبار تلك الحرب؟

3- ما طبيعة معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

4- ما اتجاه معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

5- ما سمات المعالجة الأكثر بروزاً في التغطية الإخبارية؟

6- ما الأطر المستخدمة في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

7- كيف تم توظيف الأطر الخبرية في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

8- ما آليات التأطير المستخدمة في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

تساؤلات خاصة بالشكل. (كيف قيل؟)

1- ما عدد ونسبة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في نشرات القنوات عينة الدراسة؟

2- ما موقع الأخبار الواردة عن الحرب الروسية الأوكرانية في النشرات عينة الدراسة؟

3- ما الزمن المخصص لتغطية قضايا الحرب الروسية الأوكرانية في النشرات عينة الدراسة؟

4- ما عناصر الإبراز المستخدمة في عرض أخبار الحرب الروسية الأوكرانية؟

5- ما شكل وأسلوب تقديم أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في النشرات عينة الدراسة؟

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل أطر معالجة الفضائيات الإخبارية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي التحليلي لكونه يمثل الطريقة والأسلوب الأمثل لجمع المعلومات وعرض البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها [1] حيث سيقوم الباحث بتوظيف منهج المسح في تحليل المحتوى الإخباري لقناتي (BBC عربي– العربية) كما يعتمد الباحث على المنهج المقارن لتحديد أوجه الشبه والاختلاف في تقديم قضايا الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة وأسلوب معالجتها لهذه القضايا.

مجتمع الدراسة:

ويتمثل في جميع المادة الإخبارية المقدمة بقناتي (BBCعربي–العربية) الإخباريتين والمرتبطة بقضايا الحرب الروسية الأوكرانية خلال فترة إجراء الدراسة.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في الدراسة التحليلية على عينة عمدية من نشرات الأخبار بقناتي (BBC عربي– العربية) تمثلت في نشرة الثامنة بتوقيت جرينيتش في قناةBBC عربي. ونشرة الخامسة من قناة العربية.

وقد ذكر التراث العلمي أن معدل التعرض للنشرات الإخبارية جاءت في الترتيب الأول من أشكال البرامج والمواد الإعلامية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها في الفضائيات الإخبارية [2]، حيث قام الباحث بتسجيل النشرات في تلك القنوات خلال الفترة من2025/1/1م وحتى 2025/1/31 م بإجمالي عدد (31) نشرة لكل قناة.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، والتي اشتملت على مجموعة من الفئات التي تجيب على تساؤلات الدراسة، ويقصد بالفئات الأماكن التي يصنف في ها الباحث الوحدات المختلفة للمضمون بشكل واضح تمهيداً لتحليلها، بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة ذات دلالة واضحة[3].

وحدات تحليل المضمون:

تم اختيار عدد من وحدات التحليل تمثلت في الفئات التالية:

1. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: وتمثلت في لأخبار الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية.
2. وحدة الزمن: وتمثلت في مدة الخبر في النشرات الإخبارية عينة الدراسة
3. وحدة الموضوع أو القضية: وتمثلت في القضايا الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية.

فئات تحليل المضمون:

أولاً: فئات الشكل: كيف قيل؟

وهي الفئات التي اهتمت بوصف البرنامج من حيث الزمن أو خصائص البث وكذا الأشكال والقوالب التي يتخذها البرنامج ونوع وعدد الضيوف وخصائصهم ومستويات ووسائل المشاركة المستخدمة في البرنامج من قبل الجمهور المشاهد وتضم فئات الشكل الفئات التالية:

1. زمن الخبر (قصير أقل من 60 ثانية– متوسط من 60–90 ثانية – طويل أكثر من 90 ثانية).
2. ترتيب الخبر داخل النشرة:(مقدمة النشرة "أول ثلاثة أخبار"– وسط النشرة– نهاية النشرة "أخر ثلاثة أخبار").
3. شكل وأسلوب تقديم الخبر: مذيع– (مذيع+ مادة في فيلمية أو تسجيلية) – (مذيع + تقرير داخلي+ مادة في فلمية) – (مذيع+ حوار عبر الأقمار الصناعية) – (مذيع +مادة في لمية+ تقرير مراسل) – يجمع بين أكثر من أسلوب.

ثانياً: فئات المضمون: ماذا قيل؟

1. نوع الخبر المتعلق بالحرب الروسية الأوكرانية: (سياسي– عسكري– اقتصادي– اجتماعي– يجمع بين أكثر من نوع).
2. مصدر الخبر: مراسل–وكالات أنباء–صحف ومجلات–مصادر حكومية–خبراء متخصصون– شبكات التواصل الاجتماعي–هيئات ومنظمات–يجمع بين أكثر من مصدر–مصادر غير محددة).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

3. محور ارتكاز الخبر المتعلق بالحرب الروسية الأوكرانية: حدث أو قضية– شخصية– دولة– تصريحات سياسية– يجمع بين أكثر من محور).
4. الاستمالات المستخدمة في عرض أخبار الحرب الروسية الأوكرانية: وتنقسم إلى
   - منطقية أو عقلية (تقديم أدلة وبراهين–أرقام وإحصائيات– عرض الأسباب– ربط السبب بالنتيجة)
   - عاطفية (دلالات وألفاظ–التكرار– استخدام شعارات ورموز)
   - تجمع بين الاستمالات المنطقية أو العاطفية
5. طبيعة المعالجة: (خبر بسيط–خبر مركب– قصة خبرية).
6. اتجاه المعالجة: (ايجابية تعرض وجهات نظر متعددة–متوازنة تعرض وجهتي نظر طرفي الصراع – متحيزة أو متلونة تعرض وجه نظر أحد طرفي الصراع).
7. سمات المعالجة المهنية: الموضوعية– الدقة–الشمول– التوازن– العمق–الوضوح–بث الصور– يجمع بين أكثر من أسلوب).
8. أطر المعالجة: (الصراع–المسئولية–الاهتمامات الإنسانية–النتائج الاقتصادية–أطر سياسية–أطر عسكرية–يجمع بين أكثر من إطار).
9. وظيفة الأطر في المعالجة: (تحديد القضية–ذكر أسباب–تعرض نتائج– تعرض آراء وحلول– أكثر من وظيفة).
10. آليات التأطير في المعالجة: (الانتقاء والاختيار–الإبراز والتركيز–التفسير والإيضاح–الربط والمقارنة–التناقض).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

اختبار الصدق والثبات

اختبار الصدق:

ويقصد به التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهدافها في جمع البيانات المطلوبة وهو ما يسمى بصدق الاستمارة أي صلاحية الاستمارة في قياس ما هو مطلوب قياسه[4]وقد تم ذلك من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين والخبراء والذين أسهموا بالتقييم والتعديل حتى أصبحت الاستمارة بصورتها الحالية (5).

اختبار الثبات:

وهو التحقق من درجة الاتساق العالية لأداة جمع البيانات بما يتيح قياس ما تقيسه من متغيرات بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة، ويتحقق ذلك عن طريق إعادة التحليل مرة أخرى باستخدام أداة الترميز نفسها (6) وللتأكد من ثبات استمارة تحليل المضمون استعان الباحث بباحثين (7) للقيام بتحليل نحو10% من العينة بعد أن تم شرح فئات تحليل المضمون وأداة الترميز لهما مراعاة للدقة عند إعادة الاختبار.

ولحساب الثبات تم تطبيق معادلة هولستى "Holsti"، وقد بلغت نسبة الثبات (92%) وهو ما يؤكد تمتع أداة القياس بدرجة عالية من الثبات مما يتح الحصول على نتائج ذات مستوى عالٍ من الدقة.

الدراسات السابقة

أجرى الباحث مسحا للتراث العلمي ذات العلاقة بموضوع الدراسة وقسمها إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة بأطر معالجة الفضائيات للقضايا والأحداث ومنها:

دراسة ريهام مرزوق عبد الدايم (2024) ([8]) بعنوان"أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية بالتطبيق على في فيضانات ليبيا".

والتي استهدفت التعرف على أطر معالجة مواقع الفضائيات العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية بالتطبيق على فيضانات درنة، واعتمدت الدراسة الراهنة على منهج المسح، التحليلي لمواقع القنوات الفضائية الإخبارية عينة الدراسة والتي تمثلت في موقع قناة العربية وموقع قناةBBC، وموقع قناة Sky News في الفترة من2023/9/11م وحتى2023/10/6م، وهي الفترة التي شهدت بداية أحداث إعصار دانيال والذي نتج عنه كارثة في فيضانات ليبيا. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها: جاء إطار الآثار والنتائج في مقدمة استراتيجيات الأطر الإعلامية لفي فيضانات ليبيا بالفيديوهات في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة بالعربية وذلك بنسبة25.2%، يليه إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة24.4%، ثم إطار الدعم والمساندة بنسبة 14.7%، فإطار الأسباب بنسبة 13.6%، ثم إطار المسئولية بنسبة 5.5%، يليه إطار الحزن والألم بنسبة 5%، ثم إطار إدارة الكارثة بنسبة 4.4%، يليه إطار الاستعداد بنسبة 3.9%، وأخيرا إطار المؤامرة بنسبة 0.6%.

دراسة عبير محمد حمدي (2022) ([9]) بعنوان " أطر التناول الإعلامي للملف التركي في التليفزيون المصري دراسة تحليلية".

والتي استهدفت التعرف على أطر التناول الإعلامي التي اعتمدتها نشرة أخبار التاسعة بالتليفزيون المصري خلال معالجة أخبار تركيا (الملف التركي) من خلال التعرف على الأطر التي اعتمدتها النشرة في تتناولها لتلك الأخبار، والتعرف على الفئات التي تم تناولها من قبل النشرة في عملية التأطير، بجانب إبراز آليات التأطير

التي اعتمدتها خلال معالجة الأخبار التركية، واعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون ضمن المنهج الوصفي، حيث تكونت العينة العمدية من جميع الأخبار التي تم بثها من خلال نشرة التاسعة مساءً والتي تخص الملف التركي في الفترة من أول أكتوبر 2020 حتى 31 يناير 2021 باعتبارها بداية التعرض للملف التركي وقد بلغ مجموع الأخبار المذاعة (117) خبراً بطريقة الحصر الشامل، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها: الاعتماد على المصادر الرسمية في عرض الأخبار مع عدم وجود شبكة من مراسلي التليفزيون المصري أو مندوبين في تركيا لنقل تفصيلات الأخبار، تعدد وتنوع الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الملف التركي بشكل كبير، وجاءت أطر الصراع والإدانة والمؤامرة والتهديد والتحذير من أكثر الأطر المرجعية استخداماً، وأظهرت الدراسة أن اتجاه المعالجة كان سلبياً بنسبة 100% حيث تأثرت بشكل ملحوظ بالعلاقات السياسية بين الدولتين.

دراسة ريم محمد عبد اللطيف (2022) ([10]) بعنوان "أطر المعالجة الإخبارية لجرائم العنف ضد العرب في القنوات التليفزيونية الفضائية: دراسة تحليلية"

والتي سعت إلى التعرف على طبيعة تغطية قناتي روسيا اليوم وبي بي سي العربية لقضايا أعمال العنف ضد العرب، حيث تم الاعتماد على نظرية الأطر الإخبارية التي تصف المحتوي الضمني التي تقدمه وسائل الإعلام عن القضايا، وكيفي ة وضع إطار وسياق معين للقضية لإيصال رسائل معينة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، كما تم الاستعانة بأداة تحليل المضمون لتحليل عينة عمدية من البرامج الإخبارية التي تناولت قضايا العنف ضد العرب في قناتي روسيا اليوم وبي بي سي الموجهتين باللغة العربية في الفترة ما بين مارس 2019 إلي نوفمبر 2019؛ وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها: جاء توظيف إطار الصراع في العنف المادي ضد العرب، وإبراز إطار الاهتمامات الإنسانية في حالة العنف المادي والمعنوي، وإن كانت بي بي سي قد اعتمدت على إطار الصراع أكثر من روسيا اليوم التي وظفت قضايا العنف ضد العرب في إطار المبادئ الإنسانية، وبرز الاعتماد على إطار المبادئ الإنسانية عند تناول أعمال العنف والمادي، بجانب استخدام الاستمالات العقلانية والعاطفي ة عند تناول قضايا العنف ضد العرف وفقا لإطار المؤامرة.

دراسة عائشة محمد عبد القادر (2021) ([11]) بعنوان "أطر المعالجة الإخبارية لقضية الهجرة غير الشرعية في الفضائيات الإخبارية دراسة تحليلية"

والتي استهدفت التعرف على أُطر المعالجة الإخبارية لقضية الهجرة غير الشرعية في الفضائيات الإخبارية، واستعانت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي، بتطبيق أداة تحليل مضمون على عينة من ثلاث قنوات إخبارية هي (قناة النيل الإخبارية– العربية الحدث– BBC العربية الإخبارية) باستخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع النشرات خلال اليوم وبشكل يومي لمدة (6) أشهر، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها: استخدام القنوات الإخبارية أطر متنوعة في عرض الأخبار في نشرات القنوات عينة الدراسة حول قضية الهجرة غير الشرعية بين أطر إنسانية وتصريحات دولية، إطار قانوني، سياسي، بينما كان الإطار الإنساني في المقدمة بالنسبة للقنوات الإخبارية العربية النيل والعربية الحدث، بينما جاء الإطار القانوني في مقدمة الأطر بالنسبة لقناة BBC العربية الإخبارية، وتبين وجود فروق دالة إحصائيا بين القنوات الفضائية الإخبارية العربية عينة الدراسة في استخدام الأطر الخبرية في الأخبار التي تناولت موضوع الهجرة غير الشرعية.

دراسة عارف عبده محمد (2020) ([12]) بعنوان " أطر معالجة القنوات اليمنية للصراع في اليمن، دراسة تحليلية".

والتي سعت إلى رصد وتحليل الأطر الخبرية التي توظفها القنوات الفضائية اليمنية للصراع في اليمن من خلال الكشف عن أهم الأطر المستخدمة في معالجة قضايا الصراع في اليمن، ومقارنة مدى التباين أو التوافق بين القنوات الفضائية عينة الدراسة في تغطيتها وتناولها للصراع وكيفية معالجة القنوات اليمنية لهذه القضايا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح عن طريق العينة باستخدام أداة تحليل المضمون لعينة من نشرات الأخبار في قناة اليمن وقناة اليمن اليوم لمدة 30 يوما من 2016/10/1 وحتى 2016/10/30؛ وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها: تصدر الإطار المحدد بقضية أنواع الأطر المستخدمة في قناتي الدراسة وبفارق كبير جاء الإطار العام، وجاء إطار الصراع كأثر الأطر الخبرية استخداما في قناتي الدراسة، كما برزت الاستمالات العاطفي ة مقدمة أنواع الاستمالات المستخدمة في القنوات عينة الدراسة ثم الاستمالات العاطفية والعقلية معا.

المحور الثاني: دراسات تناولت الحروب والأزمات

دراسة أسامة فاروق مخيمر (2023) ([13]) بعنوان "تأثير الحرب الروسية الأوكرانية على الأمن الأوروبي: دراسة للتغيرات في مفهوم وقضايا الأمن بعد الحرب الباردة".

والتي تناولت تأثير الحرب الروسية الأوكرانية على الأمن الأوروبي، حيث ميزت بين ثلاث مراحل هي: مرحلة الحرب الباردة التي ساد في ها مفهوم الأمن الضيق (العسكري) للأمن وفقا للنظرية الواقعية، ومرحلة ما بعد الحرب الباردة التي ساد في ها مفهوم الأمن الشامل وفقا للنظرية الليبرالية، ثم مرحلة الحرب الروسية الأوكرانية التي أعادت مفهوم الأمن الضيق أو التقليدي مرة أخرى إلى القارة الأوروبية؛ وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلي: أن الحرب الروسية الأوكرانية أحدثت تغييرات جوهرية في البيئة الأمنية الأوروبية؛ فقد أعادت نمط الحروب العسكرية التقليدية، ونمط الأمن العسكري إلى المشهد، والتي كانت قد تراجعت أهميتها لصالح التهديدات الأمنية غير التقليدية والأمن الشامل، وأن الدول الأوروبية تنظر إلى" التهديد" الروسي للأمن الأوروبي سواء عبر ضم روسيا لشبه جزيرة القرم في مارس 2014م، أو عبر غزوها أوكرانيا على أنه تهديد أوروبي داخلي، وهوما يستدعي التعامل معه بطريقه مختلفة عما لو كان تهديدا لها من خارجها وبما يعني ضرورة تفهم مطالب الأمن الروسية، ظهور قضايا في شكل تحديات للأمن الأوروبي مثل الحاجة إلى ترتيبات أمنية وتنسيق أوروبي في مواجهة الأزمات، والتهديد باللجوء للسلاح النووي في القارة، وأزمة الطاقة، وظهور المرتزقة والمقاتلين الأجانب في القارة الأوروبية، وهو الأمر الذي سوف تكون له آثاره على المدى الطويل.

دراسة نهى عبد المقصود غالي (2022) ([14]) بعنوان "مِصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المصري– دراسة ميدانية".

والتي استهدفت التعرف على مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات في أوقات الأزمات والحروب(الحرب الروسية الأوكرانية) والتعرف على المعايير المؤثرة على تلك المصداقية من وجهة نظر الجمهور في المجتمع المصري، على اعتبار أن مصداقية هذه المواقع وما تقدمه من محتوى إخباري من بين المحددات المهمة التي تسهم في معرفة اتجاهات الجمهور نحو هذه المواقع وآرائهم في مدى مصداقيتها في ما تقدمه من محتوى إخباري، وقد طُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400 مفردة)، من الجمهور في

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

مدينتي الإسكندرية ودمنهور، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلي: اتضح أن متغير المصداقية في مواقع التواصل الاجتماعي ينبثق عنه عدد من المتغيرات الفرعية بعضها يرتبط بالمرسل، وبعضها بالمتلقي، والبعض الآخر بالوسيلة، وأوضحت النتائج أن مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية جاءت موضوعية بنسبة 51%، ثم متحيزة بنسبة 27%، وجاءت متوازنة إلى حد ما في انتقاء الأخبار بنسبة 40%، ومتوازنة بنسبة 39%.

دراسة Zulli D, Coe K, Isaacs Z, Summers I (2021) بعنوان [15] "التغطية الإعلامية لأزمة الإرهاب المحلي المتفاقمة في الولايات المتحدة، 1990-2020".

والتي استهدفت تقديم نظرة ثاقبة على أربع قضايا نظرية ذات اهتمام دائم في الأدبيات المتعلقة بالتأطير في سياق أزمات الإرهاب المحلية، من خلال تحليل محتوى 30 عامًا من التغطية الإخبارية لشبكات التلفزيون في الولايات المتحدة؛ الأول هو تحديد المصادر أثناء الأزمات، و الثانية هي السياق والثالثة صياغة المسؤولية من خلال تتبع التوجه الأيديولوجي للحدث، وأخيرًا ننظر إلى عدم اليقين في التعريف بالنقاش حول الإرهاب كاستجابة للأزمة، وذلك من خلال تحليل المحتوى التليفزيوني لنحو 577 قصة إخبارية في ثلاث شبكات تليفزيونية أمريكية هي ABCوCBS وNBC؛ وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلي: هيمنت المصادر الحكومية غير الرئاسية على التغطية الإخبارية بنحو61%، ثم شهود العيان بنسبة 24.6%، ثم المصادر من المجموعات الإرهابية بنسبة 22.5%، والضحايا بنسبة 20.3% مع تراجع للمصادر الرئاسية بنسبة 18% والخبراء بنسبة 15%، وأظهرت نتائج الدراسة أن 51.5% من القصص الإخبارية ربطت بين الإرهاب المحلي والإرهاب الأجنبي حيث يقوم المراسل بذكر اسم عمل إرهابي سابق لجذب الانتباه، في ما قدمت 35% من القصص سياقا ذا مغزى عن الإرهاب المحلي، و18.7% عن الإرهاب الأجنبي، وفي إطار وضع المسئولية تم تصنيف المجموعات على أنها "راديكالية" أو "هامشية" أو "متطرفة" في 24.6٪ من القصص الإخبارية للشبكات التليفزيونية، كما تم استخدام التسميات الحزبية، والتي تبين أنها غير متوازنة تمامًا، واستخدمت الشبكات تسميات

الجناح الأيمن في 9.1٪ من قصصهم.

دراسة اياد هلال حماد وهبة كاظم (2020)[16]بعنوان "المعالجة الإخبارية للقضايا العراقية في القنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية دراسة تحليلية لنشرة الأخبار الرئيسية في قناة العالم الإيرانية للمدة من 2018/12/1 ولغاية 2019/2/28".

والتي استهدفت التعرف على مدى انعكاس السياسية التحريرية لقناة العالم الإيرانية على معالجتها للقضايا العراقية، بهدف التقصي عن حجم المعالجة الإخبارية للقضايا العراقية في القناة الإخبارية من حيث عدد الأخبار والمدى الزمني المخصص للشأن العراقي من إجمالي أخبار النشرة، والتعرف على موقع أخبار العراق في عناوين الأخبار وفي داخل النشرة والكشف عن عناصر الإبراز التي ركزت عليها القناة في معالجتها للقضايا العراقية، باستخدام منهج المسح بشقة التحليلي لمضمون نشرات الأخبار المقدمة في قناة العالم (نشرة أخبار الساعة العاشرة) بواقع111نشرة إخبارية خلال فترة الدراسة من 2018/12/1 وحتى 2019/2/28، بأسلوب الحصر الشامل؛ وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلي: أن الأخبار العربية جاءت في الترتيب الأول في أخبار قناة العالم الإيرانية بنسبة بلغت45.4%، تليها الأخبار الدولية بنسبة32%، في حيت تبوأت الأخبار الإيرانية الترتيب الثالث بنسبة11.4%، وجاءت أخبار العراق في الترتيب الرابع بنسبة11.2%، واحتل النص المدعوم بصورة حية "في ديو" الترتيب الأول في عناصر الإبراز الأكثر ظهوراً في القناة بنسبة22%، ثم نص مدعوم بصور شخصية بنسبة 19%، نص مدعم بعنوين مكتوبة بنسبة 16.7%، ثم نص مدعم بصورة موضوعية عن الحدث بنسبة 16% وفي الترتيب الأخير جاءت فئة نصد مدعم بصورة ثابته خرائط ورسوم بيانية بنسبة 3.6%، وأشارت النتائج أن القناة تعتمد على مصادرها الذاتية الممثلة في شبكة المراسلين والمندوبين المنتشرين في مدن العراق.

دراسة محمد عاطف بن أحمد العجيل (2019) ([17]) بعنوان " المعالجة الإخبارية للأزمة السورية بالقنوات الموجهة باللغة العربية.

والتي سعت الى التعرف على كيفي ة معالجة الفضائيات الموجهة باللغة العربية للأزمة السورية وأطر تقديم هذه القضية واتجاه معالجة قنوات[روسيا اليوم–فرنسا 24] لها خلال فترتين الأولى من 2015/3/18 إلى

2015/6/15وشملت 270 نشرة إخبارية والثانية من 2018/9/24 إلى 2018/10/7 وتكونت من 42 نشرة، وتعد من الدراسات الوصفي ة التي اعتمد في ها الباحث على منهج المسح من خلال مسح المضمون المقدم لعينة من النشرات المذاعة في القنوات عينة الدراسة واستخدمت الدراسة نظرية الأطر الإعلامية؛ وتوصلت إلى: أن عينة 2015 غلب على أخبارها الطابع العسكري بنسبة 59.4%، ثم الأخبار السياسية بنسبة26.2%، ثم الإنسانية بنسبة 8%، وفي عينة 2018 غلب الطابع السياسي بنسبة50.6%، ثم الأخبار العسكرية بنسبة 37%، وجاء إطار الصراع في مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها القنوات خلال فترتي الدراسة بنسبة متساوية بلغت 59.9% ثم الأطر السياسية بنسبة 23.9 % و25.3%، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 8.7% و7.6% لعينة 2015و 2018 على الترتيب.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي قسمت إلى محورين لاحظ الباحث ما يأتي:

1. اهتمام العديد من الدراسات برصد الأطر الإخبارية التي يقدم من خلالها المضمون الإخباري لمختلف القضايا، وكان إطار الصراع الأكثر ظهوراً إلى جانب العديد من الأطر ومن أهمها إطار الاهتمامات الإنسانية.
2. استخدمت معظم الدراسات منهج المسح بالاعتماد على الأسلوب التحليلي المقارن كأحد أهم أساليب جمع البيانات في مجال الدراسات الإعلامية.
3. أن المعالجة الإخبارية تتأثر بالسياق السياسي للدولة التي تصدر أو تبث منها الوسيلة الإعلامية وتتأثر أيضا بالمصالح القومية والسياسية بين الدول.
4. تكمن العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في كونها تركز على تحليل محتوى الرسالة الإعلامية، لكنها تختلف في تناولها للحرب الروسية الأوكرانية والتي لم يتم التطرق إليها بشكل تحليلي في ما تم تناولها من وجهة نظر اقتصادية أو أمنية في الدراسات السياسية والاقتصادية أما إعلاميا فعلى حد علم

الباحث لم يتم تناولها إلا كمتغير تابع في دراسة نها عبد المقصود غالي؛ والتي رصدت مِصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكله الدراسة بطريقة علمية ما ساعده في صياغتها وصياغة تساؤلاتها وأهدافها، إلى جانب الاطلاع على الأدوات والأساليب المنهجية المستخدمة ما ساعدة في اختيار المنهج الملائم لطبيعة الدراسة وطرق جمع البيانات والتعرف على كيفي ة تطبيق هذه الأدوات، وقراءة بعض الأطر النظرية لهذه الدراسات والحصول على بعض المراجع الهامة والمفيدة في موضوع الدراسة.

نظرية الدراسة

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الأطر الإعلامية، والتي تقوم على أساس علمي مفاده: أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطارFrame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرًا من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو "تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة[18].

فقد يكون الحدث أو الخبر لا يحمل دلالات كبرى عند المتلقي أو العكس، ولكن وسائل الإعلام تضعه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والصور والتركيز على جانب معين وإهمال جوانب أخرى حتى يصبح مهماً أو مهمشا لدى المتلقي، وهو ما يدعم استخدامها في هذه ها الدراسة التي تحاول معرفة الأطر الإخبارية التي تعتمد عليها القنوات عينة الدراسة (BBC عربي– العربية) في بث الرسائل الإعلامية ونشر الأخبار المتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية، حيث يعد التأطير شكًلا من أشكال الاتصالات التي تقود الآخرين لقبول معنى واحد نحو قضايا غالباً ما تكون معقدة، وتتطلب معالجتها قدراً كبيراً من المعلومات ومجموعة متنوعة من وجهات النظر، وتوفي ر الأطر يختزل هذه المعلومات في جوانب محددة بناء على ما يرغب القائم بالاتصال بإيصاله للمتلقي، من خلال التركيز فقط على تلك الميزات التي تعتبر من جانب فرد مؤسسة معينة [19].

واستنادا إلى ما سبق فإننا نجد أن عملية بناء الإطار تتأثر بمجموعة من المتغيرات؛ تتمثل في خصائص القائم

بالاتصال وخلفي اته، الجماعات المرجعية والضغوط التنظيمية مع النخبة وجماعات الضغط وآليات التأطير الإعلامي تكمن أساساً كما حددها "Entman" في عنصرين أساسيين هما: "الانتقاء" و"البروز"، ويقوم المحرر باختيار إطار معين لنص الخبر، وتصبح السمات المميزة للخبر ضمن ذلك الإطار هي الأكثر بروزاً من الأشياء الموجودة خارجه[20].

وتعمل نظرية الأطر وفق مستويين أساسيين:

المستوى الأول: يهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام، أوما يعرف بالمحتوى الضمني، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط.

المستوى الثاني: يهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث إن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطرًا إعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا، الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا.

فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، فهي تقوم أيضا ببناء معنى لهذا المحتوى، من خلال تأطيره وفق زوايا وجوانب معينة تمكن من إبداء تقويمات وأحكام بشأنه، وهذا ما يزيد من أهمية النظرية وتطبيقاتها في مجال الدراسات الأكاديمية، فالتأطير يمثل خطوة مهمة في عملية إنتاج المواد الإخبارية، وتحديد مواقف واتجاهات الجمهور المتلقي تجاه مختلف الأحداث والقضايا[21].

أوجه الاستفادة من النظرية في الدراسة:

تساعد نظرية الأطر الإعلامية في تحليل أطر التغطية الإخبارية والمقارنة بين الأطر المختلفة التي تعرض من خلالها وسائل الإعلام القضية أو القضايا المختلفة، كما تبرز العلاقة بين وضع الأطر والأيديولوجية المسيطرة ومحتوى الوسيلة، وذلك بتوضيح تأثير الأيديولوجية على تشكيل منتجات الوسيلة الاتصالية من خلال استراتيجيات

عملية الأطر والتي يتم من خلالها نقل الفكر الأيديولوجي بواسطة وسائل الاتصال[22]، ومن هذا يمكن الاستفادة منها في كيفي ه تقديم الفضائيات الإخبارية "عينة الدراسة" لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية والتأثيرات المختلفة لها عربيا ودوليا، من خلال تحليل المحتوى الضمني التي تقدمة القنوات عينة الدراسات وهو ما نستطيع تطبيقه من خلال نظرية الأطر؛ فمن خلالها يمكن تحليل طريقة تناول وتقديم الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية والزوايا التي تم التركيز عليها.

المصطلحات الواردة في مشكلة الدراسة

الأطر: يعد مفهوم الأطر الإعلامية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة[23].

ويقصد "بالإطار (Frame أو "التأطير"(Framing) اصطلاحا: الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي، لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها[24].

المعالجة: السمات والخصائص التي يتم بها عرض المواد الإخبارية لقضايا الحرب الروسية الأوكرانية في سياقها الزمني والموضوعي وكشف علاقاتها وأبعادها المختلفة.

وتعرف إجرائياً: بأنها كيفي ة التناول المهني لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية التي يتم تغطيتها من خلال نشرات الأخبار في القنوات عينة الدراسة.

الفضائيات الإخبارية: أضاف ظهور القنوات الإخبارية بعداً جديدًا تمثل في امتلاك المشاهد العربي لأول مرة إعلاماً متخصصاً يمكنه من خلاله الحصول على الأخبار والمعلومات السياسية حول الأحداث الجارية في المنطقة والعالم.

ويعرفها الباحث إجرائيا: بأنها القنوات الإخبارية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية موجهه خطابها وبرامجها باللغة العربية للجمهور المصري والعربي سواء أكانت تبث إرسالها من داخل الوطن العربي أو من خارجه وسواء كانت مملوكه لرؤوس أموال عربية أو أجنبية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

نتائج الدراسة

1- مدى اهتمام القنوات عينة الدراسة بأخبار الحرب الروسية الأوكرانية

جدول رقم (1) عدد الأخبار خلال فترة التحليل

اسم القناة	إجمالي عدد الأخبار	عدد أخبار الحرب الروسية الأوكرانية	% نسبة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية من الإجمالي
BBC عربي	250	50	20
العربية	228	54	23.6
المجموع	478	104	21.7

يتضح من الجدول السابق: أن عدد الأخبار التي تم إذاعتها خلال فترة الدراسة بلغ 478 خبراً، وشكلت أخبار الحرب الروسية الأوكرانية ما نسبته21.7% من إجمالي تلك الأخبار بنحو 104 خبراً وهو ما يوضح مدى اهتمام القنوات عينة الدراسة بالحرب الروسية الأوكرانية.

وكانت قناة العربية الإخبارية الأكثر تغطية للأحداث بنحو 54 خبراً خلال فترة الدراسة بنسبة بلغت 23.6% من إجمالي أخبارها، ثم قناة BBC عربي في الترتيب الثاني بـ 50 خبر بنسبة 20% من إجمالي أخبارها خلال فترة الدراسة.

أولا: فئات الشكل

1- زمن الخبر في النشرة

جدول رقم (2) زمن الخبر في النشرة

القناة / زمن الخبر	BBCعربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
قصير (أقل من60ث)	12	24	4	7.4	16	15.4
متوسط (من60 إلى أقل من90ث)	14	28	20	37	34	32.6
طويل (أكثرمن90ث)	24	48	30	55.6	54	52
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق:

أن القنوات عينة الدراسة اعتمدت في تغطيته الأخبار الحرب الروسية الأوكرانية على الخبر الطويل (أكثر من90 ث) بنسبة52% بتكرار54خبر، وجاء في المرتبة الثانية الخبر المتوسط (من60 ث إلى أقل من90ث) بما نسبته 32.6% بتكرار 34 خبر، وأخيراً الخبر القصير (أقل من60 ث) بنسبة 15.4%.

ويأتي اعتماد القنوات على الخبر الطويل في إطار حرصها على تغطية الحرب الروسية الأوكرانية بمزيد من الدقة والموضوعية في عرض قضايا تلك الحرب؛ حيث حرصت القنوات عينة الدراسة على تقديم تغطية واسعة للأحداث عبر التقارير والقصص الإخبارية لمتابعة أبعاد الحرب بما يسمح بعرض تفاصيل أكثر عن مجريات الأحداث التي يتضمنها الخبر، كما أن طول الخبر أصبح ضرورة من ضروريات التوازن الإخباري لعرض الخبر من كافة جوانبه.

وقد تنوعت قناة BBCعربي في زمن الخبر وإن كان أكثرها استخدامًا الخبر الطويل بنسبة 48% من الأخبار، ثم الخبر المتوسط بنحو28% وأخيراً الخبر القصير بنسبة 24%، فيما لم يظهر الخبر القصير سوى 4 مرات فقط في قناة العربية خلال فترة الدراسة واعتمدت على الخبر الطويل بنسبة 55.6%، ثم الخبر المتوسط بنسبة40%.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

2- ترتيب الخبر في النشرة

جدول رقم (3) ترتيب الخبر في النشرة

القناة / ترتيب الخبر	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مقدمةالنشرة	22	44	27	50	49	47.1
وسطالنشرة	13	26	17	31.4	30	28.9
نهايةالنشرة	15	30	10	18.6	25	24
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن معظم أخبارالحرب الروسية الأوكرانيةجاءت في مقدمة النشرة بنسبة بلغت 47.1% بتكرار 49 خبر، فقد فرضت الحرب الروسية الأوكرانية نفسها على القنوات الإخبارية نظرًا لتطورات تلك الحرب وتداعياتها على الساحتين الدولية والعربية، وفي الترتيب الثاني جاء الخبر في وسط النشرة بتكرار 30 خبر بنسبة بلغت 28.9% من إجمالي الإخبار، ثم الخبر في نهاية النشرة بنسبة بلغت 24% بتكرار 25 خبر.

وهو ما يتسق مع طبيعة التغطية الموسعة للقنوات عينة الدراسة لأحداث وتطورات الحرب الروسية الأوكرانية والتي تُفرد لها مساحات من البث على مدار اليوم، ما يجعل الجمهور المتابع على اطلاع بتطورات الأحداث ودراسة أبعاد الحرب وتأثيراتها عربيًا ودوليًا، فالقنوات تُقدم الأخبار وفقاً لأهميتها، متبعة أسلوب تكرار الذروة والذي تتخلل في هـ الأخبار المهمة معظم النشرات في صبح تدفق الأخبار كالأمواج المتتابعة.

3- شكل وأسلوب تقديم الخبر في النشرة

جدول رقم (4) شكل وأسلوب تقديم الخبر في النشرة

القناة / شكل وأسلوب تقديم الخبر في النشرة	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مذيع فقط	6	12	0	–	6	5.8
مذيع + مادة في لمية أو تسجيلية	7	14	5	9.3	12	11.5
مذيع + تقرير داخلي+ مادة في لمية	10	20	8	14.8	18	17.3
مذيع+ حوار عبر الأقمار الصناعية	2	4	5	9.3	7	6.7
مذيع +مادة في لمية+ تقرير مراسل	0	–	26	48.1	26	25
يجمع بين أكثر من أسلوب	25	50	10	18.5	35	33.7
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: تنوعت القنوات عينة الدراسة في استخدام أساليب وأشكال تقديم أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في نشرات الأخبار، وجاء في صدارة تلك الأشكال الجمع بين أكثر من أسلوب بنحو 35 خبر بنسبة بلغت 33.7%، وفي الترتيب الثاني جاء أسلوب "مذيع +مادة في لمية + تقرير مراسل" بنسبة 25% بـ 26 خبراً، ثم أسلوب "مذيع + تقرير داخلي + مادة في لمية" بتكرار 18 خبر بنسبة 17.3%، ثم أسلوب "مذيع + مادة في لمية" بنسبة 11.5%، وأسلوب "مذيع+ حوار عبر الأقمار الصناعية " بنسبة بلغت6.7%، وفي الترتيب الأخير جاء أسلوب "مذيع فقط" بنسبة 5.8% وذلك في 6 أخبار خلال الدراسة. ورغم التنوع في أساليب عرض وتقديم قضايا الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة إلا أنها حرصت على تقديم رؤيتها للأحداث والقضايا بما يتوافق مع سياساتها التحريرية؛ عبر الاعتماد على المذيع والمادة الفي لمية أو تقرير المراسل أو التقرير الداخلي وأهملت إلى حد كبير الاعتماد على الخبراء والمحللين، وهو ما يحرم المشاهد من التنوع في عرض وجهات النظر المختلفة حول تداعيات تلك الحرب.

واعتمدت قناة BBC عربي على الجمع بين أكثر من أسلوب في الترتيب الأول بنسبة 50% من أخبار

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

القناة، فيما لم يظهر أسلوب "مذيع +مادة في لمية+ تقرير مراسل "خلال فترة الدراسة، فيما اعتمدت قناة العربية على أسلوب "مذيع +مادة في لمية+ تقرير مراسل" في الترتيب الأول بنسبة 48%، ثم الجمع بين أكثر من أسلوب بنسبة 18.5%، فيما لم يظهر أسلوب "مذيع فقط" خلال فترة الدراسة.

ثانياً: فئات المضمون

1- نوع الخبر:

جدول رقم (5) نوع الخبر

القناة / موضوع الخبر	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
سياسي	5	10	10	18.5	15	14.4
عسكري	20	40	11	20.4	31	29.8
اقتصادي	4	8	5	9.3	9	8.7
اجتماعي	6	12	4	7.4	10	9.6
يجمع بين أكثر من نوع	15	30	24	44.4	39	37.5
الإجمالي	**50**	**100**	**54**	**100**	**104**	**100**

يتضح من الجدول السابق:

جاء الجمع بين أكثر من نوع من الأخبار في الترتيب الأول كأكثر أنواع الأخبار ظهوراً في التغطية الإخبارية لقناتي الدراسة بنسبة 37.5% بتكرار 39 خبر خلال فترة الدراسة، ثم جاءت الموضوعات العسكرية في الترتيب الثاني بنحو 31 خبراً بنسبة29.8% وهذا يتسق مع طبيع الأحداث واشتعال وتيرة الحرب بين الجانبين، ثم الخبر السياسي بنسبة 14.4%، والخبر الاجتماعي بنسبة 9.6%، وأخيراً الخبر الاقتصادي بنسبة 8.7%.

وكان الخبر العسكري الأكثر ظهوراً في تغطية قناة BBC عربي بنسبة 30%، ثم الجمع بين أكثر من نوع بنسبة 30%، وأخيرًا الخبر الاقتصادي بنسبة 8%، في ما اعتمدت قناة العربية على الجمع بين أكثر من

نوع من الأخبار بنسبة 44.4% في الترتيب الأول ثم الخبري العسكري بنسبة 20.4% وفي الترتيب الأخير جاء الخبر الاجتماعي بنسبة 7.4%.وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إلية دراسة محمد عاطف العجيل والذي توصلت نتائجها إلى أن عينة 2015م غلب عليها الطابع العسكري بنسبة 59.4%، ثم الأخبار السياسية بنسبة 26.2%، في ما غلب الطابع السياسي على عينة 2018 بنسبة50.6%، ثم الأخبار العسكرية بنسبة37%.

2- مصدر الخبر

جدول رقم (6) مصدر الخبر

القناة / مصدر الخبر	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مراسل	0	–	25	46.3	25	24
وكالات أنباء	10	20	5	9.2	15	14.4
صحف ومجلات	5	10	2	3.7	7	6.7
مصادر حكومية	9	18	3	5.6	12	11.5
خبراء متخصصون	2	4	2	3.7	4	3.8
شبكات التواصل الاجتماعي	4	8	3	5.6	7	6.7
هيئات ومنظمات	6	12	2	3.7	8	7.7
يجمع بين أكثر من مصدر	12	24	12	22.2	24	23.2
مصادر غير محددة	2	4	0	–	2	1.9
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: جاء المراسل في مقدمة مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها القنوات عينة الدراسة لتغطية أخبار الحرب الروسية الأوكرانية بنسبة 24% بتكرار 25 خبر؛ وفي الترتيب الثاني جاء الجمع بين أكثر من مصدر بتكرار 24 خبر بنسبة23.2%، ثم وكالات الأنباء بنسبة 14.4%، ثم المصادر الحكومية بنسبة11.5%، والهيئات والمنظمات بنسبة7.7%، ثم تساوى الصحف والمجلات وشبكات التواصل الاجتماعي

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

بنسبة بلغت 6.7%، ثم الخبراء المتخصصون بنسبة 3.8%، وفي الترتيب الأخير جاءت المصادر غير المحددة بنسبة 1.9%.

وهذا يتوافق مع حجم اهتمام قناتي العربية وBBCعربي بتلك الحرب كما أنه يعطي انطباع بأن تلك القنوات تقول الحقيقة، ما يسهم في زيادة معيار الدقة والموضوعية في عرض أخبار تلك الحرب.

واعتمدت قناة BBC عربي على الجمع بين أكثر من مصدر في الترتيب الأول بنسبة 24% في تغطية الحرب، ثم وكالات الأنباء بنسبة20%، وفي الترتيب الأخير جاءت المصادر غير المحددة بنسبة 4%، أما قناة العربية فكانت الأكثر اعتماداً على المراسل بنسبة 46.3% في الترتيب الأول، ثم الجمع بين أكثر من مصدر في الترتيب الثاني بنسبة 22.2%، وفي الترتيب الأخير جاءت الصحف والمجلات والخبراء المتخصصون والهيئات والمنظمات بنسبة 3.7%.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إلية دراسة إياد هلال؛ هبة كاظم من ان القناة تعتمد على مصادرها الذاتية الممثلة في شبكة المراسلين والمندوبين المنتشرين في العراق، ودراسة عبير محمد حمدي والتي أثبتت نتائجها أن القنوات عينة الدراسة اعتمدت على المصادر الرسمية مع عدم وجود شبكة من مراسلي التليفزيون المصري.

3- محور ارتكاز الخبر

جدول رقم (7) محور ارتكاز الأخبار

القناة / ارتكاز الأخبار	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
حدث أو قضية	**18**	**36**	**20**	**37**	**38**	**36.5**
شخصية	**10**	**20**	**3**	**5.6**	**13**	**12.5**
دولة	**8**	**16**	**6**	**11.1**	**14**	**13.5**
تصريحات سياسية	**9**	**18**	**15**	**27.8**	**24**	**23.1**
يجمع بين أكثر من محور	**5**	**10**	**10**	**18.5**	**15**	**14.4**
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن محور الارتكاز في الأخبار خلال فترة الدراسة كان الحدث أو القضية في المرتبة الأولى بنسبة 36.5% في 38خبراً، وهذا يؤكد على ما توصلت إلية الدراسة من أن القنوات عينة الدراسة كانت متوازنة في عرض قضايا الحرب الروسية الأوكرانية، وفي الترتيب الثاني جاءت التصريحات السياسيةبنسبة23.1%، ثم الجمع بين أكثر من محور بنسبة بلغت 14.4% في الترتيب الثالث، ثم الدولة كمحور للخبر بنسبة 13.5%، وجاءت الشخصية كمحور ارتكاز للأخبار في الترتيب الأخير في 13 خبر بنسبة 12.5% من الإجمالي.

وتعكس هذه النتيجة مدى أهمية الحرب الروسية الأوكرانية وتعدد القضايا وكثرة الأحداث وتطورها على الأرض الأمر الذي أدى إلى اهتمام تلك القنوات بها والتركيز عليها في تغطيتها اليومية في النشرات الإخبارية.

4- الاستمالات المستخدمة في عرض الأخبار

جدول رقم (8) الاستمالات المستخدمة في الأخبار

القناة / الاستمالات المستخدمة في النشرات		BBC عربي		العربية		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
منطقية	تقديم أدلة وبراهين	6	12	5	9.3	11	10.6
	أرقام وإحصائيات	18	36	24	44.4	42	40.4
	عرض الأسباب	0	–	4	7.4	4	3.8
	ربط الأسباب بالنتيجة	3	6	6	11.1	9	8.7
						66	%63.5
عاطفية	دلالات وألفاظ	5	10	3	5.6	8	7.7
	التكرار	3	6	2	3.7	5	4.8
	استخدام شعارات ورموز	4	8	0	–	4	3.8
						17	%16.3
تجمع بين الاثنين		11	22	10	18.5	21	20.2
الإجمالي		50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: بروز الاستمالات المنطقية في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 63.5% في 66 خبراً خلال فترة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني الجمع بين الاستمالات المنطقة والعاطفي ة في 21خبرًا بنسبة 20.2%، وأخيرًا استخدمت القنوات الاستمالات العاطفية بنسبة 16.3%.

وقد حاولت القنوات إبراز خطورة تلك الحرب بالاعتماد على الأساليب التي تخاطب العقل عبر توضيح الحقائق والمعلومات حول تلك الحرب والقضايا المثارة حولها، وشرح الأسباب وربطها بالنتائج المترتبة على الحرب سياسيا واقتصاديا وعسكريا، هذا إلى جانب ذكر أرقام واحصائيات القتلى والجرحى والمشردين جراء تلك الحرب، وتقديم الأدلة والبراهين التي تعكس خطورة تلك الحرب.

واعتمدت القنوات عينة الدراسة على تقديم الاستمالات المنطقية في تقديم الأحداث وكان أكثرها ظهوراً أرقام واحصائيات في 42 خبر بنسبة 40.4% من الإجمالي، وكانت قناة العربية الأكثر استخدامًا لهذا الأسلوب في تقديم الاستمالات المنطقية ثم قناة BBC عربي، وفي المرتبة الثانية جاء أسلوب الجمع بين الاستمالات المنطقية والعاطفية بنسبة20.2%، وكانت قناة BBC عربي الأكثر استخداماً لهذا الأسلوب ثم قناة العربية الإخبارية، وكانت قناة BBC عربي الأكثر تقديم الاستمالات العاطفية في 12 خبر، ثم قناة العربية في 5 أخبار فقطز

وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إلية دراسة عارف عبده محمد والتي أكدت نتائجها على بروز الاستمالات العاطفية في مقدمة أنواع الاستمالات المستخدمة ثم الاستمالات العاطفي ة والعقلية معا وأخيرًا الاستمالات العقلية.

5- طبيعة المعالجة

جدول رقم (9) طبيعة المعالجة

القناة / طبيعة المعالجة	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
خبر بسيط	15	%30	10	%18.5	25	%24
خبر مركب	10	%20	29	%53.7	39	%37.5
قصة خبرية	25	%50	15	%27.8	40	%38.5
الإجمالي	50	%100	54	%100	104	%100

يتضح من الجدول السابق: تنوع الأنماط الخبرية التي اعتمدت عليها القنوات عينة الدراسة في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية، وكان أكثرها استخداماً القصة الخبرية بنسبة 38.5% في 40خبراً خلال فترة الدراسة، وبفارق ضئيل جاء الخبر المركب في الترتيب الثاني في 39خبر بنسبة 37.5%، وأخيرًا الخبر البسيط بنسبة 24% في 25 خبر. فالقصة الخبرية تمثل عصب العمل التليفزيوني الإخباري، فهي فن إخباري يحمل بصمة القناة المصدرة لها أكثر من أي فن إخباري آخر لكونها من إنتاج القناة، كما أنها تبحث عن

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

إضافة تفاصيل للخبر ولا تكتفي بالإجابة عن الأسئلة الستة فقط، وتركز على سؤال كيف وتعتمد على الوصف والعامل السردي مع الوقائع، ويظهر في ها الجانب الإنساني الذي ينعدم في الخبر المجرد، وكانت BBCعربي الأكثر اعتماداً على القصة الخبرية بنسبة50%، ثم الخبر البسيط بنسبة 30%، ثم المركب بنسبة 20%، في ما كانت العربية الأكثر اعتماداً على الخبر المركب بنسبة 53.7%، ثم القصة الخبرية بنسبة 27.8%، ثم الخبر البسيط بنسبة 18.5%.

اتجاه المعالجة

جدول رقم (10) اتجاه المعالجة

القناة / اتجاه المعالجة	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابية	14	28	18	33.3	32	30.8
متوازنة	16	32	25	46.3	41	39.4
متحيزة أو متلونة	20	40	11	20.4	31	29.8
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن معالجة الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية جاءت متوازنة في القنوات عينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 39.4% وهذا يتوافق مع نتائج الدراسة من أن القنوات اعتمدت على القصة الخبرية في تقديم قضايا تلك الحرب، من خلال نقلها لأبرز المستجدات الحاصلة في مناطق الصراع في سياق إخباري تحليلي ما أدى إلى ارتفاع هذا الاتجاه في النشرات عينة الدراسة، فالقنوات تحاول تقديم صورة كاملة للحرب بشكل متوازن يسعى لتقديم الحقيقة قدر الإمكان في ضوء السياسة التحريرية لكل قناة وأيديولوجيتها في تغطية تلك الحرب.

وفي الترتيب الثاني جاءت المعالجة الإيجابية في 32 خبراً خلال فترة الدراسة بنسبة 30.8%، وبفارق ضئيل جاء الاتجاه المتحيز أو المتلون في الترتيب الأخير بنسبة 29.8% بتكرار 31 خبر، وكانت معالجة

قناة BBCعربي متحيزة إلى حد بعيد فهي تعكس وجهة نظر الأوروبية في الحرب وذلك بتكرار 20 خبراً بنسبة40% من أخبار القناة خلال فترة الدراسة، ثم الاتجاه المتوازن بنسبة31%، والايجابي بنسبة28%، في ما كانت تغطية قناة العربية الإخبارية متوازنة في الترتيب الأول بنسبة46.3%، ثم إيجابية بنسبة 33.3%، ومتحيزة في الترتيب الأخير بنسبة 20.4%.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة عبير محمد حمدي والتي أكدت نتائج دراستها أن اتجاه المعالجة كان سلبيا أو متحيز بنسبة 100% حيث تأثرت التغطية بشكل ملحوظ بالعلاقات الأساسية بين الدولتين.

6- سمات المعالجة

جدول رقم (11) سمات المعالجة المهنية للأخبار

القناة	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الموضوعية	7	14	6	11.1	13	12.5
الدقة	6	12	10	18.5	16	15.4
الشمول	5	10	6	11.1	11	10.6
التوازن	8	16	8	14.8	16	15.4
العمق	4	8	5	9.3	9	8.7
الوضوح	6	12	6	11.1	12	11.5
بث الصور	2	4	2	3.7	4	3.8
يجمع بين أكثر من سمة	12	24	11	20.4	23	22.1
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن الجمع بين أكثر من أسلوب جاء في مقدمة سمات المعالجة المهنية للحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة بنسبة بلغت 22.1% في 23 خبر، وفي الترتيب الثاني تساوت سمات الدقة والتوازن في الظهور خلال فترة الدراسة بنسبة 15.4% لكل منهما في 16 خبر، ثم الموضوعية في الترتيب الثالث بنسبة 12.5%، ثم الوضوح بنسبة 11.5%، ثم الشمول بنسبة 10.6%، والعمق بنسبة 8.7%، وفي الترتيب الأخير بث الصور بنسبة 3.8%.

حيث ترتبط معالجة القضايا بأيديولوجية وتوجهات السياسة التحريرية لكل قناة؛ وقد حاولت قناتي الدراسة الحافظ على الموضوعية والمصداقية عبر التنوع في مصادر الأخبار من أجل تقديم الحقيقة كاملة، فاتبعت طرق طرح الأخبار عبر فصل الرأي عن المعلومات وعدم التحيز لطرف على آخر مع تجنب المبالغة

والتهويل، إلى جانب عرض الحقائق والأرقام والأسماء المرتبطة بالحدث، فضلا عن تقديم الأدلة والبراهين، وهذه المؤشرات هي التي تسهم في تقويم مصداقية المادة الإعلامية في ظل المنافسة القوية بين هذه الفضائيات على جذب الجمهور.

7- أطر المعالجة

جدول رقم (12) أطر معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية

القناة / أطر المعالجة	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصراع	18	36	19	35.1	37	35.6
المسئولية	2	4	7	13	9	8.7
الاهتمامات الإنسانية	6	12	5	9.3	11	10.6
النتائج الاقتصادية	5	10	2	3.7	7	6.7
أطر سياسية	7	14	3	5.6	10	9.6
أطر عسكرية	3	6	6	11.1	9	8.7
يجمع بين أكثر من إطار	9	16	12	22.2	21	20.2
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: سيطر إطار الصراع على معالجة القنوات عينة الدراسة للحرب الروسية الأوكرانية وذلك بنسبة بلغت 37% بتكرار 37 خبر، وهذا يتوافق مع طبيعة الحرب التي تشتد في ها المعارك والصراع بين الجانبين، وفي الترتيب الثاني جاء الجمع بين أكثر من إطار في 21 خبر بنسبة 20.2% فقد اعتمدت قناتي الدراسة في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية على القصة الخبرية.

وفي الترتيب الثالث جاء إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة10.6% حيث اهتمت القنوات بالجانب الإنساني الخاص بالضحايا والمشردين ومعاناة الشعبين نتيجة الحرب، ثم الأطر السياسية بنسبة9.6%، وتساوى ظهور إطار المسئولية مع الأطر العسكرية بنسبة8.7%، وفي الترتيب الأخير جاءت الأطر الاقتصادية في 7 أخبار بنسبة 6.7%؛ حيث ناقشت القنوات تداعيات الحرب اقتصاديا عربيا ودوليا؛ فالبلدان يستحوذان على نسبة كبيرة

من الصادرات العالمية لعدد من السلع الإستراتيجية، فأوكرانيا وحدها تمثل ما يقرب من نصف الصادرات العالمية بنسبة 42%، بينما تمثل روسيا 21%، وهما منتجان رئيسان للقمح والشعير والذرة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة كلا من عبير محمد حمدي والتي توصلت نتائجها إلى أن إطار الصراع كان أكثر الأطر المستخدمة في تغطية الأحداث، ثم الأطر السياسية. ودراسة عارف عبده محمد والتي جاء إطار الصراع في ها كأكثر الأطر المستخدمة في قناتي الدراسة، ثم الأطر العسكرية.

وتختلف مع دراسة ريهام مرزوق والتي أكدت نتائجها أن إطار الآثار والنتائج جاء في مقدمة الأطر الإعلامية بنسبة25.2%، يليه إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة24.4%.

8- وظيفة الأطر المستخدمة في المعالجة

جدول رقم (13) وظيفة الأطر المستخدمة في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية

القناة / وظيفة الأطر	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تحديد القضية	12	24	23	42.6	35	33.7
ذكر أسباب	14	28	6	11.1	20	19.2
تعرض نتائج	8	16	7	13	15	14.4
تعرض آراء وحلول	7	14	6	11.1	13	12.5
أكثر من وظيفة	9	18	12	22.2	21	20.2
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن القنوات عينة الدراسة وظفت الأطر التي استخدمتها في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية من أجل تحديد القضية ومعرفة أبعادها وتأثيراتها لذا جاء تحديد القضية في الترتيب الأول في توظيف الأطر في المعالجة الإخبارية للحرب وذلك بنسبة33.7% في 35 خبر خلال فترة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاء توظيف أكثر من وظيفة للأطر بنسبة بلغت 20.2% في 21 خبر، ثم ذكر الأسباب في الترتيب الثالث بنسبة 19.2%، ثم عرض النتائج بنسبة 14.4%، وفي الترتيب الأخير جاء عرض الآراء والحلول بنسبة 12.5%.

وكانت BBC عربي الأكثر ذكرًا للأسباب بنسبة بلغت28%، ثم تحديد القضية بنسبة24%، وعرض النتائج بنسبة16%، وأخيرا عرض الآراء والحلول بنسبة 14%، فيما كانت العربية الأكثر اعتمادا على أسلوب تحديد القضية بنسبة 42.6%، ثم توظيف أكثر من وظيفة بنسبة 22.2.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة عارف عبده محمد والتي تصدر في ها الإطار المحدد بقضية أنواع الأطر المستخدمة في قناتي الدراسة وبفارق كبير جاء الإطار العام.

9- آليات التأطير المستخدمة في المعالجة

جدول رقم (12) آليات الأطر المستخدمة في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية

القناة / آليات التأطير	BBC عربي		العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الانتقاء والاختيار	16	32	13	24.1	29	27.9
الإبراز والتركيز	12	24	22	40.7	34	32.7
التفسير والايضاح	9	18	12	22.2	21	20.2
الربط والمقارنة	10	20	7	13	17	16.3
التناقض	3	6	0	-	3	2.9
الإجمالي	50	100	54	100	104	100

يتضح من الجدول السابق: أن آلية الإبراز والتركيز كانت أكثر آليات التأطير المستخدمة من القنوات عينة الدراسة في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في 34 خبر بنسبة32.7%، ثم الانتقاء والاختيار بنسبة27.9% في 29 خبر، وفي الترتيب الثالث جاءت آلية التفسير والإيضاح بنسبة20.2%، ثم الربط والمقارنة بنسبة 16.3%، وأخيراً آلية التناقض بنسبة 3.9%.

وكانت BBC عربي الأكثر توظيفا لآلية الانتقاء والاختيار بنسبة بلغت32%، ثم الإبراز والتركيز بنسبة24%، والربط والمقارنة بنسبة20%، وأخيرا التناقض بنسبة6%، فيما كانت قناة العربية الأكثر اعتمادًا على آلية الإبراز والتركيز بنسبة40.7%، ثم الانتقاء والاختيار بنسبة 24.1%، ثم التفسير والإيضاح

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

بنسبة22.2%، وأخيرا الربط والمقارنة بنسبة 13%. فالحدث الواحد يمكن تناوله من زوايا مختلفة، لكن القنوات عينة الدراسة وفي إطار سعيها للموضوعية والدقة في عرض الأخبار اتبعت عدة آليات لإبراز جوانب وتأثيرات الحرب للجمهور وفق أهداف معينة تحددها السياسة التحريرية فالتركيز على تأثيرات الحرب جاء في مقدمة هذه الآليات ثم انتقاء واختيار بعض الموضوعات مثل استلهام سيناريو كوريا الشمالية والجنوبية لإنهاء حالة الحرب بين روسيا.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

النتائج العامة للدراسة

1. اعتمدت القنوات الإخبارية عينة الدراسة في تغطيتها لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية على الخبر الطويل، ثم الخبر المتوسط في المرتبة الثانية وأخيرًا الخبر القصير.
2. جاءت معظم أخبارالحرب الروسية الأوكرانية في مقدمة النشرة، ثم في وسطها، ثم التغطية في نهاية النشرة.
3. تنوعت القنوات عينة الدراسة في استخدام أساليب وأشكال تقديم أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في نشرات الأخبار، وجاء في صدارة تلك الأشكال الجمع بين أكثر من أسلوب. وفي الترتيب الثاني جاء أسلوب "مذيع + مادة في لمية + تقرير مراسل"، ثم أسلوب "مذيع + تقرير داخلي + مادة في لمية"، ثم أسلوب "مذيع + مادة في لمية" وأسلوب "مذيع+ حوار عبر الأقمار الصناعية "، وفي الترتيب الأخير جاء أسلوب "مذيع فقط".
4. جمعت قناتي الدراسة بين أكثر من نوع من الأخبار في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية، ثم الموضوعات العسكرية وهذا يتسق مع طبيعة الأحداث واشتعال وتيرة الحرب بين الجانبين، ثم الخبر السياسي، والخبر الاجتماعي، وأخيراً الخبر الاقتصادي.
5. اعتمدت قناتي الدراسة على المراسل في مقدمة مصادر أخبار تغطية أخبار الحرب الروسية الأوكرانية ثم الجمع بين أكثر من مصدر، ثم وكالات الأنباء، والمصادر الحكومية، والهيئات والمنظمات، وتساوت الصحف والمجلات وشبكات التواصل الاجتماعي، ثم الخبراء المتخصصون، وفي الترتيب الأخير جاءت المصادر غير المحددة.
6. كان الحدث أو القضية هو محور الارتكاز في الأخبار خلال فترة الدراسة، وهذا يؤكد على ما توصلت إلية الدراسة من أن القنوات عينة الدراسة كانت متوازنة في عرض قضايا الحرب الروسية الأوكرانية، وفي الترتيب الثاني جاءت التصريحات السياسية، ثم الجمع بين أكثر من محور في الترتيب الثالث، ثم الدولة

كمحور للخبر، وجاءت الشخصية كمحور ارتكاز للأخبار في الترتيب الأخير.

7. بروز الاستمالات المنطقية في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول، ثم الجمع بين الاستمالات المنطقة والعاطفي ة، وأخيرًا استخدمت الاستمالات العاطفية.
8. تنوعت الأنماط الخبرية التي اعتمدت عليها القنوات عينة الدراسة في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية، فأكثرها استخداماً القصة الخبرية، وبفارق ضئيل جاء الخبر المركب في الترتيب الثاني، واخيراً الخبر البسيط.
9. جاءت معالجة الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية متوازنة في القنوات عينة الدراسة في الترتيب الأول، من خلال نقلها لأبرز المستجدات الحاصلة في مناطق الصراع في سياق إخباري تحليلي ما أدى إلى ارتفاع هذا الاتجاه في النشرات عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاءت المعالجة الإيجابية وبفارق ضئيل جاء الاتجاه المتحيز أو المتلون في الترتيب الأخير.
10. اتى الجمع بين أكثر من أسلوب في مقدمة سمات المعالجة المهنية للحرب الروسية الأوكرانية في القنوات عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني تساوت سمات الدقة والتوازن في الظهور خلال فترة الدراسة ثم الموضوعية في الترتيب الثالث، ثم الوضوح، ثم الشمول، ثم العمق، وفي الترتيب الأخير بث الصور.
11. سيطر إطار الصراع على معالجة قناتي الدراسة للحرب الروسية الأوكرانية وفي الترتيب الثالث جاء إطار الاهتمامات الإنسانية حيث اهتمت القنوات بالجانب الانساني الخاص بالضحايا والمشردين ومعاناة الشعبين نتيجة الحرب، ثم الأطر السياسية، وتساوى ظهور إطار المسئولية مع الأطر العسكرية، وفي الترتيب الأخير جاءت الأطر الاقتصادية.
12. وظفت القنوات الأطر التي استخدمتها في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية من أجل تحديد القضية ومعرفة أبعادها وتأثيراتها لذا جاء تحديد القضية في الترتيب الأول، ثم توظيف أكثر من وظيفة للأطر، ثم ذكر الأسباب في الترتيب الثالث، ثم عرض النتائج، وفي الترتيب الأخير جاء عرض الآراء والحلول.
13. كانت أكثر آليات التأطير المستخدمة من القنوات في معالجة أخبار الحرب الروسية الأوكرانية، ثم الانتقاء والاختيار، وفي الترتيب الثالث جاءت آلية التفسير والايضاح، ثم الربط والمقارنة، وأخيراً آلية التناقض.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

توصيات الدراسة

1. إعلاء قيم الموضوعية والمصداقية والدقة والعمق والشمول في تغطية الفضائيات المحلية والعربية بدلا من السعي نحو السبق أو مجرد نقل المعلومات.
2. تحرى القنوات الإخبارية أعلى درجات الدقة في نقل الحقائق والمعلومات والتحقق من مصادرها قبل نشرها وإذاعتها.
3. التعاطي بحيادية مع جميع التداعيات التي أفرزتها المتغيرات الإقليمية والدولية خلال السنوات الماضية.

أهم ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية

1. إجراء دراسة حول أخلاقيات المعالجة الإخبارية للقضايا في سياقات بيئية وثقافي ة واجتماعية مختلفة، وذلك لتقييم الممارسات الأخلاقية للقنوات التليفزيونية في معالجة القضايا.
2. إجراء دراسات لفترات زمنية مختلفة تهتم بالمعالجة الإخبارية للقضايا والأحداث السياسية في الفضائيات الإخبارية، لتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف بين المعالجات في فترات زمنية ممتدة لتلك الأحداث.
3. دراسة المعايير المهنية للمعالجة الإخبارية للقضايا والأحداث في الفضائيات الإخبارية.

مراجع الدراسة

مطر في صل حسن (2010). **أسس ومهارات الكتابة للصورة والتقرير التلفازي**، ط1، دمشق، دار الفكر، ص 46.

Our World in Data, how could the war in Ukraine impact global food supplies? March 24, 2022. https://ourworldindata.org/ukraine-russia-food.

عبد الحميد محمد (2009). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ص 375.

المرجع السابق، ص 378.

أسماء الأساتذة المحكمين مرتبة أبجدياً:

أ. د/ خالد صلاح الدين حسن: أستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د. م/ رمضان إبراهيم محمد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

أ.د/ عبد الهادي النجار: أستاذ الصحافة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنصورة.

أ.د/ فؤادة البكرى: أستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان.

أ.د. م/ محمد عتران: أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د. م/ محمد فؤاد: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

أ.د/ محمد محمود المرسى: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د/محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الطفولة، جامعة عين شمس.

أ.د/ وائل إسماعيل عبدا لبارى: أستاذ الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.

ويمر روجر؛ دومنيك جوزيف. مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي (2013)، ترجمة أبو أصبع صالح؛ منصور فاروق، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ص 306.

تم الاستعانة بكل من: محمود خضر. مدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، وداليا أحمد عبد الوهاب. مدرس العلاقات العامة. كلية الإعلام، الجامعة الكندية

عبد الدايم ريهام مرزوق (2024). أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية بالتطبيق على فيضانات ليبيا". **مجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، جامعة بني سويف، كلية الإعلام، العدد1، ص401-483.

حمدي عبير محمد (2022). أطر التناول الإعلامي للملف التركي في التليفزيون المصري دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 24، ص 449-492.

عبد اللطيف ريم محمد (2022). أطر المعالجة الإخبارية لجرائم العنف ضد العرب في القنوات التليفزيونية الفضائية: دراسة تحليلية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

عبد القادر عائشة محمد (2021). أطر المعالجة الإخبارية لقضية الهجرة غير الشرعية في الفضائيات الإخبارية" **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، جامعة المنيا كلية التربية النوعية، ع37، ص 151.

عبد القادر عارف محمد (2020). أطر معالجة القنوات اليمنية للصراع في اليمن، دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد19، ص 505-543.

مخيمر أسامة فاروق (2023). تأثير الحرب الروسية الأوكرانية على الأمن الأوروبي: دراسة للتغيرات في مفهوم وقضايا الأمن بعد الحرب الباردة، **مجلة السياسة والاقتصاد**، جامعة بني سويف، كلية السياسة والاقتصاد، العدد17، ص 5-33.

غالي نها عبد المقصود (2022). مِصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري- دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد3، ص1377-1433.

Coe K Zulli D؛ Summers I Isaacs Z (2021). Media coverage of the unfolding crisis of domestic terrorism in the United States, 1990–2020. ***Public Relations Inquiry***, February sagepub.com/journals-permissions,doi: 10.1177/2046147X21996015.

حماد إياد هلال؛ كاظم هبة(2020). المعالجة الإخبارية للقضايا العراقية في القنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية دراسة تحليلية لنشرة الأخبار الرئيسية في قناة العالم الإيرانية للمدة من 2018/12/1 ولغاية 2019/2/28"، **مجلة الدارسات المستدامة**، العراق، مجلد2، العدد4، ص 1-27.

العجيل محمد عاطف بن أحمد (2019). المعالجة الإخبارية للأزمة السورية بالقنوات الموجهة باللغة العربية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

مكاوي حسن؛ السيد ليلى (2014). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط11، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 348.

Norris Pipa (1995). The Restless Searchlight: Network news framing of the past cold warworld", **Political communication**, vol: 12, No: 4, Pp. 357-360.

Entman Robert, M (1993). «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm», **Journal of Communication**, vol :43, N :04, Pp. 51 -52.

زكريا أحمد (2009). **نظريات الإعلام – مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها**، المنصورة، المكتبة العصرية، ص217.

شاهين هبه (2007). "الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية–دراسة تحليلية لبرنامجInside the East Middle"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع27، ص 195-196.

عبده سالم (2009). "الأطر الخبرية للمعالجة الصحفي ة للقضايا العربية في المجلات المصرية: الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع33، ص 134.

الطرابيشي مرفت؛ السيد عبد العزيز (2003). **نظريات الاتصال**، القاهرة، دار النهضة العربية، ص223.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية

دراسة تحليلية

Employing multimedia in Libyan electronic journalism

Analytical study

منال إمحمد محمد دومه

مكتب دعم وتمكين المراءة – جامعة بنغازي

Manal Imhamed Mohamed Doma

The Women's Support and Empowerment Office

University of Benghazi

Manaldoma47@gmail.com

د. مي عبد الغني يوسف محمود

DR. Mai Abdel Ghana Youssef Mahmoud

قسم الصحافة والنشر – كلية الاعلام – جامعة بنغازي

Department of Journalism and Publishing, Faculty of Media, University of Benghazi

mai.mahmoud@uob.edu.ly

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية ورصد توظيف أنواع وادراج الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية في الصحافة الالكترونية الليبية بالإضافة إلى الكشف عن أساليب توظيف وإخراج الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية واستخدم الباحث في دراسته منهج الدراسات الوصفية التي تسعي إلى معرفة ما توصلت إلى ه الظاهرة من تطور والوصول إلى الأسباب.

وقد توصلت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية، ورصد توظيف أنواع وإدراج الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية في الصحافة الالكترونية الليبية بالإضافة إلى الكشف عن أساليب توظيف إخراج الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية واستخدم الباحث في دراسته منهج الدراسات الوصفية التي تسعى إلى معرفة ما توصلت إلى ه الظاهرة من تطور، والوصول إلى الأسباب، وقد توصلت الدراسة إلى أن اهتمام الصحف الالكترونية بتوظيف أنواع النصوص التي ترتبط ببناء الصحف الالكترونية، حيث جاء النص الالكتروني ثم النص الفائق في صدارة توظيف أنواع النصوص.

وكشفت الدراسة عن أن الصورة الإخبارية تأتي في مقدمة توظيف أنواع الصور في الصحف الالكترونية، وكذلك تصدر رسوم الانفوجرافيك، وأيضا توظيف أنواع الرسوم في الصحف الالكترونية.

الكلمات المفتاحية:

الوسائط المتعددة، الصحافة الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية الليبية

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

Abstract

This study is derived from a master's thesis and aimed to: explore how multimedia is utilized in Libyan online journalism, monitor the integration and use of various types of multimedia in journalistic forms within Libyan online newspapers, and uncover the methods employed in presenting multimedia in Libyan online journalism.

The researcher adopted the descriptive research method, which seeks to understand the progress achieved by the phenomenon and identify its causes.

The study found that online newspapers are keen to utilize different types of text that contribute to building electronic newspapers, with electronic text and hypertext being the most frequently employed types.

The study also revealed that news images are the most prominently utilized type of image in online newspapers. Additionally, info graphics and other types of graphics are widely employed in Libyan online journalism.

Keywords

Multimedia, Electronic journalism, Libyan electronic journalism.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

المقدمة

أسهم اندماج تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات في انبثاق عصر جديد من تطور أجهزة الاتصالات، والبرمجيات، حيث تميز هذا العصر بالتسارع في تبادل المعلومات عبر أجهزة، وأنظمة، وبرمجيات متطورة شكلًا، ومضمونًا. وبعد هذه التطورات التكنولوجية، دخلت الصحافة المطبوعة إلى منظومة النشر الإلكتروني التي كانت بداية نسخًا إلكترونية من الصحف المطبوعة، ما لبثت أن تطورت، وأصبحت كيانًا إعلاميًّا قائمًا بنفسه، حيث فرضت الصحافة الإلكترونية وجودها على الساحة الإعلامية، وأصبحت مصدرًا للمعلومات الجاذبة لشرائح متنوعة، وواسعة من الجمهور بفضل خصائصها المتعددة التي تجمع بين التفاعلية، والوسائط المتعددة.

وأضفت الوسائط المتعددة المتمثلة في نسيج من النصوص، والصور، والرسوم، والفيديو، والصوت على الصحافة الإلكترونية تطورًا ملحوظًا، وخاصية تميزها عن الصحافة المطبوعة، حيث أوجدت تلك الوسائط – بما تملكه من عناصر جذب، وأساليب لعرض المعلومات في الصحافة الإلكترونية – شخصية صحفية متجددة لعرض المحتوى الصحفي بشكل متطور، يواكب الاتجاهات العالمية الحديثة، ويتلاءم مع احتياجات القرارات المتنوعة، والمتجددة، وقد واكبت الصحافة الإلكترونية الليبية التطورات التقنية، والصحفية في أنظمة النشر الإلكتروني، حيث كانت البداية بتأسيس عدد من المواقع الإلكترونية التي تتبع صحفًا ورقية، ثم توالت بعد ذلك عديد من الصحف الإلكترونية الصحفية المستقلة؛ لتؤسس بذلك نقطة تحول في مسار تطور الصحافة الليبية.

ولم يقتصر هذا التطور على انتشار مواقع إلكترونية متعددة الاتجاهات، ومتنوعة الاهتمامات، لكن شمل توظيف مختلف التقنيات في الإعداد، والإنتاج، والنشر، حيث يأتي في مقدمة هذه التقنيات توظيف الوسائط المتعددة في مراحل العمل الصحفي كافة.

مشكلة الدراسة:

تُعرف المشكلة العلمية بأنها موضوع، أو مسألة يحيط بها الغموض، أو موقف، أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير، أو تحليل، أو قضية تكون موضع خلاف، بحيث يمكن استخدام، وتطبيق المنهج العلمي عند دراستها. (مصطفي، 1992، ص. 28).

وهي "المجال الموضوعي، أو القضية التي يتناولها البحث بالدراسة، والتفحص من أجل اكتشاف جوانبها، وتوظيف مختلف أبعادها، أو التعرف على مختلف مسبباتها". (اللّبان. عبد المقصود،2008، ص.44).

ونتيجة لاطلاع الباحثة على عدد من الصحف الإلكترونية الليبية التي شهدت تزايدًا في عددها، وتنوعًا في مسمياتها، ومضامينها، برزت تساؤلات حول الدور الوظيفي للوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية، وقد تمحورت تلك التساؤلات – التي عصفت في ذهن الباحثة – حول توظيف أنواع تلك الوسائط، وخصائص ذلك التوظيف، وأهدافه، ومدى إدراج هذه الوسائط في الفنون الصحفية، وإخراجها.

وقد وجدت الباحثة نقصًا في الإجابة العلمية عن تلك التساؤلات، وهو ما شكّل موقفا يحيط به الغموض، وأوجد الحاجة إلى القيام بدراسة علمية عن توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية؛ نتيجة ذلك انحصرت المشكلة البحثية في العنوان الآتي:

توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية "دراسة تحليلية"

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها مما يأتي:

1. الرفع من مستوى توظيف الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية التي يتم تقديمها، سواء من ناحية الشكل، أو المضمون، إضافة إلى الاستفادة المثلى من خصائصها، ووصولًا للتوظيف الأمثل لتلك الوسائط في العمل الصحفي الرقمي الليبي بشكل عام، والإلكتروني بشكل خاص.
2. تمثل هذه الدراسة إضافة علمية للمكتبة الإعلامية المتخصصة في الصحافة الإلكترونية الليبية، وهي بذلك محاولة علمية جادة لسدّ النقص في هذا المجال الذي يشهد تطورات علمية متسارعة، سواء على صعيد الممارسة العملية، أو الدراسات العلمية المعمقة في هذا الجانب.

أهداف الدراسة:

1. رصد أساليب توظيف أنواع وأدراج الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية الخاصة بالصحافة الالكترونية الليبية (عينة الدراسة) ومجالات موضوعاتها الصحفية.
2. التعرف على أهمية توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية (عينة الدراسة) ارتباطا بمصادرها.
3. معرفة أشكال توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية.
4. الكشف عن أساليب توظيف إخراج الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

تساؤلات الدراسة:

1. ما أساليب توظيف أنواع وادراج الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية في الصحافة الالكترونية الليبية (عينة الدراسة) ومجالات موضوعاتها الصحفية؟
2. ما هدف التعرف على أهمية توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية (عينة الدراسة) ارتباطا بمصادرها؟
3. ما أساليب التعرف على اشكال توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية؟
4. ما أساليب توظيف اخراج الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الليبية (عينة الدراسة)؟

نوع الدراسة، ومنهجها:

تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى معرفة ما توصلت إلى ه الظاهرة من تطور، والوصول إلى الأسباب، والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج؛ ليتم جمع البيانات، وتحليلها. (محمد، 1971، ص. 109).

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج (الوصفي)، حيث يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية (محمد، 1976، ص. 128)، ويتم من خلال هذا المنهج الحصول على المعلومات المباشرة حول الظاهرة موضع الدراسة بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة. (إبراهيم، 2017، ص. **59)**

تستخدم الدراسة أسلوب تحليل المضمون، ويُعرّف بأنه "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي، والموضوعي، والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال". (المشهداني، 2017، ص. 121) وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل المضمون في جمع المعلومات للإلمام بمتطلبات الدراسة

التحليلية بصورة علمية، ودقيقة، ومبسطة؛ وفق ما اتُفق عليه من قواعد علمية لهذه الدراسة. (سركز. أمطيرة، 2000، ص. 138).

أدوات جمع البيانات:

أولًا: استمارة تحليل المضمون:

اعتمدت الباحثة استمارةَ تحليل المضمون أداةً لجمع البيانات لعينة منتظمة من خمس صحف إلكترونية ليبية تتمثل في (بوابة أفريقيا – بوابة الوسط – الشاهد – الساعة 24 – العنوان)، حيث عُدّ موضوع توظيف الوسائط المتعددة كوحدة تحليل، واحتوت الاستمارة على مجموعة من فئات التحليل للإجابة على تساؤلات الدراسة، والإلمام بمتطلبات الدراسة التحليلية بصورة علمية، ودقيقة، ومبسطة؛ وفق ما يُتَفَق عليه من قواعد علمية لهذه الدراسة. (سركز. أمطير، 2000، ص. 188).

ثانيا: المقابلة

تستخدم المقابلة العلمية في البحوث الإعلامية كأداة بحثية لجمع البيانات والمعلومات بصورة شفوية، أو محادثة تلفونية للحصول على المعلومات باعتبارها "تفاعل لفظي منظم بين الباحث، والمبحوث، أو المبحوثين." (عبد الحميد، 2015، ص. 34)

ثالثا: المسح المكتبي:

من أدوات جمع البيانات الوقوف على المصادر والمراجع والدراسات السابقة ذات الصلة علما بأن الباحثة استخدمت مئة وأربعون مرجع ما بين كتب باللغة العربية وكتب باللغة الإنجليزية ومجلات متخصصة ورسائل علمية ومقابلات ومواقع الالكترونية.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصحف الإلكترونية الليبية الصادرة خلال عام (2022).

العينة:

نظرًا لكثرة عدد الصحف لجأت الباحثة إلى اختيار عينة منها؛ وفقًا للإجراءات العلمية المتعارف عليها.

وللتحقق من وجود هذه الضوابط في الصحف التي خضعت للتحليل قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية من (2023/3/23م إلى 2023/4/6م) على جميع الصحف الإلكترونية الليبية، والتأكد من مدى توافر الضوابط، والشروط فيها، وتمثلت عينة الدراسة في الصحف (الوسط – أفريقيا – الشاهد – العنوان – الساعة 24) باعتبارها صحف تصدر يومياً، حيث قامت الباحثة باختيار الأعداد الصادرة في عام كامل لدراستها ابتداءً من (1-1-2022م) إلى (31-12-2022م) كمجتمع بحث مع اختيار (60) عدداً باستعمال الأسبوع الصناعي وفقًا للإجراءات المنهجية العلمية المتعارف عليها في اختبار عينات الصحف الخاضعة للدراسة.

حدود الدراسة:

1- الحدود المكانية: (صحيفة الوسط)، و(بوابة أفريقيا)، و(الساعة 24)، و(الشاهد)، و(العنوان).

2- الحدود الزمانية: عام متكامل (من 1-1-22 إلى 31-12-22).

3- الحدود الموضوعية: حجم المادة التي تم تحليلها لمدة سنة.

الدراسات السابقة:

دراسة: (سالي أسامة شحادة 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى كيفية توظيف عناصر الوسائط المتعددة (النصوص، والألوان، والصوت، والصورة، والفيديو، والرسوم الثابتة، والمتحركة)، ومعرفة مدى توظيف القائم بالاتصال لهذه الوسائط، والتعرف إلى تقويم الخبراء الأكاديميين لتوظيف موقع الدراسة للوسائط المتعددة؛ للوصول إلى نتائج؛ واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة مستخدمة أداة تحليل الشكل باستخدام استبانة في الدراسة الميدانية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت في النقاط التالية:

1. ركزت الدراسة على استعراض أساليب توظيف الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصور، الفيديو، الرسوم الثابتة)، باستثناء الرسوم المتحركة.
2. ركز القائمون بالاتصال في الصحف محل الدراسة على التوظيف الأمثل لعناصر الوسائط المتعددة (الألوان، الفيديو، الصور، الرسوم الثابتة.
3. اهتم القائمون بالاتصال بتوظيف الوسائط المتعددة (النصوص، الألوان، الصورة) لتحقيق متطلبات التوظيف الأمثل، والاستفادة من التقنية الرقمية. (شحاتة، 2022، ص.34).

دراسة: (وداد هارون أرباب ،2021)

سعت الدراسة إلى التعرف إلى مدى اهتمام المواقع الإخبارية الإماراتية بتوظيف أدوات التحرير الإلكتروني، وأساليبه المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في محتوى المادة الإخبارية المنشورة عبر صفحاتها، وشكلها، كما هدفت للتعرف إلى كيفية إدماج عناصر الوسائط (النص، الصورة، الفيديو، الرسوم، الانفوجرافيك، الصوت) في المادة الإخبارية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

استخدمت الباحثة منهج المسح التحليلي، واعتمدت على أداة تحليل المضمون، وتوصلت إلى عدة نتائج، أهمها:

1. توصلت نتائج الدراسة على أن جميع مواقع الدراسة اتفقت في تقديم مضامينها الإخبارية مدعومة بثلاثة عناصر مندمجة الوسائط المتعددة، هي: (النص، الصورة، الرسوم)، وأكدت أن جميع مواقع الدراسة لم توظِّف عنصر الصوت الذي يأتي مندمجًا مع جميع عناصر الوسائط المتعددة.
2. أثبتت نتائج الدراسة أن جميع المواقع الخاضعة للدراسة لم تستطِع أن تدعم مضامينها الإخبارية بكل عناصر الوسائط المتعددة. (أرباب، 2021، ص ص. 201 – 273).

دراسة: (صالح يحيى سليمان السبيعي 2017)

هدفت هذه الدراسة إلى قياس درجة تعرض طلاب الجامعات الليبية للصحافة الإلكترونية المحلية، وتفضيلاتهم، والتعرف إلى المزايا التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية المحلية، والسلبيات التي تعاني منها، واستخدم الباحث استمارة الاستبانة أداة رئيسة لجمع المعلومات؛ وفق المنهج المسحي، والمنهج المقارن؛ لمعرفة أوجه التشابه، والاختلاف في التوظيفات على عينة من طلاب جامعتي طرابلس، ومصراتة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

1. إن طلاب جامعتي (طرابلس، ومصراتة) يقرأون الصحف الإلكترونية المحلية بانتظام.
2. إن غالبية أفراد العينة يثقون في الصحف الإلكترونية المحلية. (السبيعي، 2017، ص ص. 3-110)

التعليق على الدراسات السابقة:

1. اتفقت الدراسات السابقة الخاصة بمحور الوسائط المتعددة على هدف مشترك، وهو توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العربية باستخدام أداة تحليل المضمون، كما اتفقت على المنهج إذ استخدمت جلُّ الدراسات (المنهج المسحي)
2. استخدمت الدراسات السابقة الخاصة بمحور الوسائط المتعددة أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، باستثناء دراسة صفاء محمد خليل (2016) حيث استخدمت أداة الاستبانة، والمقابلة، ودراسة عباس ناجي حسن (2016) التي استخدمت أداة استمارة التحليل كأداة لجمع البيانات واعتمدت على الملاحظة.
3. اتفقت الدراسات الخاصة بمحور الصحافة الإلكترونية الليبية على استخدام المنهج الوصفي، وتنوعت في استخدام أدوات جمع البيانات، حيث تم استخدام كل من أداة استمارة تحليل المضمون، والاستبانة.

التعريفات الإجرائية:

تعريف مصطلح التوظيف اجرائيا: بأنه مجموع العمليات التي تقوم بها الوسائط المتعددة من (صوت، ونص، وصوره، وفيديو) لتؤدي نشاطا معينا داخل الصحافة الالكترونية الليبية، بما يحقق التكاملية في بنائها، وتحقيق أهدافها الإعلامية من جهة اخري.

تعريف الوسائط المتعددة اجرائيا: تعرف الوسائط المتعددة إجرائياً بأنها اندماج الصوت، والصورة، والرسوم، ولقطات الفيديو.

تعريف الصحف الالكترونية الليبية اجرائيا: هي الصحف الالكترونية الليبية التي تحمل الهوية الليبية وتهتم بشؤون ليبيا إضافة إلى شؤون العالم عن طريق النشر الكتروني الدوري عبر الانترنت سواء أكان لها أصل ورقي أو الكتروني فقط.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الإطار المعرفي والنظريات المؤطرة للدراسة

اولاً: النظرية البنائية الوظيفية:

وتعد نظرية البنائية الوظيفية واحدة من النظريات الأساسية في علم الاجتماع، التي تسعى إلى فهم كيفية تأثير البُنى الاجتماعية على استقرار المجتمع وتطوره. حيث تعود جذور هذه النظرية إلى بداية القرن العشرين، وقد لعبت دوراً محورياً في تحليل العلاقات بين الأفراد والمؤسسات داخل المجتمع.

اعتمدت الباحثة على نظرية البنائية الوظيفية في الدراسة لاستنباط التساؤلات الخاصة بها، والتساؤلات الخاصة ببناء الوسائط المتعددة مثل (النص والصوت والصورة والفيديو)، والتساؤلات الخاصة بتوظيف الوسائط من ناحية الأهداف والخصائص، واستنباط التساؤلات الخاصة بالتحليل الوظيفي للوسائط المتعددة في الجوانب التحريرية، والتصميمية في الصحافة الإلكترونية، إلى جانب الاعتماد عليها في تفسير النتائج المرتبطة بتوظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية.

ثانياً: نظرية التحول الرقمي:

لأن هذه النظرية تسعى إلى فهم كيفية تأثير التكنولوجيا على النماذج التجارية، والعمليات، والإدارة، وكيفية تحقيق أقصى استفادة من هذه التغيرات. (Gartner،lnc.2020p.20) فقد تم توظيف نظرية التحول الرقمي في الدراسة على النحو الآتي:

1. توظيف الفرض الأول (التكنولوجيا كمحفز للتغيير)، والمبدأ الأول (انتشار سمات الأشكال الجديدة) في أنواع الوسائط المتعددة –وهي نمط جديد أفرزته التكنولوجيا –أنتج أشكالًا جديدة (النص الفائق بأنواعه، الفيديو، الأنفوجراف)، وأتاح التغيير في نمط الصحافة الإلكترونية، وشكلها، ومضمونها.

2. توظيف الفرض الثاني (تكامل التكنولوجيا)، والمبدأ الثاني في تحول الشكل التقليدي للصحافة المطبوعة (الوسيلة القديمة) إلى الشكل الجديد (الصحافة الإلكترونية)، حيث قامت (الوسائط المتعددة) بتكييف الوسيلة القديمة عبر تكاملية الدورين البنائي، والوظيفي وتطويرها، وهو ما نقوم به في هذه الدراسة عن طريق البحث في توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية.

تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها

الجدول (1) يبين كيفية إدراج الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية عينة الدارسة

الصحف / الفنون الصحفية		الوسط	بوابة أفريقيا	العنوان	الشاهد	الساعة 24
الخبر	المتوسط الحسابي	97.750	94.750	26.167	29.167	112.417
	الانحراف المعياري	21.342	14.833	6.436	6.548	18.002
القصة الإخبارية	المتوسط الحسابي	0.250	0.250	0.083	0.500	0.750
	الانحراف المعياري	0.452	0.622	0.289	0.522	0.754
التقرير	المتوسط الحسابي	3.250	1.667	1.750	1.167	1.667
	الانحراف المعياري	1.288	1.303	1.055	0.835	0.778
الحديث	المتوسط الحسابي	0.417	0.750	0.500	0.250	0.333
	الانحراف المعياري	0.515	0.622	0.674	0.452	0.492
التحقيق	المتوسط الحسابي	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	الانحراف المعياري	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
المقال	المتوسط الحسابي	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	الانحراف المعياري	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

يتبين من الجدول الخاص بإدراج الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية في الصحافة الإلكترونية الليبية عينة الدارسة أن الخبر جاء في المرتبة الأولى الأكثر توظيفًا للوسائط المتعددة من ناحية الفنون الصحفية التي قامت بتوظيف الوسائط المتعددة، ويأتي التقرير في المرتبة الثانية، من ناحية توظيف الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية، ويليها القصة الإخبارية، ثم يحل الحديث الصحفي أخيرًا، في حين ينعدم إدراج الوسائط المتعددة في التحقيق، والمقال بأنواعها كافة.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ويمكن تفسير حلول الخبر في المرتبة الأولى، والأكثر توظيفًا للوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) بأن الخبر مرتبط بحدث يتجدد بشكل يومي فيما جاء التقرير في المرتبة الثانية، وصحيفة (الوسط) هي الأكثر توظيفًا للتقرير الصحفي، وبرجع السبب في ذلك لارتباط هذا الفن الصحفي بالخبر، حيث يتناول التقرير حدثًا، أو تصريحًا لشخصية، ويضفي مزيدًا من التفصيل حول ذلك الحدث، أو التصريح. (كركوري،2008، ص ص.46-47).

جاءت القصة الإخبارية في المرتبة الثالثة من ناحية توظيف الوسائط المتعددة في الفنون الصحفية، حيث تأتي صحيفة (الساعة 24) الأكثر توظيفًا للوسائط المتعددة في للقصة الخبرية؛ لأنها تقدم معلومات، وبيانات عن واقعة لا يستطيع الخبر تقديمها من خلال التركيز على زوايا الأخبار.

ويأتي في المرتبة الرابعة الحديث الصحفي من ناحية توظيف الوسائط المتعددة.

تعد صحيفة (بوابه أفريقيا) الأكثر توظيفًا للوسائط المتعددة في الحديث الصحفي، ويرجع ذلك لاهتمام الصحيفة بإجراء مقابلات مع المسؤولين، وصانعي القرار، والمعنيين بإدارة شؤون البلاد للحصول على تصريحات الأخبار.

وترى الباحثة أن افتقار الصحف لإدراج الوسائط المتعددة في التحقيق يرجع إلى أن التحقيق فن صحفي يتطلب وقتًا طويلًا من الإعداد، والبحث، والسعي من الصحفي؛ لمعرفة الأسباب، والدوافع، والخلفيات المرتبطة بالحدث، ويشترك المقال مع التحقيق في عدم إدراج الصحف (عينة الدراسة) للوسائط المتعددة، كون المقال يعد من الفنون التفسيرية، والإقناعية التي تحتاج أيضًا إلى وقت أطول مقارنة بالخبر، والتقرير.

وتحقق نتائج هذا الجدول البعد الأول جزئيا من فرضية التحول الرقمي التي تشير إلى أن تقنيات الوسائل الإعلامية الجديدة (الوسائط المتعددة) تندمج مع الأنماط الاتصالية القديمة (الفنون الصحفية التقليدية: الفنون الخبرية – التقرير – الحديث).

الجدول (2) يبين أهداف توظيف الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

الهدف / الصحف	إبراز حقائق		تأكيد مصداقية		إقناع		ربط عناصر		شد انتباه	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	25.417	7.280	30.000	27.713	20.167	6.013	20.917	7.728	20.833	7.158
بوابة أفريقيا	29.500	7.574	20.667	7.353	20.000	5.560	24.167	5.622	19.333	5.105
العنوان	21.750	5.190	25.250	27.628	16.000	3.516	15.250	3.415	22.250	3.793
الشاهد	23.000	3.908	17.667	4.793	16.000	3.766	17.250	4.731	17.833	3.326
الساعة 24	38.333	6.569	28.750	6.122	30.833	7.493	27.583	5.696	30.417	7.354
الإجمالي	27.600	8.537	24.467	18.146	20.600	7.612	21.033	7.061	22.133	6.993

يتبين من الجدول الحالي أن هدف إبراز الحقائق يأتي في المرتبة الأولى من ناحية هدف توظيف الوسائط المتعددة الموظفة بمتوسط حسابي (27.600)، وانحراف معياري (8.537)، ويليه هدف تأكيد المصداقية بمتوسط حسابي (24.467)، وانحراف معياري (18.146).

وفي المرتبة الثالثة هدف شد انتباه بمتوسط حسابي (22.133)، وانحراف معياري (6.993)، وفي المرتبة الرابعة هدف ربط عناصر بمتوسط حسابي (21.033)، وانحراف معياري (7.61)، وفي المرتبة الأخيرة هدف الإقناع بمتوسط حسابي (20.600)، وانحراف معياري (7.612).

وتعد صحيفة (الساعة 24) هي الأكثر توظيفًا لأهداف الوسائط المتعددة المتمثلة في (شد الانتباه، وربط العناصر، والإقناع)، وتُرجِع الباحثة السبب في ذلك إلى رغبة الصحيفة في الحصول على أكبر عدد من القراء، أما حصول صحيفة الوسط على المرتبة الأولى في توظيف هدف (تأكيد المصداقية)، فيأتي انعكاسًا لحرص القائمين على تلك الصحيفة على العمل بهذه القيمة الإخبارية، والالتزام بها، حتى لو أدى ذلك إلى التأخر في نشر الأخبار. (العمامي،21 أغسطس، مقابلة شخصية).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ويشير تصدر هدف (إبراز الحقائق) إلى اهتمام الصحف (عينة الدراسة) بتأكيد مصداقية الفنون الصحفية التي تقدمها لمتلقيها، وهو ما يؤكد فاعلية دور الوسائط المتعددة الإقناعية من خلال عناصرها المتعددة، والمتنوعة التي تستطيع عن طريقها جذب المتلقين إلى المادة الصحفية.

الجدول رقم (3) مصادر الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

ذكر مصادر الصحف	عدم ذكر مصدر		ذكر مصدر	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	2.667	1.303	96.667	21.781
بوابة أفريقيا	5.000	2.256	101.167	19.068
العنوان	1.917	0.793	24.333	5.789
الشاهد	2.000	1.279	25.250	5.895
الساعة 24	5.000	2.594	73.333	13.667
الإجمالي	3.317	2.221	64.150	36.673

يتبين من الجدول رقم (3)، الخاص بمصادر الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة) أن ذكر المصدر يأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (64.150)، وانحراف معياري (36.673)، ويليه عدم ذكر المصدر بمتوسط حسابي (3.317)، وانحراف معياري (2.221).

وانطلاقا من النتائج التي وردت أعلاه تستنتج الباحثة أن تصدر الصحف (عينة الدراسة) بذكر مصادر الوسائط المتعددة يؤكد التزام تلك الصحف بالمعايير المهنية الصحفية، ويعزز مصداقيتها من ناحية توظيف الوسائط المتعددة فيها.

الجدول (4) يبين أنواع مصادر توظيف الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

أنواع المصادر الصحف	المراسل		المصدر الخاص		الصحف، والمجلات		شبكات التواصل		وكالة الأنباء	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	94.417	21.441	2.250	1.215	0.750	0.866	1.000	1.044	1.000	0.739
بوابة أفريقيا	100.417	18.985	0.750	0.754	0.167	0.389	13.083	4.337	7.917	2.811
العنوان	21.917	5.125	2.417	1.165	0.833	0.937	2.333	1.303	2.583	0.793
الشاهد	23.250	5.379	2.000	1.128	0.250	0.452	1.417	1.240	5.083	1.881
الساعة 24	48.417	14.681	24.917	6.403	1.167	1.030	34.250	7.111	3.250	2.261
الإجمالي	57.683	36.987	6.467	9.768	0.633	0.843	10.417	13.361	3.967	3.003

يتبين من الجدول الخاص بأنواع مصادر الوسائط المتعددة التي تم توظيفها في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة) أن المراسل يأتي في المرتبة الأولى، من ناحية أنواع المصادر بمتوسط حسابي (57.683)، وانحراف معياري (36.987)، يليه شبكات التواصل بمتوسط حسابي (10.417)، وانحراف معياري (13.361)، وفي المرتبة الثالثة يأتي المصدر الخاص بمتوسط حسابي (0.467)، وانحراف معياري (9.768)، وفي المرتبة الرابعة تأتي وكالة الأنباء بمتوسط حسابي (3.967)، وانحراف معياري (3.003)، وفي المرتبة الأخيرة تأتي الصحف، والمجلات بمتوسط حسابي (0.633)، وانحراف معياري (0.843).

ويمكن تفسير تصدر المراسل لمصادر الوسائط المتعددة التي تم توظيفها في الصحافة الإلكترونية (عينة الدراسة) بوجود عدد كافٍ من المراسلين يزود تلك الصحف بتلك الوسائط، إضافة إلى ذلك فإن المراسل يُعد من أفضل مصادر التغطية الصحفية؛ لكونه يقدم مادة صحفية موثوقة نظرًا لوجوده على أرض الحدث من جهة، والمهنية التي تنعكس في إعداد، وتصميم وسائط متعددة خاصة بالصحيفة من جهة أخرى، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عيسى، منصور (عيسى. منصور،

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

2018، ص ص.31-32) التي بينت أن المراسل احتل المرتبة الأولى كمصدر للموضوعات الصحفية.

ويرجع تصدر المراسل في صحيفة (بوابة أفريقيا) لوجود قسم خاص بالمصادر الصحفية. (الزياني، مقابلة خاصة،1يناير 2024)

أما مجيء وكالات الأنباء، والصحف، والمجلات في المراتب الأخيرة، فيشير إلى اهتمام الصحف الإلكترونية بتقديم وسائط متعددة خاصة بها، وليست مُستقاة من وكالات أنباء تقدم خدمات عامة لجميع وسائل الإعلام، أما الصحف، والمجلات، فيرجع سبب قلة الاعتماد عليها لاقتصارها على تقديم الصور فقط.

الجدول (5) يبين توظيف شكل النص في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

أشكال الوسائط الصحف	الشكل الجرافيكي		الشكل النصي		الشكل النصي، والجرافيكي	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	5.417	2.429	109.917	23.458	5.667	2.060
بوابة أفريقيا	5.583	2.466	106.167	16.905	5.583	2.466
العنوان	0.583	0.996	30.750	6.524	0.333	0.651
الشاهد	0.000	0.000	31.000	6.701	0.000	0.000
الساعة 24	2.250	1.215	119.417	15.951	5.583	2.466
الإجمالي	2.767	2.884	79.450	42.875	3.433	3.223

يتبين من الجدول رقم (5)، الخاص بتوظيف شكل النص في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة) أن الشكل النصي يأتي في المرتبة الأولى من ناحية أشكال الوسائط المتعددة بمتوسط حسابي (79.450)، وانحراف معياري (42.875)، ويليه الشكل النصي، والجرافيكي بمتوسط

حسابي (3.433)، وانحراف معياري (3.223)، وفي المرتبة الثالثة الشكل الجرافيكي بمتوسط حسابي (2.767)، وانحراف معياري (2.884).

وتفسر الباحثة تصدر الشكل (النصي) أشكال دمج الوسائط المتعددة التي تم توظيفها في الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) نظرًا لما يتميز به هذا الشكل من سهولة استخدامه، وسرعة تحميله، أما حلول الشكل (الجرافيكي، والنصي) ثانيًا، فإن ذلك لما تضيفه رسوم الجرافيك من توضيح، وجاذبية للمادة الصحفية، إضافة لاستخداماتها في الربط بين صفحات الصحيفة الإلكترونية.

ويرجع تصدر صحيفة (الساعة 24) لتوظيف الشكل النصي –بحسب الباحثة –لطبيعة الصحيفة الإخبارية، أما حلول صحيفة (بوابة أفريقيا) في المرتبة الأولى من ناحية توظيف الشكل الجرافيكي، فيرجع إلى اهتمام إدارة التحرير بتوظيف الوسائط المتعددة عن طريق تخصيصها لفريق تقني متخصص في تصميم الوسائط المتعددة. (الزياني: مقابلة خاصة، 1 يناير، 2024)

ويشير حصول صحيفة الوسط على الترتيب الأول لتوظيف الشكل (النصي، والجرافيكي) إلى اهتمام الصحيفة بالتكامل بين الوسائط المتعددة أثناء نشر المادة الصحفية إلكترونيًا.

أما افتقار صحيفة (الشاهد) لتوظيف الشكل (النصي، الجرافيكي) فيرجع إلى قلة الإمكانات التقنية، والمادية الخاصة بالصحيفة. (بوزيد، مقابلة خاصة، 5 فبراير، 2024).

الجدول (6) يبين توظيف الوسائط المتعددة في مجالات الموضوعات الصحفية في الصحف الإلكترونية

المجالات الصحف	التعليمية		العلمية		الترفيهية		الاقتصادية		التفافية		السياسية	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	0.000	0.000	0.250	0.452	1.250	1.138	12.833	4.324	2.167	1.586	95.250	20.037
بوابة أفريقيا	0.083	0.289	0.250	0.452	0.417	0.515	14.417	7.242	4.750	4.413	86.750	19.373
العنوان	0.500	0.522	1.000	0.739	1.083	0.996	6.250	3.194	2.333	0.888	20.417	4.358
الشاهد	0.250	0.452	0.500	0.674	0.500	0.522	5.083	1.975	1.167	1.193	24.417	6.288
الساعة 24	4.000	2.089	1.750	0.866	5.000	1.859	26.000	5.152	6.667	2.964	75.750	17.940
الإجمالي	0.967	1.813	0.750	0.856	1.650	2.032	12.917	8.811	3.417	3.201	60.517	35.219

يتبين من الجدول الخاص بتوظيف الوسائط المتعددة في مجالات الموضوعات الصحفية في الصحافة الإلكترونية الليبية، (عينة الدراسة) أن الموضوعات السياسية تأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (60.517)، وانحراف معياري (35.210)، ويليها الموضوعات الاقتصادية بمتوسط حسابي (12.917)، وانحراف معياري (8.811)، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الثقافية بمتوسط حسابي (3.417)، وانحراف معياري (3.201)، وفي المرتبة الرابعة الموضوعات الترفيهية بمتوسط حسابي (1.650)، وانحراف معياري (2.032)، ويليها الموضوعات التعليمية بمتوسط حسابي (0.967)، وانحراف معياري (1.813)، وفي المرتبة الأخيرة الموضوعات العلمية بمتوسط حسابي (0.750)، وانحراف معياري (0.856). ويمكن تفسير حلول الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى باهتمام الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة) بتغطية الأوضاع السياسية، مقارنة بالمجالات الأخرى بسبب الأزمة السياسية الليبية، أما حلول الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثانية من ناحية توظيفها للوسائط المتعددة، فيعود أيضًا إلى انعكاس الأزمة السياسية الليبية على الوضع الاقتصادي للمواطن الليبي، واهتمام الصحف (عينة الدراسة) بالأوضاع الاقتصادية الصعبة في البلاد. (التركي، مقابلة خاصة، 5 فبراير ،2024) كما يمكن تفسير حلول صحيفة

(الوسط) في المرتبة الأولى من ناحية توظيف الوسائط المتعددة في الموضوعات السياسية بامتلاك الصحيفة عددًا كبيرًا من المراسلين في مختلف المناطق الليبية، إضافة إلى مناطق أخرى من العالم، وهو ما يوفر مادة سياسية من إنتاج شبكة مراسليها. (الزياني، مقابلة خاصة، 1 يناير، 2024)

وتتفق هذه النتيجة مع ما تم التوصل إليه في جدول رقم (6) الذي بين تصدر المراسل مصادر الوسائط المتعددة التي تم توظيفها في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة).

ويمكن تفسير حلول الموضوعات العلمية في المرتبة الأخيرة من ناحية توظيفها للوسائط المتعددة لضعف اهتمام الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) بالموضوعات العلمية، واعتمادها في تغطيتها العلمية على مصادر وكالات الأنباء. (الورفلي، مقابلة خاصة، 5 فبراير،2024)، بنما يشير تصدر صحيفة (الساعة 24) بتوظيف الوسائط المتعددة في الموضوعات الترفيهية، والتعليمية إلى رغبة الصحيفة في إعطاء طابع مميز وسط اهتمام المواقع الإلكترونية بالموضوعات السياسية.

الجدول (7) يبين شكل الصورة في الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة)

أشكال الصور الصحف	ثابتة		فائقة		معرض صور	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوسط	23.167	7.069	0.667	0.985	0.417	0.669
بوابة أفريقيا	17.083	6.653	0.667	0.778	0.000	0.000
العنوان	0.500	0.905	0.167	0.389	0.000	0.000
الشاهد	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
الساعة 24	17.083	6.653	0.667	0.778	0.000	0.000
الإجمالي	11.567	10.856	0.433	0.722	0.083	0.334

يتبين من الجدول الخاص بتوظيف شكل الصور في الصحافة الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة) أن الصورة الثابتة تأتي في المرتبة الأولى من ناحية شكل الصورة الموظفة بمتوسط حسابي (11.567)، وانحراف معياري (10.856)، يليها الصورة الفائقة بمتوسط حسابي (0.433)،

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

وانحراف معياري (0.722)، ثم معرض الصور بمتوسط حسابي (0.083)، وانحراف معياري (0.334).

ويمكن تفسير توظيف الصورة الثابتة بشكل كبير في المرتبة الأولى؛ لأنها بداية لكل موضوع صورة ثابتة تقوم بتثبيت شخصية الصحفية على الشبكة؛ لتميزها عن غيرها من الصحف، يليها الصورة المتغيرة؛ لأنها تظهر بشكل متغير، وجاء معرض الصور أخيرًا، وهو عبارة عن مجموعة من الصور عن مواضيع متعددة سياسية، اقتصادية، اجتماعية.

وجاءت صحيفة (الوسط) الأكثر توظيفًا للصورة بجميع أشكالها، وتُرجِع الباحثة ذلك لأنها تستخدم تقنية الصورة الثابتة، والمتغيرة، ومعرض الصور، فيما ترى الباحثة أن صحيفة (الساعة 24) جاءت في المرتبة الثانية لاعتمادها على الإنترنت بالدرجة الأولى في الحصول على الصور، ولا تحمل مصادر، وهذا مؤشر سلبي على الصحيفة، كذلك عدم التزامها بدقة الصورة، ومدى وضوحها لسرعتها في النشر، ولعدم استخدام تقنيات التعديل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عطوة، 2020، ص. 629) التي أظهرت اعتماد الصحف (عينة الدراسة) على الصور في مواقعها الإلكترونية بنسبة 100%، فيما اختلفت هذه النتيجة -جزئيا- مع ما توصلت إلى ه دراسة (الأمين، 2005، ص.215) من أن وسائل الإعلام العربية تفتقر إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث، ولم نستفيد من الإمكانات التي تنتجها.

النتائج العامة للدراسة

1. أوضحت نتائج الدراسة مستوى اهتمام الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) بتوظيف أنواع النصوص التي ترتبط ببناء الصحف الإلكترونية، حيث جاء النص الإلكتروني، ثم النص الفائق في صدارة توظيف أنواع النصوص في هذه الصحف.

2. كشفت الدراسة أن الصورة الإخبارية تأتي في مقدمة توظيف أنواع الصور في الصحف الإلكترونية، وإلى تصدر رسوم الإنفو جرافيك في توظيف أنواع الرسوم في الصحف الإلكترونية.

3. جاء الفيديو المضمن مع المادة الصحفية في المرتبة الأولى من ناحية اهتمام الصحف (عينة الدراسة) بتوظيف أنواع الفيديو في حين جاء توظيف المؤثرات الصوتية في صدارة توظيف أنواع الصوت في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة).

4. بينت الدراسة أن الخبر هو الفن الصحفي الأكثر إدراجًا للوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة)، في حين يقل إدراج كل من المقال، والتحقيق الصحفي لتلك الوسائط.

5. أوضحت الدراسة أن هدف إبراز الحقائق يأتي في المرتبة الأولى من ناحية أهداف توظيف الوسائط المتعددة، وفي المقابل جاء الهدف الإقناعي في المرتبة الأخيرة من الأهداف التي تسعى الوسائط المتعددة لتحقيقها في الصحف الإلكترونية الليبية (عينة الدراسة).

6. كشفت الدراسة عن تصدر الموضوعات السياسية لمجالات توظيف الوسائط المتعددة في مجالات الموضوعات الصحفية.

7. تتباين الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) في توظيف الوسائط المتعددة، ويرجع ذلك إلى عوامل مرتبطة بالإمكانات المادية، والبشرية، والتقنية التي تمتلكها تلك الصحف.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

توصيات الدراسة

من النتائج التي توصلت إلى ها الدراسة، توصي الباحثة بالآتي:

1. الاهتمام بالتوظيف المتزايد الأمثل لجميع أنواع الوسائط المتعددة، كتوظيف عنصر الصوت، وأنواعه؛ لما له من أهمية في تدعيم المحتوى الصحفي، وجذب المتلقين.

2. توظيف الوسائط المتعددة في جميع الفنون الصحفية من دون استثناء، والتركيز على إدراج هذه الوسائط في بعض الفنون التي تعاني انعدامًا؛ لإدراج تلك الوسائط فيها، كالتحقيق، والمقال.

3. تدعيم الصحف الإلكترونية الليبية بالدورات التدريبية المتخصصة للصحفيين وعلى رأسها استخدام توظيف الوسائط المتعددة.

4. تفتح هذه الدراسة آفاقًا مستقبلية لإجراء دراسات ميدانية على القائمين بإنتاج، وتوظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الليبية.

5. إجراء دراسات تجريبية، وشبه تجريبية عن أثر الوسائط المتعددة على إدراك، وتذكر المحتوى الصحفي في الصحافة الإلكترونية الليبية.

قائمة المراجع والمصادر

أولًا: الكتب

إبراهيم، إسماعيل. (2017) **مناهج البحوث الإعلامية**. ط (1) القاهرة: دار الفجر للنشر، والتوزيع.

عبد الحميد، محمد. (2015) **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. ط (1) القاهرة: عالم الكتاب.

عبيدات، ذوقان، عبد الحق: كايد، وعدس، عبد الرحمن. (2012) **البحث العلمي مفهومه–أدواته–أساليبه** ط4. عمان: دار الفكر للنشر، والتوزيع.

كركوي، حبيب. (2008) **فنون التحرير الصحفي**. ط (1): مؤسسة موكرباني للحقوق، والنشر. مطبعة خاني.

اللبان، الشريف. درويش. عبد المقصود، هشام. عطية. (2008) **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**. القاهرة: الدار العربية للنشر، والتوزيع.

محمد، سمير. (1976) **بحوث الإعلام الأسس، والمبادئ**. ط (1) القاهرة: دار الفجر للنشر، والتوزيع.

المشهداني، سعد. (2017) **مناهج البحث العلمي**، عمان: دار الصفا للتوزيع، والنشر.

ثانيًا: الرسائل والأبحاث العلمية المحكمة المنشورة في الدوريات العلمية

أرباب، وداد. هارون. (2021) **اساليب التحرير الصحفي الإلكتروني، وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في أشكال**، ومضامين المادة الإخبارية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. العدد الثاني والعشرين. الجزء الأول 1 ديسمبر.

السبعي، صالح. يحيى. (2017) **توظيفات طلاب الجامعات الليبية للصحافة الإلكترونية المحلية والاشباعات المنخفضة**. (رسالة ماجستير منشور) كلية الفنون، والإعلام. جامعة طرابلس.

شحاتة، سالي. أسامة. (2022) **توظيف الوسائط المتعددة في تصميم المواقع الإخبارية الاستقصائية**. مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث. العدد (2) مجلد (8).

العجيلي، سركز. أمطيرة. عياد. (2000) **البحث العلمي اساليبه، وتقنياته**. طرابلس: منشورات الجامعة المفتوحة.

عطوة، راضي. محمد. (2020) **استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية**. المجلة العربية لبحوث الإعلام، والاتصال. العدد 28. مارس. بحوث علمية متخصصة في مجال الإعلام، والاتصال.

عيسى، طلعت– عبد الحميد– منصور، محمد. حسام. (2018) **الأطر الخبرية لقضية حصار غزة في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية الجامعة الإسلامية**. قسم الصحافة، والإعلام (رسالة ماجستير).

القايد، إيناس. عمار. (2018) **استخدامات الصحف الإلكترونية الليبية**، والاشباعات المحققة لدى طلبة جامعة بنغازي. (رسالة ماجستير) كلية الإعلام. جامعة بنغازي.

محمد. الأمين. (2006) **تطبيقات الوسائط المتعددة في الإعلام العربي الإلكتروني**. مجلة بحوث الصحافة. العدد (1) الخرطوم: المجلس القومي للصحافة، والمطبوعات. أغسطس.

مصطفى السيد. أحمد. (1992) **إعداد المقترحات الأولية. لمشروعات البحوث**. بنغازي: منشورات جامعة قاريونس.

ثالثا: المقابلات:

التركي، نزيهة. (2024). عضو هيئة تدريس في كلية الاقتصاد جامعة بنغازي. **مقابلة أجرتها الباحثة عبر الهاتف** يوم الاثنين الموافق 5 فبراير الساعة الرابعة مساءً.

الزياني، عبد الكريم. (2024). عضو هيئة تدريس في كلية الاتصال والإعلام جامعة العين. **مقابلة أجرتها الباحثة عبر الهاتف** يوم الاثنين الموافق 1 يناير الساعة الخامسة مساءً.

الورفلي، فاطمة. (2024). صحفية مستقلة. **مقابلة أجرتها الباحثة** عبر الهاتف يوم الاثنين الموافق 5 فبراير الساعة الرابعة مساءً.

منصور، مبروكة. (2024). صحفية ومدير تحرير وكالة أبناء التضامن **مقابلة أجرتها الباحثة** عبر الهاتف يوم الاثنين الموافق 5 فبراير الساعة الرابعة مساءً.

ثالثاً: المراجع باللغة الإنجليزية

- Gartner, Inc. (2020). The Digital Tans for mation play Book. Gartner.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

دور الإعلام الموجه للطفل في تعزيز وتدعيم القيم الأخلاقية

دراسة تحليلية – ميدانية

The role of media directed at children in promoting and strengthening moral values

Field analytical study

مبروكة محمد عبد السلام المعداني – قسم الصحافة – كلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة

Mabruka Mohamed Abdalsalam – /Faculty member at the college of Arts and Media Misurata University / Lecture

m.eldalimi@media.misuratau.edu.ly

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الملخص

ينطلق البحث من زاوية التربية الإعلامية كحاجة اجتماعية وضرورة مجتمعية أصبحت ملحة لتفعيل دور الإعلام في المجتمعات العربية التي تنشد القيم الأخلاقية امتثالا لتعاليم الدين، ويهدف إلى معرفة دور إعلام الطفل في تعزيز القيم الجميلة الفاضلة باعتبار الطفل وتد المجتمع، و ذلك من خلال دراسة الواقع الموجود (الحاضر) واستقراء معطيات هذا الواقع، و من خلف هذا الهدف تظهر أهمية البحث في محاولة المساهمة في وضع إستراتيجية عامة لإعداد المحتوى الإعلامي الموجه للطفل، ويسير البحث وفق خطى المنهج الكيفي الذي يناقش المشكلة البحثية القائمة بمزيد من التحليل باستخدام أساليب وأدوات متعددة في جمع المعلومات لإيجاد فلسفة أعمق للموضوع تمكن المسؤولين عن هذا الإعلام من تحقيق الجودة في المحتوى الإعلامي المقصود.

وبناء على دراسة استكشافية كان النصيب الأكبر للقنوات المشاهدة على التلفزيون واليوتيوب قناتي سبيستون وماجد فاختارتها الباحثة كمجتمع بحث للدراسة التحليلية، بينما تمثل مجتمع بحث الدراسة الميدانية في أولياء الأمور للطفل سواء كانوا الوالدين أو احد الأقارب له، وتم استقصاء أراءهم بطريقتي الاستمارة والمقابلة، وقدم البحث في أربع محاور: الأول تناول الخطة المنهجية التي سار عليها البحث، والثاني تناول الخلفية المعرفية أو النظرية حول الموضوع، والثالث تناول عرض ومناقشة النتائج، أما الرابع فقد تناول أهم النتائج والتوصيات، حيث خلص البحث إلى أن الطفل يفضل وسائل الإعلام المرئية أكثر من أي وسيلة أخرى ويشمل ذلك التلفزيون و الأجهزة الذكية مثل الكمبيوتر والهاتف الذكي و كذلك الصحافة المصورة كمجلات الأطفال – خاصة القصص فيها، و أن هذه الوسائل تغرس فيه قيم معينة كما أنه يتأثر بما يتعرض له عبر هذه الوسائل و يقلده غالباً.

الكلمات المفتاحية

الإعلام المتخصص، إعلام الطفل، تعزيز القيم الأخلاقية

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

Abstract

The research is based on the perspective of media education as a social need and a societal necessity that has become urgent to activate the role of the media in Arab societies that seek moral values in compliance with the teachings of religion. It aims to know the role of children's media in promoting beautiful and virtuous values, considering the child as the pillar of society, through studying the existing reality (present) and extrapolating the data of this reality.

Behind this goal, the importance of the research appears in trying to contribute to developing a general strategy for preparing media content directed at the child. The research proceeds according to the qualitative approach that discusses the existing research problem with further analysis using multiple methods and tools in collecting information to find a deeper philosophy for the subject that enables those responsible for this media to achieve quality in the intended media content.

Keywords

Specialized media, Children's media, promoting moral values

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

مقدمة

نحن في حالة مجتمعية مأسوف عليها، تدعونا إلى دراسة الوضع والبحث في كل المسببات التي عمقت هذا الشعور فينا، فالتحول من مجتمع محافظ وسطي يلتزم بتعاليم الدين ويقدر العيب والممنوع في العرف الاجتماعي إلى مجتمع منفتح على الحرام و العيب بدون هوية، هي حالة بشعور غير مطمئن أبداً، ومستفزة، ولما للإعلام من سيادة في المجتمع فرضها دوره في التنشئة الاجتماعية و التأثير في العقول نسعى إلى البحث من وراء مسؤوليتنا، في هذا الدور، ولا سيما أن تدعيم و تعزيز القيم الأخلاقية لدى الطفل هي أفضل ما تكون عن طريق وسائل الإعلام، خاصة و أن كان هذا الطفل لا يدرك الدور فأنه يدرك الأثر لهذه الوسائل ويحاكيه بالتأثر بما يعرض له.

فإعلام الطفل إعلام متخصص تتنوع فيه الموضوعات وتختلف، يفترض أن يوجه لخير الطفل ولكن ليس دائماً فغالباً يوجه من غير أهل الطفل بل من أعداءه وأعداء الأمة والمجتمع والهوية فيكون سلاح التدمير الشامل ووسيلة الحرب الباردة في الألفية الثالثة من واقع يصعب فيه المواجهة العسكرية لابتلاعها مصالح أخرى فيكون الإعلام هو السلاح الأمثل للوصول إلى لب المجتمع وهي الأسرة عن طريق الطفل فيها.

لكل ذلك غالباً ما تنحى الباحثة ناحية البحث في دور وأثر الإعلام في البناء الاجتماعي، وعندما أعلن فرع الأكاديمية الليبية للدراسات العليا – درنة، إقامة المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان التربية الإعلامية – الواقع وأفاق المستقبل، الذي تضمن عدة محاور اختارت منها الباحثة المحور الثاني: التربية الإعلامية: حاجة وضرورة اجتماعية، لتقدم تحته هذا البحث والذي ما كان له أن يقدم في هذا المؤتمر بعد أن حدثت مأساة درنة واجتاح السيل المدينة وجل من كان يعمل على إقامة وإنجاح هذا المحفل العلمي وعلى رأسهم الدكتور المرحوم " خالد عبد الإله" رئيس المؤتمر والقائم عليه هو وأفراد أسرته – وسعهم الله برحمته ومغفرته وجعلهم في عليين.

إن نجاح هذا البحث ونشره يحقق جزء من نجاح هذا المؤتمر ويسر الباحثة أن تهديه إلى روح الدكتور خالد عبد الإله.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في تصاعد وتيرة الأمراض الاجتماعية بالمجتمعات العربية – خاصة التي يسودها عدم الاستقرار السياسي والانفلات الأمني – ومن هذه الأمراض الكذب و السرقة والتقليد الأعمى والاتكالية وعدم طاعة الوالدين واحترام الكبير وغيرها، و لا يملك غير الإعلام القدرة على التأثير في الجموع في الوقت ذاته بخطة موحدة وإستراتيجية عميقة، ونحن نسند علاج هذه الأمراض إلى الإعلام لإدراكنا قدرته على ذلك من خلال رسائل إعلامية مدروسة هادفة، وإذ ننشد التأثير في تحسين سلوك المجتمع كاملاً علينا ان نبدأ بالأسرة كنواة، و أهم من في الأسرة هم الأطفال النشء أيضاً كأهم مرحلة عمرية في حياة الإنسان يسهل فيها الغرس الثقافي وهو الدور الأمثل للإعلام تزامناً مع التنشئة الاجتماعية التي تبدأها الأسرة وتصلها المدرسة، فكيف هو دور المحتوى الإعلامي الموجه للطفل؟ هل يفيد الطفل أم يضره؟ كيف يتفاعل الطفل معه – المقصود التأثير؟ هل يغرس فيه قيماً نبيلة حميدة؟ هل يقدم المحتوى أصلاً قيما أخلاقية؟

أهمية البحث:

تنحصر الأهمية في تركيز البحث على:

1. دراسة واقع تأثير المحتوى الإعلامي الموجه للطفل على سلوكه والمتمثل في اكتسابه قيم أخلاقية
2. تسليط الضوء على الاهتمام بجودة المحتوى الموجه للطفل
3. شد الاهتمام إلى الإعلام الموجه إلى الطفل لحساسية هذه المرحلة العمرية في عمر المتلقي.

أهداف البحث:

ينطلق البحث من هدف رئيس هو صنع إستراتيجية لإعداد المحتوى الموجه إلى الطفل، يتفرع إلى أهداف للدراسة التحليلية وأهداف للدراسة الميدانية:

أهداف الدراسة التحليلية

1. رصد وتحليل مضامين عينة من الرسوم الكرتونية على قناتي سبيستون وماجد.
2. معرفة نوع القيم الأخلاقية المقدمة في الرسوم الكرتونية على قناتي سبيستون وماجد.
3. تحليل تناول الرسوم الكرتونية عينة الدراسة للقيم الأخلاقية.
4. قياس مدى التوافق والتباين في عرض القيم الأخلاقية في الرسوم الكرتونية عينة الدراسة.

أهداف الدراسة الميدانية

1. التعرف على واقع تلقي الطفل للمحتوى الموجه إليه وكيف يتأثر به من خلال أراء أولياء الأمور
2. الكشف عن علاقة المحتوى الموجه للأطفال بالقيم الأخلاقية
3. الكشف عن علاقة المحتوى الموجه للأطفال بسلوكهم
4. تشخيص الواقع الليبي فيما يتعلق بدور المحتوى الموجه للطفل في تعزيز القيم الأخلاقية

تساؤلات البحث:

1. ما نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل؟
2. هل يقدم المحتوى قيماً أخلاقية؟
3. هل يتأثر الطفل بالمحتوى؟
4. ما مدى تأثير المحتوى على سلوك الطفل؟
5. هل يقلد طفلك ما يقدم له من سلوكيات في المحتوى الإعلامي؟

فروض البحث:

1. يعرض بعض المحتوى الموجه إلى الطفل رسائل مؤدلجة وغايات خبيثة تهدر وقت النشء فيما لا ينفعهم، بل ويضرهم زيادة، أخلاقياً ونفسياً واجتماعياً.
2. يؤثر المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل – وبالتالي يؤثر الطفل السوي في نجاح المجتمع.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

منهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى نمط البحوث النوعية (الكيفية) باستخدام المنهج الكيفي الذي يحمل سلسلة من التوقعات والتناقضات والأحكام ويعتمد على التحليل ومرونة نظام جمع البيانات من المبحوثين (الرفاعي، 2011) إلى جانب المنهج الوصفي ومنهج تحليل المضمون.

مجتمع البحث:

ينقسم مجتمع البحث إلى قسمين:

بناء على الشق التحليلي تكون مجتمع البحث من عينة عشوائية منتظمة على مدى أسبوع كامل حلقات من الرسوم الكرتونية المعروضة على: قناة سبيستون البحرينية واختارت منها الباحثة سلسلة أحلام تيمي وسلسلة 44 قطة، ومن قناة ماجد الإماراتية اختارت سلسلة أمونة المزيونة وسلسلة غورمتي.

تكون مجتمع البحث للشق الميداني من المحيطين بالأطفال الذين يتواجدون معهم في المنازل سواء كانوا الوالدين أو أحد الوالدين أو أحد الأقارب، وحددت الباحثة عمر الطفولة يبدأ من عمر الأربع سنوات إلى الثانية عشر سنة، تلك المرحلة تشمل قدرة الطفل في هذه المرحلة على التعرض لوسائل الإعلام والانتقاء بينها وبين برامج المحتوى وفقرات البرامج، بعينة عددها 50 مفردة باستخدام استمارة الاستبيان، و15 مفردة باستخدام المقابلة.

أدوات جمع البيانات:

تم جمع البيانات للدراسة التحليلية من حلقات العينة العشوائية المختارة للرسوم الكرتونية بقناتي الدراسة، كما اختارت الباحثة أداتين أثنين لجمع بيانات الدراسة الميدانية حول الموضوع وهما الاستبيان والمقابلة، وأرادت بذلك توفير فرصة أكبر لتحليل أعمق حول الموضوع، بينما كانت الملاحظة أول أداة قادتها إلى الموضوع وحب

الخوض فيه قبل حتى أن يطرح كأحد المحاور في المؤتمر العلمي الدولي الأول (التربية الإعلامية – الواقع وأفاق المستقبل).

مصطلحات البحث وتعريفاتها الإجرائية:

الدور: عرفه المرجع الالكتروني بأنه: هو ممارسة القدر الأكبر من العمل المفروض فعله للوصول إلى غايات المصلحة المطلوبة (كشيش، 2021)

المحتوى الإعلامي الموجه للطفل: هو كل إنتاج إعلامي أُعد للطفل سواء كان عن طريق صحيفة أو مجلة أو كتاب أو تلفزيون أو راديو أو تطبيق إلكتروني أو إعلان أو صورة، يختص بتقديم التوجيه والإرشاد والتعليم الترفيه للطفل، وبشكل عام هو إعلام متخصص.

عمر الطفولة: هي المرحلة العمرية المبكرة في حياة الإنسان، والمقصودة هنا في البحث مرحلة المتابعة والانتقاء في التعرض التي تبدأ من سن الرابعة إلى الثانية عشر.

تعزيز القيم الأخلاقية: وتعني تدعيم تكرار سلوك أداء القيم الأخلاقية التي تشمل كل قول وفعل حميد مرغوب، تتحدد في طاعة تعاليم الدين الإسلامي، واحترام الوالدين والكبير والعطف على الصغير والتعاون والأمانة والصدق والوفاء إلى أخرها من الصفات الحميدة المبنية على خلق طيب.

حدود البحث:

الحدود البشرية: تنحصر في أولياء أمور الأطفال من عمر 4 سنوات إلى 12 سنة، فبحكم القانون ولي الأمر هو من يكون الطفل في كنفه وتحت رعايته، وليس بالضرورة أن يكون أحد الوالدين.

الحدود المكانية: تم أجراء البحث على أولياء أمور الأطفال من مدينتي بنغازي ومصراتة.

الحدود الموضوعية: تعزيز القيم الأخلاقية عن طريق المحتوى الموجه للطفل.

الدراسات السابقة:

2. دراسة (شحاته، 2021) 2021 بعنوان: (دور مجلات الأطفال في بناء شخصية الطفل المصري) دراسة تحليلية طبقت على مجلتي نور والفردوس، ومن بين أهداف الدراسة رصد القيم التي يعكسها الخطاب الصحفي في مجلتي الدراسة وتحليل مسارات البحث التي اعتمد عليها الخطاب الصحفي، والتعرف على أساليب الإقناع المستخدمة، استخدمت هذه الدراسة المنهج الكيفي واستنتجت حرص المجلتين موضع التحليل على تقديم الدين الإسلامي الوسطي الذي يدعو للمحبة ويرفض الكراهية ويدعو لاحترام العلم والعقل، وعلى تعليم الطفل المشاركة والتعاطف داخل الأسرة وصلة الرحم و احترام الكبير و الصغير.
3. دراسة (الرفاعي، 2011) بعنوان : (دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية) وهي دراسة تحليلية هدفت إلى رصد دور وسائل الإعلام والاتصال في العصر الرقمي في تشكيل المنظومة القيمية للأسرة وإلى تعميق النظرة إلى دور ووظائف الإعلام والاتصال في التأثير بقيم المجتمع عامة وقيم الأسرة الخاصة، سارت هذه الدراسة بالمنهج الكيفي، وكان استنتاجها يقول أن عملية التأثير و التأثر بواسطة الإعلام والاتصال شيء مركب إذ تتداخل فيه عوامل كثيرة مثل شخصية الإنسان وبنيته الاجتماعية وتشكيله الثقافي و نفوذ قوى الضغط الاجتماعي في المجتمع، وأن وسائل الإعلام والاتصال تستطيع أن تحدث تغييرا معرفيا لدى الجمهور متى ما وظفت العوامل السابقة.
4. دراسة (خلايفية، 2021) بعنوان: (دور صحافة الأطفال في التنشئة الاجتماعية من وجهة نظر المربيات) دراسة ميدانية هدفت إلى ابراز أهمية ومكانة صحافة الأطفال و إلى تسليط الضوء على مساهمة صحافة الطفل في التنشئة الاجتماعية ودورها في تربيته وغرس المبادئ والقيم الثقافية فيه ومساعدته على التعلم ورفع مستواه على جميع الأصعدة من وجهة نظر المربيات، وخلصت الدراسة إلى أن صحافة الأطفال عبر القنوات التلفزيونية والإلكترونية أداة فعالة في التعليم والتثقيف و نقل المعرفة للطفل و ذلك يظهر في سلوكهم.

5. دراسة (قادم، 2022) بعنوان: (القيم الأخلاقية في وسائل الإعلام و تأثيرها على شخصية الطفل وسلوكه – الرسوم المتحركة نموذجا) دراسة تحليلية هدفت إلى توضيح تأثير برامج الرسوم المتحركة على سلوك الطفل وتنشئته الاجتماعية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت في نتائجها إلى أن العديد من المسلسلات الكرتونية طغى فيها الجانب السلبي والذي تمثل في ترسيخ العنف على الجانب الايجابي المتمثل في تنمية خيال الطفل، وعدم وجود معلومات تثقيفية تضاف إلى معارف الطفل، بل توجد قيم مخالفة لتعاليم ديننا، وقيم أخرى خيالية تشغل الطفل عن واقعه.
6. دراسة (نبيل، ب ت) بعنوان: (الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية) دراسة ميدانية باستخدام المنهج الوصفي والمسحي، هدفت إلى قياس تأثير وسائل الإعلام في بناء وغرس وترسيخ القيم لدى الشباب الإماراتي، وإلى محاولة تذليل ما قد يؤثر سلبا على دورها في تشكيل منظومة القيم الإيجابية وكانت أبرز نتائجها أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام تأثيرا وفاعلية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم التربوية والمجتمعية، تليه الإذاعة ثم الانترنت.

التعقيب على الدراسات السابقة:

عبرت الدراسات السابقة على الفكرة الرئيسة وراء اختيار موضوع هذا البحث وهي التربية الإعلامية وضرورة الإيمان بها من أجل جيل جديد يؤمن بتعاليم الدين والأخلاق والقيم الحميدة، بينما تباينت الطرق التي استخدمتها في مواقفها من هذه الفكرة:

يتفق هذا البحث مع الدراسة الأولى في أنها قالت بأن وسائل الإعلام تلعب الدور الأمثل في نشر وتعزيز القيم، إلا أنها أشارت إلى هذا الدور من خلال تحليل الخطاب الصحفي الوارد في مجلتي الدراسة فقط دون معرفة رأي المتلقي أو ولي أمر المتلقي في ذلك، عندما ذكرت أن مجلتي الدراسة كانتا حريصة على تعزيز القيم وتدعيمها، ولكنها لم تعكس مدى تحقق ذلك في سلوك الأطفال متتبعي المجلات المدروسة.

. الدراسة الثانية حرصت على اعتبار البيئة الرقمية وضرورة تعزيز القيم فيها، متناسياً أن تعزيز القيم ونشرها وتدعيمها مطلب وهدف منشود في كل الأزمان ورغماً عن كل تطور، بل بالعكس علينا الاعتزاز والاحتفاظ بقيمنا

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الأصيلة خاصة في خضم هذا العصر المتسارع المليء بالملهيات والمذهبات للتفكير السليم، وفي اتجاه أخر ذكر الباحث أن تأثير وسائل الإعلام في القيم تتداخل معه عوامل أخرى مثل تكوين الشخصية وبيئته الاجتماعية وتشكيله الثقافي وهذه إضافة لا يمكن أن نغفلها.

. أما الدراسة الثالثة التي طبقت على مربيات الأطفال لمعرفة دور الصحافة في التنشئة الاجتماعية عن طريقهن، فهذا يعد غير منطقي البثه، فالوارد جداً أن يكون دين ومرجعية وانتماء المربية غير دين ومرجعية وانتماء الأسرة والطفل، وما يعد في المجتمع الإسلامي (الجزائري) قيمة أخلاقية قد لا يكون لدى المربية كذلك، خاصة وأن الدراسة لم تورد أي تفاصيل عن المربيات.

في الدراسة الرابعة حدد نوع المحتوى المقدم للطفل والمراد قياس أثره على بناء شخصية الطفل، وتمثل في الرسوم المتحركة كنموذج تم تحليله، ولكن لم يحدد الباحث صنف الرسوم هل هي صنع محلي أم مستورد وفي ذلك مؤشرات قد تتضاد خاصة وأن نتائج هذه الدراسة جاءت بطغيان الجانب السلبي أكثر بكثير عن الإيجابي المتوقع وبالتالي لا يمكن تعميم النتيجة هنا على كل الرسوم.

. خامس الدراسات السابقة كانت على عينة من الشباب وليس الأطفال، وفي ذلك تأكيد أكبر على قدرة وسائل الإعلام على التأثير في مستوى ترسيخ القيم التربوية لدى شريحة أقل ما توصف بأنها مدركة إلى ما يعرض عبر وسائل الإعلام ولها سلطة القرار في إدارة عجلة التلقي والتعرض لهذه الوسائل.

نظرية البحث:

تصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام وهي تتميز بالتوازن والاعتدال بحيث لا تضخم في قوة تأثير وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقة بين اتجاهات و أراء الأفراد (الجمهور المتلقي) من ناحية وعادات المشاهدة لديهم من ناحية أخرى (المزاهرة، 2012) بمعنى أن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام يؤثر في ثقافة المتلقي ولكن ذلك مربوط بمقدار التعرض، فكيف عندما يرتبط

التعرض بمرحلة عمرية مبكرة – يكون المتلقي هو الطفل – وإذا كان واضع هذه النظرية **جورج جرنبر** ارتكز على دراسة تأثير مشاهدة التلفزيون على الجمهور العام وكان ذلك في السبعينيات عام 1968 فإن هذا البحث يدرس نماذج من وسائل الإعلام الموجه للطفل (تلفزيون أو منصات رقمية مثل اليوتيوب أو مجلات أو راديو أو ...) والدور الذي تقوم به لغرس القيم الأخلاقية السامية والحميدة وتعزيزها فيه.

إن إدراك الطفل يتأثر بما يستقبله من رسائل إعلامية ممكن تكون في شكل أغنية أو قصة أو سلسلة كرتونية أو حتى لعبة عبر الأقراص المدمجة، ولكن كيف سيكون اتجاه التأثير إيجابي أم سلبي؟

عينة الدراسة التحليلية وخصائصها:

1. عينة من كرتون قناة سبيستون: حلقات من سلسلة أمريكية باسم "أحلام تيمي" كوميديا وخيال أنتجتها قناة نيكلودين مدبلجة للعربية، تقدم للفئة العمرية من 6 – 12 سنة، مدة حلقته 23 دقيقة.
2. حلقات من سلسلة إيطالية 44 قطة كوميديا تقدم للفئة العمرية من 4–10 سنوات، مدة حلقته 11 دقيقة ومدبلجة للعربية.
3. عينة من كرتون قناة ماجد: حلقات من سلسلة أمونة المزيونة كرتون إماراتي، يعرض على عدد من القنوات العربية تقدم للفئة العمرية من 3–10 سنوات، مدة الحلقة من 10–15 دقيقة.
4. حلقات من سلسلة قورميتي النسخة الأصلية (إيطالية – فرنسية) يعرض على عدة قنوات عربية وعالمية، مدة الحلقة من 20–25 دقيقة.

خصائص عينة الدراسة الميدانية بالأداتين الاستبيان والمقابلة فكانت كالتالي:

أولاً عينة الاستبيان: ن= 49

المتغير	تقسيماته	التكرار / ك	النسبة %
النوع	ذكر	6	12.2
	أنثى	43	87.7
الدور والمكانة	أب	6	12.2
	أم	40	81.6
	ولي امر من الأقارب	3	6.1
الوضع الاجتماعي	متزوج	49	100
	مطلق	0	
	أرمل	0	
	أعزب	0	
الوضع الاقتصادي	ضعيف	1	0.0
	متوسط	34	69.3
	جيد	14	28.5
المستوى العلمي	ثانوي	11	22.4
	جامعي	20	40.8
	أعلى من الجامعي	3	6.1

ملحوظة: بقي خمسة عشر من المبحوثين لم يختاروا أي من خيارات المستوى العلمي، وربما يعود ذلك إلى عدم توافقها مع مستوياتهم العلمية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ثانياً: عينة المقابلة

استخدمت الباحثة المقابلة مقصودة من حيث تحديد النوع أو الجنس وبلغ عدد العينة (15) مفردة، سبعة منهم ذكور وثمانية إناث، تراوحت أعمارهم بين منتصف الثلاثينات والخمسينات، وفي خانة أولياء الأمور كانوا ستة أباء وسبعة أمهات وأثنان من الأقارب، وعن الوضع الاجتماعي كان (13) منهم متزوجين وأثنان عزاب، والغريب أن كل عينة المقابلة اتفقوا على أن وضعهم الاقتصادي متوسط، في حين اختلفت المستويات العلمية بين ثانوي أو ما يعادله وجامعي وأعلى من الجامعي.

وفيما سبق أوضحت الباحثة رغبتها في استخدام أداتي الاستبيان والمقابلة، وكان ذلك قصداً لتقرن منهجي الأسلوب الكمي والأسلوب الكيفي مع بعض لتقديم استقراء أوسع حول الموضوع، ولقد لمست بعد تحليل نتائج الاستخدام للأداتين تفسيرات مختلفة من بينها معرفة أولياء بعض الأمور لزوايا جديدة كعوامل تأثر في بناء وتدعيم القيم الأخلاقية جاءت من خلال المقابلة كأداة يرتاح إليها المبحوث أكثر على حد تعبيرهم، وسيرد شرح ذلك عند مناقشة النتائج.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الخلفية النظرية للبحث:

تشكل موضوع هذا البحث خلف الاهتمام بالتربية الإعلامية ودورها في تحقيق أهداف مجتمعية تربوية، ولخلق مجتمع خالي من الأزمات والمشاكل العميقة والأمراض الاجتماعية علينا تدعيم فرص التربية الإعلامية وتحقيقها، من خلال بناء استراتيجيات المحتوى الإعلامي الهادف الموجه للبنة المجتمع وهي الطفل، ليعمل هذا المحتوى في خط متوازي مع الأسرة والمدرسة كأعمق مؤثرين في وجدان وسلوك الفرد (الطفل).

مفهوم التربية الإعلامية:

يبدأ مفهوم التربية الإعلامية من توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة، وينبغي أن يصل تأثيرها في كافة المجتمع، ولقد تطور هذا المفهوم بتطور دورة الحياة، وتعرف التربية الإعلامية على أنها هي مهارة الحصول على المعلومات وتوصيلها بكفاءة عالية، وهي أيضاً مجمل المهارات اللازمة التي يحتاجها الطالب والمواطن للتعامل و التعاطي مع سيل المعلومات وفرزها وتحليلها والقدرة على الانتقاء، ومقابلة التحديات المعلوماتية والتكنولوجية، وأول أهدافها تزويد المتلقي بالقيم والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني وهذا هو موضوع البحث ومشكلته (عبادة، 2018)

تعزيز القيم الأخلاقية في المجتمع:

تعد عملية تدعيم وتعزيز القيم الأخلاقية داخل المجتمع أحد وظائف مصادر التنشئة الاجتماعية (الأسرة – المدرسة – المسجد) ووسائل الإعلام مصدر منافس لهذه المصادر ولكن ليس في تدعيم القيم وتعزيزها فقط بل

وفي تحطيمها، والقيم الأخلاقية مرتبطة بالمعتقد الديني الذي يستوعبها في كل الأزمان والأماكن، وتصنف قيم وطنية وقيم سياسية وقيم اجتماعية وقيم جمالية. (العرج، 2006-2007)

عرفت القيم الأخلاقية بأنها تلك القيم التي تفرضها معايير الخطأ و الصواب داخل المجتمع، كما هي معايير أفعالنا واتجاهات قلوبنا وعقولنا التي تصوغ كينونتنا وكيف نعيش، وكيف نعامل الآخرين على نحو أفضل، فالأخلاق الحسنة هي الأعمال التي تحقق الاتفاق بين الجميع وتصور القوانين الموجهة لهذه الأعمال، و من القيم الأخلاقية احترام الكبير والوالدين وطاعتهم والصدق والعدل وعدم الحقد على الآخرين والتسامح و الحياء والأدب وحسن المعاملة مع الجميع، وترتبط القيم بجوانب متعددة منها فلسفية أخلاقية وسيكولوجية و اجتماعية و اقتصادية، وبمفاهيم أخرى كالاتجاهات والمعتقدات والدوافع والرغبات. (رتيمي، 2020)

كما تلعب وسائل الإعلام دوراً واضحاَ في تغيير الاتجاهات وتعديلها وإشباع الرغبات، وتعزيز القيم الأخلاقية وتدعيمها من خلال أداء وظائفها المتمثلة في نقل المعلومات والأفكار، وتشكيل وجهات النظر، وتدعيم السلوك حول قضية أو حدث أو ظاهرة أو قيمة أخلاقية، وهذا من صميم العمل الإعلامي، الذي يجعل لهذه الوسائل أثر بالغ إيجابياً كان أم سلبياً.

دور الإعلام في تعزيز القيم الأخلاقية:

يعمل الإعلام من خلال وسائله المختلفة على تقديم المعلومة إلى المتلقي، إلى الفرد من خلال المجتمع، هذا متفق عليه، بل سخرت التقنية الجديدة تطبيقات متعددة لأجل ذلك، ولكن ما هو نوع المعلومة المقدمة ولاي وظيفة: الإعلام أم التعليم أم تشكيل لرأي عام أم تثقيف وترفيه أو ترويج لفكرة؟ فوظيفة تعزيز القيم الأخلاقية تشملها كل هذه الوظائف في تقديم أخر ولهدف مختلف.

كما يتولى الإعلام وظيفة سيكولوجية تتمثل في المساهمة الفعالة في توفير الاستقرار والأمن وبث قيم التوافق الاجتماعي بين أفراد المجتمع وذلك عن طريق تعديل وتدعيم الاتجاهات أو تغييرها لدي أفراد المجتمع، حيث تقوم الأسرة والمسجد والمدرسة الجامعة وكافة الجهات العامة بوظيفة الضبط الاجتماعي، بالإضافة إلى إن

الإعلام يجعل من التأثير في المجتمع ومحاربة الأمراض الاجتماعية فيه محكاً أساسيا ومهمًا من منطلق تأثيره في وسائل الضبط تلك وتحقيق التجانس في المجتمع، وتبعاً لذلك يضع الإعلام المعايير الثقافية الضابطة لأي انحلال أو تخلي عن القيم الأخلاقية ولو بمؤشر بسيط يعزز هذا التجانس (جبارة، 1984)

و ذهبت إحدى الدراسات إلى أن السبب في تردي الأخلاق والذوق العام هو غياب أهل الفكر والثقافة في المحتوى الإعلامي بمحطات التليفزيون، ما جعل الناس تلجأ لوسائل التواصل الاجتماعي لسهولة أساليبها في العرض وجذب القارئ، فالمواضيع التي تعرض واحدة ولكن الطرق مختلفة، و إنه لا بد من تطوير وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتليفزيون وتزويدها بالأساليب والمحتوى التي يجذب الجيل الجديد، وتقديم مسلسلات قصيرة تعرض قضية وحلها، فالجيل الجديد لا يبحث عن المسلسلات والكتابات الكبيرة بل يحتاج إلى الوسائل السريعة، وتشير ذات الدراسة إلى أن تدعيم القيم والأخلاق والسلوكيات يحتاج إلى فترة طويلة لأن ما شهدناه في السنوات الماضية من انفلات أخلاقي بالمجتمع، نحتاج إلى التطوير وتقديم المحتويات المفيدة مع تواجد أهل الخبرة والمثقفين وتقديم النماذج الإيجابية و أيضاً أنه يجب على الإعلام أن لا يسعى لانتهاك الوضع الأخلاقي لتحقيق الربح، وأن يمتنع عن استخدام النماذج السلبية، والإتيان بما يعزز الانحرافات الأخلاقية، بل و عليه أن يجتهد في تكريس النماذج الإيجابية من خلال طرح القصص الإيجابية والأوليات الحقيقية وليست المزيفة للوصول للنزعة المالية، كما أنه لا بد من إدراك آليات التلقي الراهنة وتطوير المستوى الإعلامي لمخاطبة المجتمع من خلال آليات التلقي المعاصرة. (فكري، 2021)

وفي ظل تنوع وسائل الإعلام في البيئة الاتصالية الجديدة، أصبح تأثير بعضها على بعض وعلى المجتمع مضاعف، وأمسى لكل منها قدرة على الإقناع تزيد وتقل عن غيرها حسب خصائص الوسيلة والجمهور، ولاسيما إذا كان الجمهور في مرحلة الطفولة حيث تسيطر وسائل الإعلام في مجملها على اهتمام الطفل فيبدأ من عمر السنتين في مشاهدة الشاشة تلفزيون أو هاتف أو كمبيوتر أو ...وفي الخامسة يكون الكل تقريباً يشاهد فعلاً

التلفزيون و تطبيقات الانترنت من خلال الأجهزة الذكية وأحياناً يقرأ المجلات المتخصصة المصورة –غير أن استعماله للراديو يكون محدوداً– ومن الطبيعي أن تكون هذه الوسائل هي وسيلة الطفل بعد أسرته إلى تعلم المعايير السلوكية ليشعر بالتوافق الاجتماعي مع المحيطين به، وحثه على القيم التي تشعره بحب وقبول الأخرين له. (إمام، 2006)

تعزيز القيم لدى الطفل:

يربى الطفل وتشكل شخصيته منذ الصغر ليصبح فرداً مؤثراً وفاعلاً في بناء المجتمع، ويتمثل التشكيل في تدعيم حبه وموافقته للقيم الأخلاقية والسلوك الحميد وما أمر به دين الإسلام حتى يقوى بناء المجتمعات العربية وتصح القاعدة والأساس ويشتد الأصل القيمي وتكون النتاجات مرضية، حيث تساهم وسائل الإعلام مع الأسرة في هذا التشكيل من خلال التنشئة الاجتماعية، لقدرتها على الترفيه والتثقيف والتأثير على عقلية الطفل ووجدانه في وقت واحد، خاصة وأن وسائل الإعلام تعتبر أداة هامة للتعليم المباشر إذ تنقل إلى الفرد المعلومات والمعارف والأخبار المحلية المختلفة، وتقدم له الكثير من عادات وتقاليد الجماعات والمجتمعات المختلفة، حيث يرى بعض الباحثين أن وسائل الإعلام تستطيع خلق آراء عن الموضوعات وتكوين الصور الذهنية عند الأطفال، وستظل وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دوراً رئيسياً في إمداد الأطفال بصفة خاصة، والأفراد والشعوب بصفة عامة بالمعلومات والرسائل التي تتكون منها الصور المنطبعة ويعمل على إشباع الاحتياجات الإنسانية لمرحلة الطفولة ومن أهم هذه الاحتياجات التي تسعى وسائل الإعلام إلى إثرائها حاجات النمو العقلي وتساهم وسائل الإعلام مساهمة فعالة في تثقيف الطفل يرغب الأطفال في أن يكونوا مثل الشخصيات الناجحة التي يرونها في الخيال، ويميلون إلى تقليدها سواء أكانت خيرة أم شريرة.(يمينة، 2008)

و الطفل من خلال خياله يتفاعل مع ما (يسمع ويشاهد و يقرأ) أحياناً إلى درجة التقليد بترديد الكلمات أو تجسيد الأفعال، وذلك يعد من صور التفاعل الإيجابي، خاصة الطفل في المراحل التكوينية الأولى من حياته يعيش مرحلة الاكتشاف التي قد تتحول إلى مرحلة تجربة وتعبير عن الذات بوسائله المتاحة وبحسب تطور إدراكه ووعيه بنفسه والعالم من حوله، و لأن الغرائز والقدرات الفيسيولوجية لم تكتمل عنده بعد، فمن الطبيعي أن

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

يستعمل من وسائل الفهم و التعبير ما هو متاح له وليس ما هو في وضع الاكتمال (أمين، 2011)و لذلك يجب التركيز والاهتمام بالمحتوى الموجه إليه، وفي سياق النظريات الإعلامية التي يرتبط بها موضوع تعزيز القيم لدى الأطفال، تتحقق عملية تعزيز وتدعيم القيم في إطار نظرية الغرس الثقافي وفرضياتها القائمة على قدرة وسائل الإعلام على الغرس الثقافي في أذهان أفراد المجتمع سواء و لاسيما في المرحلة العمرية الأولى الأكثر تأثرا، وذلك من واقع قوة تأثير الإعلام عليها، أما فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات فتقضي بحقيقة تعرض الأطفال لوسائل الإعلام لحبهم التسلية المتمثلة في القصص الكارتونية والأغاني و الأناشيد وغيرها من البرامج، ونحن ندرك أن الطفل يتعرض للمحتوى دون تخطيط مسبق منه وحتى انه لا يستطيع شرح سبب واضح لذلك و أنه يتعرض ليحقق إشباع الترفيه والتعلم، و فرضية تحديد الأجندة القائلة بأنه لا يمكن لوسائل الإعلام أن تغير ما يفكر فيه الناس بسهولة وخاصة فيما يتعلق بالقضايا المهمة والقيم الأخلاقية، ولكن تستطيع أن تؤثر فيما يفكر فيه الناس في أي من القضايا المطروحة للنقاش (بومعيزه، 2005-2006)وهو يتمحص فيما تحدده وسائل الإعلام من قيم أخلاقية وثقافية يجب غرسها وتدعيمها وتعزيزها .

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً: عرض نتائج الدراسة التحليلية

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني "أحلام تيمي" الكوميدي الخيالي أن تيمي قدم صورة الطفل الوحيد بالمنزل دون أشقاء ووالداه دائماً بالخارج لذلك اوجدوا له جليسة لترعاه، ولكنها كانت أحد رموز الشر في المسلسل وقد ظهر له مساعدان يحققان أمانيه، حيث أوضحت عملية تحليل محتوى المسلسل مجموعة النتائج التالية:

1. يظهر من المتابعة العامة للمسلسل أن نسبة الترفيه فيه أعلى من التعليم والتثقيف.
2. يعزز المسلسل الخيال كثيراً ويتمثل ذلك في التنفيذ بدون تخطيط وتفكير فيعد ذلك مخالف للواقع، ولكنه بذلك يدعوا إلى التفكير والتخطيط والصبر أيضاً.
3. يقدم المسلسل أساليب مقاومة الشر المتمثلة في مكافحة التنمر على الأخر كواجب إنساني.
4. يدعوا المسلسل إلى عدم الإفراط في الأماني، كما توجد به قيم أخلاقية مرغوبة مثل احترام الكبير والمحافظة على الصداقة والتعاون من أجل الخير.

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني (44 قطة) حب الإنسان للحيوان الأليف ورعايته والرفق به وفي ذلك إتباع لما أمر به رسولنا الكريم، وتمثل ذلك في حب الجدة لقططها، حيث افرزت عملية التحليل مجموعة النتائج التالية:

1. بين سيناريو المسلسل قيم أخلاقية أكبر في شكل التعاون والتعاطف مع الآخرين لمساعدتهم عند الحاجة.
2. كرس المسلسل دور المغامرة في حل المشكلات، ودعا إلى العمل الجماعي والدفاع عن الصداقة.

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني" أمونه المزيونة" أسس بناء الأسرة العربية والتعامل مع تفاصيل الحياة اليومية في المنزل وبين المدرسة والمنزل، وتوضيح لدور الأسرة في حياة الفرد. وقد أدت عملية تحليل البيانات إلى تقديم مجموعة النتائج التالية:

1. استعرض المسلسل حياة الطفل العربي في كنف أسرة تدعمه وتحميه وتدافع عنه وهي صورة خاصة بالثقافة العربية، وقلما يوجد لها نظير في الثقافات الأخرى.
2. قدم المسلسل قيماً أخلاقية وإنسانية مرغوبة مثل احترام الوالدين وطاعتهما، واحترام الكبار والاستماع إليهم، إلى جانب حب النظافة والتنافس بين الزملاء لتحقيق النجاح والإصرار على الوصول إلى الهدف.
3. قدم المسلسل أسالیباً علمية تساعد الطفل في مناقشة تطورات البيئة المجتمعية وأثر دخول التكنولوجيا في حياة الانسان وسيطرتها عليه بطريقة تضره قبل أن تنفعه.
4. تناول المسلسل التفاصيل اليومية التي تعترض الأسرة بشيء من السطحية فلم يتعمق في تباين الظروف والمسببات لكي يظهر ذلك بأكثر واقعية.
5. يعبر المسلسل عن موقفه من تعاليم الدين إذ يظهر حجاب المرأة بشكل مخالف متمثل في غطاء رأس أم أمونه الذي يبدو في منتصف رأسها وشعرها خارج الحجاب، وفي ذلك تطاول على فرض أوجبه الدين الإسلامي حفاظاً وكرامة المرأة،

أظهر التحليل العام للمسلسل الكرتوني "قورمتي" بدءًا من أغنية المقدمة أو الشارة (العالم في خطر داهم) عدم الأمان في الحاضر والتخوف من المستقبل وفي ذلك دعوة إلى القنوط من رحمة الخالق ونكران فضله على البشرية. وقد أدت عملية تحليل البيانات إلى تقديم مجموعة النتائج التالية:

1. يشجع المسلسل الطفل على تبني أساليب العنف والبقاء على التأهب الدائم إلى القتال وقفل باب الصفح والحوار والنقاش مع الطرف الأخر.
2. يعد سيناريو هذا المسلسل نسخة مكررة لمسلسلات سابقة تكرس قصص الصراع والعنف حباً في البقاء والقضاء على الأخر، وحتى عندما قدم فريقي الصراع على أن كل واحد فيهم يمثل (الخير والشر) إلا

أنه تم تقديم الأخيار على هيئة غير بشرية وتمثل ذلك في شكل الأذن التي أخذت شكل مثلث لأعلى وكأنها لمخلوقات اخرى، كما قدم الشخصيات الشريرة في أشكال غير مكتملة.

3. لم يضف المسلسل أي أفكار جديدة للطفل، وكأنه وضع فقط لسد الفراغ البرامجي في الخارطة الزمنية لأي قناة يعرض عليها.

ثانياً: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول (2) يرصد متابعة ولي الأمر لطفله أثناء التعرض لوسائل الإعلام

هل تتابع تعرض طفلك للمحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام	ك	%
نعم	23	46.9
لا	12	24.4
أحيانا	14	28.5
المجموع	49	%100

مثلت نسبة من قالوا أنهم يتابعون أطفالهم أثناء التعرض للمحتوى نصف عينة الاستبيان تقريباً، وهذا يناقض اعتقاداً سائدا يقول بالمطلق إن الأسر لا تتابع أطفالها عند التعرض لوسائل الإعلام، ونسبة من قالوا أحيانا يتابعون لم تبتعد كثيراً عن نسبة من لا يتابعون أطفالهم أبداً وفي هذا إشارة إلى ضرورة أن يكون المبحوث يتابع لكي يستطيع الإجابة بواقعية على أهم الأسئلة في الاستبيان.

الجدول (3) يرصد مدى المتابعة للطفل عند تعرضه للمحتوى

ما مدى متابعتك للطفل عند تعرضه للمحتوى	ك	%
دائماً	28	57.1
أحياناً	19	38.7
أبداً	2	4.0
المجموع	49	%100

يوضح الجدول هنا الفرق بين المتابعة ومدى المتابعة هل هي دائماً حتى يدرك ولي الأمر الواقع تماماً والتي جاءت بنسبة 57.1% وتكون إجابته وافية حقيقية، أما المتابعة أحياناً التي كانت نسبتها 38% ترى الباحثة أنها معقولة جدا معبرة عن الواقع المعاش لأولياء الأمور، ونسبة 4. % – ضعيفة جدا مقابل ما سبق– والتي عنت أن أغلب أولياء الأمور تقريبا يتابعون أطفالهم عند التعرض للمحتوى تفهماً منهم لدور الإعلام في تشكيل الأفكار والقيم والسلوك لدى الطفل.

الجدول (4) يرصد نوع وسيلة المحتوى المفضل لدى الطفل

ما نوع الوسيلة المفضلة لدى الطفل	ك	%
مقروءة	1	2.0
مرئية	27	55.1
مسموعة	1	2.0
كل ما سبق	20	40.8
المجموع	49	%100

يوضح الجدول تفضيلات الأطفال لوسائل معينة، وكان أضعف التفضيل بنسبة 2.0% للوسائل المقروءة والمسموعة سواء، بينما للوسائل المرئية 55.1% في تناقض كبير، ويرجع ذلك في رأي الباحثة إلى خصائصها التي تعد عناصر جذب كلاً على حدا و تتمثل في الصورة بأنواعها والصوت و المؤثرات والألوان وأسلوب السرد وكل ذلك يسهم في تقدم المعلومة بسهولة إلى الطفل لإشباع وتحقيق حاجته و رغباته، وفي الوقت الذي أتت فيه نسبة خيار(كل ما سبق) عالية أيضا بلغت 40.8% فهي نتيجة تنسحب على الأكبر سناً في المبحوثين الأقدر على استخدام المحتوى من خلال التلفزيون والكمبيوتر والهاتف الذكي.

ولمزيد من التفصيل أضيف سؤالاً عن اسم المصدر ناقل المحتوى، فكانت الإجابة متنوعة في الأسماء ومتعددة في النوع: حيث فضل بعض المبحوثين الكتاب ومجلات الاطفال والتلفزيون، كما ذكروا قنوات أخرى لم تدخل في التحليل مثل قناة كراميش وقناة international geography وقناة mbc3 وقناة Kids الجزائرية، بينما اختار بعضهم تطبيقات شبكة الانترنت كمصدر ناقل للمحتوى مثل اليوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال جهاز الكمبيوتر و I pad، والهواتف الذكية، والأجهزة الإلكترونية مثل البلايستيشن.

ومن جهة أخرى اعتبر بعض المبحوثين أفلام ديزني وقصص الأطفال الكرتونية والرسوم المتحركة والألعاب الإلكترونية وأغاني الأطفال والأناشيد والألعاب التفاعلية هي مصادر نقل المحتوى بالنسبة لهم.

الجدول (5) يرصد تقدير المدة الزمنية التي يتعرض فيها الطفل للمحتوى

ما هو تقديرك للمدة الزمنية التي يتعرض فيها الطفل للمحتوى	ك	%
جزء من اليوم	31	63.2
نصف اليوم	15	30.6
كل اليوم	3	6.1
المجموع	49	%100

حسبت البيانات التي تحصلت عليها الباحثة بنسبة 63.2% من المبحوثين قالوا بأن الأطفال يقضون فقط جزء من يومهم في التعرض لوسائل الإعلام، وربما يعود ذلك لأجراء الدراسة الميدانية أثناء السنة الدراسية مع وجود اهتمامات أخرى لديهم مثل المشاركة في أنشطة مختلفة، ورأت مجموعة أخرى نسبتها 30.6% ان مدة التعرض للمحتوى (نصف اليوم) مشيرة إلى فئة لا تمارس أي نشاط أخر بعد الرجوع من المدرسة غير التعرض للتلفزيون، أما الأطفال الأقل من عمر الدراسة الذين وصلت نسبة تعرضهم على مدى اليوم 6.1% كانوا أكثرهم فرصة للتعرض.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الجدول (6) يبين نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل

ما نوع المحتوى الذي يتعرض له الطفل	ك	%
ترفيهي	27	55.1
تعليمي	6	12.2
إرشادي	3	6.1
تثقيفي	9	18.3
أخر	4	8.1
المجموع	49	%100

يبين الجدول السابق أكثر أنواع المحتوى متابعة وهو المحتوى الترفيهي وهذا طبيعي لأطفال في هذه المرحلة العمرية وكانت النسبة المعبرة عن ذلك 55.1%، ثم يأتي المحتوى التثقيفي في المرتبة الثانية بنسبة 18.3% ثم التعليمي و أخيراً الإرشادي على التوالي، وتشير الخانة الأخيرة (أخر) عن نسبة بلغت 8.1% بإشارة إلى أنواع أخرى غير مذكورة في الخيارات قد يكون المقصود محتوى مختلط بين الأنواع المذكورة، ويجدر بالباحثة الإشارة هنا إلى أن بعض المبحوثين كانت خياراتهم متعددة مثل اختيار (الترفيهي والتعليمي معاً أو الترفيهي والتثقيفي وهكذا) مما جعل هذه الخيارات تخرج عن حساب النسبة نظراً لذلك.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الجدول (7) يرصد تقديم المحتوى للقيم الأخلاقية من عدمه

هل يقدم المحتوى قيم أخلاقية	ك	%
نعم	17	34.6
لا	3	6.1
أحياناً	29	59.1
المجموع	49	%100

تعد بيانات هذا الجدول الفيصل في موضوع البحث الرئيس، حيث أتت نسبة جيدة نوعا ما 34.6% لمن قالوا ان المحتوى يقدم قيماً أخلاقية، ونسبة بسيطة جداً بلغت 6.1% لمن نفوا تقديم المحتوى للقيم، ونسبة عالية بلغت 59.1% ممن اختاروا (أحيانا) كأنهم بذلك لا يعترفون بدور هذا المحتوى في تقديم وتدعيم القيم الأخلاقية أو أنهم غير متابعين بدقة للمحتوى، لذلك جاءت إجابتهم بشكل عام.

الجدول (8) يبين مدى تأثير المحتوى على سلوك طفلك

ما مدى تأثير المحتوى على سلوك طفلك	ك	%
عالي	9	18.3
متوسط	33	67.3
ضعيف	7	14.2
المجموع	49	%100

أجاب ما نسبتهم 18.3% بان تأثير المحتوى على سلوك الطفل عالي، وهي نسبة غير متوقعة بناء على استقراء الواقع الذي يعيشه الطفل في ظل تعرضه لوسائل الإعلام، بينما النسبة الأكبر هنا 67.3% أكد فيها المبحوثين أن للمحتوى تأثير متوسط ليس بالكبير على سلوك أطفالهم وهذا يتطابق تماماً مع النتيجة السابقة حول الاعتراف بتقديم محتوى الأطفال للقيم من حيث ارتفاع النسبة، بما يعني واقعية النتيجة مادام تقديم القيم وتدعيمها ليس أحياناً، أما 14.2% فكانت نسبة الذين قالوا بضعف التأثير و ترجح الباحثة أن يكون سبب عدم التأثر بالمحتوى هو سوء توصيل الرسالة الإعلامية المقدمة للقيم الأخلاقية، أو سوء تمثيل المعلومات الخاصة بالقيم الأخلاقية .

الجدول (9) يرصد أساليب تقليد طفلك للسلوكيات عبر المحتوى

هل يقلد طفلك ما يتعرض له من سلوكيات	ك	%
دائما	6	12.2
أحيانا	36	73.4
لا يقلد	7	14.2
المجموع	49	%100

تدعم بيانات هذا الجدول ما جاء من نتائج في الجدولين (8- 9) حيث اوضحت النسب الإحصائية أن الطفل لا يقلد دائماً السلوكيات التي تُصدر إليه عبر المحتوى ولذلك كانت النسبة منخفضة (12.2%) وأنه لا يقلد أبداً السلوك بنسبة 14.2%، في حين تقليده لذلك يظهر بعض الأحيان بنسبة 73.4% ولا يظهر أحياناً أخرى، بمعنى أخر أن الطفل يتأثر فعلاً بما يقدم له وهذا يفسر ضرورة الاهتمام بمحتوى الطفل خاصة في جانب غرس القيم الأخلاقية المجتمعية.

الجدول (10) يوضح مستوى معرفة حقيقة تقديم المحتوى لبعض القيم الأخلاقية

هل يقدم المحتوى الموجه إلى الطفل هذه القيم أو بعضها	ك	%
نعم	28	57.1
لا	4	8.1
أحياناً	17	34.6
المجموع	49	%100

يبين الجدول مستوى تقديم القيم الأخلاقية للأطفال عبر وسائل الإعلام، حيث أجاب ما نسبتهم (57.1%) يمثلون قرابة نصف العينة بان وسائل الإعلام التي يتعرض لها الطفل تقدم له مجموعة من القيم التربوية والأخلاقية عبر محتواها، وهذا في نظر الباحثة مستوى جيد ومنصف، وفي المقابل أجاب ما نسبتهم (8.1%) بأن المحتوى لم يقدم هذه القيم بشكل مناسب في المحتوى المقدم للطفل، بينما أوضح ما نسبتهم (34.6%) بأن وسائل الإعلام تقدم القيم التربوية بنسبة لا بأس بها حيث أن هذه القيم تقدم للطفل أحياناً وليس بشكل دائم.

الجدول (11) يبين مدى موافقة المبحوثين على فكرة استخدام بعض المحتوى لغايات خبيثة تضر بالطفل

هل يمثل بعض المحتوى الموجه إلى الطفل الضرر له	ك	%
أوافق	29	59.1
محايد	14	28.5
لا أوافق	6	12.2
المجموع	49	%100

وافقت نسبة كبيرة من المبحوثين (59.1%) على فكرة احتمال أن يمثل بعض المحتوى الموجه إلى الطفل ضرراً عليه وهو ما يفسر بواقعية حجم المشكلة إذا لم يقف القائمين على الإعلام والمهتمين بالقضية لمعالجتها جذرياً، و يفسر أيضاً وعي الناس بأهمية إيجاد إعلام خاص بالطفل يقوم على دراسة وافية و استراتيجية حول عمق الإنتاج وتحقيقه أهداف سامية أخلاقية، و جاءت نسبة (28.5%) للذين يقفون موقف الحياد من الفكرة وهذه منطقة ضبابية لا نستطيع الركون إليها عند تقرير أو تفسير النتيجة، أما من أبدوا عدم الموافقة على هذه الفكرة كانت نسبتهم (12.2%) و قد يرجع ذلك لبساطة تفكيرهم و تفسيرهم حيال هذه القضايا.

الجدول (12) يوضح مدى التوافق مع تأثير المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل وفي نجاح المجتمع

المحتوى الجيد يؤثر في بناء شخصية الطفل ثم في نجاح المجتمع	ك	%
أوافق	43	87.7
محايد	6	12.2
لا أوافق	0	0
المجموع	49	%100

أوضحت نتائج تحليل الجدول قوة ردة فعل مبحوثين حول هذا التساؤل ووضوحها مقارنة بردة فعلهم عن التساؤلات السابقة، وربما يعود السبب إلى الربط بين بناء شخصية الطفل و نجاح المجتمع، بمعنى تعظيم النتيجة بعد تأثر الطفل بالمحتوى الجيد المقدم إليه، فظهرت نسبة أعلى قدرت ب(87.7%) للذين وافقوا على أن المحتوى الجيد سيؤثر في بناء شخصية الطفل وبالتالي ستؤثر هذه الشخصية في دورة حياة المجتمع الذي سيتقدم ويزدهر نتيجة ذلك، فالطفل السوي اليوم هو رجل المستقبل و عماد المجتمع، اما من حايدوا هذه العلاقة يمثلون نسبة (12.2%) و لا تعليق على ذلك سوى أنهم لا يعون أثر وسائل الإعلام وقدرتها على الغرس الثقافي و التغيير الاجتماعي و ترتيب الأولويات ووضع الأجندة، في حين خرجت النسبة صفرية لخانة (لا أوافق) كتضمين صريح لذلك الأثر وحقيقة تأثير المحتوى الجيد في بناء شخصية الطفل السوي المنتج لينهض بالمجتمع .

ثالثاً: عرض ومناقشة نتائج بطاقة المقابلة

قصدت الباحثة من فصل نتائج الاستبيان عن نتائج المقابلة الشخصية، لتجربة الأسلوب الكيفي في تحليل النتائج بهدف استقراء الحال واكتشاف مستقبل الموضوع قيد الدراسة، حيث أسفرت عملية تحليل بطاقة المقابلة عن رصد النتائج التالية:

1. يتابع أولياء الأمور تعرض أطفالهم للمحتوى المقدم إليهم عبر وسائل الإعلام وعبر تطبيقات الأجهزة الذكية المربوطة بالإنترنت، إن لم يكن دائماً فعلى الأقل أحياناً ولكن هذه المتابعة بشكل عام متقطع بدون تعمق، وقد تنعدم أحياناً أخرى، وعلل بعض أولياء الأمور ذلك بانشغالهم وتركيزهم في أمور حياتية أخرى.
2. كل الأطفال بدون استثناء يفضلون المحتوى المرئي سواء عبر التلفزيون أو عبر تطبيقات الانترنت، في حين البعض القليل فضل أنواع أخرى بمرافقة التلفزيون، وفي ذلك ترى الباحثة أن عدم تفضيل المحتوى المقدم عبر الوسائل المقروءة أو المسموعة لندرة إنتاجها وانعدامه وعدم إتاحته للطفل ليس إلا.
3. يتعرض الأطفال لمصادر مختلفة تنقل المحتوى مثل القنوات المتخصصة (mpc3 – سبيستون – نيكلوديا– – CN– ماجد– توم وجيري) ولأشكال فنون متعددة مثل قصص الرسوم المتحركة سبونج بوبن والأغاني والأناشيد والمسلسلات العربية والمدبلجة مثل " رومو وديانا" "شفا" إلى جانب قنوات اليوتيوب والمقاطع الفكاهية والمهارات فيها.
4. بما أن الأطفال محل الدراسة في مرحلة عمرية مبكرة، فجلهم يتعرضون للمحتوى جزء من اليوم إلى نصف اليوم باعتبارهم إما يقضون وقتاً في الدراسة أو يلعبون مع أشقائهم وأقرانهم.
5. عند السؤال عن نوع المحتوى تسابق الكل في الإجابة باختيار (الترفيهي) وبعض يسير اختار إلى جانب الترفيهي الإرشادي والتعليمي والتثقيفي.
6. يقدم بعض المحتوى قيماً أخلاقية ويراه بعض أولياء الأمور معكوساً في أخلاقهم وأدبهم، والبعض الأخر لا يساهم حتى تقديم القيم إلا بنسبة ضئيلة جداً (1%)، ونظراً لأن بعض المبحوثين قالوا منذ البداية أنهم لا

يتابعون تعرض أطفالهم للمحتوى او على الأقل بشكل جيد، فذلك قد يكون سبب كافي لعدم معرفتهم بتقديم القيم الأخلاقية من خلال المحتوى من عدمه.

7. يؤثر المحتوى على سلوك الطفل من درجة متوسطة إلى عالية غالباً ويتمثل ذلك في تحول الطفل الذي يداوم على مشاهدة العنف إلى عصبي المزاج، وفي تكرار طلباتهم وارتفاع سقف الطلبات ليتناسب مع مستوى الحياة في القصص والمسلسلات، وتنفيذ بعض الهبات والترندات العالمية، خاصة المنتشرة عبر اليوتيوب والتك توك، وغريزة المحاكاة موجودة في الطفل بالذات في الجانب المهاري.
8. يقلد الأطفال محل الدراسة بعض السلوكيات التي تمرر إليهم خلال غرس بعض القيم، مثل قيمة الأمانة وسلوك إرجاع الطفل الشيء الضائع إلى صاحبه، والتحدث باللغة العربية الفصحى وتقليد الشخصيات وبإتقان، وتقليد طريقة الأكل بهمجية كما في قنوات اليوتيوب وبرامج صراع الأكل، وقناة طيور الجنة والدور الذي تؤديه في اكساب وتعليم الطفل القيم الإسلامية، وتحفيظ الطفل بعض الأناشيد ذات الكلمات الهادفة.
9. يدعم بعض المبحوثين فكرة تقدم المحتوى الأخلاقي والتربوي عبر التلفزيون بعض القيم الأخلاقية مثل الأمانة واحترام الكبير والتعاون كمساعدة الضرير على قطع الطريق، و مساعدة الأم في أعمال المنزل، ونهاية الكذاب وذنب الكذب، عكس المحتوى المقدم عبر التطبيقات التي تبحث عن تحقيق المشاهدات فقط، و اختلف معهم بقية المبحوثين حيث نفوا ذلك من وجهة نظرهم قائلين بأن تشكيل القيم وتدعيمها كان في زمن سابق منذ سنوات طويلة عندما كانت الرسوم المتحركة توجه رسائل إيجابية محددة وواضحة مثل رسوم (عهد الأصدقاء – لحن الحياة – مغامرات زينة وغيرها).
10. اتفق المبحوثين بشدة حول بث (بعض المحتوى الموجه للطفل) رسائل مؤدلجة وغايات خبيثة تهدر وقت النشء فيما لا ينفعهم، ويضرهم أخلاقياً و نفسياً و اجتماعياً على جميع الصعد، عدا أحدهم الذي فسر عدم اتفاقه تماماً مع الفكرة قائلاً " لا نستطيع التعميم فبعض مسلسلات الأطفال جيدة وبمضمون لا يخلو من تدعيم القيم الإيجابية" ويبدو في الموقفين الاتفاق فالرأي الأول قال بعض المحتوى يبث رسائل مؤدلجة و خبيثة، والرأي الثاني قال بعض المسلسلات لا تخلو من القيم الأخلاقية، ما يؤكد أنه فعلاً يوجد بعض المحتوى الذي يوظف لمحاربة القيم الأخلاقية في الطفل، كما أكد المبحوثين من واقع متابعتهم بعض

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

القنوات التي تبث مضامين تضرب بتعاليم الدين والخلق الحسن مثل قناتي نيكلوديا و CN، والتي تم حذفها من على جهاز الاستقبال (الديجتال) بل و وصفوا ذلك بأنه حرب على النشء، ويقصد به إهدار وقتهم فيما لا يفيدهم

– دعم المبحوثين جملةً العبارة القائلة بأن المحتوى الجيد يؤثر في بناء شخصية الطفل ثم يؤثر هذا الطفل السوي في نجاح المجتمع، بالموافقة الكاملة وعلقوا على ذلك بأن إعلام الطفل نقطة أساسية في بناءه، والطفل المبني على أسس تربوية مجتمعية، هو الطفل السليم الذي يكون المجتمع، و ان دور الإعلام لا يقل عن دور الأسرة والمدرسة في تشكيل شخصية الطفل، و أن أخطر ما يسوق له الإعلام المؤدلج على سبيل المثال لا الحصر فكرة المثلية والترويج لها في برامج و أغاني الأطفال وسخروا لها شخصيات معروفة في رسوم الأطفال، كذلك تسليط الضوء وبتركيز على الشخصيات الهلامية والسلبية لترويج أسلوب عدم اللامبالاة حيال التفاصيل الحياتية، لشغل الطفل عن تكوين ذاته وفق ما يجب فعله وما يصح من سلوك يناسب عقيدته ودينه ومجتمعه.

النتائج العامة للدراسة:

1. أن مضامين الرسوم الكرتونية عينة الدراسة تعرض قيماً أخلاقية متنوعة بتنوع المسلسلات، بمعنى أنها لا تسعى لأن تحمل القيم الأخلاقية التي يجب أن يتشبع بها الطفل العربي المسلم، بقدر ما تتعاطى مع ذلك كيفما يتوفر وليس كما يجب، وإن تناول القيم الأخلاقية في إعلام الطفل لم يعد هدف أو غاية، ويظهر التباين في عرض القيم كبيراً.
2. أغلب برامج الإعلام الموجه إلى الطفل عبر القنوات العربية هو صناعة غربية بثقافة غربية لا تتصل بالطفل المسلم العربي.
3. أن اهتمام أولياء أمور الأطفال بمتابعة ما يتعرض له أطفالهم في هذه المرحلة يدلل على وعيهم بحساسية الموضوع، و إن كان ذلك يتفاوت بينهم من دائماً إلى أحياناً، و ان هذا الوعي لم يكن بنفس الدرجة سابقاً، وترجع الباحثة ذلك إلى اختلاف شكل المحتوى الموجه إلى الطفل عنه قديماً، حيث كانت وجبة الطفل ذات فائدة تحوي القيم الأخلاقية والعلمية و أفضل بكثير من الآن حيث زمن غلبة البحث عن الربح أكثر من الجودة، ولكن هذا الاهتمام يتراجع امام تهافت الأطفال وعنادهم للاطلاع على الأجهزة الذكية والتعرض إلى تطبيقات الانترنت.
4. أن الطفل يفضل المحتوى المرئي الترفيهي ويتأثر بالمحتوى الموجه إليه سلباً وإيجاباً، وأصبح التلفزيون يوازي تطبيقات الانترنت عبر الأجهزة الذكية (الكمبيوتر والهاتف) وأحياناً كثيرة تتفوق التطبيقات على التلفزيون في مستوى التفضيل.
5. إن الطفل يقلد ما يقدم إليه في المحتوى غالباً سواء أكان فعل أو قول، وإن كان المحتوى لا يقدم قيماً أخلاقية إلا بنسب قليلة، خاصة أن أكثر المحتوى مستورد يعبر عن ثقافة غير ثقافتنا وعن هوية غير هويتنا.
6. إيمان أولياء الأمور بدور وسائل الإعلام والاتصال في تدعيم وتعزيز القيم الأخلاقية لدى الطفل وتأثر الطفل بها وتأثير الطفل في صحة بناء المجتمع.
7. تفسر نتائج البحث ما قدمته نظرية الغرس الثقافي من خلال تفاعل الطفل وتعاطيه مع المفاهيم والقيم وحتى تقليده لها، وخاصة القيم التي يتكرر عرضها له في رسائل مختلفة الإطار والشكل.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

التوصيات:

1. مطالبة صناع القرار والمسؤولين في وزارة الإعلام بوقفة جادة للنظر فيما يقدم من خلال القنوات المحلية والفضائية إلى هذه المرحلة العمرية، والتنسيق بينهم وبين النخبة الاكاديمية والموهوبة في إعداد وانتاج محتوى وسائل إعلام الطفل.
2. إعداد المضامين الإعلامية المناسبة للطفل وتفضيلاته ليمرر من خلالها القيم الأخلاقية بأسلوب موضوعي.
3. مقاومة الإنتاج المستورد الذي يهدد قيمنا عن طريق توفير ما يعوض الطفل عنه.

مصادر البحث ومراجعه

أحمد شحاته. (2021). دور مجلات الاطفال في بناء شخصية الطفل المصري. *مجلة البحوث الاعلامية*، ص: 284.

محمد خليل الرفاعي. (2011). دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسر العربية. *مجلة جامعة دمشق*، ص: 687.

عمار خلايفية. (2021). دور صحافة الاطفال في التنشئة الاجتماعية من وجهة نظر المربيات. مجلة الاعلام والفنون، ص: 265.

جميلة قادم. (2022). القيم الأخلاقية في وسائل الاعلام وتأثيرها على شخصية الطفل وسلوكه. *مجلة أبعاد*، ص: 11.

أمل محمد نبيل. (ب ت). الدور التربوي لوسائل الاعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية. *مجلة جرش للبحوث والدراسات*.

منال هلال المزاهرة. (2012). *نظريات الاتصال*. عمان: دار المسيرة.

محمد خليل الرفاعي. (2011). دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسر العربية. *مجلة جامعة دمشق*، صفحة 687.

محمد كشيش. (2021). مفهوم الدور. تم الاسترداد من mail.almerja.net.

يعلي محمد السعيد– نور الهدى عبادة. (2018). التربية الاعلامية – قراءة في المفهوم والأهداف والوسائل. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*.

سمير العرج. (2006–2007). *دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري*.

لطيفة طبال – أسماء رتيمي. (2020). *الدلالة السوسيولوجية للقيم*.

عطية جبارة. (1984). *علم الاجتماع الاعلامي*. بدون ذكر بلد النشر: عالم الكتب.

إيمان فكري. (2021). *دور الاعلام في بناء منظومة الاخلاق*. تم الاسترداد من بوابة الاهرام.

منى الحديدي/ سلوى إمام. (2006). *الاعلام والمجتمع*. القاهرة.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

مختار يمينة. (2008). *أثر الاحداث السياسية المشاهدة على التلفزيون على التنشئة السياسية للطفل*. الجزائر.

أحمد أمين. (2011). *كتاب الاخلاق*. المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي.

السعيد بو معيزه. (2005-2006). *أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب*.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية
دراسة ميدانية

The Role of Social Media in Raising Awareness of National Reconciliation Efforts
A field study

1. فائزة حمد الفارسي قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الإعلام والاتصال جامعة اجدابيا

Faiza Hamad Al-Farsi Department of Radio and Television, Faculty of Media and Communication, University of Ajdabiya

Faizalfrsi@uoa.edu.ly

2. إيمان محمد جودة– قسم العلاقات العامة – كلية الإعلام والاتصال جامعة اجدابيا

Iman Muhammad Judeh, Department of Public Relations, Faculty of Media and Communication, University of Ajdabiya

Emanalmshity5@gmail.com

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وبيان مدى وعي المبحوثين بمفهومها، والكشف عن قضاياها التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديد ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، وإبراز السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية.

واعتمد الدراسة على ثلاثة مفاهيم رئيسة تتمثل في: وسائل التواصل الاجتماعي، والتوعية، والمصالحة الوطنية، وتعتمد في توجهها النظري على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وبناء على ما تقتضيه طبيعة هذه الدراسة، يكون المنهج الوصفي هو الأنسب؛ ويتمثل مجتمع الدراسة في المواطنين بمنطقتي بنغازي وطرابلس، وتكونت عينة الدراسة من (1000) مفردة اختيرت بطريقة الأسلوب العشوائي، وتمثلت أداة جمع البيانات في استمارة الاستبانة. وأسفرت الدراسة عن ان الوحدة الوطنية واستقلال المجتمع هي اهم قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي، كما توصلت إلى أن "التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية" تأتي في مقدمة ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، وأن دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي هي أهم أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية.

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات كانت أهمها التوصية بتعزيز مكانة قضية المصالحة الوطنية الليبية واستعادة أولويتها بوصفها قضية مركزية للمجتمع الليبي.

الكلمات المفتاحية

التواصل الاجتماعي، المصالحة الوطنية، التوعية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

Abstract

The study aims to identify the role of social media in raising awareness of national reconciliation efforts, to clarify the extent of respondents' awareness of the concept of national reconciliation, to reveal the national reconciliation issues that social media focused on, to determine the controls for activating the role of social media in raising awareness of national reconciliation efforts and issues, and to highlight the negatives that limit the effectiveness of the role of social media in raising awareness of national reconciliation efforts.

The study is based on three main concepts: social media, awareness, and national reconciliation, while its theoretical orientation is based on the theory of social responsibility. Based on the nature of this study, the descriptive approach is the most appropriate; the study community is represented by citizens in the Benghazi and Tripoli regions, while the study sample consisted of (1000) individuals selected randomly, and the data collection tool was the questionnaire form.

The most prominent issues of national reconciliation that social media focused on are: (a) "national unity" at (19.8%), (b) "independence of society" at (10.2%), (c) "rejecting violence and fighting terrorism" at (9.3%).

The study recommends strengthening the status of the Libyan national reconciliation issue and restoring its priority as a central issue for Libyan society, increasing its presence in regional and international forums, and denying the justifications and excuses that are being used to ignore and turn away from it.

Keyword

social media, national reconciliation, awareness

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

المقدمة

ترجع نشأة قضية المصالحة الوطنية الليبية إلى أعقاب ثورة فبراير حيث مشروع العدالة الانتقالية، وما صاحبها من تحديات جمة ناجمة عن ضعف مؤسسات الدولة وأجهزتها وانعدام الأمن العام. ولأن المصالحة الوطنية مطلب جوهري لدخول البلاد في مسار انتقال سلمي يتحقق فيه الشمول ويمهد لعبور آمن إلى مرحلة الاستقرار، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى لا غنى عنها لإرساء مبادئ العدالة الانتقالية والتصدي الحازم لانتهاكات حقوق الإنسان، وإعادة النظر في الأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية، وإصلاح منظومة القضاء برؤية شاملة تقضي على كل أشكال الظلم والاستبداد والطغيان وكل مظاهرها، ومعالجة الخلل الذي أدى إلى الانقسام والصراع.

بالإضافة إلى تفعيل الحراك السياسي في المجتمع ورفع الوعي السياسي لدى المواطنين؛ لإعادة الثقة بين الأحزاب والتكتلات السياسية والانتقال بالجميع إلى مجتمع قائم على التعاون والوئام والتفاهم وفق قوانين تجعل الجميع على قدم العدالة في الحقوق والواجبات (صلاح، 2024).

وترتكز المصالحة الوطنية في المجتمع الليبي على آليات عدة: كالحوار الوطني، والوساطة الدولية، والتفاوض، والتحكيم، والمقاضاة... إلى غير ذلك من الآليات التي توجب على أطراف المصالحة الالتزام بالصالح العام، بعيداً عن المصالح الشخصية التي تستند إلى آلية القوة التي من شأنها تهديد الأمن العام ونبذ الاستقرار وإشاعة الفوضى؛ الأمر الذي يجعل من المصالحة الوطنية فرصة حيوية لترميم الثقة، وإعادة بنائها بين القوى والتكتلات السياسية ومكونات المجتمع الليبي (اللافي، 2024).

ويؤكد أحد التقارير الصادرة عن "منظمة الأمم المتحدة" ضرورة دعم الجهود التي تدعم تحقيق المصالحة الوطنية عبر تشجيع الحوار، وكسر الجمود السياسي في ليبيا، وتحديد الفرص التي تبرز من خلالها جهود السلطات الليبية والمجتمع المدني تجاه هذه الغاية، مشيراً إلى أن الشعب الليبي يتطلع إلى الاستقرار، وتوحيد المؤسسات وإجراء انتخابات وطنية، مؤكداً الحاجة إلى النأي عن الإجراءات الأحادية التي تعرقل العملية السياسية (بعثة الأمم المتحدة لدعم في ليبيا، 2023).

ومن الملاحظ أن نجاح المصالحة الوطنية رهن تفعيل جهود المؤسسات الاجتماعية وترشيدها، ولعل من أبرزها المؤسسة الإعلامية عامةً ووسائل التواصل الاجتماعي خاصةً، ولا سيما أن هذه الوسائل سلاح ذو حدين، إما إيجابي يسهم في التوعية الصحيحة والصادقة بجهود المصالحة الوطنية وترتيب قضاياها لدى الجمهور، ودفعهم إلى المشاركة والتفاعل مع هذه الجهود ودعمها على نحو يوحي بتحقيق أهدافها وإرساء دعائمها الوطنية، وإما سلبي يؤدي إلى التقليل من هذه الجهود عبر نشر كثير من المعلومات من دون التحقق من مصداقيتها، والتحيز في تغطية جهود المصالحة الوطنية، وإثارة الشكوك بنشر الأكاذيب والشائعات والمعلومات المضللة التي تثير الفتن حول هذه القضايا، وتغليب المصالح الخاصة على المصلحة الوطنية العامة، ومحاربة الأفكار البناءة التي تساند جهود المصالحة الوطنية.

ومن منطلق ذلك ينبغي لوسائل التواصل الاجتماعي أن تدرك القيمة الأساسية لقضية المصالحة الوطنية؛ بوصفها القضية العليا التي تشغل الأمة كأحد أهم التي التحديات التي تواجه جهود المجلس الرئاسي لتشكيل حكومة وحدة وطنية، بل تصبح ضرورة حتمية لتأسيس قاعدة بناء دولة تجمع الليبيين بشكل موحد ، وتكون ركيزة التعايش السلمي بين مكونات المجتمع الليبي هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يعد الالتزام بالمعايير المهنية ومبادئ المسؤولية المجتمعية، حيث الموضوعية، والحياد، والمساءلة، والدقة، وغيرها من المعايير التي تؤكد أهمية الانتقال من الحرية المطلقة إلى الحرية المسؤولة التي تتسم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الليبي.

مشكلة الدراسة:

تعالج هذه الدراسة موضوعاً حيوياً؛ يركز على معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ من منطلق تأكيد أهمية دورها الرائد في التوعية بقضايا المصالحة الوطنية وأهدافها الأساسية، استناداً إلى مدى اعتماد الجمهور الليبي عليها بوصفها مصدرا للمعلومات وأثر هذا الاعتماد في وعيهم بمفهوم المصالحة الوطنية، والقضايا الأساسية التي تسعى المصالحة إلى معالجتها لإقرار السلام وإحلال الاستقرار والوحدة الوطنية بالمجتمع الليبي، علماً بأن معالجة تلك القضايا رهن التزام وسائل التواصل الاجتماعي بمبادئ ومعايير الممارسة المهنية والمسؤولية الاجتماعية التي تسهم في تقيين دورها التوعي وضبطه وتقويمه بعيداً عن نشر الأكاذيب والمعلومات المضللة.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

وجديرُ بالذكر أن المواطن الليبي يقبل على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بناءً على كثير من المتغيرات المؤثرة في عملية التوعية: مهارة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومستوى تفضيله للمحتوى الإعلامي، ومدى موثقية المعلومات المنشورة حول القضايا الوطنية؛ لتمثل عملية التوعية مطلباً أساسياً لتقويم المعالجة الإعلامية لقضايا المصالحة الوطنية.

وبناءً على ذلك؛ تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ للكشف عن مدى اعتماد الأفراد عليها والوسائل الاجتماعية التي يعتمَد عليها، ومدى التزامها بمعايير المسؤولية المجتمعية ومبادئها حال معالجة قضايا المصالحة الوطنية؛ لإيضاح ماهيتها في إطار العلاقة بينها وبين العوامل المؤثرة في عملية التوعية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا الموضوع في دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية في ظل هذه المرحلة الانتقالية التي يشهدها المجتمع الليبي، والتي تتسم بالتغيرات الثورية السريعة والمتلاحقة في مختلف جوانبه السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية المؤثرة في كيانه؛ بحيث يمكن إجمال أهميتها في ما يأتي:

(أ) الأهمية النظرية: تتمثل الأهمية النظرية في دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ تبعًا لاتجاهات الجمهور الليبي التي تمثّل جوهر عملية التوعية؛ لتمثل جهداً علمياً منظماً في إطار منهج المسح الإعلامي؛ لسعيها نحو توفير أكبر قدر من الحقائق والبيانات عن الظاهرة محل الدراسة، يمكن أن يسترشد بها ويرجع إليها الباحثون والدارسون، وتكون ركيزة علمية للقائمين على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها والعمل في سياقها؛ لتقويم أدائها الإعلامي في أثناء معالجة القضايا الوطنية عامةً وقضايا المصالحة خاصةً، وتوجيهها نحو التوظيف الجيد لهذه الوسائل التي يقبل الأفراد على الاعتماد عليها بوصفها مصدرا للمعلومات حول الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع الليبي، بالإضافة إلى إثراء المكتبة

العربية بأحد الجهود العلمية المنهجية التي تسعى إلى تفسير وتحليل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتوعية بجهود المصالحة الوطنية.

(ب) الأهمية التطبيقية: تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في محاولة التوصل إلى عدد من النتائج العلمية؛ الهادفة إلى تحليل وتفسير العلاقة بين دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية مع التركيز على عينة من المواطنين الليبيين بمنطقتي طرابلس وبنغازي، والإفادة من هذه النتائج في الإجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها، وتقديم رؤية منهجية لتقنين دور وسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن حاجة المجتمع الليبي إلى مزيد من دراسات التوعية بجهود المصالحة الوطنية، وتقديم تصور عملي من شأنه الإفادة مما تتوصل إليه من نتائج وتوصيات منهجية في تقويم مسار المعالجة الإعلامية وإرساء مبادئ الوعي الاجتماعي المستنير بأهداف المصالحة الوطنية الليبية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي يتمثل في: معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية دراسة ميدانية، وينبثق عن هذا الهدف أهداف فرعية عدة، هي:

1. بيان مدى وعي المبحوثين بمفهوم المصالحة الوطنية.
2. الكشف عن قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي.
3. معرفة وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة قضايا المصالحة الوطنية.
4. تحديد ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها.
5. إيضاح مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرا للمعلومات عن المصالحة الوطنية.
6. إبراز السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية.
7. تقديم تصور لمعالجة السلبيات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

حدود الدراسة:

تعتمد الدراسة على أربعة حدود أساسية، هي: الحدود العلمية، والحدود المكانية، والحدود البشرية، والحدود الزمانية، ويمكن التمييز بينها على النحو الآتي:

1. الحدود العلمية: مناقشة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية.
2. الحدود المكانية: تتسع الحدود المكانية للدراسة لتشمل جميع المواطنين بمنطقتي بنغازي وطرابلس.
3. الحدود الزمانية: ت العام الدراسي (2024) مع التركيز على تطبيقها في شهري (أكتوبر ونوفمبر).

تساؤلات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من الإجابة عن تساؤل أساسي هو: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية ؟ وينبثق عن هذا السؤال تساؤلات فرعية عدة، هي:

1. ما مدى وعي المبحوثين بمفهوم المصالحة الوطنية؟
2. ما قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي؟
3. ما وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون لمتابعة قضايا المصالحة الوطنية؟
4. ما ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها؟
5. ما مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرًا للمعلومات حول المصالحة الوطنية؟
6. ما السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؟
7. ما مقترحات معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؟

نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة في الدراسات والأبحاث الوصفية المقارنة؛ التي تصف وتهتم بدراسة الحقائق بشأن الظواهر والأحداث الجارية، وذلك من خلال جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، لاستخلاص الدلائل أو إصدار تقويمات بشأنها (شفيق, 1985، ص10)، أو هي: البحوث التي تصف الأحداث والأشخاص، وكثيرا من الظواهر الأخرى، مثل: المعتقدات، والاتجاهات، والقيم، والأهداف وأنماط السلوك المختلفة (عبد الحميد, 1992، ص121).

وتميل هذه الدراسة إلى إتباع النسق التحليلي الكمي والكيفي في دراسة وتحليل دور وسائل التواصل لاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، والكشف عن اتجاهات الجمهور وتحليلها ومقارنتها.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية عامة والبحوث الدراسات الوصفية خاصة؛ بوصفه جهداً علمياً منظماً يسهم في الحصول على معلومات عن الظاهرة محل الاهتمام، وقد وظف هذا المنهج للوصول إلى إجابات وافية عن تساؤلات الدراسة، واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة، وبذلك تتضمن الدراسة مسحاً لعينة عشوائية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؛ بقصد دراسة دور وسائل التواصل لاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية.

وقد التزمت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام؛ لأنه الأسلوب الأمثل للدراسة وذلك لاعتبارات توفير الجهد والوقت الملازمين للدقة بصورة أكبر سواء عند جمع البيانات أو التبويب أو التصنيف في العمل الميداني أو في عمليات المراجعة والتحليل، بالإضافة إلى أن قلة الحالات تمكننا من توجيه أسئلة تقتضيها دراسة جميع جوانب البحث، كما أنه يتيح للباحثة التعمق في دراسة الظاهرة عن طريق جمع المعلومات الواقعية والدقيقة بشكل شامل.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يقصد بمجتمع الدراسة: أفراد أو كيانات معنوية عامة ذات علاقة بموضوع الدراسة، المراد منها إجراء دراسة ما عن طريق مسح عينة خاصة ومحددة منها؛ للوصول إلى حقائق ونتائج عن ظاهرة أو مشكلة معينة عن طريق تطبيق مسح اجتماعي باستخدام أدوات البحث العلمية، أو جميع الأفراد أو العناصر التي تعاني مشكلة الدراسة أو هي ذات علاقة بها، وتسعى الباحثة إلى تعميم نتائجها عليها (الخرابشة، 2012، ص24).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ويتمثل مجتمع الدراسة في جموع المواطنين القاطنين بمنطقة بنغازي ومنطقة طرابلس بوصفهم الطرفين الأساسيين للمصالحة الوطنية في المجتمع، والقوى الفاعلة التي يمكن أن تسهم في نجاح المصالحة وتعزيز الوحدة الوطنية.

عينة الدراسة:

تُعد العينة من أهم المحاور التي يستخدمها الباحث في بحثه؛ فاختيار العينة بشكل جيد ومناسب يساعد على التوصل إلى نتائج ذات مصداقية عالية وكفاءة موثوق بها، وعليه حددت الباحثة العينة الدراسة في (1000) مفردة مقسمة بالتساوي بين منطقتي بنغازي وطرابلس، كما راعت المساواة بين الذكور والإناث، وهو عدد كافٍ للخروج بمؤشرات دالة إحصائياً؛ علماً بأن هذا العدد يسمح للباحثة بتمثيل التنوع والاختلاف في خصائص العينة.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستبانة التي تكونت من محورين أساسيين الأول: البيانات الأساسية للمبحوثين، والثاني: شبكات التواصل الاجتماعي والمصالحة الوطنية، وتضمنت الأسئلة البحثية الخاصة قياس جميع المتغيرات التي تستهدفها الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

وعقب الانتهاء من إعداد أداة الدراسة في صورتها الأولية، عرضت على جمع من المحكمين من تخصصات مختلفة، ذات صلة وثيقة بالموضوع، للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها لقياس الهدف الذي أعدت من أجله، وقد طلبت من السادة من المحكمين [2] إبداء الرأي حول: ارتباط العبارة بالبعد الواردة تحته، ووضوح العبارة ودقة صياغتها، وتقويم درجة أهمية العبارة، ومقترحاتهم بالحذف أو التعليل أو الإضافة، حيث اختيرت العبارات التي أُجمِع عليها بنسبة (90%) فما فوقها من قبل السادة المحكمين، مع إجراء بعض التعديلات على محتوى الاستبانة، وبهذا تكون أداة الدراسة في صورتها النهائية مكونة من (34 سؤالا)، كما تُحُقِّقَ من صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستبانة باستخدام قيمة معامل (ألفا كرونباخ Alphacronbach)، بين درجة كل عبارة من

[2]. أ. د خالد سبيتة عضو هيئة التدريس بكلية الإعلام جامعة بنغازي. أ. د عبد الله حميدة المرضي عضو هيئة التدريس بكلية الإعلام جامعة بنغازي.

عبارات المحورين والدرجة الكلية لهما بنسبة (0.82) للمحور الأول، وبنسبة (0.85) للمحور الثاني، بمتوسط (83.5%) لمجمل محوري استمارة الاستبانة، ثم قامت الباحثة بدراسة استطلاعية للتأكد من صحة تصميم الاستبانة ومدى استيعاب الطلاب لمفرداتها، وذلك بتطبيق الاستبانة على (100) مبحوث.

وقد اعتمدت الباحثة على برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (SPSS) "Statistical Package For Social Sciences"؛ لاستخراج المعاملات الإحصائية التي تفسر العلاقة بين المتغير الأساس والمتغير التابع في الدراسة، وذلك من خلال الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والوزن المئوي: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى، وألفا كرونباخ: للتأكد من ثبات محاور الدراسة عامةً والاتساق الداخلي بين كل عبارة من عبارات كل محور على حدة، ومربع كاي.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الدراسات السابقة:

سعت دراسة **(Siyal & Broh:2023)** إلى سد الفجوة النظرية حول كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي، والبحث عن كيفية مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للأشخاص على تعرُّف السياسة خارج المدرسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتُمد فيها على منهج المسح الإعلامي بالعينة العشوائية البالغ قوامها (977) طالباً في الجامعات الباكستانية، وتمثلت أداة جمع المعلومات في استمارة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) بإمكان الطلاب معرفة السياسة من خلال المناقشة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي، (ب) أشارت النتائج أنه كلما تحدث الطلاب عن السياسة على وسائل التواصل الاجتماعي كان فهمهم للسياسة أفضل؛ نظراً لأن أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي لا تنطوي على مستخدمين، فإنها لا تفعل سوى القليل لرفع الوعي السياسي. (ج) يتعلم الطلاب مزيدًا من المعلومات عن السياسة عندما يتحدثون عنها مع أقرانهم مقارنة باستخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي فقط. (د) يعتمد وعي الطلاب السياسي على جنسهم وعمرهم ومقدار الأموال التي لديهم.

استهدفت دراسة **(Fakeye: 2023):** الإجابة عن تساؤل أساسي وهو كيف تؤثر وسائل الإعلام الاجتماعية في مستوى التنوير السياسي من حيث الوعي السياسي للشباب؟ وتَعَرُّف الاستجابات المتعلقة بإسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث منهج المسح الاجتماعي بالعينة العشوائية لـ (396) شاباً في سبعة أحزاب سياسية في بلدة إيلارو الواقعة في ولاية أوجون بنيجيريا، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب في المدينة معلقون سياسيون نشطون على وسائل التواصل الاجتماعي ومطلعون على سياسة الأرض والأمة حول الموضوعات الرئيسة في الإنترنت وخارجها. (ب) تُعد تطبيقات الشبكات الاجتماعية بمنزلة منبر لجمهور متجانس ومتنوع ومتفاعل على نطاق واسع، كما أوضحت النتائج أن صانعو الرأي يتشاركون آرائهم بحرية حول كثير من أنشطة الحكومة ووكالاتها، ويناقشون ويسهمون في القضايا الموضوعية ذات الاهتمام العام، كما أوصت الدراسة بالاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي

من قبل الشباب؛ لتوليد وجهات نظر معارضة قد تكون بمنزلة كش ملك ضد الآراء الشعبية غير المربحة أو الراضية، وهو أمر ضروري لكل ديمقراطية.

هدفت دراسة **(Adams and et al:2023)** إلى التعرُّف على الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في توليد الوعي السياسي والمناقشة والاستراتيجيات من أجل انتخابات أفضل، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتُمد فيها على منهج المسح الإعلامي للأوعية العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) برزت وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها قوة قوية تتجاوز الحدود الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتوحد الناس من خلفيات متنوعة. (ب) تكمن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في قدرتها على إعادة تشكيل عملية الحكم، وتوفير منصة لزيادة مشاركة المواطنين من خلال تعزيز الوعي بأنشطة الحكومة. (ج) كان لانتشار منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها تأثير عميق في المجتمعات والمؤسسات والحكومات في جميع أنحاء العالم، ومن بين الإسهامات البارزة لوسائل التواصل الاجتماعي دورها في نشر المعلومات عن الأنظمة السياسية للدولة، والأنشطة السياسية، والتعبئة السياسية، وتعزيز الوحدة في ظل التنوع، وتعزيز مجتمع متناغم وشامل. (د) تتمثل أهم مساوئ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في: القدرة على زرع الفوضى والانقسام، وتهديد الوحدة الوطنية والاستقرار.

ركزت دراسة **(الشرافي:2022)** على إيضاح دور الإعلام الجديد في تعزيز القضايا الوطنية الفلسطينية، والكشف عن دوافع استخدام الإعلامي الفلسطيني للإعلام الجديد، وتعرف مقدار الاستفادة في تعزيز قضية المصالحة الوطنية الفلسطينية من خلال استخدامه للإعلام الجديد، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتُمد فيها على المنهج المسحي، وتمثَّل مجتمع الدراسة في الإعلاميين والإعلاميات الفلسطينيين العاملين في قطاع غزة، في حين تمثل مجتمع الدراسة في (200) مفردة عشوائية من الإعلاميين، وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) تُعد مواقع الإعلام الجديد مصدرا مهما للمعلومات في القضايا المختلفة بنسبة (92.7%)، تلاها متابعة التغييرات السياسية والاجتماعية على الصعيدين العربي والدولي بنسبة (90.1%) من مُجْمَل العينة. (ب) ضرورة بذل مزيد من الجهد في توعية الجمهور الفلسطيني بكل أطيافه بالقضايا الوطنية الفلسطينية بكل أشكالها، والعمل لتوعية الإعلاميين في استخدام الإعلام الجديد بهدف نشر الوعي بالقضايا الوطنية وزيادة معرفة الجمهور بها.

(ج) ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية الفلسطينية باستخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التسامح وحرية الاختلاف وعدم إقصاء الآخر؛ باعتباره مصدر للمعلومات له أهميته في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني.

استهدفت دراسة **(Barua and et al: 2022)** تعريف دور وسائل التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي والمشاركة السياسية، ودراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي والمشاركة، والكشف عن آثار وسائل التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسية وإشراك المواطنين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية التي اعتُمد فيها على منهج المسح الإعلامي بالعينة العشوائية الطبقية لـ (100) مستجيب من سكان منطقة ديبروجاره بالهند، وتمثلت أداة جمع البيانات في استمارة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) نشأت تحديات جديدة مع نمو وسائل الإعلام الاجتماعية في السياسة الهندية، من أهمها: انتشار الأخبار المزيفة، والمعلومات المضللة، وخطاب الكراهية، والتحريض على العنف، (ب) تظهر أهم طرق التعامل مع مشكلات وسائل الإعلام على مستوى الوعي السياسي في: تحسين تنظيم مواقع التواصل الاجتماعي والإشراف عليها، (ج) يجب على الأحزاب السياسية والمرشحين الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي باعتدال أكبر، والامتناع عن نشر المعلومات المضللة، أو التحريض على الكراهية أو الدعوة إلى العنف. (د) تؤدي منصات التواصل الاجتماعي بالفعل دورًا مهمًا في التواصل السياسي والمعرفة السياسية والمشاركة السياسية في الهند، ومن المتوقع أن ينمو هذا الدور مع تقدم التكنولوجيا، لذا فمن الأهمية بمكان الاستجابة للتهديدات التي تشكلها وسائل التواصل الاجتماعي مع الاستفادة أيضًا من الفرص التي توفرها لتعزيز الديمقراطية في الهند.

استهدفت دراسة **(النفار: 2019)** التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو تغطية جهود المصالحة الفلسطينية، ومدى قيام الصحفيين الفلسطينيين بتغطية جهود المصالحة الفلسطينية وآلية التغطية، وأهم جهود المصالحة الفلسطينية التي يحرص الصحفيون الفلسطينيون على تغطيتها، وأهم المصادر الأولية التي يعتمدون عليها. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، في إطار أسلوب مسح أساليب

الممارسة الإعلامية، بالعينة البالغ قوامها (250) مبحوثاً من الصحفيين المقيمين في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة، وجُمِعت البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء. وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) يحرص ما يزيد على نصف عينة الدراسة على متابعة جهود المصالحة كبيرة جداً، في حين ذهب بعض المبحوثين بنسبة (14%) إلى الحرص على متابعتها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً. (ب) يمثل تأثير التوجه السياسي للصحيفة في تناول القائم بالاتصال لقضية المصالحة الوطنية؛ أهم العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو تغطية جهود المصالحة الوطنية بوزن نسبي بلغ (85.6%)، وذلك مقارنة بتراجع أهمية تأثير الإعلانات والمعلنين في تناول القائم بالاتصال لقضية المصالحة الأخيرة بوزن نسبي قدره (73.2%). (ج) يمثل دعم القضية الفلسطينية على نحو عام أهم دوافع المبحوثين لتغطية جهود المصالحة بوزن نسبي (87.8%)، في حين حصل دافع الدعاية لموقف الحركة التي انتمي إليها على المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (80.4%).

هدفت دراسة **(السني:2018)** إلى معرفة دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية، ومعرفة أهمية البرامج الحوارية في تغيير سلوك الأفراد؛ نظراً لتأثيرها الكبير في تشكيل مفاهيم الأفراد وتصوراتهم تجاه القضايا الليبية المطروحة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتكونت عينة الدراسة من (120) طالباً من الشباب الجامعي (جامعة سرت، جامعة مصراتة، جامعة أجدابيا)، وتمثلت أداة جمع المعلومات في استمارة الاستبانة. وأسفرت النتائج عما يأتي: (أ) لا يعتمد (57.5%) من المبحوثين على القنوات الفضائية الليبية في متابعة قضية المصالحة الوطنية، في حين يعتمد بعضهم إلى حد ما بنسبة (30%)، وأكد (12.5%) من المبحوثين اعتمادهم عليها في متابعة قضية المصالحة الوطنية. (ب) أفاد (46.6%) من المبحوثين بأن القنوات الفضائية الليبية غير قادرة على إدارة قضية المصالحة الوطنية، في حين أفاد (35.9%) بقدرتها إلى حد ما على إدارة القضية، وأفاد (17.5%) بقدرتها على إدارة قضية المصالحة الوطنية. (ج) أوضح (56.7%) من المبحوثين أنهم غير راضيين عن ما يقدم في البرامج الحوارية مما يخص المصالحة الوطنية، في حين أوضح (32.5%) من أفراد العينة أنهم راضون عنها إلى حد ما، وذهب (10.7%) من المبحوثين إلى أنهم راضون عنها تماماً.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

ركزت دراسة **(التائب: 2013) على** معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الليبية تجاه المصالحة الوطنية، ومعرفة مواطن القصور لدى وسائل الإعلام الليبية في معالجتها لقضية المصالحة الوطنية، وتقديم مقترحات علمية لوسائل الإعلام الليبية من شأنها أن تسهم في تحسين أدائها تجاه قضية المصالحة الوطنية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمد فيها على منهج المسح الاجتماعي بالعينة الحصرية للأكاديميين المتخصصين في العلوم الإنسانية بجامعة الزاوية وأكاديمية الدراسات العليا، وتمثلت أدوات جمع البيانات في الاستبانة والملاحظة العلمية، وأسفرت نتائجها عن ما يأتي: (أ) تسهم وسائل الإعلام الليبية في تحقيق المصالحة الوطنية عبر: استضافة رجال الدين للحديث في الموضوع، وتجنب الخوض في الموضوعات التي تثير الحساسيات بين المناطق، وتكثيف تغطية الأنشطة المتعلقة بالمصالحة الوطنية، والتركيز على جوانب الاتفاق وإهمال جوانب الاختلاف بين المناطق. (ب) أكد (58.7%) من المبحوثين أن الإعلام الليبي يتحمل إلى حد كبير المسؤولية عن عدم تحقيق المصالحة الوطنية، في حين ذهب (33.3%) إلى أن الإعلام الليبي يتحمل المسؤولية إلى حد ما في إنجاز المصالحة الوطنية. (ج) وجود تقصير واضح حسب رأي العينة لدى وسائل الإعلام الليبية تجاه قضية المصالحة الوطنية. (د) ينبغي لوسائل الإعلام الليبية أن توضح أهمية المصالحة الوطنية، وما سيترتب عليها من إيجابيات لصالح ليبيا والليبيين عموماً.

أوضحت دراسة **(البدوي: 2012)** أسس المصالحة الوطنية ومفهومها، والعلاقة الوثيقة بين المصالحة الوطنية والسلم الاجتماعي، ومسببات المصالحة الوطنية وأثر عمليات العنف والصراع المسلح في إجهاض جهود المصالحة الوطنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتُمد فيها على المنهج الاستقرائي والمسح الوثائقي للأوعية العلمية المتخصصة في مجال المصالحة الوطنية. وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي: (أ) المصالحة الوطنية أمر ضروري للاستقرار الاجتماعي والوطني ومسؤولية تقع على عاتق الجميع دون استثناء على أسس ثابتة وواضحة، (ب) المصالحة الوطنية هي الركيزة الأولى في السلم الاجتماعي وبناء الدولة، (ج) الاستبداد بالرأي والنظرة الدونية والجهوية والتعصب الممقوت سبب لإذكاء نار الفتنة وتأجيج الصراع بين الإخوة. (د)

المطالبة بكل الحقوق من جميع الأطراف والتعنت في ذلك يسد باب المصالحة الوطنية ويفتح باب النزاع والخصومة على مصراعيه. (هـ) العقاب الجماعي من دون تمييز بين مذنب وبريء من شأنه زيادة الأحقاد وتأجيج نار العداوة وزعزعة الأمن والاستقرار.

ركزت دراسة **(Dimitrova and et al: 2011)** على توضيح آثارِ استخدام الوسائط الرقمية في المعرفة السياسية والمشاركة، والإجابة عن تساؤل أساسي هو: هل كان استخدام أشكال مختلفة من الوسائط الرقمية يؤثر في الأفراد بشكل مختلف؟ وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية لتحليل العلاقات السببية انطلاقاً من منهج المسح الاجتماعي، وأجريت الدراسة في أثناء الحملة الانتخابية السويدية عام 2010، وأخذت العينة باستخدام العينات الاحتمالية الطبقية من قاعدة بيانات تضم 4010 مستجيبين تتراوح أعمارهم بين 18و74 عاماً، وتوصلت الدراسة إلى: (أ) وجود علاقات إيجابية بين استخدام الوسائط الرقمية والمشاركة السياسية والمعرفة. (ب) أن استخدام الوسائط الرقمية ذات تأثير ضعيف على التعلم السياسي، ولكن استخدام بعض أشكال الوسائط الرقمية له تأثير ملحوظ في المشاركة السياسية، مثال ذلك مواقع الويب الخاصة بالأحزاب السياسي وعلى وجه الخصوص وسائل التواصل الاجتماعي. (ج) يؤثر المحتوى الترفيهي في الوسائط الرقمية بشكل سلبي في زيادة الفجوات في المعرفة السياسية بين الجمهور.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتضح أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في توجيه البحث إلى التحديد الدقيق للإجراءات النظرية للدراسة؛ من خلال بلورة المشكلة البحثية والتحديد الدقيق لتساؤلاتها وأهدافها والتمييز بين أهميتها النظرية أو التطبيقية، وتحديد مفاهيمها الإجرائية والتوجه النظري الذي يمكن الاعتماد عليه، فضلاً عن الإجراءات المنهجية من حيث النوع الدراسة، ومنهج الدراسة، وأداة جمع المعلومات، ومجتمع الدراسة وعينتها.

وبناء عليه فقد تنتمي معظم الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية الميدانية أو التحليلية باستثناء دراسة (and Barua et al: 2022) التي تنتمي إلى الدراسات الاستطلاعية، وذلك في سياق الاعتماد على منهج المسح الإعلامي في إطار أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية ومسح اتجاهات الجمهور، باستثناء دراسة (البدوي:2012) التي اعتمدت على المنهج الاستقرائي ومنهج المسح الوثائقي للأوعية العلمية المتخصصة في

مجال المصالحة الوطنية، وتنوعت أساليب اختيار العينات بين أسلوب: عينة الحصر الشامل، والعينة العشوائية، والعينة الطبقية، والعينة العشوائية المنتظمة، وتمثلت أبرز عيناتها في: طلاب الجامعات الباكستانية، والأحزاب السياسية في مدينة إيلارو وهي بلدة حدودية تنسب إلى ولاية أوجون النيجيرية، والإعلاميين والإعلاميات الفلسطينيين العاملين في قطاع غزة، وسكان منطقة ديبروجاره بالهند، والصحفيين المقيمين في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة، والشباب الجامعي (جامعة سرت، جامعة مصراتة، جامعة اجدابيا)، والأكاديميين المتخصصين في العلوم الإنسانية بجامعة الزاوية وأكاديمية الدراسات العليا، والأوعية العلمية المتخصصة في مجال المصالحة الوطنية، في حين تمثلت أبرز أدوات جمع المعلومات التي اعتمدت عليها في: استمارة الاستبانة، ودليل المقابلة، واستمارة تحليل المضمون، والملاحظة.

وتمثلت أبرز النتائج التي استُفيد منها على مستوى الدراسة الحالية فيما يلي:

1. الاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي؛ من أجل توليد وجهات نظر معارضة قد تكون وهو أمر ضروري لكل ديمقراطية.
2. تكمن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في قدرتها على إعادة تشكيل عملية الحكم، وتوفير منصة لزيادة مشاركة المواطنين عبر تعزيز الوعي بالأنشطة السياسية.
3. أثرت منصات التواصل الاجتماعي بشكل عميق في المجتمعات عبر نشر المعلومات حول الأنظمة والأنشطة السياسية والتعبئة السياسية، وتعزيز الوحدة في ظل التنوع، وتعزيز مجتمع متناغم وشامل.
4. تتمثل أهم مساوئ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في: القدرة على زرع الفوضى والانقسام، وتهديد الوحدة الوطنية والاستقرار.
5. تُعد مواقع الإعلام الجديد مصدرا مهما لنشر مفاهيم التسامح وحرية الاختلاف وعدم إقصاء الآخر؛ لأنه يعد مصدر معلومات مهما في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب.
6. تؤدي منصات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في التواصل والمعرفة والمشاركة السياسية.

7. يتحمل الإعلام الليبي إلى حد كبير المسؤولية في عدم تحقيق المصالحة الوطنية بالتركيز على جوانب الاختلاف بين المناطق وإهمال جوانب الاتفاق بينها.
8. المصالحة الوطنية أمر ضروري للاستقرار الاجتماعي والوطني ومسؤولية تقع على عاتق الجميع دون استثناء على أسس ثابتة وواضحة.
9. يسهم المحتوى الترفيهي المقدم بالوسائط الرقمية في زيادة الفجوات في المعرفة السياسية بين الجمهور.

إفطار المعرفي للدراسة

التعريفات الإجرائية للدراسة:

تعتمد الدراسة في توجهها النظري على ثلاثة مفاهيم إجرائية أساسية، هي: وسائل التواصل الاجتماعي، التوعية، المصالحة الوطنية، وبيانها كالآتي:

تعريف وسائل التواصل الاجتماعي: Social Media

ظهر مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي لأول مرة عام (2004م)؛ مرادفًا لمفهوم الروابط الافتراضية التي تربط بين الأشخاص عبر شبكة الإنترنت، ومع مرور الوقت تطور هذا المصطلح واتسع نطاقه ليشمل مواقع ترشيح المحتوى؛ لكونه يجمع عددا كبيرا من المستخدمين من ذوي الاهتمام المشترك (علم الدين، 2014، ص288).

عرف "قاموس أكسفورد Oxford Dictionaries" وسائل التواصل الاجتماعي بأنها عبارة: مواقع الويب والتطبيقات التي تمكن المستخدم من إنشاء المحتوى ومشاركته في الشبكات الاجتماعية. (The Oxford Dictionary of Current English Oxford University, 1984, p165).

عرف"قاموس ويبستر Webster Dictionary" وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: أشكال الاتصال الإلكتروني، مثل: مواقع الويب الخاصة بالشبكات الاجتماعية والمدونات الصغيرة، التي ينشئ المستخدمون من خلالها مجتمعات عبر الإنترنت؛ لمشاركة المعلومات والأفكار والرسائل الشخصية والمحتويات الأخرى، مثل: مقاطع الفيديو:(Merriam-Webster Dictionary, 2004).

كما عرفها" El-Badawy&Hashem" بأنها: فعل المشاركة، أو الأداة المستخدمة للتواصل مع الجمهور؛ بوصفها المنصة التي تسمح بالتفاعل بين الأفراد، وذلك عن طريق التواصل ثنائي الأبعاد " Tow Way Communication"، وهذا يعني أن أي فرد لديه حساب على شبكة الإنترنت يمكنه مشاركة آرائه وأفكاره وتعليقاته مع مستخدمي الوسائط الاجتماعية الآخرين(El-Badawy & Hashem, 2015, Pp, 46-52).

وترى "ماثيو هدسون MatthewHudson" أن وسائل التواصل الاجتماعي هي: أي أداة رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته مع الجمهور بسرعة، وتشمل وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة واسعة من مواقع الويب، ويتخصص بعضها، مثل: تويتر في مشاركة الروابط والرسائل المكتوبة القصيرة، وصممت تطبيقات أخرى، مثل:الانستجرام والتيك توك؛ لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو(Hudson, 2020).

وتذكر "نيرفانا حسن" أن وسائل التواصل الاجتماعي عبارة عن: تطبيقات قائمة بذاتها على شبكة الإنترنت؛ تسمح للأفراد إنشاء المحتوى وتبادله وتحديثه والحصول على تفاعلات واستجابات فورية، عن طريقة وسائل تكنولوجية عدة توفرها تلك الشبكات والمواقع، كما أصبحت مواقع الشبكات الإلكترونية تشكل واقعاً افتراضياً يتيح للمستخدم ممارسات وأنشطة مختلفة عدة، عن طريق مجموعة من الخدمات التي توفرها تلك المواقع (حسن، 2021 ص85).

ويمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: وسائط رقمية ظهرت داخل المجتمع الافتراضي على شبكة الإنترنت؛ لتتيح للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية تحتوي على بياناتهم وتسمح لهم بتكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء، وتبادل المعارف ووجهات النظر حول القضايا والأحداث المجتمعية، وتسمح لهم إنشاء ومشاركة المحتوى والتفاعل ثنائي الاتجاه، وإشباع أهدافهم ورغباتهم الاتصالية، والاستفادة من الخدمات الرقمية التي توفرها تلك الوسائل، وذلك وفق إطار عام ومبادئ أساسية تحكم عمل وسائل التواصل الاجتماعي، وتعزز قدرتهم على التحرر من الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتسم بالاستجابة الفورية والاتصال أو التفاعل اللحظي.

تعريف التوعية: Awareness

عرفت التوعية بأنها عبارة عن: اتجاه عقلي انعكاسي؛ يمكن الفرد من إدراك ذاته، وإدراك البيئة المحيطة به، والجماعة التي ينتمي إليها بوصفه عضوا فيها (الجوهري وآخرون، 1992، ص 289).

ويذهب "اللحياني وعمر" إلى أن التوعية تفيد أحد المعاني التالية (اللحياني، 2002، ص11):

1. نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى للمتلقي تجنب الضرر أو تجنب الكارثة التي قد تحدث قبل وقوعها.
2. جعل الأفراد على علم بأمر ما ديني أو دنيوي، وإقناعهم به للعمل بمقتضاه.

3. مجموعة من الأنشطة التواصلية والتربوية الهادفة إلى إيجاد حس ديني أو دنيوي في نفوس الأفراد يترجم إلى سلوك وعمل.
4. استعمال وسائل تعليمية وإرشادية محددة لتوعية الأفراد على تعديل سلوكهم وتحذيرهم؛ مما قد يحيط بهم من مخاطر، من أجل ترتيبهم على مبادئ الشريعة السمحة وقيمها العليا.
5. العملية التي تسعى إلى إكساب الفرد وعياً حول أمر ما أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة.

ويعرف "David Chalmers " التوعية بأنها عبارة عن: حالة الوعي بشيء ما، وبشكل أكثر تحديدًا، هي القدرة على معرفة الأحداث وإدراكها أو الشعور بها أو إدراكها بشكل مباشر، أو هي حالة يكون فيها الشخص مدركاً لبعض المعلومات، عندما تكون هذه المعلومات متاحة بشكل مباشر لاستخدامها في اتجاه مجموعة واسعة من الإجراءات السلوكية (Chalmers, 1997, pp 225) .

وتعرف الموسوعة الحرة مفهوم التوعية بأنها: نشاط يهدف إلى تركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس إلى مسألة أو قضية معينة (الموسوعة الحرية، 2023) .

ويقصد بالتوعية إجرائياً: نشر المعارف الصحيحة حول قضية المصالحة الوطنية؛ بحيث يتسنى لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إدراك ماهيتها وأهدافها وعناصرها الأساسية هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى دعم الجهود المبذولة عبر اتخاذ مواقف إيجابية من شأنها تعزيز وتفعيل ونجاح المصالحة الوطنية.

تعريف المصالحة الوطنية: National Reconciliation

عرف "مصطفى: 2016" المصالحة الوطنية بأنه عبارة عن: مشروع للسلام الوطني بما يحقق العدالة والاستقرار ونزع فتيل التوتر وتحكيم سيادة القانون في المجتمع، وبناء قاعدة الحوار السلمي الديمقراطي بين الجميع، كأساس لتقدم المجتمع، وهي من الأركان الأساسية في عملية التحول بنقل الشعب من حالة الفوضى أو الضبابية إلى حالة الاستقرار، والوضوح في الرؤية المستقبلية والتعايش السلمي بين جميع أطياف المجتمع (مصطفى، 2016، ص1-22).

وقدم " جلبي" للمصالحة الوطنية مفهومين أساسيين هما: (أ) العودة معاً إلى علاقة جديدة بعد نتائج مروعة وشاقة من جراء أفعال خاطئة مثل: الخيانة، وعدم الوفاء، واستخدام العنف، سواء كانت حقيقة أو محسوسة، من قبل أحد الطرفين أو كليهما، وذلك بالتصالح مع من قام بالفعل الوحشي أثناء النزاع بما يبث الثقة بينهما. (ب) نوع من التفاهم والتوافق للخروج من الأزمة، والعنف الحاصل بالطريقة التي تعتمدها أغلب الدول في فترة ما بعد النزاع بهدف إيجاد آليات وحلول ناجعة يقبلها الناس ويستجيب لها الواقع عن طريق السعي إلى الخير والسلم الاجتماعي، وتأمل دائماً إيجاد حلول يقبلها الناس ويتفاعل معها المحيط ويستجيب لها الواقع عن طريق الإنصاف وتحقيق العدالة، وبالصيغة التي تجعل من المصالحة مشروع اتفاق جماعيا وطنيا مصيريا وحتميا (جلبي، 2003، ص21).

ويعرف "Govier & Verwoerd" المصالحة الوطنية بأنها عبارة عن: استعادة علاقة وثيقة وحميمة بعد قطيعة ناجمة عادةً عن خطأ فعلي أو متصور، عادةً ما تكون السمات الأكثر وضوحًا للقطيعة هي مشاعر الغضب والاستياء القوية، ومواقف الشك وعدم الثقة، مثال ذلك: "المصالحة بين السود والبيض"، أو "المصالحة بين المسيحيين واليهود"؛ فالمصالحة الوطنية إذن مفهوم يقوم على بناء أو إعادة بناء الثقة بين الأطراف التي تباعدت بسبب الصراع؛ فهو يقدم حلاً واعداً للابتكارات المفاهيمية البارزة المحيطة عبر التأكيد على مركزية الثقة المتغيرة حسب السياق في العلاقات القابلة للاستمرار.(Govier & Verwoerd, 2002, PP:178-205)

ومن المنظور الشرعي عرف "البدوي: 2012" المصالحة الوطنية بأنها: مفاعلة بين طرفين أو أكثر؛ لغرض الإصلاح بعد العداوة، والتفاهم بعد الفرقة، وبهذا نعلم أن المصالحة هي الحل السلمي لحل الخلافات التي تكون بين المتخاصمين سواء أكانوا أفراداً أم جماعات وبالمصالحة يرفع النزاع من خلال الاتفاق بين جميع الأطراف، وبذلك تنتهي الخصومة، ويعم السلم والأمان(البدوي، 2012، ص351-371).

ويعرف مفهوم المصالحة الوطنية إجرائياً بأنه: القضاء على حالة الانقسام والصراع والعداء بين المناطق الليبية، والمبادرة الإيجابية والجادة نحو إحلال السلام وإعادة الثقة بينها والتعايش السلمي لتحقيق الوحدة الوطنية، وفق مبادئ المساواة والعدالة الاجتماعية، والمحافظة على استقرار المجتمع الليبي ودفع مسيرة التطور والتنمية المنشودة في الرؤية المستقبلية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

التوجه النظري للدراسة

تستند الدراسة في توجهها النظري إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory ، والتي صممت رسميًا من قبل "سيبرت وبيترسون وشران" في عام (1956) في كتابهم "أربع نظريات للإعلام"، الذي طُوِّر لاحقًا وتقدم به علماء آخرون؛ لضبط الحرية المطلقة التي أعطتها المبادئ الليبرالية لوسائل الإعلام مما دفع الصحفيين إلى نشر ما يحلو لهم ليس بالضرورة من أجل الصالح العام، ونفى الضجيج العام حول عمليات وسائل الإعلام ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية التي أعطت الفرضية لضرورة أخذ الاحتراف في وسائل الإعلام على محمل الجد .(Maruf, 2023)

وعليه ينطلق منظور المسؤولية الاجتماعية من فكرة التوازن بين مفهومي الحرية والمسؤولية، لتؤكد أن المزايا التي تتمتع بها وسائل الإعلام بوجهٍ عام ووسائل التواصل الاجتماعي بوجهٍ خاص تفرض عليها أن تكون مسؤولة نحو المجتمع.(أبو أصبع، 1999، ص257)

فحرية وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا والأحداث المجتمعية وتوعية الجمهور نحوها وفقا لهذا المنظور حق غير مطلق، وإنما حقا مقيد بشروط ومسؤوليات، وبموجب هذه الحرية فإن للأفراد الحق في المعرفة ومتابعة مجريات الأحداث، وأن وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولة عن تزويدهم بالمعلومات والبيانات الموضوعية والشاملة، التي تسهم في تنمية الوعي لديهم حول الواقع الاجتماعي، وتدفعهم إلى اتخاذ القرارات الصحيحة (المرسي، 2005، ص3).

وبناء عليه ينبغي لوسائل التواصل الاجتماعي، العمل وفق منهج محدد وواضح وهادف ينسجم مع السياسات التنموية، والتوجه الأخلاقي للبلدان المعنية بهذه النظرية (الفار، 2006، ص341).

ويرى " محمد حسام الدين" أن المسؤوليات الإعلامية في سياق نظرية المسؤولية الاجتماعية تُدرَك من خلال ثلاثة أسس تتمثل في (حسام الدين، 2003، ص18):

1. القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة لوسائل التواصل الاجتماعي حيث الوظائف السياسية، والتعليمية، والبيئية، والثقافية، والترفيهية، والدينية، ووظائف الخدمات....إلخ.
2. معرفة المبادئ التي ترشد وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينها القدرة على تحقيق الوظائف السابقة بطريقة علمية إيجابية ومسؤولة.
3. دراسة أنواع السلوك الأخلاقي الذي يجب على القائم بالاتصال في وسائل التواصل الاجتماعي التزامُه لتحقيق هذه المبادئ الإرشادية.

ووفق هذا المنهج يحدد سيد عثمان في دراسته النظرية للمسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر أو مكونات للمسؤولية الاجتماعية هي(كشك، 2006، ص:16-17):

1. الاهتمام: أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد، ذلك الارتباط يخالطه الحرص على استمرار الجماعة، وتقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها، والخوف من أن تصاب بعوامل أو ظروف تؤدي إلى إضعافها أو تفككها، مميزا بين أربع مستويات له هي: الاهتمام بالجماعة، والانفعال بالجماعة، والتوحد مع الجماعة، وتعقل الجماعة.
2. الفهم: يقصد به فهم الفرد للجماعة، والمغزى الاجتماعي لأفعاله، بإدراك آثار أفعاله وقراراته في الجماعة أي القيمة الاجتماعية لأي سلوك أو فعل يصدر عنه.
3. المشاركة: اشتراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام، وما يتطلبه الفهم من أعمال تساعد الجماعة في إشباع حاجاتها، وحل مشكلاتها، وبلوغ أهدافها، وتحقيق رفاهيتها، والمحافظة على استمرارها(خاطر، 2007، ص39).

وينظر ديني إليوت Elliot للمسؤولية الإعلامية من منظور المسؤولية الاجتماعية من خلال ثلاث فئات أساسية هي (حسام الدين، 2003، ص18)

1. الفئة الأولى: مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام: بتوفير البيانات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

2. الفئة الثانية: مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي: بنشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع، وما يتوقعه المجتمع من الأفراد، وإخبار الناس بما يحقق صالحهم الآني والمستقبلي، وأداء الرسالة السابقة بطريقة لا تقلل من ثقة الناس في وسائل الإعلام.
3. الفئة الثالثة: مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه: بأداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والموضوعية لما يصبو إليه الصالح العام.

ويذهب رواد نظرية المسؤولية الاجتماعية – إدوارد جيرالد Gerald، تيودور بترسون Petteson، ويليام ريفرز Rivers ، جون ميرل Mirrell ، ديني إليوت Elliot ، كليفورد كريستيانز Cristians – إلى أن وظائف الاتصال المقترحة في إطارها تتمثل في ست وظائف أساسية حيث: دراسة الواقع الاجتماعي لتوجيه السلطة بتوفير الدعم المعلوماتي حول المسائل العامة، ودعم التمويل الذاتي والتنوع في مصادره لصيانتها من الضغوط والمصالح الشخصية، تنمية الوعي الاجتماعي والعمل على تأهيل الأفراد لقيادة المستقبل، وممارسة الوظيفة الرقابية لصيانة حقوق الأفراد والمحافظة عليها، وتفعيل وترشيد الإعلان لدعم التنمية الاقتصادية، وتوفير الترفية والتسلية الاجتماعية الهادفة (القرني، 2006، ص 19).

وحول تقييم أداء وسائل الإعلام مقارنة بمبدأ المسؤولية الاجتماعية نوهت لجنة حرية الصحافة الأمريكية التي تشكلت عام (1942) تحت رئاسة "هتشنز" رئيس جامعة شيكاغو بهدف التحقيق في دورها الاجتماعي، ومدى قدرتها على أداء هذا الدور على الوجه الأكمل تزامنا مع الحرية المسؤولة، وأثر الضغوط الحكومية، والإعلان التجاري في حرية العمل الإعلامي، ومن هذا المنطلق أجملت اللجنة نتائجها في خمسة مطالب أساسية هي عبارة عن معايير لقياس أداء وسائل الإعلام على النحو التالي(حسام الدين، 2003، ص20):

1. أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع بالأحداث الصادقة والشاملة في سياق يجعلها ذات معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرق بين الحقيقة والرأي.

2. أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل منبرا لتبادل الملاحظات والنقد; لذا ينبغي عليها السماح بالتعبير عن وجهات النظر المختلفة لمعالجة القضايا بشكل موضوعي.
3. تمثيل المجتمع على نحو شامل يعبر عن كل أطيافه بشكل حيادي وهادف.
4. المحافظة على قيم وأعراف المجتمع السامية والتوعية بأهدافه، والعمل على غرسها في نفوس الجماهير.
5. الالتزام بمبدأ الشفافية في تزويد الجماهير بالمعلومات، والبيانات الصادقة، والموضوعية حول الأحداث، والوقائع الاجتماعية الجارية.

ويلخص "Rakesh V. Talikoti" مجمل نظرية المسؤولية الاجتماعية في أن وسائل الإعلام يجب أن تكون حرة في أداء الوظائف التي منحتها النظرية الليبرالية لأدائها، ولكن يجب ممارسة هذه الحرية بمسؤولية، وإذا فشلت وسائل الإعلام في الوفاء بمسؤولياتها تجاه المجتمع، فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية ترى أن الحكومة يجب أن تشجع وسائل الإعلام على الامتثال من خلال السيطرة عليها، ويرى "بيتر" أن النظرية تنص على أن "وسائل الإعلام لها الحق في انتقاد الحكومة والمؤسسات ولكن لديها أيضاً مسؤوليات أساسية معينة للحفاظ على استقرار المجتمع" وعلى نفس المنوال، ولكن من زاوية مختلفة قليلاً، كتب دومينيك (2009) أن "هذا النهج يؤكد أن لوسائل الإعلام الحق في انتقاد الحكومة والمؤسسات الأخرى، ولكنها أيضًا مسؤولة عن الحفاظ على الديمقراطية من خلال إعلام الجمهور بشكل صحيح والاستجابة لاحتياجات المجتمع ومصالحه، وأن وسائل الإعلام ليس لديها الحرية في فعل ما يحلو لها؛ "فهو ملزم بالاستجابة لمتطلبات المجتمع"(Talikoti, 2018).

وقد استعانت الباحثة بنظرية المسؤولية الاجتماعية لدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، وإبراز دور هذه الوسائل في تنمية وعي الجمهور بمفهوم المصالحة الوطنية، والقضايا الأساسية التي تشتمل عليها، وإيضاح الأهداف التي ينبغي لوسائل التواصل الاجتماعي تحقيقها على مستوى التوعية بالمصالحة الوطنية، وتحديد ضوابط تفعيل هذا الدور لتحقيق الوعي الاجتماعي المستنير لدى الجمهور، والكشف عن أبرز السلبيات التي تحد من فاعلية دورها واتجاهات جمهور وسائل الإعلام نحو مقترحات معالجة هذه السلبيات، خاصة أن هناك تحديات جديدة مع نمو وسائل الإعلام الاجتماعية على مستوى الوعي السياسي، أبرزها: انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة وخطاب الكراهية والتحريض على العنف.

تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها

جدول رقم (1) البيانات الأساسية للمبحوثين

البيانات الأساسية	بنغازي		طرابلس		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
1. **المرحلة العمرية:**						
أقل من 25 عام.	66	6.6	57	5.7	123	12.3
من 25 إلى أقل من 35 عام.	218	21.8	155	15.5	373	37.3
من 35 إلى أقل من 45 عام.	102	10.2	159	15.9	261	26.1
من 45 إلى أقل من 55 عام	98	9.8	102	10.2	200	20
من 55 عام فأكثر.	16	1.6	27	2.7	43	4.3
2. **الحالة الاجتماعية:**						
أعزب.	81	8.1	170	17	251	25.1
متزوج.	260	26	207	20.7	468	46.8
مطلق.	17	1.7	38	3.8	55	5.5
أرمل	142	14.2	85	8.5	227	22.7
3. **المستوى التعليمي:**						
متوسط.	100	10	133	13.3	233	23.3
فوق المتوسط.	147	14.7	117	11.7	264	26.4
جامعي.	170	17	140	14	310	31
دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه).	83	8.3	110	11	193	19.3
4. العمل:						
يعمل.	280	28	332	33.2	612	61.2
عاطل عن العمل.	80	8	45	4.5	125	12.5
طالب.	140	14	123	12.3	263	26.3
5. طبيعة العمل						
قطاع حكومي	131	13.1	179	17.9	310	31
قطاع خاص	63	6.3	81	8.1	144	14.4
أعمال حرة	86	8.6	72	7.2	158	15.8
6. **متوسط دخل الأسرة:**						
أقل من 1500دينار.	175	17.5	142	14.2	317	31.7
من 1500 إلى أقل من 2500 دينار.	235	23.5	228	22.8	463	46.3
من 2500 فأكثر.	90	9	130	13	220	22
الإجمالي	500	50	500	50	1000	100

أشارت بيانات الجدول إلى أن البيانات الأساسية للمبحوثين يمكن إجمالها في ست متغيرات أساسية بيانها كالآتي:

1. جاءت الفئة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 عام) في مقدمة الفئات بنسبة (37.3%)، تلاها الفئة العمرية (من 35 إلى أقل من 45 عام) بنسبة (26.1%)، ثم الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 55 عام) بنسبة (20%)، ثم الفئة العمرية (أقل من 25 عام) بنسبة (12.3%)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت الفئة العمرية (من 55 عام فأكثر) بنسبة (4.3%) من إجمالي عينة الدراسة.
2. تحتل الحالة متزوج المرتبة الأولى بين الحالات الاجتماعية للمبحوثين بنسبة (46.8%)، تلاها في المرتبة الثانية الحالة الاجتماعية أعزب بنسبة (25.1%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الحالة الاجتماعية أرمل بنسبة (22.7%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الحالة الاجتماعية مطلق بنسبة (5.5%) من إجمالي عينة الدراسة.
3. تتوزع عينة الدراسة وفق خَصِيصَة التعليم لأربعة مستويات: (أ) المستوى الأول "التعليم الجامعي" بنسبة (31%)، (ب) المستوى الثاني "التعليم فوق المتوسط" بنسبة (26.4%)،(ج) المستوى الثالث "التعليم المتوسط" بنسبة (23.3%)،(د) المستوى الرابع " دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)" بنسبة (19.3%) من إجمالي المبحوثين
4. أن (61.2%) من المبحوثين يعملون، موزعين على ثلاث قطاعات من العمل هي: (أ) القطاع الحكومي بنسبة (31%)، (ب) قطاع الأعمال الحرة بنسبة (15.8%)، (ج) القطاع الخاص بنسبة (14.4%)، تلاهم (26.3%) من الطلاب المنتسبين لمرحلة التعليم الجامعي، في حين ذهب بعض المبحوثين بنسبة (12.5%) إلى الإفادة بكونهم عاطلين عن العمل.
5. ينتسب (46.3%) من المبحوثين إلى فئة الدخل المتوسطة (من 1500 إلى أقل من 2500 دينار)، تلاها فئة الدخل الدنيا (أقل من 1500دينار) والتي ينتسب إليها (31.7%) من المبحوثين، في حين جاءت فئة الدخل العليا (من 2500 فأكثر) في المرتبة الثالثة بنسبة (22%) من إجمالي المبحوثين.

الإجابة على تساؤلات الدراسة:

أسفرت الدراسة الميدانية عن نتائج عدة من أهمها النتائج التي تجيب على تساؤلات الدراسة وتؤكد على تحقيق أهدافها المنهجية، وبيانها كالآتي:

نتائج تحليل بيانات السؤال الأول: ما مدى وعي المبحوثين بمفهوم المصالحة الوطنية؟

جدول رقم (2) توصيف عينة الدراسة وفقاً لوعي المبحوثين بمفهوم المصالح الوطنية

مدى الوعي بمفهوم المصالح الوطنية	المبحوثين				الإجمالي		z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
آليات حل النزاع الوطني بين المجتمع الليبي عبر التفاوض والوساطة والحوار الوطني.	247	24.7	210	21	457	45.7	5.8	0.00
إنهاء حالة العداء والعنف وانعدام الثقة بين المدن بالمجتمع الليبي.	130	13	217	21.7	347	34.7	15.7	0.00
التحول في العلاقة الاجتماعية من الحقد والكراهية والعداء بين الأفراد إلى الوئام والشراكة.	28	2.8	15	1.5	43	4.3	6.7	0.00
تفعيل الحراك السياسي في المجتمع الليبي ورفع الوعي السياسي لدى المواطن الليبي.	50	5	43	4.3	93	9.3	2.4	0.01
الاعتراف بالآخر واتخاذ الإجراءات المباشرة لمعالجة الخلل الذي أدى إلى نشوب النزاع	45	4.5	15	1.5	60	6	13	0.00
الإجمالي	500	50	500	50	1000	100		

أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو مفهوم المصالحة الوطنية بيانه على النحو التالي:

المفهوم الأول " آليات حل النزاع الوطني بين فصائل المجتمع الليبي عبر التفاوض والوساطة والحوار الوطني " بنسبة (45.7%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (24.7%، 21%) على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المفهوم الثاني " إنهاء حالة العداء والعنف وانعدام الثقة بين المدن بالمجتمع الليبي " بنسبة (34.7%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (21.7%، 13%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 15.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المفهوم الثالث " تفعيل الحراك السياسي في المجتمع الليبي ورفع الوعي السياسي لدى المواطن الليبي " بنسبة (9.3%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5%، 4.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

المفهوم الرابع " الاعتراف بالآخر واتخاذ الإجراءات التصحيحية المباشرة لمعالجة الخلل الذي أدى إلى نشوب النزاع " بنسبة (6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (4.5%، 1.5%) على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 13) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المفهوم الخامس "التحول في العلاقة الاجتماعية من الحقد والكراهية والعداء بين الأفراد إلى الوئام والشراكة" بنسبة (4.3%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (2.8%، 1.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 6.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ويستدل من هذه النتيجة أن معظم المبحوثين يرون أن مفهوم المصالحة الوطنية يُعبر عن: إما آليات حل النزاع الوطني بين فصائل المجتمع الليبي عبر التفاوض والوساطة والحوار الوطني، وإما إنهاء حالة العداء والعنف وانعدام الثقة بين المدن بالمجتمع الليبي، وتعزو الباحثة أولوية ذلك إلى مدى وعي المبحوثين بمفهوم المصالحة الوطنية وعناصره الأساسية، وبخاصة أنهما يؤكدان على أهمية الاصطلاح على آليات منطقية وعملية للقضاء على حالة النزاع والانقسام الموجودة بين فصائل المجتمع الليبي وطوائف، مجملين أهم هذه الآليات في التفاوض والحوار الوطني البناء، خاصة وأن حالة الانقسام والنزاع السائدة من شأنها إشاعة العداء والعنف وانعدام الثقة ومن ثم غياب الوحدة الوطنية والعدالة الاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (البدوي: 2012) التي أفادت بأن المصالحة الوطنية أمر ضروري للاستقرار الاجتماعي والوطني ومسؤولية تقع على عاتق الجميع دون استثناء على أسس ثابتة وواضحة بل هي الركيزة الأولى في السلم الاجتماعي وبناء الدولة.

وقد أكد اختبار (كا^2) الذي بلغت قيمته (41.3) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين –بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو مفهوم المصالحة الوطنية، لصالح مبحوثين " بنغازي " إذ بلغ مستوى المعنوية (0.00)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.20).

نتائج تحليل بيانات السؤال الثاني: ما قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً لقضايا المصالحة الوطنية

قضايا المصالحة الوطنية	المبحوثين				الإجمالي		Z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
الوحدة الوطنية.	142	7.5	131	7	373	19.8	2.4	0.02
استقلال المجتمع.	107	5.7	85	4.5	192	10.2	7.9	0.00
الإفراج عن المعتقلين.	80	4.2	62	3.3	142	7.5	6.9	0.00
عودة اللاجئين خارجياً.	52	2.8	42	2.2	94	5	5.6	0.00
إنشاء جيش ليبي موحد.	69	3.7	52	2.8	121	6.4	7.5	0.00
نبذ العنف ومحاربة الإرهاب.	88	4.7	88	4.7	176	9.3	0.0	1.00
إلغاء قانون العقوبات الجماعية.	95	5	72	3.8	167	8.9	8.5	0.00
المحافظة على الوطن وسلامته.	65	3.5	48	2.5	113	6	8.6	0.00
القضاء على الظلم والفساد والاستبداد	80	4.2	88	4.7	168	8.9	3.5	0.00
عودة المواطنين الليبيين إلى مناطقهم.	77	4.1	49	2.6	126	6.7	12.2	0.00
ترسيخ سيادة القانون والعدالة الانتقالية.	64	3.4	40	2.1	104	5.5	11.6	0.00
محاكمة المذنبين والخارجين عن القانون.	62	3.3	46	2.4	108	5.7	7.9	0.00
الإجمالي	981	52.1	803	42.6	1884	100		

توضح بيانات الجدول قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي بالترتيب التالي:

1. القضية الأولى "الوحدة الوطنية" بنسبة (19.8%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7.5%، 7%)، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

2. القضية الثانية "استقلال المجتمع" بنسبة (10.2%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5.7%، 4.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 7.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
3. القضية الثالثة "نبذ العنف ومحاربة الإرهاب" بنسبة (9.3%)؛ لصالح بنغازي وطرابلس بنسبة (4.7%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= صفر) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).
4. القضية الرابعة "القضاء على الظلم والفساد والاستبداد" بنسبة (8.9%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (4.7%، 4.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
5. القضية الخامسة "إلغاء قانون العقوبات الجماعية" بنسبة (8.9%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 8.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
6. القضية السادسة "الإفراج عن المعتقلين" بنسبة (7.5%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (4.2%، 3.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z=6.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
7. القضية السابعة "عودة المواطنين الليبيين إلى مناطقهم" بنسبة (6.7%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (4.1%، 2.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 12.2) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
8. القضية الثامنة "المحافظة على الوطن وسلامته" بنسبة (6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (3.5%، 2.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 8.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

9. القضية التاسعة "محاكمة المذنبين والخارجين عن القانون" بنسبة (5.7%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (3.3%، 2.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 7.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

10. القضية العاشرة " ترسيخ سيادة القانون والعدالة الانتقالية " بنسبة (5.5%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (3.4%، 2.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 11.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

11. القضية الحادية عشر "عودة اللاجئين خارجياً" بنسبة (5%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (2.8%، 2.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

يستدل من هذه النتيجة على أن هناك قضايا عدة للمصالحة الوطنية، حيث: " الوحدة الوطنية، استقلال المجتمع، نبذ العنف ومحاربة الإرهاب، القضاء على الظلم والفساد والاستبداد، إلغاء قانون العقوبات الجماعية، الافراج عن المعتقلين، عودة المواطنين الليبيين إلى مناطقهم، المحافظة على الوطن وسلامته، محاكمة المذنبين والخارجين عن القانون، ترسيخ سيادة القانون والعدالة الانتقالية، عودة اللاجئين خارجياً "، وتعلل الباحثة أولوية قضية الوحدة الوطنية إلى طبيعتها التي تفيد "وجود نوع من الاتفاق والوفاق على ثقافة وطنية مشتركة، وإطار من التفاعل السياسي والاقتصادي والاجتماعي بين النظام وأعضاء الجماعة الوطنية من جانب، وبين الجماعات الإثنية المختلفة من جانب آخر، بحيث يتحقق التفاعل والتلاحم بين جميع أعضاء الجماعة الوطنية؛ بغض النظر عن انتماءاتهم المختلفة، أو خلفياتهم الثقافية والسياسية الفرعية أو انتماءاتهم الإقليمية أو القبلية" (المنصوب، 2010، ص1-23).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى) التي أكدت أهمية الوحدة الوطنية وبخاصة أن الأوضاع التي تمر بها ليبيا في وقتنا الحاضر جعلت البلاد في مفترق طرق، فلا يخفي على أحد حالة الفرقة والانقسام والعداء التي

حلت بالبلاد، وأدت إلى تمزيق النسيج الاجتماعي، ونشوء صراع عسكري وسياسي وأيديولوجي واقتصادي يحمل بين طياته الطابع الجهوي والقبلي المفضي إلى استنزاف ثروات الوطن وتعطيل مسيرة التنمية والتطور المنشودة، في ظل حالة الانقسام التي نشهدها عبر حكومتين واحدة تقع في شرق البلاد والأخرى في غربها وسط غياب وتهميش كامل لجنوب يعاني ويلات الحرب والتدخل الأجنبي، كل هذه الويلات وغيرها تنم عن وجود جرح دامٍ أصاب وطننا الحبيب وجعل علاجه الوحيد في إرساء مبادئ الوحدة الوطنية للقضاء على حالة النزاع المستمر (مصطفى، 2016، ص1-22).

وكذلك تتفق مع دراسة (الرجباني) التي أسفرت نتائجها عن أهمية إشكالية الوحدة الوطنية في المجتمع الليبي في إطار المرحلة الانتقالية التي تسعى للمحافظة على استقراره بعيداً عن الاختلافات العرقية والعقائدية التي تعيق الوحدة الوطنية (الرجباني، 2018، ص386-403).

وقد أكد اختبار (كا^2) الذي بلغت قيمته (67.3) وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي، لصالح مبحوثي "بنغازي" إذ بلغ مستوى المعنوية (0.00)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.19).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

نتائج تحليل بيانات السؤال الثالث: ما وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة قضايا المصالحة الوطنية؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين كمصدر للمعلومات حول قضايا المصلحة الوطنية

وسائل التواصل الاجتماعي	المبحوثين				الإجمالي		Z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
الفيس بوك Face book	151	10.2	165	11.1	316	21.3	3.7	0.00
الواتس آب Whats app	118	7.9	111	7.5	229	15.4	2	0.05
اليوتيوب YouTube	116	7.8	129	8.7	244	16.5	4.3	0.00
التويتر Twitter	79	5.3	87	5.9	166	11.2	3.4	0.00
الإنستغرام Instagram	73	4.9	91	6.2	164	11.1	7.5	0.00
سناب شات Snap Chat	73	4.9	101	6.8	174	11.7	10.7	0.00
التيك توك Tik Tok	95	6.4	96	6.5	190	12.8	0.5	0.59
الإجمالي	703	47.4	780	52.6	1483	100		

أكدت بيانات الجدول أن هناك وسائل تواصل اجتماعي عدة يعتمد عليها المبحوثون في متابعة قضايا المصالحة الوطنية، بيانها كالآتي:

1. الوسيلة الأولى "الفيس بوك Face book" بنسبة (21.3%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (11.1%، 10.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. الوسيلة الثانية "اليوتيوب YouTube" بنسبة (16.5%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (8.7%، 7.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 4.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. الوسيلة الثالثة "الواتس آب Whats app" بنسبة (15.4%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7.9%، 7.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).
4. الوسيلة الرابعة "التيك توك Tik Tok" بنسبة (12.8%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (6.5%، 6.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 0.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).
5. الوسيلة الخامسة "سناب شات Snap Chat" بنسبة (11.7%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (6.8%، 4.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 10.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
6. الوسيلة السادسة "التويتر Twitter" بنسبة (11.2%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (5.9%، 5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
7. الوسيلة السابعة "الانستجرام Instagram" بنسبة (11.1%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (6.2%، 4.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 7.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ويستدل من هذه النتيجة على أن مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي يطلق ليُعبر عن جملة من الوسائل والتطبيقات التي تسمح بالتفاعل بين الأفراد، وذلك عن طريق التواصل ثنائي الأبعاد " Tow Way Communication"، وهذا يعني أني أي فرد لديه حساب على شبكة الإنترنت يمكنه مشاركة آراؤه وأفكاره وتعليقاته مع مستخدمي الوسائط الاجتماعية الآخرين (El-Badawy & Hashem, op ,cit. Pp, 46-52).

ويتضح أن أهم الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون مصدرًا للمعلومات حول قضايا المصالحة الوطنية هي: الفيس بوك، اليوتيوب، الواتس آب، التيك توك، سناب شات، التويتر، الانستجرام، وتعلل الباحثة أولوية تطبيق الفيس بوك؛ بأنه أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وأبرزها ؛ التي تتيح للمستخدمين الانضمام إلى شبكات

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

فرعية عدّة من الموقع ذاته؛ تصب في فئة معينة مثل: منطقة جغرافية معينة، أو مدرسة معينة أو غيرها من الأماكن التي تساعدك على اكتشاف المزيد من الأشخاص؛ الذين يوجدون في فئة الشبكة نفسها(الصديق، 2011، ص214).

بالإضافة إلى قدرته على تحقيق التفاعل الاجتماعي المستند إلى قاعدة التباين بتأسيس مجموعات متجانسة من حيث اهتماماتها؛ فالصداقة بين الأعضاء داخل هذا التطبيق ترتكز على مبدأ التشابه والتجانس في الصفات والهوايات والأفكار والتعليم، والعمل....الخ، وفي هذا الإطار تتبلور جماعات حول قضايا سياسية واجتماعية وبيئية ودينية وثقافية محددة (المصيلحي، 2011، ص272)، ويمكن استشعار هذه الأهمية في سياق المؤشرات الإحصائية التي أكدت الحقائق التالية (المحرر، 2019):

أكد اختبار (كا^2) الذي بلغت قيمته (18.2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– واتجاهاتهم نحو وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها في متابعة قضايا المصالحة الوطنية، لصالح مبحوثي "بنغازي" إذ بلغ مستوى المعنوية (0.01)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة إذ بلغ معامل التوافق (0.11).

نتائج تحليل بيانات السؤال الرابع: ما ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً لضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها

ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي	المبحوثين				الإجمالي		z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
تفعيل المسؤولية المجتمعية للمواطنين.	93	6	133	8.6	226	14.6	13.4	0.00
التنوع في توظيف إمكانيات وسائل التواصل.	52	3.4	61	3.9	113	7.3	3.6	0.00
ترتيب قضايا المصالحة الوطنية وفقاً لأهميتها.	67	4.3	80	5.2	147	9.5	5.7	0.00
إفساح المجال لجميع فئات المجتمع للتعبير عن آرائهم.	82	5.3	72	4.6	154	9.9	4.4	0.00
التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية.	129	8.3	147	9.5	276	17.8	5.6	0.00
تجنب الإثارة أثناء مناقشة قضايا المصالحة الوطنية.	77	5	68	4.4	145	9.3	3.9	0.00
السرعة في تغطية أحداث المصالحة الوطنية وقضاياها.	85	5.5	110	7.1	195	12.6	8.9	0.00
ضبط ما ينشر من معلومات حول قضايا المصالحة الوطنية.	50	3.2	33	2.1	83	5.4	9.3	0.00
عرض وجهات النظر المختلفة حول قضايا المصالحة الوطنية.	113	7.3	99	6.4	212	13.7	4.8	0.00
الإجمالي	748	48.2	803	51.8	1551	100	7.1	0.00

أفادت بيانات الجدول رقم (3) أن ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها، يمكن إيضاحها فيما يأتي:

1. الضابط الأول "التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية" بنسبة (17.8%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (9.5%، 8.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. الضابط الثاني " تفعيل المسؤولية المجتمعية للمواطنين " بنسبة (14.6%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (8.6%، 6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 13.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
3. الضابط الثالث " عرض وجهات النظر المختلفة حول قضايا المصالحة الوطنية " بنسبة (13.7%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7.3%، 6.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 4.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
4. الضابط الرابع " السرعة في تغطية أحداث المصالحة الوطنية وقضاياها " بنسبة (12.6%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (7.1%، 5.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 8.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
5. الضابط الخامس " إفساح المجال لجميع فئات المجتمع للتعبير عن آرائهم " بنسبة (9.9%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5.3%، 4.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 4.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
6. الضابط السادس "ترتيب قضايا المصالحة الوطنية وفقاً لأهميتها" بنسبة (9.5%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (5.2%، 4.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
7. الضابط السابع " تجنب الإثارة أثناء مناقشة قضايا المصالحة الوطنية " بنسبة (9.3%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5%، 4.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

8. الضابط الثامن "التنوع في توظيف إمكانيات وسائل التواصل" بنسبة (7.3%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (3.9%، 3.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
9. الضابط التاسع "ضبط ما ينشر من معلومات حول قضايا المصالحة الوطنية" بنسبة (5.4%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (3.2%، 2.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 9.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ويستدل من هذه النتيجة على أن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وجهود المصالحة الوطنية علاقة مزدوجة إما إيجابية ترتكز على الدور التوعي البناء وإما سلبية ترتكز على الدور الهدام المتمثل في تزييف الوعي، ومن منطلق ذلك تتمثل أبرز ضوابط تفعيل الدور الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية في: التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية، تفعيل المسؤولية المجتمعية للمواطنين، عرض وجهات النظر المختلفة حول قضايا المصالحة الوطنية، السرعة في تغطية أحداث المصالحة الوطنية وقضاياها، إفساح المجال لجميع فئات المجتمع للتعبير عن آرائهم، ترتيب قضايا المصالحة الوطنية وفقاً لأهميتها، تجنب الإثارة أثناء مناقشة قضايا المصالحة الوطنية، التنوع في توظيف إمكانات وسائل التواصل، ضبط ما ينشر من معلومات حول قضايا المصالحة الوطنية.

تعزو الباحثة أولوية التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية؛ نظراً لتأكيدها ضرورة التزام وسائل التواصل الاجتماعي بالمصداقية والشمول والمسؤولية في مناقشة قضايا المصالحة الوطنية، مع التأكيد على البعد عن التحيز في عرضها سواء من حيث القائم بالاتصال أو الجمهور المتفاعل مع الرسائل والمواد الإعلامية المنشورة؛ بهدف خلق نوع من الوعي الاجتماعي المستنير الذي يقود الجمهور والمجتمع الليبي إلى تكوين وتشكيل اتجاهات إيجابية نحو قضاياها الوطنية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Fakeye, op, cit. pp:85-92) التي أكدت على أن تطبيقات الشبكات الاجتماعية تُعد بمنزلة منبر لجمهور متجانس ومتنوع ومتفاعل على نطاق واسع؛ ومن ثم أوصت بضرورة الاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب؛ من أجل توليد وجهات نظر معارضة قد تكون

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

بمنزلة كش ملك ضد الآراء الشعبية غير المربحة أو الراضية، وهو أمر ضروري لكل ديمقراطية. وتتفق كذلك مع دراسة (التائب: 2013، ص437-463) والتي أشارت إلى أن الإعلام الليبي يتحمل وإلى حد كبير المسؤولية في عدم تحقيق المصالحة الوطنية نظراً لافتقاره للموضوعية، والتي انعكست بشكل واضح في وجود تقصير تجاه قضية المصالحة الوطنية.

وقد أكد اختبار (كا^2) والذي بلغت قيمته (25.4) وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها، لصالح مبحوثي "طرابلس" إذ بلغ مستوى المعنوية (0.00)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.13).

نتائج تحليل بيانات السؤال الخامس: ما أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً لمدى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المصالحة الوطنية

أهداف وسائل التواصل الاجتماعي	المبحوثين				الإجمالي		z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
التغطية الإعلامية لجهود المصالحة الوطنية.	80	6.1	93	7.1	173	13.2	5	0.00
التعريف بالأطراف المعنية بالمصالحة الوطنية.	85	6.5	80	6.1	165	12.6	2	0.04
تعزيز قيم حرية التعبير عن الرأي لدى المواطنين.	113	8.7	75	5.7	188	14.4	14.3	0.00
دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي.	119	9.1	136	10.4	255	19.5	5.3	0.00
تصحيح الأفكار المغلوطة حول قضايا المصالحة الوطنية.	74	5.7	69	5.3	143	10.9	2.2	0.03
تحفيز المواطنين للتفاعل الإيجابي مع جهود المصالحة الوطنية.	91	7	87	6.7	178	13.6	1.5	0.14
تسليط الضوء على الجهود البناءة في مجال المصالحة الوطنية.	108	8.3	96	7.4	204	15.6	4.1	0.00
الإجمالي	670	51.3	636	48.7	1306	100	4.7	0.00

تشير بيانات الجدول إلى أن أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ يمكن تمثيلها على الترتيب فيما يأتي:

الهدف الأول "دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي" بنسبة (19.5%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (10.4%، 9.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

الهدف الثاني " تسليط الضوء على الجهود البناءة في مجال المصالحة الوطنية " بنسبة (15.6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (8.3%، 7.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 4.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

الهدف الثالث " تعزيز قيم حرية التعبير عن الرأي لدى المواطنين " بنسبة (14.4%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (8.7%، 5.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 14.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

الهدف الرابع " تحفيز المواطنين للتفاعل الإيجابي مع جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (13.6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7%، 6.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 1.5) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

الهدف الخامس "التغطية الإعلامية لجهود المصالحة الوطنية " بنسبة (13.2%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (7.1%، 6.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

الهدف السادس " التعريف بالأطراف المعنية بالمصالحة الوطنية " بنسبة (12.6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (6.5%، 6.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

الهدف السابع " تصحيح الأفكار المغلوطة حول قضايا المصالحة الوطنية " بنسبة (10.9%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5.7%، 5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2.2) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

ويستدل من هذه النتيجة أن أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية بوجهٍ عام تتضح في: دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي ، وتسليط الضوء على الجهود البناءة

في مجال المصالحة الوطنية ، وتعزيز قيم حرية التعبير عن الرأي لدى المواطنين، وتحفيز المواطنين للتفاعل الإيجابي مع جهود المصالحة الوطنية، والتغطية الإعلامية لجهود المصالحة الوطنية، والتعريف بالأطراف المعنية بالمصالحة الوطنية ، وتصحيح الأفكار المغلوطة حول قضايا المصالحة الوطنية، وبوجهٍ خاص تعلل الباحثة أولوية دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي؛ لأن الانتماء والولاء مؤشران حيويان للإيمان العميق للفرد بقيم المواطنة والتي تعضد شعوره بالحرية المسؤولة وتأصل في ذاته النسق القيمي الذي يقره المجتمع، آنذاك يستشعر مدى أهمية سياج الحماية وما يتمخض عنه من نفع وعدالة اجتماعية نتيجة لانتمائه لوطنه؛ مما يؤهله لأن يسمو بوطننا الليبي الحبيب ويقدم التضحيات في سبيل إرساء دعائم المصالحة الوطنية. ويميز (الكراسنة، 2010، ص49-72) بين الانتماء الوطني والولاء الوطني؛ من منطلق تعبير المفهوم الأول عن: الانتساب الحقيقي من الفرد لوطنه فكرياً، إذ يُوجه جهود الفرد لصالح الوطن عملاً، ولتوثيق هذا الانتساب تمنح الجنسيات للأفراد، إذ إنها تعبر عن العلاقة بين الأفراد والأوطان القائمة على تبادل الواجبات والحقوق، مقارنة بتعبير المفهوم الثاني عن: مشاعر الفرد وأحاسيسه الإيجابية بالمحبة والنصرة تجاه الوطن، والولاء الوطني يُعد ولاء كلياً لمجموعة من الأقسام الفرعية التي تتبع له وهي: الولاء للنظام السياسي، والولاء للمكان، والولاء لشعب الوطن، والولاء للوطن؛ فالانتماء والولاء إذاً هما جوهر الهوية الإنسانية وعناصر لا غنى عنها في بناء حضارة مجتمعية يسودها السلام والتعاون، وأساساً لجودة الحياة الاجتماعية والنفسية والتحام الفرد بالمجتمع الذي ينتمي إليه ويعزز من شعوره بالاستقلالية والكرامة، بل يدعمان الاندماج الاجتماعي لدى الفرد، ويسهمان في بناء مجتمعات متماسكة مزدهرة بالإخاء والتضحية والسعادة والرضا النفسي عن ذاته ووطنه (الحمزة، 2024).

وقد أكد اختبار (كا^2) والذي بلغت قيمته (10.3) عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية، إذ بلغ مستوى المعنوية (0.25)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.09).

نتائج تحليل بيانات السؤال السادس: ما السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً للسلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية

السلبيات	المبحوثين				الإجمالي		z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
إثارة الفتن حول جهود المصالحة الوطنية.	49	3.2	71	4.6	120	7.8	9.8	0.00
التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية.	147	9.5	174	11.3	321	20.8	7.8	0.00
التحيز في تغطية جهود المصالحة الوطنية.	94	6.1	89	5.8	183	11.8	1.7	0.09
خداع المواطن الليبي وإيهامه بالدعاية الكاذبة.	116	7.5	110	7.1	226	14.6	2.1	0.04
تغليب المصالح الخاصة على المصالحة الوطنية.	95	6.1	88	5.7	183	11.8	2.3	0.02
نشر كثير من المعلومات دون التحقق من مصداقيتها.	51	3.3	63	4.1	114	7.4	5.8	0.00
النقد السلبي لجهود المصالحة الوطنية وإثارة الشكوك فيها.	87	5.6	58	3.8	145	9.4	11.5	0.00
محاربة الأفكار البناءة التي تساند جهود المصالحة الوطنية.	113	7.3	140	9.1	253	16.4	8.7	0.00
الإجمالي	752	48.7	793	51.3	1545	100	5.1	0.00

أوضحت بيانات الجدول أن السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ يمكن مناقشتها على النحو التالي:

أولاً: التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (20.8%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (11.3%، 9.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 7.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ثانياً "محاربة الأفكار البناءة التي تساند جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (16.4%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (9.1%، 7.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 8.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ثالثاً "خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة " بنسبة (14.6%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7.5%، 7.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

رابعاً "التحيز في تغطية جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (11.8%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (6.1%، 5.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 1.7) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

خامساً "تغليب المصالح الخاصة على المصالحة الوطنية " بنسبة (11.8%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (6.1%، 5.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%) إذ بلغت قيمة (Z= 2.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

سادساً "النقد السلبي لجهود المصالحة الوطنية وإثارة الشكوك فيها " بنسبة (9.4%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5.6%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 11.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

سابعاً "إثارة الفتن حول جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (7.8%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (4.6%، 3.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 9.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ثامناً "نشر الكثير من المعلومات دون التحقق من مصداقيتها " بنسبة (7.4%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (4.1%، 3.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 5.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ويستدل من هذه النتيجة أن هناك تحديات عدة تعوق دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، أهمها: التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية، محاربة الأفكار البناءة التي تساند جهود المصالحة الوطنية، خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة، التحيز في تغطية جهود المصالحة الوطنية، تغليب المصالح الخاصة على المصالحة الوطنية، النقد السلبي لجهود المصالحة الوطنية وإثارة الشكوك فيها، إثارة الفتن حول جهود المصالحة الوطنية، نشر الكثير من المعلومات دون التحقق من مصداقيتها، وتعلل الباحثة أولوية التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية إلى التحيز وبُعد وسائل التواصل الاجتماعي والقائمين على الاتصال بها إلى الموضوعية والمسؤولية المجتمعية، وبخاصة أن هذا التحدي على قدر كبير من الخطورة المتجسدة في تزييف الوعي الاجتماعي حول قضايا المصالحة الوطنية، وتشكيل الرأي العام المضلل المناهض للمصالحة الوطنية والداعم للفرقة والانقسام والنزاع الاجتماعي، وغالباً ما تكمن أسباب هذا التقليل في الدوافع المغرضة لوسائل التواصل أو العمل وفق أجندات معادية سواء على المستوى الوطني أو الدولي وهي يتجسد مجملها في إعاقة مسيرة المصالحة الوطنية ولم الشمل الليبي، خاصة وأن أبرز مظاهر هذا التقليل تتمثل في نشر المعلومات الكاذبة، النقد السلبي لجهود المصالحة، الدعاية الكاذبة واختلاق الأكاذيب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (التائب: 2013) التي أسفرت نتائجها عن: وجود تقصير واضح حسب رأي العينة لدى وسائل الإعلام الليبية تجاه قضية المصالحة الوطنية؛ تتضح أهم مظاهره في التركيز على جوانب الاختلاف بين أطراف المصالحة الوطنية وإهمال جوانب الاتفاق، عدم إيضاح أهمية المصالحة الوطنية وما سيترتب عليها من إيجابيات ومزايا لصالح المواطن والمجتمع الليبي. وأيضاً تتفق مع دراسة (Adams and et al:2023) التي توصلت إلى أن أهم مساوئ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تتمثل في: القدرة على زرع الفوضى والانقسام، وتهديد الوحدة الوطنية والاستقرار.

وكذلك تتفق إلى حد ما مع دراسة (السني:2018) التي أكدت على أن خطورة هذه التحديات انعكس بشكل واضح في عدم اعتماد (57.5%) من المبحوثين على القنوات الفضائية الليبية في متابعة قضية المصالحة

الوطنية، ومن ثم أفاد (46.6%) من المبحوثين بأن القنوات الفضائية الليبية غير قادرة على إدارة قضية المصالحة الوطنية؛ لذلك أوضح (56.7%) من المبحوثين أنهم غير راضين عن ما يقدم في البرامج الحوارية فيما يخص المصالحة الوطنية. بالإضافة إلى دراسة (Barua and et al: 2022) التي أشارت إلى نشوء تحديات جديدة مع نمو وسائل الإعلام الاجتماعية في السياسة الهندية، من أهمها: انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة وخطاب الكراهية والتحريض على العنف..

وقد أكد اختبار (كا^2) والذي بلغت قيمته (21.5) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، إذ بلغ مستوى المعنوية (0.01)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.12).

نتائج تحليل بيانات السؤال السابع: ما مقترحات معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؟

جدول رقم (3) توصيف عينة الدراسة وفقاً لمقترحات معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية

المقترحات	المبحوثين				الإجمالي		z	
	بنغازي		طرابلس					
	ك	%	ك	%	ك	%	ن	د
عدم التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية.	27	1.7	41	2.6	68	4.3	8.6	0.00
تجنب خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة.	84	5.4	69	4.4	153	9.8	6.3	0.00
دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي.	94	6	124	7.9	218	13.9	10.1	0.00
التزام الموضوعية في تغطية جهود المصالحة.	114	7.3	62	4	176	11.2	19.5	0.00
تغليب أهداف المصالحة على المصالح الخاصة.	38	2.4	63	4	101	6.4	12.5	0.00
تعزيز مبدأ الحوار الوطني الفعال بين أبناء الشعب.	69	4.4	87	5.6	156	10	7.5	0.00
حث المواطنين على دعم ومساندة جهود المصالحة.	62	4	93	5.9	155	9.9	11.9	0.00
تفعيل الرقابة على وسائل التواصل الإعلام الرقمي.	45	2.9	70	4.5	115	7.3	11.7	0.00
توعية المواطن الليبي بالأهداف الأساسية للمصالحة.	75	4.8	102	6.5	177	11.3	10.0	0.00
التصدي للشائعات والدعاية المغلوطة.	56	3.6	64	4.1	120	7.7	3.6	0.00
التحقق من مصداقية المعلومات حول جهود المصالحة الوطنية.	77	4.9	50	3.2	127	8.1	11.8	0.00
الإجمالي	741	47.4	825	52.7	1566	100		

أشارت بيانات هذا الجدول أن مقترحات المبحوثين معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ يمكن إجمالها على الترتيب فيما يأتي:

المقترح الأول "دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي" بنسبة (13.9%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (7.9%، 6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 10.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح الثاني "توعية المواطن الليبي بالأهداف الأساسية للمصالحة الوطنية " بنسبة (11.3%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (6.5%، 4.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 10) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح الثالث "الالتزام بالموضوعية في تغطية جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (11.2%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (7.3%، 4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 19.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح الرابع "تعزيز مبدأ الحوار الوطني الفعال بين أبناء الشعب الليبي" بنسبة (10%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (5.6%، 4.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 7.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح الخامس "حث المواطنين على دعم ومساندة جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (9.9%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (5.9%، 4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 11.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح السادس "تجنب خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة " بنسبة (9.8%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (5.4%، 4.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 6.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح السابع "التحقق من مصداقية المعلومات حول جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (8.1%)؛ لصالح بنغازي على طرابلس بنسبة (4.9%، 3.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 11.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح السابع " التصدي للشائعات والدعاية المغلوطة لجهود المصالحة الوطنية " بنسبة (7.7%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (4.1%، 3.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 3.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح الثامن "تفعيل الرقابة على وسائل التواصل وتطبيقات الإعلام الرقمي " بنسبة (7.3%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (4.5%، 2.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 11.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح التاسع "تغليب أهداف المصالحة الوطنية على المصالح الخاصة " بنسبة (6.4%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (4%، 2.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 12.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

المقترح العاشر "عدم التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية" بنسبة (4.3%)؛ لصالح طرابلس على بنغازي بنسبة (2.6%، 1.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%) إذ بلغت قيمة (Z= 8.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

ويستدل من هذه النتيجة أن هناك العديد من المقترحات البناءة التي تسهم في تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية، حيث: دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي، توعية المواطن الليبي بالأهداف الأساسية للمصالحة الوطنية، الالتزام بالموضوعية في تغطية جهود المصالحة الوطنية ، تعزيز مبدأ الحوار الوطني الفعال بين أبناء الشعب الليبي، حث المواطنين على دعم ومساندة جهود المصالحة الوطنية، تجنب خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة، التحقق من مصداقية المعلومات حول جهود المصالحة الوطنية، التصدي للشائعات والدعاية المغلوطة لجهود المصالحة الوطنية، تفعيل الرقابة على وسائل التواصل وتطبيقات الإعلام الرقمي، تغليب أهداف المصالحة الوطنية على المصالح الخاصة، عدم التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية، وتعزو الباحثة ذلك إلى إما وعي المبحوثين بالعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والمصالحة الوطنية ودورها البناء على إنجاح الجهود المبذولة هذا من ناحية، وإما وعيهم بالمخاطر الناجمة عن سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى قضايا المصالحة الوطنية خاصة وأن هذه المخاطر من شأنها إجهاض هذه الجهود والتقليل من شأنها وإشاعة الكذب والدعاية المغلوطة حول المصالحة الوطنية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Fakeye: 2023) والتي أوصت بضرورة بالاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب؛ من أجل توليد وجهات نظر معارضة قد تكون بمنزلة كش ملك ضد الآراء الشعبية غير المربحة أو الراضية، وهو أمر ضروري لكل ديمقراطية.

وكذلك تتفق مع دراسة (Adams and et al:2023) والتي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي برزت بوصفها قوة قوية تتجاوز الحدود الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتوحد الناس من خلفيات متنوعة؛ ومن ثم تكمن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في قدرتها على إعادة تشكيل عملية الحكم، وتوفير منصة لزيادة مشاركة المواطنين من خلال تعزيز الوعي بأنشطة الحكومة.

وأيضاً تتفق إلى حد ما مع دراسة (الشرافي:2022) التي أوصت بضرورة بذل المزيد من الجهد في توعية الجمهور الفلسطيني بكافة أطيافه بالقضايا الوطنية الفلسطينية بكافة أشكالها، والعمل على توعية الإعلاميين في استخدام الإعلام الجديد بهدف نشر الوعي بالقضايا الوطنية وزيادة معرفة الجمهور بها، علاوة على ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية الفلسطينية باستخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التسامح وحرية الاختلاف وعدم إقصاء الآخر؛ لأنه يعد مصدر معلومات مهم في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني.

بالإضافة إلى دراسة (Barua and et al: 2022) التي أوضحت أهم طرق التعامل مع مشكلات وسائل الإعلام على مستوى الوعي السياسي في: تحسين تنظيم مواقع التواصل الاجتماعي والإشراف عليها، بل أكدت على أنه يجب على الأحزاب السياسية والمرشحين الاستفادة منها باعتدال أكبر، والامتناع عن نشر المعلومات المضللة أو التحريض على الكراهية أو الدعوة إلى العنف ، ومن المتوقع أن ينمو هذا الدور مع تقدم التكنولوجيا، ونتيجة لذلك من الأهمية بمكان الاستجابة للتهديدات التي تشكلها وسائل التواصل الاجتماعي مع الاستفادة أيضًا من الفرص التي توفرها لتعزيز الديمقراطية في الهند.

وقد أكد اختبار (كا^2) والذي بلغت قيمته (65.1) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين منطقة المبحوثين – بنغازي وطرابلس– وبين اتجاهاتهم نحو مقترحات معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، إذ بلغ مستوى المعنوية (0.00)، وتُعد شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.20).

النتائج العامة للدراسة:

1. جاءت الفئة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 عام) في مقدمة الفئات بنسبة (37.3%)، تلاها الفئة العمرية (من 35 إلى أقل من 45 عام) بنسبة (26.1%)، ثم الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 55 عام) بنسبة (20%)، مقارنة بتراجع الفئة العمرية (من 55 عام فأكثر) بنسبة (4.3%) من إجمالي عينة الدراسة.
2. جاءت الحالة متزوج في مقدمة الحالات الاجتماعية بنسبة (46.8%)، تلاها الحالة الاجتماعية أعزب بنسبة (25.1%)، ثم الحالة الاجتماعية أرمل بنسبة (22.7%)، وأخيراً الحالة مطلق بنسبة (5.5%) من إجمالي عينة الدراسة.
3. يستحوذ "التعليم الجامعي" على مقدمة المستويات التعليمية بنسبة (31%)، تلاها "التعليم فوق المتوسط" بنسبة (26.4%)، ثم "التعليم المتوسط" بنسبة (23.3%)، وأخيرا "دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)" بنسبة (19.3%) من إجمالي المبحوثين
4. أفاد (61.2%) من المبحوثين بأنهم يعملون في ثلاث قطاعات أساسية هي: (أ) القطاع الحكومي بنسبة (31%)، (ب) قطاع الأعمال الحرة بنسبة (15.8%)، (ج) القطاع الخاص بنسبة (14.4%)، تلاهم (26.3%) من الطلاب المنتسبين لمرحلة التعليم الجامعي، في حين ذهب بعض المبحوثين بنسبة (12.5%) إلى الإفادة بكونهم عاطلين عن العمل.
5. ينتسب (46.3%) من المبحوثين إلى فئة الدخل المتوسطة (من 1500 إلى أقل من 2500 دينار)، تلاها فئة الدخل الدنيا (أقل من 1500دينار) والتي ينتسب إليها (31.7%) من المبحوثين، في حين جاءت فئة الدخل العليا (من 2500 فأكثر) في المرتبة الثالثة بنسبة (22%) من إجمالي المبحوثين.
6. أكد (45.7%) من المبحوثين على أن المصالحة الوطنية تفيد "آليات حل النزاع الوطني بين فصائل المجتمع الليبي عبر التفاوض والوساطة والحوار الوطني"، في حين ذهب بعض المبحوثين بنسبة (34.7%) إلى الإفادة بأنه " إنهاء حالة العداء والعنف وانعدام الثقة بين المدن بالمجتمع الليبي"، في حين ذهب البعض

الآخر (34.7%) إلى التعبير عنه بكونه " تفعيل الحراك السياسي في المجتمع الليبي ورفع الوعي السياسي لدى المواطن الليبي".

7. تتضح أبرز قضايا المصالحة الوطنية التي ركزت عليها وسائل التواصل الاجتماعي؛ في: (أ) "الوحدة الوطنية" بنسبة (19.8%)، (ب) "استقلال المجتمع" بنسبة (10.2%)، (ج) "نبذ العنف ومحاربة الإرهاب" بنسبة (9.3%)، مقارنة بتراجع أولوية قضية "ترسيخ سيادة القانون والعدالة الانتقالية" بنسبة (5.5%)، بفارق طفيف عن قضية عشر "عودة اللاجئين خارجياً" بنسبة (5%) من إجمالي المبحوثين.
8. تتمثل أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة قضايا المصالحة الوطنية، في: (1) "الفيس بوك Face book" بنسبة (21.3%)، (2) "اليوتيوب YouTube" بنسبة (16.5%)،(3) "الواتس آب Whats app" بنسبة (15.4%)،(4) "التيك توك Tik Tok" بنسبة (12.8%)،(5) "سناب شات Snap Chat" بنسبة (11.7%) من إجمالي العينة.
9. تحتل "التغطية الموضوعية لقضايا المصالحة الوطنية" مقدمة ضوابط تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية وقضاياها بنسبة (17.8%)، تلاها "تفعيل المسؤولية المجتمعية للمواطنين" بنسبة (14.6%)، ثم "عرض وجهات النظر المختلفة حول قضايا المصالحة الوطنية" بنسبة (13.7%) من إجمالي العينة.
10. تبرز أهم أهداف وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التوعية بجهود المصالحة الوطنية؛ في: (أ) "دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي" بنسبة (19.5%)، (ب) "تسليط الضوء على الجهود البناءة في مجال المصالحة الوطنية " بنسبة (15.6%)، (ج) "تعزيز قيم حرية التعبير عن الرأي لدى المواطنين" بنسبة (14.4%)، (د) "تحفيز المواطنين للتفاعل الإيجابي مع جهود المصالحة الوطنية " بنسبة (13.6%) من عينة الدراسة.
11. يستحوذ "التقليل من شأن جهود المصالحة الوطنية" على مقدمة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية بنسبة (20.8%)، تلاه "محاربة الأفكار البناءة

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

التي تساند جهود المصالحة الوطنية" بنسبة (16.4%)، ثم "خداع المواطن الليبي ووهمه بالدعاية الكاذبة" بنسبة (14.6%) من إجمالي العينة.

12. تتجسد أهم مقترحات معالجة السلبيات التي تحد من فاعلية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بجهود المصالحة الوطنية، في: (أ) "دعم قيم الولاء والانتماء الوطني لدى المواطن الليبي" بنسبة (13.9%)، (ب) "توعية المواطن الليبي بالأهداف الأساسية للمصالحة الوطنية" بنسبة (11.3%)،(ج) "الالتزام بالموضوعية في تغطية جهود المصالحة الوطنية" بنسبة (11.2%)، (د) "تعزيز مبدأ الحوار الوطني الفعال بين أبناء الشعب الليبي" بنسبة (10%)، (هـ) "حث المواطنين على دعم ومساندة جهود المصالحة الوطنية" بنسبة (9.9%) من عينة الدراسة.

توصيات الدراسة:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تجيب عن تساؤلاتها وتحقق أهدافها المنهجية توصي الباحثة بالتوصيات التالية:

1. تعزيز مكانة قضية المصالحة الوطنية الليبية واستعادة أولويتها كقضية مركزية للمجتمع الليبي، وزيادة حضورها في المحافل الإقليمية والدولية، ونفي المبررات والذرائع التي تسوق لتجاهلها والانصراف عنها.
2. تفعيل دور وسائل الإعلام بوجهٍ عام وتطبيقات التواصل الاجتماعي بوجهٍ خاص على مستوى التوعية بقضايا المصالحة الوطنية.
3. تنمية الوعي بالآثار السلبية المترتبة على فشل جهود المصالحة الوطنية سواء على مستوى المواطنين أو على مستوى المجتمع الليبي.
4. حث المؤسسات الاجتماعية على مساندة الجهود الإعلامية البناءة التي تسهم بشكل مباشر في التوعية المستنيرة بجهود المصالحة الوطنية.
5. التأكيد على أهمية تعزيز دور المؤسسات الأمنية في تفعيل القوانين والتشريعات التي تحد من الممارسات الإعلامية غير السوية التي تناهض المصالحة الوطنية.
6. التأكيد على ضرورة الاستفادة من خدمات وسائل التواصل الاجتماعي ومزاياها في التعريف بقضية المصالحة الوطنية على المستوى الوطني وإيجاد الدعم المناسب لها على المستوى الدولي.
7. إلزام المؤسسات الإعلامية الراعية لوسائل التواصل الاجتماعي بعدم نشر أي أحداث أو أفكار من شأنها إثارة الفتن وعرقلة جهود المصالحة الوطنية.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

مراجع الدراسة

أ- **المراجع العربية**

بعثة الأمم المتحدة لدعم في ليبيا، (2023). **المصالحة الوطنية، تقرير النتائج السنوي للأمم المتحدة في ليبيا**، المصدر التالي: https://unsmil.unmissions.org/ar

علم الدين، محمود (2014). **الإعلام الرقمي الجديد: البيئة والوسائل**، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع.

حسن، نيرفانا أحمد علي (2021). **العلاقات بين الاتصال التفاعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الدافعية للانجاز الأكاديمي للشباب الجامعي المصري**، دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الجوهري، محمد وآخرون (1992). **علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

مصطفى، عبد الكريم علي (2016). **إشكالية المصالحة الوطنية في ليبيا العوامل المساهمة والعقبات وفرص النجاح دراسة تحليلية للحالة الليبية**، مجلة العلوم والدراسات الإنسانية، جامعة بنغازي كلية الآداب والعلوم بالمرج، ع13، ص: 1-22.

جلبي، فهيل جبار (2003). **المصالحة الوطنية في العراق**، مركز دراسات السلام وحل النزاعات، العراق.

البدوي، عبد السلام ميلود (2012). **أسس المصالحة الوطنية، المؤتمر العلمي المصالحة الوطنية مفهومها أهميتها ضوابطها آلياتها معوقاتها، الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية زليتن**، ليبيا، ص:351-371.

أبو أصبع، صالح خليل (1999). **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط3، أرام للنشر والتوزيع، عمان.

المرسي، عصام سليمان (2005). **الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي**، ندوة الإعلام والأمن، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

الفار، محمد جمال (2006). **المعجم الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

الدين، محمد حسام (2003). **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة.

كشك، دينا إبراهيم محمد (2006). **دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الرياضيين**، ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية.

خاطر، هبه الله السيد خاطر محمد (2007). **المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالفعالية الذاتية ووجهة الضبط والمشاركة السياسية لدى المرأة العاملة**، ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

القرني، علي شويل (2006). **معالجة الصحافية السعودية للقضايا المحلية، جامعة الملك سعود**، الرياض، المملكة العربية السعودية.

الشرافي، رامي حسني (2022). **دور الإعلام الجديد في تعزيز قضية المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين العاملين في قطاع غزة**، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، مركز ابن العربي للثقافة والنشر، مج2، ع7، ص: 687-718.

النفار، همسه بسام إسماعيل (2019). **اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو تغطية جهود المصالحة الفلسطينية لعام 2017 دراسة ميدانية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.

السني، أحمد عبد السلام (2018). **دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الليبية**، المؤتمر العلمي الأول "إستراتيجية الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة للمجتمع الليبي والعربي"، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة سرت، ص:37-58.

التائب، مسعود حسين خليفة (2013). **اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الأسمرية الإسلامية**، س10، ع19، ص:437-463.

البدوي، عبد السلام ميلود (2012). **أسس المصالحة الوطنية، المؤتمر العلمي المصالحة الوطنية مفهومها أهميتها ضوابطها آلياتها معوقاتها**، الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية زلتين، ليبيا، ص:351-371.

رامي حسين حسني الشرافي: **دور الإعلام الجديد في تعزيز قضية المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين العاملين في قطاع غزة**، مرجع سابق، ص: 687-718.

شفيق, محمد (1985). **البحث العلمي**, الإسكندرية, المكتب الجامعي الحديث.

الحميد, محمد عبد (1992). **بحوث الصحافة**, القاهرة, عالم الكتب.

الخرابشة، عمر محمد (2012). **أساليب البحث العلمي**, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن.

المنصوب، طارق أحمد (2010). **الوحدة الوطنية وثقافة التسامح دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة إب اليمن**، المؤتمر الدولي الرابع للعلوم الاجتماعية "العلوم الاجتماعية حلول عملية لقضايا مجتمعية"، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، الكويت، ص:1-23.

مصطفى، عبد الكريم علي (2016). **إشكالية المصاللحة الوطنية في ليبيا العوامل المساهمة والعقبات وفرص النجاح دراسة تحليلية للحالة الليبية**، مجلة اللعلوم والدراسات الإنسانية، جامعة بنغازي كلية الآداب والعلوم بالمرج، ع13، ص: 1-22.

الرجباني، امراجع مادي بركه (2018). **إشكالية الوحدة الوطنية في إطار المرحلة الانتقالية في ليبيا**، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالإسماعيلية، مج9، ع3، ص:386-403.

الصديق، وجدان (2011). **فيس بوك أداة للتعبير أم أداة للغير**، مجلة التنوير، مركز التنوير المعرفي، ع11.

المصيلحي، نجلاء محمود (2011). **الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر: دراسة سوسيولوجية ميدانية، حوليات آداب عين شمس**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، مج39. ص272.

التائب، مسعود حسين خليفة (2013). **اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الأسمرية الإسلامية**، س10، ع19، ص:437-463.

الكراسنة، سميح محمود محمد (2010). **الانتماء والولاء الوطني نهج الشريعة الإسلامية والسنة النبوية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية**، مج6، ع2، ص ص49-72.

أحمد عبد السلام السني: **دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الليبية**، مرجع سابق، ص:37-58.

اللحياني، مساعد منشط (2002/1/8م). **تجربة الدفاع المدني السعودي في توعية الحجاج، الملتقى العلمي الثاني لأبحاث الحج**، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

المحرر، (2019/4/1). إحصائيات **2019 حول السوشيال ميديا لمساعدة العلامة التجارية في تحسين حملاتها، موقع عربوست**، المصدر التالي:-http://blog.araboost.com/statistics-2019-/about-social-media

الموسوعة الحرة، (2023/9/21). **التوعية**، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، المصدر التالي: https://ar.wikipedia.org/wiki

صلاح، محمد (2024/3/12). **ما فرص نجاح مؤتمر المصالحة الوطنية الليبية؟**، مركز رع للدراسات الإستراتيجية، المصدر التالي: https://rcssegypt.com/17041

الحمزة، محمد (2024/9/26). **الانتماء والمواطنة وجودة الحياة، صحيفة العربية الإلكترونية**، المملكة العربية السعودية، المصدر التالي: https://www. alarabiya.net/saudi-today/views/2024/09/26/

اللافي، عبدالله (2024/10/13). **مؤتمر المصالحة الوطنية ما لم يُنجَز داخل ليبيا سيكون محل نقد وعدم توافق بين الليبيين**، بوابة الوسط صوت ليبيا الدولي، المصدر التالي: https://alwasat.ly/news/libya/454416

المراجع الإنجليزية

Adams, Emmanuel Jibb and et al, (2023). **The role social media play in generating political awareness, discussion and strategies for better elections**, Archive of Social Sciences and Humanities, Vol. 3 No. 1, p:9-30.

Adnan, Maruf (2023). **Social Responsibility Theory of Mass Communication, Conference: Agext class presentation** At: Mymensingh Affiliation: Bangladesh Agricultural University, DOI:10.13140/RG.2.2.25301. 40164

Barua, Smrita and et al (2022). **Role of social media in Political Awareness and Political Participation an Empirical Study of Dibrugarh District, IJFANS International Journal of Food and Nutritional Sciences**, UGC CARE Listed (Group -I) Journal Volume 11, Iss 12, p:6924-6937.

Chalmers, David (1997). **The Conscious Mind: In Search of a Fundamental Theory** (https://arch ive.org/details/consciousmindins00chal/page/225). Oxford: Oxford University Press. pp. 225 (ht tps://archive.org/details/consciousmindins00chal/page/225). ISBN 978-0195105537.

Dimitrova, D. V., Shehata, A., Strömbäck, J., & Nord, L. W. (2011). **The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns. Communication Research**, 41(1), 95–118. doi:10.1177/0093650211426004

El-Badawy, Tarek A. & Hashem, Yasmin (2015). **The Impact of Social Media on the Academic Development of School Students, International Journal of Business Administration** Vol. 6, No. 1. Pp, 46-52.

Fakeye, Olubukola (2023). **Impact of Social Media on Political Awareness: A Case Study of Ilaro Youths, International Journal of Women in Technical Education and Employment**, ISSN: 2811-1567. Vol4, No 1pp:85-92.

Govier, Trudy & Verwoerd,Wilhelm (2002). **Trust and the Problem of National Reconciliation, Philosophy of the Social Sciences**, vol 32, NO2, PP:178-205.

Matthew Hudson, (June 23, 2020): **What Is Social Media?, the balance small business, available at**: https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301

Merriam-Webster Dictionary, (2004). **Interactive Media**, Available At: Https://Www. Merriam-Webster. Com/Dictionary/Social%20media

Olubukola Fakeye, (2013): **Impact of Social Media on Political Awareness: A Case Study of Ilaro Youths, international Journal of Women in Technical Education and Employment**, vol 4, no1, Pp: 85-92.

Siyal, Nazir Ahmed & Broh, Ariz Muhammad (2023). **Social Media and Political Awareness, Benazir Research Journal of Humanities and Social Sciences**, Vol. 2, Issue 1, 64-82.

Talikoti, Rakesh V. (2018):**The Social Responsibility Theory Of Mass Media, Review Of Research,** Vol 7, No9. P:1-4.

Tarek A. El-Badawy & Yasmin Hashem: **The Impact of Social Media on the Academic Development of School Students**, op ,cit. Pp, 46-52.

The Oxford Dictionary of Current English Oxford University, (1984). press Amen hous, London.

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

المجلة الليبية لبحوث الإعلام

THE LIBYAN JOURNAL OF MEDIA RESEARCH

مجلة علمية دورية الكترونية محكمة متخصصة تُعنى بالدارسات الإعلامية والاتصالية تصدر سنوياً عن كلية الإعلام بجامعة بنغازي

منشورات كلية الإعلام - جامعة بنغازي

العدد السادس - يونيو 2025

ISSN (Print) 3005-510 National Deposit; 91/2019 ISSN (Linking) 2791 -3724

The Libyan Journal of Media Research

Communication College
Benghazi University

National Deposit Number :2019/91

journals.uob.edu.ly/TLJMR

libya.mjc@uob.edu.ly

The sixth issue - June 2025

ISSN (Linking)2791-3724
ISSN (Print)3005-5105

6